

Подлинник

СТП 327.ОМ.003-2013

Стандарт предприятия

Стандарт обслуживания клиентов ООО «Иркутская Энергосбытовая компания»

Взамен СТП 327.ИСС.001-2010

УТВЕРЖДАЮ

Директор ООО «Иркутскэнергосбыт»

 С.И. Бабкин

19.02.2013 г.

(дата)

Наименование подразделения-
разработчика: отдел маркетинга

Введен в действие приказом ООО

«Иркутскэнергосбыт» от 19.02.2013 №

95

ООО «Иркутскэнергосбыт»



Содержание

Содержание	2
1 Общие положения	3
2 Область применения	3
3 Нормативные ссылки	3
4 Сокращения и определения	4
5 Основные цели и задачи	6
6 Концепция клиентоориентированной политики, ценности и принципы взаимодействия с клиентами	6
7 Организационно-нормативное обеспечение	7
8 Основные критерии качества и параметры взаимодействия с потребителями	9
9 Организация очного обслуживания	10
9.1 Организация инфраструктуры при очном обслуживании	10
9.2 Требования к помещениям для приема потребителей	10
9.3 Требования к персоналу, осуществляющему прием потребителей	11
10 Организация заочного обслуживания	11
10.1 Порядок заочного обслуживания посредством телефонной связи	11
10.2 Порядок заочного обслуживания посредством почтовой переписки	12
10.3 Организация интерактивного обслуживания	12
11 Организация обратной связи с потребителями	14
12 Информационное обеспечение потребителей	15
13 Требования к этике общения с клиентом	17
13.1 Общие принципы делового этикета	17
13.2 Деловой этикет при очном обслуживании клиентов	18
13.3 Деловой этикет при телефонных переговорах	19
13.4 Принципы урегулирования конфликтов	20
14 Контроль и анализ качества обслуживания потребителей	20



1 Общие положения

Настоящий стандарт предприятия (СТП) разработан в рамках реализации принципов клиентоориентированности с целью стандартизации принятых в компании правил работы с потребителями.

2 Область применения

- 2.1. Настоящий Стандарт обслуживания клиентов (далее Стандарт) является нормативным документом, устанавливающим базовые требования по взаимодействию ООО «Иркутская Энергосбытовая компания» (далее «Компания») с потребителями при оказании услуг в сфере электро- и теплоснабжения.
- 2.2. Настоящий Стандарт обязателен для исполнения персоналом всех структурных подразделений ООО «Иркутскэнергобыт».
- 2.3. Настоящий Стандарт входит в состав нормативных документов системы управления ООО «Иркутскэнергобыт».
- 2.4. Действие Стандарта распространяется на взаимоотношения с клиентами – физическими лицами, юридическими лицами, предпринимателями без образования юридического лица, а также исполнителями коммунальных услуг из числа товариществ собственников жилья, жилищно-строительных, жилищных или иных специализированных потребительских кооперативов либо управляющих организаций.
- 2.5. Стандарт не регламентирует взаимодействие с потребителями на оптовом рынке электроэнергии (мощности).

3 Нормативные ссылки

В настоящем стандарте использованы ссылки на следующие документы:

- Гражданский Кодекс Российской Федерации;
- Федеральный Закон от 26 марта 2003г №35-ФЗ «Об электроэнергетике»;
- Закон РФ от 7 февраля 1992 г №2300-1 «О защите прав потребителей»;
- Закон РФ от 2 мая 2006 г № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации»;
- Закон РФ от 27.07.2006 г № 152-ФЗ «О персональных данных»;
- Постановление Правительства РФ от 4 мая 2012г №442 «О функционировании розничных рынков электрической энергии, полном и (или) частичном ограничении режима потребления электрической энергии»;
- Постановление Правительства РФ от 29 декабря 2011г №1178 «О ценообразовании в области регулируемых цен (тарифов) в электроэнергетике»;
- Постановление Правительства РФ от 06 мая 2011г №354 «О предоставлении коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов»;
- Постановление Правительства РФ от 29 мая 2002г №364 «Об обеспечении устойчивого газо и энергоснабжения финансируемых за счет средств федерального бюджета организаций, обеспечивающих безопасность государства»;
- ГОСТ 30335-95 / ГОСТ Р 50646-94 «Услуги населению. Термины и определения»
- ГОСТ Р 53368-2009 Обслуживание потребителей электрической и тепловой энергии;
- ГОСТ Р ИСО 9001-2008 Системы менеджмента качества. Требования.
- ГОСТ ISO 9001-2011 Системы менеджмента качества. Требования.

Примечание: При пользовании настоящим Стандартом целесообразно проверить действие ссылочных норм в информационной системе общего пользования – «КонсультантПлюс», «Гарант», на информационном портале ООО «Иркутскэнергосбыт». Если ссылочная норма заменена (изменена), то при пользовании настоящим Стандартом следует руководствоваться заменяющим (измененным) документом. Если ссылочная норма отменена без замены, то положение, в котором дана ссылка на него, применяется в части, не затрагивающей эту ссылку.

4 Сокращения и определения

В настоящем стандарте используются следующие сокращения и определения:

Автоинформатор – техническая система автоматического оповещения большого количества потребителей с целью доведения до них типовой информации.

Администратор – сотрудник, ответственный за прием клиентов и контроль хода выполнения работ в центрах очного обслуживания клиентов.

Бэк-офис – подразделения Компании, на которые возложены задачи, непосредственно не связанные с личным обслуживанием клиентов.

Гарантирующий поставщик электрической энергии (далее - гарантирующий поставщик) - коммерческая организация, обязанная в соответствии с Федеральным законом или добровольно принятыми обязательствами заключить договор купли-продажи электрической энергии с любым обратившимся к ней потребителем электрической энергии, либо с лицом, действующим от имени и в интересах потребителя электрической энергии и желающим приобрести электрическую энергию.

Должностное лицо - лицо, постоянно, временно или по специальному полномочию осуществляющее функции представителя Компании либо выполняющее организационно-распорядительные, административно-хозяйственные функции.

Заочное обслуживание - обслуживание потребителей без личного контакта с сотрудниками организации, в том числе по телефону, почте или через Интернет.

Заявление - просьба гражданина о содействии в реализации его прав, потребностей в использовании услуг, предоставляемых компанией, либо сообщение о нарушении законов и иных нормативных правовых актов, недостатках в работе Компании и должностных лиц, либо критика деятельности Компании и должностных лиц;

Интерактивное обслуживание - заочное обслуживание потребителей с использованием сети Интернет в режиме текущего времени (он-лайн).

Качество обслуживания - совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных или предполагаемых потребностей потребителя.

Качество услуги - совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя.

Клиентоориентированный подход – подход к организации бизнеса, в котором достижение стратегических целей и устойчивой прибыльности компании основано, в том числе, на обеспечении лояльности клиентов. Для реализации клиентоориентированного подхода на практике проводится анализ и совершенствование бизнес-процессов с учетом потребностей клиентов.

Консультация – предоставление информации, разъяснений и рекомендаций специалистом потребителю по услугам, предоставляемым Компанией.

Контакт-центр - совокупность оборудования, программного обеспечения, работников, процессов для обеспечения обслуживания потребителей по телефону.

Обращение – направленное потребителем в адрес организации или должностного лица организации письменное (в т.ч. в форме электронного документа) или устное заявление.



Примечание: Обращение может быть запросом о предоставлении информации и т.п.

Он-лайн - (англ. On-line, от англ. on line — «на линии», «на связи», «в сети», «в эфире») — «находящийся в состоянии подключения».

Отзыв – контакт с клиентом, целью которого является определение уровня удовлетворенности клиента предоставленными ему услугами компании.

Обратная связь с клиентом обеспечивается посредством анализа обращений и жалоб, проведения опросов, создания постоянно действующих рабочих групп (консультационных, наблюдательных советов) с участием разных групп потребителей, органов государственной власти и местного самоуправления.

Очное обслуживание - обслуживание потребителей посредством личного контакта с сотрудниками организации.

Потребители электрической и тепловой энергии (клиенты) – лица, приобретающие (имеющие намерение приобрести) электрическую и тепловую энергию для собственных бытовых и (или) производственных нужд при заключении договора энергоснабжения и/или договора теплоснабжения.

Примечание. Потребители подразделены на три группы:

1-я группа - граждане-потребители и приравненные к ним в соответствии с нормативными правовыми актами в области государственного регулирования тарифов группы (категории) потребителей, приобретающие электрическую или тепловую энергию для личных, семейных, домашних и иных нужд по освещению, отоплению и горячему водоснабжению, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

2-я группа - организации - исполнители коммунальных услуг, приобретающие электрическую или тепловую энергию для предоставления коммунальных услуг.

3-я группа - юридические лица и предприниматели, приобретающие электрическую или тепловую энергию для собственных нужд.

Предложение - рекомендация потребителя по совершенствованию работы Компании;

Претензия (жалоба) - направленное потребителем в адрес Компании или должностного лица Компании письменное или устное заявление о нарушении прав или охраняемых законом интересов потребителя, о предоставлении услуги ненадлежащего качества и соответствующем уменьшении ее стоимости и т.п.

СТП – стандарт предприятия

Управление по Гемба - непосредственное изучение рабочего процесса на месте. Гемба - японский термин, означающий место, где клиенты соприкасаются с предлагаемыми услугами.

Фронт-офис - подразделения Компании, на которые возложены задачи, непосредственно связанные с комплексным обслуживанием клиентов.

Центр обслуживания клиентов (ЦОК) - центр, предназначенный для приема обращений потребителей по вопросам энергопотребления, технологического присоединения, передачи и распределения электроэнергии, осуществления коммунальных платежей напрямую гарантирующему поставщику без оплаты комиссии, создания комфортной, эргономичной среды взаимодействия, повышения эффективности обслуживания. В отличие от Фронт-офиса (см. выше) может оказывать не весь комплекс услуг.

E-mail - электронная почта (англ. email, e-mail, от англ. electronic mail) — технология и предоставляемые ею услуги по пересылке и получению электронных сообщений (называемых «письма» или «электронные письма») по распределённой (в том числе глобальной) компьютерной сети.

SMS (Short message service) - текстовые сообщения, используемые в основном для коммуникации и обмена информацией, распространяющиеся посредством мобильной телефонии и через Интернет.

5 Основные цели и задачи

- 5.1. Целью настоящего Стандарта является установление норм и правил взаимодействия с потребителями, единых требований к качеству обслуживания, формирующих лояльность клиентов в кратко- и долгосрочной перспективе.
- 5.2. Стандарт отражает требования к качеству обслуживания потребителей, предусмотренные нормативно-правовыми актами, действующими на территории РФ, и регламентирует требования к следующим процедурам взаимодействия с потребителями:
- 5.2.1. прием клиентов по вопросам технологического присоединения, заключения договоров энергоснабжения;
 - 5.2.2. ведение договоров, текущее обслуживание;
 - 5.2.3. реагирование на жалобы и обращения, обеспечение обратной связи;
 - 5.2.4. оценка степени удовлетворенности качеством услуг энергоснабжения и качеством обслуживания;
 - 5.2.5. осуществление мониторинга и контроля над обслуживанием потребителей, в том числе за исполнением решений, принятых по жалобам и обращениям потребителей;
 - 5.2.6. обеспечение информированности клиентов.
- 5.3. Установленные в настоящем Стандарте нормы и правила направлены:
- на создание комфортных условий и доброжелательного отношения к клиенту;
 - на сохранение и расширение клиентской базы;
 - на формирование и поддержание положительного имиджа компании в глазах клиентов, акционеров и сотрудников.

6 Концепция клиентоориентированной политики, ценности и принципы взаимодействия с клиентами

- 6.1. Ценности и принципы взаимодействия с клиентами определяются исходя из миссии компании – определение и выполнение обоснованных требований клиентов (потребителей), постоянный мониторинг их ожиданий и удовлетворенности, обеспечение надежного и бесперебойного энергоснабжения добросовестных клиентов (потребителей) услуг компании.
- 6.2. Помимо надежности и бесперебойности для потребителей важна доступность услуг, под которой понимается:
- территориальная доступность – клиентам гарантируется качественное обслуживание и оперативное рассмотрение обращений независимо от удаленности места проживания;
 - организационная доступность – правила пользования услугами должны быть прозрачны, публичны и исполнимы;
 - информационная доступность – полная и достоверная информация обо всех процедурах взаимодействия с компанией носит публичный характер и предоставляется в доступной форме. Клиенты надлежащим образом информируются о договорных условиях энергоснабжения, стоимости услуг, порядке формирования цен (тарифов) на оплату электрической и тепловой энергии, а также о наборе сервисных услуг, предоставляемых компанией.
- 6.3. Клиентоориентированный подход основан на систематическом взаимодействии с клиентами, отслеживании и анализе их потребностей, а также изучения мнения потребителей о качестве обслуживания. Он включает анализ рисков, поиск взаимовыгодных решений, конструктивное урегулирование и предотвращение конфликтов.
- Клиентоориентированность компании в современном бизнесе обуславливает

- способность организации извлекать дополнительную прибыль за счет глубокого понимания и эффективного удовлетворения потребностей клиентов.
- 6.4. Принцип «обратной связи» – осуществление изменений в деятельности компании в ответ на потребности и ожидания клиентов.
- 6.5. Принцип «объективности» – клиентам обеспечивается объективное и непредвзятое рассмотрение обращений и жалоб в установленные сроки, с учётом уровня добросовестности клиента, если в установленном законом порядке не установлено обратное. При рассмотрении обращений потребителей-граждан учитывается, что у большинства клиентов данной группы нет юридических и технических знаний по вопросам электроснабжения.
- 6.6. Применение индивидуального подхода к потребителям, учет особенностей каждой клиентской группы – данное требование распространяется на все категории потребителей и предполагает индивидуальную работу с крупными по объемам потребления клиентами, а также организацию специального обслуживания для ветеранов и социально уязвимых категорий населения.
- 6.7. Защита персональных данных – Компания использует полученные от клиентов персональные данные, такие как имя и фамилия, адрес, номер телефона и т.д., исключительно с целью исполнения договора энергоснабжения.
- 6.8. Основные задачи клиентоориентированного подхода:
- 6.8.1. Формирование внутренней среды компании, ориентированной на клиента:
- построение единой политики внутри компании, развитие идеологии;
 - формирование системы мотивации для обеспечения обоснованных требований клиента;
- 6.8.2. Повышение качества обслуживания клиента:
- соблюдение единства принципов организации взаимоотношений с клиентами;
 - реализация индивидуального подхода к клиенту вне зависимости от технических, экономических и социальных характеристик;
 - создание информационной среды, обеспечивающей максимальную информированность клиента в вопросах отношений с компанией, как в части информационного обеспечения реализации услуг, так и во внутренних процессах компании;
 - внедрение внутренних принципов контроля сроков и качества удовлетворения потребностей клиентов.
- 6.8.3. Обеспечение развития рынка сбыта услуг по технологическому присоединению, передаче электрической энергии и дополнительных сервисов:
- формирование методологии маркетингового обеспечения в компании;
 - создание эффективной системы маркетинга;
 - построение системы перспективного планирования;
 - создание прямых взаимоотношений с крупными клиентами.

7 Организационно-нормативное обеспечение

- 7.1. Система обслуживания клиентов в компании организуется таким образом, чтобы обеспечить оптимальный баланс качества обслуживания и стоимости услуг, а также удовлетворение требований клиентов в соответствии с законодательством Российской Федерации и условиями договора энергоснабжения.
- 7.2. Общие вопросы организации системы управления взаимодействием с клиентами (потребителями), соответствующие полномочия исполнительных органов компании, определяются в соответствии с принципами клиентоориентированной политики.
- 7.3. Для создания и поддержания системы централизованного обслуживания клиентов ООО «Иркутскэнергосбыт» обеспечивает наличие:
- квалифицированных специалистов, ответственных за взаимодействие с клиентами и

- организацию клиентского обслуживания;
 - помещений для приема клиентов (ЦОК, фронт-офисов);
 - компьютерного оборудования и программного обеспечения для осуществления расчетов с потребителями, а также регистрации, обработки обращений клиентов, формирования отчетов;
 - формализованных в соответствующей регламентирующей документации бизнес-процессов взаимодействия компании с клиентами;
 - пунктов приема платежей за потребленные энергоресурсы;
 - ресурсов заочного обслуживания потребителей (Контакт-центр, сайт Компании).
- 7.4. Для организации очного обслуживания клиентов используется два уровня офиса: внешний (фронт-офис) и внутренний (бэк-офис).
- 7.4.1. Фронт-офис предназначен для непосредственного взаимодействия с клиентом (потребителем), выполняя функции «одного окна». Фронт-офис принимает обращения и заявки клиентов, документы на заключение договоров, выдает оформленные договоры, производит сверку расчетов, принимает показания приборов учета, осуществляет консультирование в момент обращения клиента;
- 7.4.2. Бэк-офис обеспечивает рассмотрение, обработку и выполнение заявок и обращений клиентов, поступающих через фронт-офис.
В случаях, когда в пределах одного территориального структурного подразделения компании возможность организовать фронт-офис и бэк-офис отсутствует, допускается совмещение данных функций.
- 7.5. Для организации заочного обслуживания клиентов используется два ресурса: Контакт-центр и сайт компании.
- 7.5.1. Контакт-центр представляет собой единый информационно-справочный центр Компании, предназначенный для взаимодействия с потребителем по телефону выполняя функции «одного окна» на заочном уровне. Контакт-центр принимает обращения и заявки клиентов, производит сверку расчетов, принимает показания приборов учета, осуществляет консультирование в момент обращения клиента;
- 7.5.2. Сайт Компании обеспечивает рассмотрение, обработку и выполнение заявок и обращений клиентов, поступающих через сеть «Интернет», обеспечивает дистанционный доступ потребителя к информации, дает возможность передать показания приборов учета и произвести оплату за потребленные услуги в режиме он-лайн.
- 7.6. Компания предоставляет потребителям возможность свободного выбора любого типа каналов информационного взаимодействия (очного, заочного, интерактивного) в зависимости от индивидуальных возможностей и предпочтений потребителя для обращений, получения консультаций по вопросам энергоснабжения.
- 7.7. С учетом настоящего Стандарта в ООО «Иркутскэнергосбыт» разработаны следующие внутренние локальные документы:
- Порядок обслуживания потребителей в офисах ООО «Иркутская Энергосбытовая компания»;
 - Политика в области работы с бытовыми потребителями;
 - Положение о порядке рассмотрения письменных обращений бытовых потребителей ООО «Иркутскэнергосбыт»;
 - Правила очного и заочного (по телефону) общения с потребителями;
 - Регламент работы Единого энергетического информационно-справочного центра ООО «Иркутская Энергосбытовая компания»;
 - Руководство по фирменному стилю (brand book);
 - Положение о соблюдении делового стиля в одежде для сотрудников ООО «Иркутскэнергосбыт»;
 - Программа перехода на заочное обслуживание потребителей ООО «Иркутская

Энергосбытовая компания»;

- Программа клиентоориентированности ООО «Иркутская Энергосбытовая компания»;
- Положения о подразделениях, должностные и рабочие инструкции сотрудников, занятых обслуживанием потребителей.

8 Основные критерии качества и параметры взаимодействия с потребителями

8.1. Эффективный процесс взаимодействия с клиентами характеризуется следующими параметрами:

- единообразие требований к качеству предоставления услуг, соблюдение установленных сроков по всем процедурам взаимодействия;
- индивидуальный подход к клиентам, в том числе к инвалидам, ветеранам и социально уязвимым категориям населения;
- минимизация времени клиента, затраченного на получение услуги, в том числе посредством минимизации очных контактов клиентов и компании;
- оперативность реагирования на жалобы и устранения выявленных недостатков в работе с клиентами;
- полнота, актуальность и достоверность информации;
- мультиканальность предоставления информации;
- обеспечение права выбора клиентом способов и методов обслуживания.

8.2. Ключевыми критериями оценки качества взаимодействия с клиентами при оказании услуг энергоснабжения являются:

8.2.1. Обеспечение качества энергоснабжения:

С целью обеспечения качества электро- и теплоснабжения в ООО «Иркутскэнергосбыт» организован процесс приема обращений потребителей-граждан по вопросам поставки некачественной электрической и тепловой энергии, или прекращения поставки электрической и тепловой энергии. А также оповещения потребителей-граждан о причинах поставки некачественной электрической и тепловой энергии или прекращения поставки электрической и тепловой энергии, и о планируемых сроках устранения таких нарушений.

8.2.2. Обеспечение качества клиентского обслуживания, включающего в себя:

- заключение и исполнение договора энергоснабжения;
- прием показаний приборов учета электрической и тепловой энергии, в т.ч. способами допускающими возможность удаленной передачи сведений;
- начисление платы и сбор денежных средств с потребителей - граждан за отпущенную энергию;
- организация приёма всех обращений потребителей в адрес ООО «Иркутскэнергосбыт»;
- информирование потребителей по вопросам, связанным с процессом энергоснабжения в соответствии с требованиями действующего законодательства;
- информирование потребителей о деятельности компании, комментарии к нововведениям, анонсы информации на сайте и т.п.;
- наличие «обратной связи», открытость руководства отделений и центрального аппарата для разных форм коммуникаций;
- уважение, доброжелательность сотрудников;
- удобство месторасположения офиса, удобство парковки и режима работы;
- удобство и комфорт в офисах;
- оперативность работы сотрудников в решении вопросов (проблем) клиента;
- компетентность сотрудников.

9 Организация очного обслуживания

9.1 Организация инфраструктуры при очном обслуживании

- 9.1.1. Фронт-офисы и ЦОК представлены обособленными территориальными подразделениями: отделениями и производственными участками.
- 9.1.2. Количество и места расположения фронт-офисов и ЦОК определяются исходя из принципа доступности очного обслуживания.
- 9.1.3. Очное обслуживание производится в часы работы подразделений компании. Допускается смещение рабочего графика в зависимости от территориальных особенностей и необходимости работы в выходные и праздничные дни.
- 9.1.4. Очное обслуживание осуществляется руководителями и специалистами отделов по направлениям.

9.2 Требования к помещениям для приема потребителей

- 9.2.1. Помещения центров очного обслуживания клиентов должны быть организованы в максимально доступном для большинства граждан месте.
- 9.2.2. Помещения должны обеспечивать беспрепятственный доступ посетителей, в том числе граждан с ограниченными возможностями. При невозможности оборудовать помещение надлежащим образом (установка пандусов, лифтов в помещениях для приема) должно быть организовано обслуживание граждан с ограниченными возможностями на дому или использован другой способ обеспечения доступности обслуживания.
- 9.2.3. Внешний вид здания и помещений должны соответствовать Руководству по фирменному стилю ООО «Иркутскэнергобыт».
- 9.2.4. Необходимо размещение информационных вывесок, оформленных в едином корпоративном стиле:
 - у центрального входа в помещение (вывеска с названием, табличка с информацией о режиме работы);
 - у входа в каждое из внутренних помещений (табличка с наименованием подразделения; перечень вопросов, по которым ведется прием; табличка на столе или бейдж с указанием должности, фамилии, имени и отчества принимающего).
- 9.2.5. Вход и выход (включая аварийный) из помещения должны быть оборудованы указателями с автономными источниками бесперебойного питания.
- 9.2.6. В целях безопасности сотрудников и клиентов помещения оборудуются:
 - охранно-пожарной сигнализацией и средствами пожаротушения;
 - системой оповещения о возникновении чрезвычайной ситуации, тревожной кнопкой;
 - касса или все помещения – системой видеонаблюдения.
- 9.2.7. Обязательно наличие информационного стенда, расположенного на видном месте и в свободном доступе. Под стендом не должно быть диванов, стульев и других предметов, препятствующих просмотру информации. Стенд не должен быть закрыт открытыми дверями кабинетов.
- 9.2.8. Холл оснащен стойками и столами с канцелярскими принадлежностями (бумага, пишущие ручки) и местами для сидения (стулья, диваны).
- 9.2.9. Все помещения должны удовлетворять требованиям санитарной гигиены, постоянно поддерживаться в хорошем состоянии (ремонт, оформление), приветствуется размещение безопасных декоративных растений.

- 9.2.10. Ответственность за чистоту и порядок в офисном помещении несет непосредственный руководитель подразделения, работающего в данном помещении.
- 9.2.11. В помещении не должно находиться рекламных, информационных и прочих материалов сторонних организаций, содержащих их символику и других идентифицирующих элементов, кроме материалов группы компаний ОАО «Иркутскэнерго», ОАО «Евросибэнерго» и, в ограниченном количестве, сотрудничающих банков.

9.3 Требования к персоналу, осуществляющему прием потребителей

9.3.1. Требования к содержанию рабочего места:

- каждый сотрудник поддерживает чистоту и порядок на своем рабочем месте и следит за порядком в помещении офиса;
- на рабочем месте запрещен приём пищи;
- на рабочем месте сотрудника, ведущего прием потребителей, должна располагаться табличка (бейдж) с указанием должности, фамилии, имени и отчества сотрудника;
- недопустимо держать на рабочем месте: рекламную продукцию фирм-конкурентов; аксессуары (ежедневники, планинги, ручки, визитницы, календари и пр.) с нанесением логотипов других организаций, кроме производителей канцтоваров; художественную литературу, журналы, газеты, не имеющие прямого отношения к служебной деятельности; в пределах возможной видимости клиентом не должны находиться одежда, посуда, косметика;
- в доступных для посторонних людей местах не должны находиться: документы, содержащие конфиденциальную информацию ООО «Иркутскэнерго», ОАО «Иркутскэнерго», а также иные вещи, документы, предметы и материалы, использование и разглашение которых сторонними лицами может привести к ущербу для компании.

9.3.2. Требования к внешнему виду:

- Общие требования к внешнему виду сотрудников закреплены Положением «О соблюдении делового стиля в одежде для сотрудников ООО «Иркутскэнерго».

10 Организация заочного обслуживания

Инфраструктура заочного обслуживания включает 3 канала связи: телефон, почтовая переписка, интерактивное обслуживание.

10.1 Порядок заочного обслуживания посредством телефонной связи

- 10.1.1. Потребитель может воспользоваться следующими видами телефонной связи: прямой телефонный контакт со специалистом ООО «Иркутскэнерго»; единый телефон Контакт-центра ООО «Иркутскэнерго» 8-800-100-9777.
- 10.1.2. Телефоны для прямого контакта доступны в часы работы соответствующего подразделения ООО «Иркутскэнерго». Телефон Контакт-центра доступен круглосуточно.
- 10.1.3. Звонок на телефон Контакт-центра для потребителя бесплатный.
- 10.1.4. В случае прямого телефонного контакта потребитель должен в момент разговора получить ответ на свой вопрос. В случае если специалист, ответивший на телефонный звонок клиента, не может дать полный ответ в момент разговора

или подготовка информации для клиента требует некоторого времени (более 2 минут), потребителю сообщается об этом, указывается дата и время, когда можно перезвонить для получения точной и полной информации (возможен вариант, когда по согласованию с клиентом перезванивает сотрудник ООО «Иркутскэнергосбыт»).

- 10.1.5. В случае обращения клиента по телефону за получением информации о состоянии расчетов, уточнения количества проживающих и иной информации, которая носит конфиденциальный характер, клиент обязан представиться, назвать номер лицевого счета или адрес. В случае если гражданин отказывается выполнить вышеуказанные требования, специалист ООО «Иркутскэнергосбыт» имеет право отказать клиенту в предоставлении запрашиваемой информации.
- 10.1.6. В случае если обращение клиента содержит нецензурную брань, оскорбления или угрозы в адрес специалиста ООО «Иркутскэнергосбыт» или организации, специалист ООО «Иркутскэнергосбыт» может прервать контакт, уведомив об этом клиента.
- 10.1.7. При осуществлении записи потребитель предупреждается в начале телефонного разговора.
- 10.1.8. Алгоритм работы сотрудника Контакт-центра с обращениями клиентов по телефонной линии, техники и приемы эффективного общения по телефону определяются Регламентом работы Единого энергетического информационно-справочного центра ООО «Иркутская Энергосбытовая компания».
- 10.1.9. Для своевременного информирования клиента в Компании предусмотрено автооповещение (автоматический обзвон, СМС-оповещение с сообщениями о задолженности, плановых отключениях и т.п.).

10.2 Порядок заочного обслуживания посредством почтовой переписки

- 10.2.1. Почтовая переписка используется для направления документации, связанной с обслуживанием, а также в случаях, когда потребитель направляет обращение по почте.
- 10.2.2. Письменное обращение может быть направлено потребителем по адресу любого территориального подразделения ООО «Иркутскэнергосбыт», отправлено по E-mail через сеть «Интернет», отправлено с сайта компании через раздел «Обратная связь», либо представлено лично в любой центр очного обслуживания клиентов.
- 10.2.3. Работа с письменными обращениями бытовых потребителей регламентируется Положением «О порядке рассмотрения письменных обращений бытовых потребителей ООО «Иркутскэнергосбыт».
- 10.2.4. Требования к работе с письменными обращениями бытовых потребителей и юридических лиц аналогичны.
- 10.2.5. Потребитель информируется о невозможности предоставления письменного ответа, в случае если ответ по существу поставленного в обращении вопроса не может быть дан без разглашения сведений, составляющих конфиденциальную информацию.

10.3 Организация интерактивного обслуживания

- 10.3.1. Интерактивное обслуживание организуется на базе сайта компании www.sbyt.irkutskenergo.ru.
- 10.3.2. На сайте обслуживание потребителей осуществляется через разделы:
 - «Личный кабинет» - работу данного сервиса Компания обеспечивает с целью оперативного взаимодействия с клиентами – физическими и юридическими

лицами. Основной функционал личного кабинета: передача потребителем показаний приборов учета, получение информации о состоянии расчетов с расшифровкой начислений и оплат, оплата за потребленную энергию.

- «О компании» – история компании, виды деятельности и территория обслуживания, контактные данные, информация об органах управления компанией, официальные документы компании, перечень отделений и участков.
- «Потребителям»
 - информация для потребителей - юридических лиц (тарифы, объемы покупок на оптовом и розничном рынках электроэнергии, сбытовая надбавка);
 - информация для потребителей - физических лиц – территория обслуживания, тарифы, нормативы, порядок и способы оплаты, льготы, бланки квитанций и договора энергоснабжения;
 - о приборах учета;
 - о подготовке к отопительному сезону;
 - об энергосбережении (энергоэффективные мероприятия, о возможностях и способах экономии энергоресурсов);
 - о «горячей линии» ОАО «Иркутскэнерго»;
 - о Стандарте обслуживания потребителей.
- «Раскрытие информации» – информация о деятельности гарантирующего поставщика в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 21.01.2004 №24 – потребители могут ознакомиться с составляющими цены покупки электроэнергии (мощности), основными условиями договора и информацией об их изменении, об основаниях введения полного и (или) частичного ограничения режима потребления электрической энергии;
- «Закупки» – информация о проводимых закупках товаров, работ и услуг для нужд ООО «Иркутскэнергосбыт»;
- «Сервисный центр» – о сервисном центре, технологическом присоединении к электрическим сетям, сетям теплоснабжения, о заключении договоров энергоснабжения, о дополнительных услугах сервисного центра;
- «Контакт-центр» – об услугах единого энергетического информационно-справочного центра и способах обращений;
- «Пресса» – новости о компании, рейтинг сотрудников «лучшие по профессии», информация о проводимых конкурсах, акциях, голосования (опросы потребителей) и результаты опросов;
- «Реформа» – информация о реформировании отрасли;
- «Вопрос-ответ» – наиболее часто задаваемые вопросы потребителей и ответы на них; виртуальная книга отзывов и предложений;
- «Компании-партнеры» – краткое описание и контактные данные (телефон, адрес сайта) компаний, с которыми ООО «Иркутскэнергосбыт» поддерживает партнерские отношения;
- «Обратная связь» – в данном разделе любой потребитель может задать интересующий его вопрос и получить ответ на указанный им адрес электронной почты (E-mail);
- «Вакансии» – информация об открытых вакансиях в компании;
- «Нормативно-правовая база» – раздел содержит нормативно-правовые акты, касающиеся деятельности гарантирующего поставщика;
- «Злостные неплательщики» – список потребителей - юридических лиц, систематически нарушающих свои договорные обязательства в части оплаты за поставленные энергоресурсы;

- 10.3.3. Компания постоянно осуществляет контроль за актуальностью информации, размещенной на сайте. В результате обновления информации на сайте, структура представленной информации может быть изменена.
- 10.3.4. С целью оперативного взаимодействия с клиентами на сайте Компания обеспечивает работу сервиса «Личный кабинет» для потребителей – физических и юридических лиц.
Основной функционал личного кабинета: передача потребителем показаний приборов учета, получение информации о состоянии расчетов с расшифровкой начислений и оплат, оплата за потребленную энергию.
- 10.3.5. Составной частью инфраструктуры заочного обслуживания является организация обработки обращений потребителей и обмен информацией с использованием электронной почты. Алгоритм работы с обращениями клиентов по электронной почте определяется Регламентом работы Единого энергетического информационно-справочного центра ООО «Иркутская Энергосбытовая компания».

11 Организация обратной связи с потребителями

- 11.1. При взаимодействии с потребителями сотрудники ООО «Иркутскэнерго» обязаны руководствоваться действующим законодательством, а также действующими в компании локальными нормативными актами.
- 11.2. По отношению потребителя и компании обратная связь подразделяется на:
- активную (выражается в самостоятельном проявлении инициативы потребителем в предоставлении своего мнения о качестве обслуживания, соблюдении процесса обслуживания в компании);
 - пассивную (Компания обращается к гражданину для выяснения степени удовлетворенности обслуживанием).
- 11.3. По способу выражения обратная связь подразделяется на:
- жалобы,
 - предложения,
 - отзывы о деятельности.
- 11.4. Обратная связь осуществляется по следующим каналам связи:
- устные и письменные обращения клиентов, включая записи в «Книге отзывов и предложений»,
 - телефонные обращения, в том числе направленные факсимильной связью,
 - раздел «Обратная связь» на сайте компании,
 - электронная почта.
- 11.5. Рассмотрение обращений потребителей осуществляется бесплатно.
- 11.6. Обращения потребителей в письменном виде, направленные посредством почтовой, факсимильной связи, через сайт компании (раздел «Обратная связь»), на официальный адрес компании по электронной почте, при личном обращении – рассматриваются в соответствии с Положением «О порядке рассмотрения письменных обращений бытовых потребителей ООО «Иркутскэнерго».
- 11.7. По выбору потребителя ответ на его жалобу, предложение, обращение направляется посредством любого указанного им канала связи (почта, телефон, E-mail и т.д.).
- 11.8. Для изучения мнения клиентов о качестве обслуживания на регулярной основе (не реже двух раз в год) проводится маркетинговое исследование по выявлению степени удовлетворенности клиентов. На регулярной основе проводится анкетирование потребителей.

12 Информационное обеспечение потребителей

- 12.1. Информационное взаимодействие с потребителями имеет следующие формы:
- массовое информационное взаимодействие;
 - индивидуальное информационное взаимодействие по запросу;
 - предоставление информации по инициативе компании.
- 12.2. Массовое информационное взаимодействие заключается в размещении публикаций в СМИ о деятельности компании, информировании потребителей по вопросам, связанным с процессом энергоснабжения ООО «Иркутскэнергосбыт» путём размещения информации в центрах очного обслуживания или на официальном сайте www.sbyt.irkutskenergo.ru, а также размещение информации о проведении разнообразных PR-кампаний, направленных на информирование широкой общественности (настоящие и потенциальные клиенты, партнеры и сотрудники) о деятельности компании, возможных каналах связи и т.д. Базовый инструмент массового информационного взаимодействия с аудиторией – СМИ и сайт компании www.sbyt.irkutskenergo.ru.
- 12.3. Индивидуальное информационное взаимодействие заключается в предоставлении консультаций по запросу потребителя-гражданина. Информация, имеющая прямое отношение к предоставляемым гражданину услугам, должна предоставляться ему по первому требованию вне зависимости от информационного канала и в удобной для потребителя форме.
- 12.4. Предоставление клиенту информации по инициативе компании осуществляется через очные, заочные и интерактивные каналы информационного взаимодействия. По инициативе компании клиентам предоставляется два типа информации:
- справочная информация;
 - напоминания/сообщения.
- 12.5. К справочной информации относятся:
- извлечения из законодательных и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы, регулирующие деятельность компании и представленных в нем компаний;
 - настоящий Стандарт;
 - порядок и условия внесения платежей;
 - возможные последствия нарушения обязательств по оплате энергии в виде введения полного и (или) частичного ограничения режима потребления энергии;
 - порядок и условия приема показаний приборов учета и последствиях вывода их из строя либо их отсутствия;
 - размер и порядок расчета стоимости энергии, действующих тарифах и льготах
 - перечни документов, необходимых для выполнения действий, входящих в компетенцию сотрудников компании;
 - образцы и порядок оформления документов (в т.ч. договоров) и требования к ним;
 - схема размещения специалистов и режим приема ими клиентов, номера телефонов, адреса интернет-сайтов и электронной почты органов, в которых потребителям предоставляются документы, необходимые для выполнения действий, входящих в компетенцию компании;
 - порядок получения консультаций;
 - порядок обжалования решений, действий или бездействия сотрудников, исполняющих действия, входящие в компетенцию компании (порядок подачи обращений, претензий и жалоб на действия ГП);

- часто задаваемые вопросы, возникающие у потребителей в ходе энергоснабжения, и ответы на них;
 - развитие сервиса компании.
- 12.6. К напоминаниям/сообщениям относится информирование:
- о наличии задолженности;
 - о приближении срока оплаты за предоставленные услуги;
 - об изменении тарифов или правил предоставления услуг.
- 12.7. Очное информирование включает информационные стенды, «информационные киоски» и мониторы, расположенные в центрах очного обслуживания клиентов, информационные листовки и буклеты, распространяемые там же.
- 12.8. На информационных стендах, инфокиосках и в распространяемых в помещении центров очного обслуживания листовках и буклетах граждане могут ознакомиться со справочной информацией о деятельности компании.
- 12.9. Перечень типовой информации, обязательной для размещения на информационных стендах компании:
- 12.9.1. Стенд «Информация» для потребителей - физических лиц:
- Тарифы на текущий год
 - Нормативы
 - Информация о сайте компании
 - Информация о Контакт-центре
 - Альтернативные способы оплаты
 - Порядок замены/установки прибора учета
 - Случаи обязательного обращения в ООО «Иркутскэнергосбыт»
 - Способы передачи показаний приборов учета для потребителей.
- 12.9.2. Стенд «Информация» для потребителей – юридических лиц:
- Об обязательности установки приборов учета для измерения почасовых объемов (потребителям > 670 кВт)
 - Образец заполнения заявления на заключение договора энергоснабжения – 2 листа
 - Информация о технологическом присоединении на сайте компании
 - Информация о предоставляемых документах
 - О формах заявлений на технологическое присоединение
 - О заявлении на оформление Акта разграничения балансовой принадлежности
 - О заявлении на переоформление Акта разграничения балансовой принадлежности
 - О заявлении на получение разрешения на отбор мощности в сетях, не принадлежащих ОАО «ИЭСК»
- 12.9.3. Стенд «Услуги в сфере энергосбережения»:
- Перечень стандартных мероприятий по энергосбережению
 - Информация об энергетическом паспорте
 - Энергетическое обследование и организации, подлежащие обследованию
 - Энергосервисные услуги, оказываемые ООО «Иркутскэнергосбыт»
 - Энергосбережение для населения
 - Энергосбережение для малого бизнеса
 - Основная номенклатура энергосервисных работ
- 12.10. На информационных стендах не размещается информация внутреннего содержания (объявления для сотрудников).
- 12.11. Информационные мониторы предназначены для донесения информации потребителю посредством проката видеороликов Компании (группы компаний En+ Group по согласованию с руководством).

13 Требования к этике общения с клиентом

13.1 Общие принципы делового этикета

- 13.1.1. Правила делового этикета не абсолютны – они рассчитаны на то, что в каждом конкретном случае их применяют, исходя из ситуации. Неизменным в любой ситуации остается уважение к клиенту, здравый смысл и рациональность поведения сотрудника. Сотрудник в своем лице представляет компанию и отношение компании к клиенту.
- 13.1.2. Элементарные правила, которых должен придерживаться сотрудник:
- оперативно и качественно обслуживать клиента;
 - стремиться обеспечить максимальный эмоциональный комфорт для клиента. Предупредительность, тактичность, вежливость, доброжелательность и спокойствие являются безусловными составляющими высокой коммуникативной культуры общения сотрудника с клиентами;
 - сотрудник всегда первым приветствует клиента;
 - исключается обращение к клиенту по половому признаку – «мужчина»/«женщина»;
 - сотрудник, по возможности, обращается к клиенту по имени и отчеству и на «Вы» вне зависимости от его возраста и социального положения, это подчеркивает вежливое и уважительное отношение компании к клиенту.
- 13.1.3. Каждый клиент требует внимания. Сотрудник относится ко всем клиентам ровно и выдержанно вне зависимости от личных симпатий и антипатий.
- 13.1.4. Сотрудник должен уважать точку зрения клиента вне зависимости от того, разделяет он ее или нет. Не допускается явно навязывать свою точку зрения, игнорировать высказывания клиента.
- 13.1.5. Особое внимание следует уделять работе с жалобами клиентов:
- необходимо внимательно выслушать клиента и выразить готовность разобраться в возникшей ситуации;
 - сотрудник должен в обязательном порядке зафиксировать жалобу.
- 13.1.6. Иностранные слова или профессиональные термины при общении с клиентом сотрудник должен употреблять в меру и только в тех случаях, когда уверен в том, что клиент полностью понимает его. Запрещается употребление просторечных или грубых выражений.
- 13.1.7. Сотрудник должен до конца выяснить вопрос, по которому обратился клиент, и предложить оптимальный вариант решения его проблемы, чтобы клиенту не пришлось обращаться повторно.
- 13.1.8. При взаимодействии с клиентом сотрудник не должен предоставлять заведомо ложную информацию либо дезориентировать его иными способами.
- 13.1.9. Если у сотрудника нет полной уверенности в точности передаваемой клиенту информации, ему необходимо ее перепроверить. Если для выяснения деталей требуется значительное время, то сотруднику следует предложить клиенту связаться для получения информации повторно (при этом указать точное время) или предложить альтернативный канал получения информации.
- 13.1.10. Во избежание случайного предоставления ложной информации, сотрудник не вправе консультировать клиента по вопросам, требующим специальных знаний, выходящих за пределы его компетенции.
- 13.1.11. В случае, если сотрудник не обладает необходимой компетенцией для решения проблемы обратившегося к нему клиента, он должен:
- пригласить к клиенту компетентного специалиста;
 - задать направление поиска (предоставить телефон справочной службы,

название организации и т.п.).

Не разрешается говорить или намекать клиенту, что его проблема незначительна, и тем более сравнивать его с другими клиентами.

13.1.12. Чрезвычайные обстоятельства не могут служить оправданием для нарушений закона или унижающих достоинство видов общения.

13.1.13. Правила очного и заочного (по телефону) общения с потребителями:

- Сотрудник приветствует потребителя – «Добрый день/утро/вечер» либо «Здравствуйте» «Иркутская Энергосбытовая компания» или «Иркутскэнерго»;
- Сотрудник должен представиться – «Имя», либо «Имя, Фамилия», либо «Фамилия»;
- Сотрудник выражает готовность к общению (решению проблемы) – «Чем я Вам могу помочь?» либо «Слушаю Вас», либо «Я Вас слушаю»;
- При завершении разговора сотрудник прощается и благодарит потребителя за обращение в ООО «Иркутскэнерго» – «Спасибо за обращение. До свидания».

13.1.14. Персоналу бэк-офиса при общении по телефону необходимо применять представление:

1. Приветствие – Здравствуйте, «Иркутская Энергосбытовая компания»;
2. «Фамилия» либо «Имя, Фамилия»;
3. При завершении разговора – «До свидания».

При общении персонала бэк-офиса с потребителем, применяются правила общения для персонала, обслуживающего потребителя.

13.2 Деловой этикет при очном обслуживании клиентов

13.2.1. Личное общение с клиентом является важным элементом корпоративной культуры компании.

13.2.2. При очном обслуживании сотрудник должен стремиться к максимальной продуктивности обслуживания, выраженной в минимальном количестве активных контактов.

13.2.3. При обсуждении принципиально важных или спорных моментов сотруднику необходимо:

- получить подтверждение, понял ли его клиент. Повторяя ключевые фразы беседы, нужно убедиться, что стороны пришли к согласию относительно дальнейших действий клиента;
- получить подтверждение, понял ли он клиента. В случае сомнения, перефразируя ключевые фразы беседы, уточнить понимание.

13.2.4. Рекомендуются предоставлять клиенту важную или сложную для запоминания информацию в письменном виде (в т.ч. перечни документов, дата следующего посещения, телефон Контакт-центра).

13.2.5. Сотрудник должен демонстрировать доброжелательное отношение к клиенту манерой общения, способом здороваться, улыбкой и т.п.

13.2.6. В конце общения сотруднику следует поблагодарить клиента за визит.

13.2.7. Нормы и правила служебного этикета предписывают сотруднику воздерживаться от: разговора по телефону, игнорируя присутствие посетителя; организации в служебных помещениях застолий, посвященных праздникам, памятным датам, участия в них; употребления напитков, содержащих алкоголь, накануне и во время исполнения служебных обязанностей; курения в общественных местах.

13.2.8. При проведении очного приема потребителя сотруднику следует разговаривать

с потребителем в спокойной манере, уверенно и твердо, не оказывая психологического давления, независимо от эмоционального состояния потребителя, найти соответствующий тон и нужные слова для снятия эмоционального напряжения, продемонстрировать потребителю свою беспристрастность.

13.2.9. При выполнении задач на объекте потребителя:

- использовать находящиеся в его распоряжении материальные и нематериальные ресурсы исключительно в служебных целях;
- проявлять чуткость и внимание к клиентам, особенно к людям преклонного возраста, людям с физическими недостатками;
- при проведении в жилом помещении работ не допускать небрежного обращения к предметам и личным вещам граждан.

13.2.10. При выполнении контрольно-проверочных функций в ходе инспектирования, контрольных проверок приборов учета:

- достойно представлять компанию, проявляя требовательность, твердость, принципиальность в сочетании с корректностью, скромностью, уважением достоинства потребителя;
- справедливо, объективно и компетентно оценивать проверяемого, исключая влияние предвзятых мнений и суждений;
- воздерживаться от застолий, недопустимых знаков внимания, завуалированных взяток в форме подарков или подношений, предлагаемых в ходе проверки.

13.2.11. Для сотрудника недопустимы:

- поспешность в принятии решений, пренебрежение моральными нормами, использование средств, несоответствующих требованиям закона, нравственным принципам и нормам;
- провокационные действия, связанные с подстрекательством, склонением, побуждением в прямой или косвенной форме к совершению правонарушений;
- разглашение фактов и обстоятельств частной жизни, ставших известными в ходе работы;
- избирательный подход в принятии мер к нарушителям;
- равнодушие, бездеятельность и пассивность в предупреждении и пресечении нарушений.

13.3 Деловой этикет при телефонных переговорах

13.3.1. Телефонные переговоры являются важным элементом корпоративной культуры компании. Сотрудник, отвечающий на телефонный вызов, формирует соответствующий имидж компании у клиентов и партнеров.

13.3.2. Необходимо своевременно, не позже третьего сигнала, отвечать на входящий телефонный вызов.

13.3.3. При осуществлении исходящего вызова сотруднику необходимо прекратить попытки выйти на связь после четвертого сигнала телефонного аппарата.

13.3.4. Телефонный разговор следует вести таким образом, чтобы проблема каждого клиента была решена, и у него осталось приятное впечатление о компании.

13.3.5. Из-за особенностей телефонной связи сотруднику необходимо четко выговаривать слова, чтобы клиент хорошо их слышал и понимал.

13.3.6. Следует следить за скоростью своей речи, т.к. слишком быстрая или слишком медленная речь затрудняют общение.

13.3.7. Рекомендуется использовать приемы активного слушателя, поддерживая

- постоянную связь с собеседником посредством слов и междометий.
- 13.3.8. Если сотрудник не уверен, что правильно расслышал что-либо в телефонном сообщении, ему необходимо переспросить клиента во избежание недопонимания.
- 13.3.9. Сотрудник должен быть лаконичен, четок в изложении информации, не употреблять лишних слов, не допускать продолжительных пауз. Телефонный разговор должен быть содержательным, но кратким.
- 13.3.10. Если сотрудник не может сразу ответить на вопрос клиента, рекомендуется записать номер телефона клиента и перезвонить ему.
- 13.3.11. Запрещено посвящать телефонного собеседника в дела и проблемы коллег, комментировать их действия.
- 13.3.12. Не рекомендуется вести телефонные переговоры по громкой связи.
- 13.3.13. Если клиент ждет на линии, сотрудник не должен в это время разговаривать с другими сотрудниками, или клиентами в офисе. При наличии технической возможности необходимо включать музыку клиенту при удержании на линии.
- 13.3.14. В конце общения сотруднику необходимо поблагодарить клиента за звонок.

13.4 Принципы урегулирования конфликтов

- 13.4.1. Недопущение возникновения конфликта является важным условием для обеспечения защиты интересов потребителей.
- 13.4.2. Во избежание конфликтных ситуаций сотрудники ООО «Иркутскэнергосбыт» обязаны:
- стремиться действовать в интересах потребителя-гражданина, уметь распознать и избегать ситуаций, когда может возникнуть конфликт;
 - не допускать возникновения ситуации, при которой в конфликте начинают участвовать другие потребители;
 - соблюдать принцип конфиденциальности.
- 13.4.3. В случае возникновения обстоятельств, которые, по мнению сотрудника, могут привести к конфликту, он обязан срочно поставить в известность об этом своего непосредственного руководителя, который должен принять меры к урегулированию возникшей ситуации.
- 13.4.4. При разрешении конфликтных ситуаций с потребителями-гражданами действия сотрудников ООО «Иркутскэнергосбыт», включая принимаемые ими решения, не должны преследовать личный интерес.
- 13.4.5. Сотрудники должны проявлять терпимость и тактичность при обращении с потребителями, стремясь обеспечить их наилучшим сервисом, так как предупредительное отношение к потребителям, создание наиболее благоприятных условий для них является залогом длительных партнерских отношений.

14 Контроль и анализ качества обслуживания потребителей

- 14.1. Контроль и анализ качества обслуживания потребителей (мониторинг удовлетворенности потребителей) проводится в целях определения областей улучшения деятельности, разработки и осуществления мер по наиболее полному удовлетворению требований и ожиданий потребителей. Мониторинг проводится на основе анализа полученной информации о качестве обслуживания и деятельности организации в целом.

- 14.2. Объектом мониторинга является удовлетворенность потребителей следующими сторонами деятельности компании:
- качество обслуживания потребителей;
 - информирование об услугах;
 - прохождение запросов, договора или заказа, включая изменения к ним;
 - обратная связь с потребителями, включая претензии;
 - репутация компании.
- 14.3. Для контроля качества обслуживания потребителей в ООО «Иркутскэнергосбыт» проводятся следующие мероприятия:
- исследования методом «Тайный посетитель» два раза в год;
 - проведение профессиональных соревнований между производственными участками и межрайонными отделениями (в части работы с потребителями-гражданами), тематических конкурсов по вопросам клиентоориентированного подхода;
 - управление по Гемба.
- 14.4. Для мониторинга и анализа качества обслуживания потребителей – физических лиц предусмотрены следующие мероприятия:
- анкетирование для оценки качества обслуживания и его улучшению потребителями-гражданами,
 - очный опрос потребителей-граждан по качеству обслуживания,
 - анализ претензий и обращений. В каждом зале обслуживания потребителей-граждан отделений и производственных участков располагается книга отзывов и предложений.