

**ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ  
«Р-ЭНЕРГИЯ»  
(ООО «Р-ЭНЕРГИЯ»)**

Приложение  
к приказу ООО «Р-Энергия»  
от 30 01.2026 № 14/01/26



**СТАНДАРТ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ  
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ЭЛЕКТРИЧЕСКОЙ ЭНЕРГИИ  
ГАРАНТИРУЮЩИМ ПОСТАВЩИКОМ  
ООО «Р-ЭНЕРГИЯ»**

**г. Рязань  
2026**

## Оглавление

<b>I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....</b>	<b>3</b>
1. Цели .....	3
2. Область применения .....	3
3. Нормативные ссылки .....	3
4. Термины и определения.....	5
<b>II. ПОРЯДОК ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ .....</b>	<b>6</b>
1. Принципы взаимодействия гарантирующего поставщика с клиентами .....	6
2. Организационно-нормативное обеспечение .....	7
3. Инфраструктура очного обслуживания .....	8
4. Инфраструктура заочного обслуживания .....	8
5. Личный кабинет клиента .....	9
5.1 Основные функции личного кабинета клиента для физических лиц .....	9
5.2 Основные функции личного кабинета клиента для юридических лиц .....	9
6. Информационные разделы официального сайта гарантирующего поставщика .....	10
7. Типовой процесс обслуживания клиента .....	10
8.1 Начало обслуживания клиента .....	10
8.2 Выяснение потребностей клиента .....	11
8.3 Предоставление клиенту необходимой консультации или услуги .....	11
8.4 Завершение обслуживания клиента .....	11
8.5 Регистрация информации и/ или оформление документов по результатам обслуживания.....	11
8. <b>Этикет общения и культура обслуживания клиента.....</b>	<b>11</b>
9.1 Правила общения .....	11
9.2 Поведенческие особенности при очном обслуживании.....	11
9.3 Культура обслуживания при выявлении ошибок.....	12
9.4 Работникам Компании запрещается.....	12
9.5 Особенности общения с людьми с ограниченными возможностями.....	12
9.6 Общение с людьми, испытывающими трудности при передвижении:.....	12
9.7 Общение с людьми с плохим зрением и незрячими:.....	13
9.8 Общение с людьми с нарушением слуха:.....	13
9.9 Общение с людьми с задержкой в развитии и затруднениями в общении: .....	13
9.10 Общение с людьми, испытывающими затруднения в речи:.....	13
9.11 Типовой алгоритм урегулирования конфликтов .....	14
10. <b>Дресс-код.....</b>	<b>14</b>
11. <b>Рабочее место сотрудника, обслуживающего клиента .....</b>	<b>15</b>
12. <b>Очное обслуживание.....</b>	<b>15</b>
13. <b>Организация обслуживания в зале обслуживания клиентов .....</b>	<b>15</b>
13.1 Осуществление обслуживания сотрудником зала.....	15
13.2 Алгоритм обслуживания в зале обслуживания клиентов .....	16
13.3 Внешний вид сотрудников зала обслуживания клиентов.....	16
13.4 Оборудование помещения зала .....	16
13.5 Рекомендации к содержанию информационных стендов, стоек .....	17
13.6 Организация выездного обслуживания .....	17
13.7 Этикет выездного обслуживания .....	18
14. <b>Заочное обслуживание .....</b>	<b>18</b>
14.1 <b>Организация обслуживания Контакт- центром .....</b>	<b>18</b>
14.2 <b>Алгоритм обслуживания по телефону .....</b>	<b>19</b>
14.3 Этикет телефонных переговоров .....	19
14.4 Организация автоинформирования .....	20
15. <b>Организация работы с письменными обращениями.....</b>	<b>20</b>
15.2 Алгоритм обслуживания клиента, направившего письменное обращение.....	21
15.3 Этикет деловой переписки.....	21
15.4 Структура делового письма .....	22
15.5 Отправка письма по электронной почте (e-mail).....	22
16. <b>Интерактивное обслуживание.....</b>	<b>22</b>
16.2 Организация интерактивного обслуживания с использованием сайта .....	23
16.3 Организация интерактивного обслуживания с использованием Личного кабинета/ Мобильного приложения .....	23
16.4 Организация интерактивного обслуживания через мессенджеры .....	23
16.5 Организация интерактивного обслуживания через Чат-боты.....	23
16.6 Интерактивное обслуживание клиентов посредством социальных сетей обеспечивает .....	23
<b>Публичная страница Компании ВКонтакте и других социальных сетях позволяет: ....</b>	<b>23</b>
17 Организация интерактивного обслуживания посредством ЭДО .....	24
<b>ГЛАВА III. ПОРЯДОК ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ: ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ МОНИТОРИНГА УДОВЛЕТВОРЁННОСТИ КЛИЕНТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ КОМПАНИИ .....</b>	<b>24</b>
1. <b>Мониторинг удовлетворенности клиентов .....</b>	<b>25</b>

## I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Настоящий стандарт устанавливает базовые требования к взаимодействию гарантирующего поставщика с потребителем электрической энергии, имеющим намерение заключить договор энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности), при осуществлении энергоснабжения (поставки электрической энергии (мощности) и оказании коммунальных услуг по электроснабжению гарантирующим поставщиком электрической энергии в пределах соответствующей зоны деятельности, включая правила и характеристики очного и заочного обслуживания потребителей, реагирование на обращение клиентов, обеспечение обратной связи и оценку степени удовлетворенности качеством обслуживания гарантирующим поставщиком.

2. Действие настоящего стандарта распространяется также на взаимоотношения с любым лицом, имеющим намерение заключить договор энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности).

### 1. Цели

Целями настоящего стандарта являются установление норм и правил взаимодействия гарантирующего поставщика с клиентами, единых требований к качеству очного обслуживания и заочного обслуживания, оптимизация и формализация процедур взаимодействия гарантирующего поставщика и клиента.

Настоящий стандарт устанавливает требования к следующим процессам:

- а) взаимодействие с клиентами при очном обслуживании и заочном обслуживании;
- б) реагирование на обращения клиентов и обеспечение обратной связи;
- в) оценка степени удовлетворенности качеством обслуживания гарантирующим поставщиком.

Настоящий стандарт определяет основные направления повышения удовлетворенности клиентов качеством обслуживания:

- а) оперативное реагирование на обращения клиентов, сокращение времени решения вопросов;
- б) оптимизация затрат клиентов и гарантирующего поставщика;
- в) создание комфортных условий и доброжелательного отношения к клиентам.

### 2. Область применения

Стандарт предназначен для применения в ООО «Р-Энергия», далее - Гарантирующий поставщик, Компания.

Действие Стандарта распространяется на взаимоотношения с клиентами - потребителями услуг: физическими лицами, юридическими лицами, предпринимателями без образования юридического лица, а также исполнителями коммунальных услуг из числа товариществ собственников жилья, жилищных кооперативов, управляющих и ресурсоснабжающих организаций.

### 3. Нормативные ссылки

В Стандарте учтены требования следующих нормативно-правовых актов:

#### Внешние нормативные документы

№ п/п	Номер и Дата документа	Наименование документа
1	№ 51-ФЗ от 30.11.1994	Гражданский кодекс Российской Федерации
2	№ 188-ФЗ от 29.12.2004	Жилищный кодекс Российской Федерации
3	№ 35-ФЗ от 26.03.2003	Федеральный закон «Об электроэнергетике»
4	№ 187-ФЗ от 26.07.2017	Федеральный закон «О безопасности критической информационной инфраструктуры Российской Федерации»

5	№ 152-ФЗ от 27.07.2006	Федеральный закон «О персональных данных»
6	№ 59-ФЗ от 02.05.2006	Федеральный закон «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации»
7	№ 54-ФЗ от 22.05.2003	Федеральный закон «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчётов в Российской Федерации»
8	№ 2300-1 от 07.02.1992	Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей»
9	№ 442 от 04.05.2012	Постановление Правительства Российской Федерации «О функционировании розничных рынков электрической энергии, полном и (или) частичном ограничении режима потребления электрической энергии»
10	№ 354 от 06.05.2011	Постановление Правительства Российской Федерации «О предоставлении коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов»
11	№ 124 от 14.02.2012	Постановление Правительства Российской Федерации «О правилах, обязательных при заключении договоров снабжения коммунальными ресурсами»
12	№ 811 от 12.08.2022	Приказ Минэнерго Российской Федерации «Об утверждении Правил технической эксплуатации электроустановок потребителей электрической энергии»
13	№ 890 от 19.06.2020	Постановление Правительства РФ от 19.06.2020 N 890 "О порядке предоставления доступа к минимальному набору функций интеллектуальных систем учета электрической энергии (мощности)"

#### 4. Термины и определения

Наименование термина	Используемые в настоящем стандарте термины и определения означают следующее:
Автоинформирование	Вид услуги по информированию клиентов с использованием записанного аудиосообщения посредством телефонной связи
Выездное обслуживание	Вид очного обслуживания на территории клиентов, которое осуществляется работниками Компании или работниками Компании-партнёра
Дресс-код	Правила внутреннего распорядка Компании, касающиеся внешнего вида сотрудников
Претензия (жалоба)	Обращение, содержащее информацию о ненадлежащем исполнении договорных обязательств со стороны гарантирующего поставщика и (или) требование о восстановлении нарушенных прав или охраняемых законом интересов клиента
Заочное обслуживание	Обслуживание клиентов без личного контакта с работниками гарантирующего поставщика (привлеченного им третьего лица)
Центр обслуживания клиентов	Подразделение, предназначенное для осуществления очного обслуживания клиентов по вопросам, относящимся к деятельности гарантирующего поставщика, и расположенное в его зоне деятельности
Интерактивное обслуживание	Форма заочного обслуживания с использованием сети Интернет, e-mail-сервисов, мобильных приложений, мессенджеров
Интерактивный автоответчик	Голосовой помощник, интерактивная информационно-справочная система, необходимая для автоматизированной обработки обращений клиентов с помощью тонального набора или голосовых команд
Канал коммуникации	Канал обмена информацией между клиентами и Компанией
Контакт-центр	Совокупность оборудования, программного обеспечения, работников, процессов для обеспечения обслуживания клиентов по многоканальному номеру телефона
Качество обслуживания	Совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение потребностей клиентов
Консультирование	Предоставление справочной информации на обращение клиента
Личный кабинет клиента	Отдельный раздел на официальном сайте гарантирующего поставщика или в мобильном приложении, где обеспечивается возможность создания и управления учетными записями, обмена информацией, в том числе в целях осуществления юридически значимых действий, между клиентом и гарантирующим поставщиком в электронной форме, включая направление документов, сведений, обращений и получение информации, позволяющий предоставлять и получать дистанционный доступ к сведениям о заключенном (планируемом к заключению) договоре энергоснабжения (купли-продажи (поставке) электрической энергии (мощности), его исполнении, иным услугам, а также иной информации, предоставляемым гарантирующим поставщиком
Мобильное приложение	Программное обеспечение гарантирующего поставщика, предназначенное для работы в личном кабинете клиента на смартфонах, планшетах и других мобильных устройствах

Обращение	Письменное или устное заявление клиента в адрес гарантирующего поставщика по вопросам снабжения электрической энергией
Очное обслуживание	Обслуживание клиентов посредством личного контакта с работниками гарантирующего поставщика (привлеченного им третьего лица) осуществляется в центрах обслуживания клиентов, а также может осуществляться в иных подразделениях и (или) территориальных отделениях гарантирующего поставщика либо привлеченного им для этих целей третьего лица
Официальный сайт гарантирующего поставщика	Информационный ресурс, объединяющий под одним адресом (доменным именем или IP-адресом) совокупность документов и сервисов гарантирующего поставщика в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
Клиент	Потребитель электрической энергии, имеющий намерение заключить либо заключивший договор энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности))
Платёжный терминал	Программно-аппаратный комплекс, предназначенный для осуществления приема платежей без участия кассира-контролера
Персональные данные Потребителя	Информация, относящаяся к определенному или определяемому на основании такой информации физическому лицу (субъекту персональных данных). К персональной информации физического лица относятся: номер и дата выдачи основного документа, удостоверяющего личность сведения о выдавшем его органе, фамилия, имя, отчество потребителя; год, месяц, дата и место рождения; адрес регистрации; иная информация в соответствии с законодательством РФ о персональных данных
Виртуальный собеседник (чат-бот)	Разновидность программного робота для письменного и (или) голосового общения с клиентами
Система ЭДП и ДО	Система электронного делопроизводства и документооборота
Система «Электронная очередь»	Комплекс средств аппаратного и программного обеспечения, позволяющий оптимизировать управление потоками клиентов
Смс-сообщение	Короткое текстовое сообщение, состоящее из букв или символов, набранных в определенной последовательности, предназначенное для передачи по сети подвижной радиотелефонной связи и радиосвязи

## II. ПОРЯДОК ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ

### 1. Принципы взаимодействия гарантирующего поставщика с клиентами

- 1.1 Основными принципами взаимодействия гарантирующего поставщика с клиентами являются качество обслуживания и его доступность, под которыми понимаются:
- а) территориальная доступность - клиентам предоставляется качественное обслуживание и оперативное рассмотрение обращений, независимо от удаленности места проживания, при наличии технической возможности;
  - б) организационная доступность - правила пользования услугами гарантирующего поставщика должны быть прозрачны и исполнимы;
  - в) информационная доступность - полная и достоверная информация обо всех процедурах взаимодействия с гарантирующим поставщиком носит публичный характер и предоставляется в доступной форме. Клиенты информируются:
- 1.2 о порядке заключения договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности), договора предоставления коммунальной услуги по электроснабжению;
- 1.3 о порядке и способах оплаты;

- 1.4 о порядке расчета стоимости электрической энергии (мощности) и услуг;
- 1.5 о порядке формирования и размере тарифов (нерегулируемых цен) на электрическую энергию (мощность);
- об иных процессах, осуществляемых между гарантирующим поставщиком и клиентом.
- Обслуживание клиентов также основано на следующих принципах:
- а) обратная связь - гарантирующий поставщик уведомляет о результатах рассмотрения обращения клиента;
- б) объективность - обеспечивается объективное и непредвзятое рассмотрение обращений в установленные сроки исходя из предположения добросовестности и разумности клиента. При рассмотрении обращений граждан, а также индивидуальных предпринимателей учитывается, что клиент не является профессиональным участником рынков электрической энергии (мощности);
- в) одно окно - за одно обращение клиент может задать несколько интересующих его вопросов и получить на каждый из них ответ по существу, а если решение вопроса требует дополнительного изучения документов, должна быть предоставлена информация о сроках и форме предоставления ответов, при этом гарантирующий поставщик вправе отказать клиенту в рассмотрении вопроса по существу в случае, если он не относится к сфере деятельности гарантирующего поставщика;
- г) защита персональных данных - обработка персональных данных клиентов осуществляется в соответствии с Федеральным законом "О персональных данных". Работники гарантирующего поставщика обязуются соблюдать конфиденциальность персональных данных клиентов и обеспечить безопасность персональных данных при их обработке. Передача документов и информации, полученных от клиентов, третьим лицам допускается только в предусмотренных законом случаях;
- д) вежливое и уважительное отношение к клиентам (при этом гарантирующий поставщик вправе отказать клиенту в рассмотрении обращения по существу в случае, если в обращении клиента содержатся нецензурные либо оскорбительные выражения, угрозы в адрес гарантирующего поставщика, имуществу, жизни и (или) здоровью работников гарантирующего поставщика).

## 2. Организационно-нормативное обеспечение

Общие вопросы организации управления взаимодействия с клиентами определяются в соответствии с локальными нормативными актами гарантирующего поставщика.

Клиент имеет право выбрать любой способ информационного взаимодействия (очное, заочное) в зависимости от его индивидуальных, технических возможностей и предпочтений.

Система обслуживания клиентов гарантирующего поставщика обеспечивается посредством:

- а) квалифицированных специалистов, ответственных за взаимодействие с клиентами и организацию их обслуживания;
- б) центров обслуживания клиентов;
- в) компьютерного оборудования и программного обеспечения для регистрации, обработки обращений клиентов и формирования отчетов;
- г) формализованных бизнес-процессов взаимодействия гарантирующего поставщика с клиентами.

Обслуживание гарантирующим поставщиком клиентов осуществляется в том числе с соблюдением следующих требований:

а) опубликование (размещение) форм договоров энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности) на официальном сайте гарантирующего поставщика и в центрах обслуживания клиентов;

б) обеспечение приема показаний приборов учета от клиентов способами, допускающими возможность удаленной передачи показаний приборов учета, - посредством телефона, информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет");

в) обеспечение выставления клиенту счетов на оплату электрической энергии способами, допускающими возможность их удаленной передачи, - посредством почтовой связи, сети "Интернет";

г) обеспечение клиенту возможности внесения платы по договору энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности) различными способами, в том числе непосредственно гарантирующему поставщику без оплаты комиссии;

д) организация приема обращений клиентов по вопросам прекращения поставки электрической энергии, а также оповещения клиентов о причинах прекращения поставки электрической энергии;

е) обеспечение приема обращений клиентов по вопросам организации коммерческого учета электрической энергии.

### 3. Инфраструктура очного обслуживания

Очное обслуживание клиентов гарантирующего поставщика осуществляется в центрах обслуживания клиентов. Перечень центров обслуживания клиентов, зоны обслуживания (при наличии деления на зоны обслуживания), адреса, часы работы, контактные телефоны (при наличии выделенных телефонных номеров) и адреса электронной почты (при наличии) указываются на официальном сайте гарантирующего поставщика.

Режим и порядок работы центров обслуживания клиентов устанавливаются гарантирующим поставщиком.

Центры обслуживания клиентов обеспечивают территориальную, организационную и информационную доступность клиентам и функционируют на основе принципов, указанных в пункте 8 настоящего стандарта.

Центры обслуживания клиентов выполняют следующие функции:

а) организация обслуживания клиентов с учетом положений законодательства Российской Федерации об электроэнергетике, настоящего стандарта, договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности) и договора предоставления коммунальной услуги по электроснабжению;

б) организация предоставления информации, очного консультирования клиентов по всем вопросам, связанным с деятельностью гарантирующего поставщика, предоставление типовых форм документов клиенту;

в) обеспечение приема платежей от клиентов (как минимум в безналичной форме), за исключением случаев отсутствия возможности обеспечить работу платежных сервисов из-за отсутствия устойчивых каналов связи по причинам, не зависящим от гарантирующего поставщика;

г) прием заявок на заключение договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности) или договора на оказание иных услуг, а также иных документов от клиента, проверка перечня документов, проверка полноты сведений в заявке, анализ документов на соответствие требованиям к документам, установленным нормативными правовыми актами;

д) выдача клиентам документов, связанных с реализацией договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности) или договора предоставления коммунальной услуги по электроснабжению;

е) прием обращений, связанных с деятельностью гарантирующего поставщика или в случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации, сетевой организации.

К помещению центра обслуживания клиентов для очного обслуживания обеспечивается беспрепятственный доступ посетителей, в том числе граждан с ограниченными возможностями, в рамках требований законодательства Российской Федерации.

Информационные указатели, оформленные в едином корпоративном стиле, размещаются у центрального входа в помещение:

- вывеска с названием;
- табличка с информацией о режиме работы.
- Вход и выход (включая аварийный) из помещения оборудуются соответствующими указателями.

### 4. Инфраструктура заочного обслуживания

Система заочного обслуживания в качестве способов информационного взаимодействия (с учетом их функциональной специфики) включает телефонную и почтовую связь.

Дополнительно по решению гарантирующего поставщика могут быть использованы следующие способы информационного взаимодействия:

- а) электронная почта;
- б) личный кабинет клиента;
- в) мобильное приложение;
- г) мессенджеры;
- д) социальные сети;
- е) смс-сообщение;
- ж) виртуальный собеседник (чат-бот);
- з) официальный сайт гарантирующего поставщика;
- и) иные способы.

Информация о многоканальном телефонном номере и других контактных телефонах, по которым клиент может заочно обратиться к гарантирующему поставщику по интересующим его вопросам, а также времени работы контакт-центра размещается:

- на официальном сайте гарантирующего поставщика;
- на платежном документе (для граждан-потребителей).

Почтовая переписка может использоваться для направления документации, связанной с

обслуживанием в соответствии с условиями договора, либо по запросу клиента в случае, когда он в обращении просит направить ответ или документы почтовым отправлением.

Электронная почта или система обратной связи на официальном сайте гарантирующего поставщика используются для направления обращений и предоставления ответов гарантирующим поставщиком с учетом ограничений, установленных законодательством Российской Федерации.

Для предоставления клиентам, обратившимся через контакт-центр, справочной информации о предоставляемых гарантирующим поставщиком услугах может использоваться в том числе интерактивный автоответчик.

## **5. Личный кабинет клиента**

Личный кабинет клиента, создаваемый гарантирующим поставщиком для каждого клиента, реализуется посредством официального сайта гарантирующего поставщика и (или) на базе мобильного приложения гарантирующего поставщика (мобильного приложения сторонней организации на основании соответствующего договора). Личный кабинет клиента является способом получения определенных видов услуг гарантирующего поставщика посредством компьютеризированных устройств (персональный компьютер, смартфон, планшет) без посещения центра обслуживания клиентов.

Набор функций личного кабинета может быть изменен с целью улучшения качества обслуживания клиентов.

### **5.1 Основные функции личного кабинета клиента для физических лиц**

- а) круглосуточный режим работы сервиса, за исключением плановых технических работ;
- б) направление заявки на заключение, изменение, расторжение договора энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности), получение проекта договора, дополнительного соглашения, иных документов и актуальной информации, связанной с заключением, изменением, исполнением и расторжением договора;
- в) направление обращений на замену (установку, поверку) прибора учета или измерительного трансформатора тока;
- г) передача показаний приборов учета электрической энергии в формате, предусмотренном сервисом;
- д) оплата с помощью платежной карты или иных сервисов безналичной оплаты;
- е) просмотр информации о начислениях, истории совершенных платежей и переданных показаний;
- ж) возможность привязки нескольких лицевого счетов к одной учетной записи;
- з) направление в адрес гарантирующего поставщика обращений, в том числе претензий, заявлений, справок, иных документов и информации;
- и) направление клиенту уведомления об ограничении или приостановлении предоставления коммунальной услуги по электроснабжению;
- к) выгрузка электронной версии платежного документа;
- л) предоставление в случаях и сроки, которые предусмотрены Правилами предоставления доступа к минимальному набору функций интеллектуальных систем учета электрической энергии (мощности), утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 19 июня 2020 г. N 890 «О порядке предоставления доступа к минимальному набору функций интеллектуальных систем учета электрической энергии (мощности)», удаленного доступа к информации и минимальному набору функций интеллектуальной системы учета гарантирующего поставщика посредством сети "Интернет" в отношении приборов учета электрической энергии, допущенных в эксплуатацию после 1 января 2022 г. для целей коммерческого учета электрической энергии (мощности) на розничных рынках электрической энергии и (или) для оказания коммунальных услуг по электроснабжению.

### **5.2 Основные функции личного кабинета клиента для юридических лиц**

Основные функции личного кабинета клиента для юридических лиц:

- а) круглосуточный режим работы сервиса, за исключением плановых технических работ;
- б) направление заявки на заключение, изменение, расторжение договора энергоснабжения (купли-продажи) электрической энергии (мощности) и получение проекта договора, дополнительного соглашения, иных документов и актуальной информации, связанной с заключением, изменением, исполнением и расторжением договора;
- в) направление обращений на замену (установку, поверку) прибора учета или измерительного

трансформатора тока;

г) передача показаний приборов учета в формате, предусмотренном личным кабинетом клиента;

д) просмотр детализации начислений по договору энергоснабжения (купли-продажи) электрической энергии (мощности);

е) просмотр истории начислений и внесенных платежей;

ж) получение и выгрузка копий платежных документов;

з) направление клиенту уведомления об ограничении режима потребления электрической энергии (мощности);

и) направление в адрес гарантирующего поставщика обращений, в том числе претензий, заявлений, справок, иных документов и информации.

к) предоставление в случаях и сроки, которые предусмотрены Правилами предоставления доступа к минимальному набору функций интеллектуальных систем учета электрической энергии (мощности), утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 19 июня 2020 г. N 890 "О порядке предоставления доступа к минимальному набору функций интеллектуальных систем учета электрической энергии (мощности)", удаленного доступа к информации и минимальному набору функций интеллектуальной системы учета гарантирующего поставщика посредством сети "Интернет" в отношении приборов учета электрической энергии, допущенных в эксплуатацию после 1 января 2022 г. для целей коммерческого учета электрической энергии (мощности) на розничных рынках электрической энергии и (или) для оказания коммунальных услуг по электроснабжению.

## **6. Информационные разделы официального сайта гарантирующего поставщика**

Информационные разделы официального сайта гарантирующего поставщика включают в себя следующую информацию:

а) документы, необходимые для заключения договора энергоснабжения (купли-продажи) электрической энергии (мощности), порядок его заключения;

б) форма договора энергоснабжения (купли-продажи) электрической энергии (мощности), а также форма договора купли-продажи электрической энергии, произведенной на объектах микрогенерации, расположенных в зоне деятельности гарантирующего поставщика;

в) способы, порядок и условия внесения платежей по договору энергоснабжения (купли-продажи) электрической энергии (мощности), в том числе без оплаты комиссии;

г) порядок и условия приема показаний приборов учета для расчетов за потребленную электрическую энергию и последствия вывода из строя приборов учета либо отсутствия приборов учета;

д) возможные последствия нарушения обязательств по оплате электрической энергии в виде введения полного и (или) частичного ограничения режима потребления электрической энергии (ограничения или приостановления предоставления коммунальной услуги по электроснабжению);

е) порядок расчета стоимости электрической энергии, предельные уровни нерегулируемых цен и их составляющие, тарифы и льготы (при наличии);

ж) график и порядок обслуживания клиентов в центрах обслуживания клиентов, адреса и телефоны (при наличии) центров обслуживания клиентов, категории клиентов (юридические лица, индивидуальные предприниматели и (или) физические лица), которые обслуживаются в конкретном центре обслуживания клиентов, информация о предоставленных клиентам каналах заочного обслуживания и режиме их работы;

з) порядок подачи обращений, в том числе претензий к действиям (бездействию) гарантирующего поставщика, связанным с исполнением договора;

и) порядок и способы регистрации и авторизации пользователей в личном кабинете клиента (информационной системе);

к) иные, наиболее часто задаваемые вопросы, возникающие у клиентов, и ответы на них.

## **7. Типовой процесс обслуживания клиента**

### **8.1 Начало обслуживания клиента**

Обслуживание клиента начинается с приветствия. Для приветствия рекомендуется использовать следующие формулировки: «Доброе утро (день, вечер)!».

Если предусмотрено обслуживание за столом, то специалист предлагает клиенту присесть.

Работник обязан представиться, назвав своё полное имя – «Меня зовут». При выполнении данного этапа взаимодействия недопустимо невнимание к клиенту.

## **8.2 Выяснение потребностей клиента**

Сотрудник, выполняющий обслуживание клиента, после приветствия, при необходимости, задаёт вопрос: «Чем я могу Вам помочь?», «Какой у Вас вопрос?».

Сотрудник уточняет номер лицевого счета/договора или адрес для получения подробной информации.

## **8.3 Предоставление клиенту необходимой консультации или услуги**

Сотрудник, выполняющий обслуживание, в рамках должностных обязанностей предоставляет клиенту необходимую консультацию или оказывает услуги в полном объёме, если вопрос, с которым к нему обратился клиент, находится в компетенции сотрудника и Компании.

При невозможности решения вопроса в момент обслуживания, клиенту может быть предложено оставить обращение в письменном виде.

## **8.4 Завершение обслуживания клиента**

Завершение обслуживания заключается в предоставлении дополнительной информации и прощании с клиентом. Предоставление дополнительной информации осуществляется по вопросам использования интерактивных сервисов и проведения актуализации профиля клиента в случае, если на предыдущих этапах обслуживания данная работа не была проведена.

Рекомендуется использовать следующие формулировки: «Рады были Вам помочь», «Если возникнут вопросы, будем рады Вам помочь», «Всего доброго», «До свидания».

## **8.5 Регистрация информации и/ или оформление документов по результатам обслуживания**

Сотрудник, выполняющий обслуживание клиента, вносит в информационную систему Компании информацию по результатам обслуживания и/или оформляет документы согласно должностным обязанностям и правилам, установленным в Компании.

# **8. Этикет общения и культура обслуживания клиента**

## **9.1 Правила общения**

Личное общение с клиентом является важным элементом корпоративной культуры ООО «Р-Энергия».

– В работе с клиентом сотрудники Компании должны придерживаться следующих правил эффективного общения:

– быть доброжелательными и внимательно относиться к клиенту, следить за удобством восприятия информации (по скорости, громкости, эмоциональности речи);

– в общении демонстрировать вежливость и корректность. Сохранять спокойствие в любой ситуации и никогда не высказывать недовольство поведением клиента, заданным вопросом и т.д.;

– отвечать на вопросы клиента просто и лаконично, использовать в разговоре слова «пожалуйста», «будьте добры», «разрешите».

Сотрудник не должен допускать категоричных выражений, таких как: «Вы обязаны», «Вы должны явиться, предъявить» и т.п.

Недопустимо повышать голос, проявлять торопливость, высказывать нетерпение, допускать в разговоре с клиентом неприятные для него интонации, проявлять безразличие к ситуации клиента

Необходимо также избегать непонятных для клиента терминов, быть вежливым, обращаться к клиенту на «Вы».

## **9.2 Поведенческие особенности при очном обслуживании**

Сотрудник должен демонстрировать доброжелательное отношение к клиенту и при

общении соблюдать следующие поведенческие правила:

- обязательно улыбнуться при приветствии клиента;
- смотреть на клиента;
- движения не должны быть резкими и быстрыми;
- сидя на рабочем кресле, не нужно раскачиваться;
- не нужно сидеть в расслабленной позе.

### **9.3 Культура обслуживания при выявлении ошибок**

При выявлении ошибок, допущенных со стороны Компании, сотруднику необходимо выслушать клиента, принести извинения за причинённые неудобства, предложить план действий и сроки устранения ошибок. Изложить свои предложения чётко и ясно.

При выявлении ошибок, допущенных клиентом, запрещается высказывать ему претензии. Следует вежливо и доступно объяснить правильный порядок действий.

### **9.4 Работникам Компании запрещается**

Работникам Компании категорически запрещается в присутствии клиента:

- порочить репутацию Компании, подрядных организаций и других партнёров Компании;
- вести посторонние разговоры;
- обсуждать работников Компании и других клиентов;
- отлучаться без уважительной причины;
- принимать пищу на рабочем месте;
- заниматься личной перепиской по телефону и с использованием иных способов коммуникаций;
- вести телефонные переговоры по громкой связи.

### **9.5 Особенности общения с людьми с ограниченными возможностями**

Сотрудники, осуществляющие очное обслуживание людей с ограниченными возможностями, обязаны следовать следующим правилам:

- разговаривая с человеком с ограниченными возможностями, обращаться непосредственно к нему, а не к сопровождающему или сурдопереводчику (если они присутствуют при разговоре);
- предлагая помощь, ждать пока её примут, а затем уточнить порядок действий;
- разговаривая с человеком, испытывающим трудности в общении, слушать его внимательно, быть терпеливым, ждать, когда человек сам закончит фразу. Не поправлять его и не договаривать за него. Не следует делать вид, что достигнуто понимание, если на самом деле это не так. Повторить, что вы поняли, это поможет человеку продолжить беседу.

### **9.6 Общение с людьми, испытывающими трудности при передвижении:**

- помнить, что инвалидная коляска – неприкосновенное пространство человека. Недопустимо облокачиваться на неё, толкать, катить коляску без получения согласия;
- если необходимо открыть тяжелую дверь или продвинуться по ковру с длинным ворсом, прежде чем оказать помощь, необходимо убедиться в её необходимости, спросив у клиента;
- передвигая коляску, катить её необходимо медленно. Коляска быстро набирает скорость, и неожиданный толчок может привести к потере равновесия;
- при беседе, по возможности, располагаться на одном уровне с клиентом. Следует избегать положения, при котором вашему собеседнику придётся запрокидывать голову;
- помнить, что, как правило, у людей, имеющих трудности при передвижении, нет проблем со

зрением, слухом и пониманием и общаться с ними соответственно.

### **9.7 Общение с людьми с плохим зрением и незрячими:**

- обязательно называть себя;
- предлагая свою помощь, направлять человека, не стискивая его руку, идти рядом, не тащить человека за собой;
- предупреждать о препятствиях: ступенях, низких притоках и т.п.;
- в случае сопровождения незрячего человека собакой-поводырем не давать ей команды и не трогать её;
- при необходимости читать незрячему человеку, но сначала предупредить его об этом. Говорить нормальным голосом, не пропускать информацию, если вас об этом не попросят. Если это важный документ, не заменять чтение пересказом. Если незрячий человек должен подписать документ, прочитать его обязательно;
- предлагая незрячему человеку сесть, не усаживать его, а направить его руку на спинку стула или подлокотник. Не водить по поверхности его руку, а дать ему возможность свободно потрогать предмет;
- не заставлять Вашего собеседника вещать в пустоту: если Вы перемещаетесь, предупредите его;
- заметив, что незрячий человек сбился с маршрута, не управлять его движением на расстоянии, а подойти и предложить помощь.

### **9.8 Общение с людьми с нарушением слуха:**

- для привлечения внимания человека, который плохо слышит, можно сделать знак ему рукой или прикоснуться к плечу. При беседе смотреть прямо на него. Необходимо иметь в виду, что не все люди, которые плохо слышат, могут читать по губам;
- говорить ясно и ровно. Не нужно излишне подчеркивать что-то и кричать, особенно в ухо. Если кому-то нужно, чтобы Вы говорили громче, Вас об этом попросят;
- если Вас просят повторить что-то, попробовать перефразировать своё предложение, можно использовать жесты;
- убедиться, что Вас поняли, не стесняться спросить, понял ли Вас собеседник;
- если Вы сообщаете информацию, которая включает в себя номер, технический или другой сложный термин, адрес, напишите её, сообщите по почте, факсу или электронной почте, или любым другим способом, но так, чтобы она была точно понята;
- при затрудненном устном общении спросите, не будет ли проще переписываться.

### **9.9 Общение с людьми с задержкой в развитии и затруднениями в общении:**

- использовать доступный язык, выражаться точно и по делу;
- избегать словесных штампов и образных выражений;
- предоставлять информацию «по шагам», давая вашему собеседнику возможность осмыслить каждый шаг.

### **9.10 Общение с людьми, испытывающими затруднения в речи:**

- не перебивать и не поправлять человека, который испытывает трудности в речи. Начинать говорить только тогда, когда убедитесь, что он уже закончил свою мысль;
- задавать вопросы, которые требуют коротких ответов или кивка;
- не стесняться переспросить;
- при затруднении в общении спросить, не хочет ли Ваш собеседник использовать другой способ – написать, напечатать.

## 9.11 Типовой алгоритм урегулирования конфликтов

Предупредительное отношение к клиенту, обеспечение его наилучшим сервисом, является залогом качественных и долгосрочных отношений, а также важным конкурентным преимуществом Компании. В связи с этим, сотрудники должны стремиться к недопущению возникновения конфликтных ситуаций при взаимодействии с клиентом.

Если сотрудник Компании сталкивается с проявлениями конфликтного поведения со стороны клиента, то ему необходимо смягчить конфликтную ситуацию (независимо от причин, из-за которых она возникла) и успокоить клиента (независимо от причин, почему тот ведёт себя агрессивно).

В ситуации конфликта необходимо следовать следующим правилам:

- сохранять спокойствие, демонстрировать вежливость;
- не противоречить собеседнику;
- не оправдываться;
- не спорить;
- извиниться от лица Компании «Приносим извинения за эту ситуацию», «Приносим извинения за доставленные неудобства»;
- не давать рекомендаций и советов от себя лично;
- показать собеседнику, что:
  - его внимательно слушают;
  - его понимают;
  - то, что он говорит, действительно важно;
  - вы с ним, а не против него: «Да, я понимаю Вас, ситуация неприятная»;
- показать, что вы со своей стороны делаете всё возможное: «Я сейчас запишу/передам Вашу информацию/жалобу»;
- предложить все возможные варианты выхода из сложившейся ситуации;
- при взаимодействии с негативно настроенным человеком или в ситуации, которая потенциально может перерасти в конфликтную, сотрудник не имеет права:
  - брать на себя обучение клиента хорошим манерам;
  - обращаться к клиенту снисходительным или высокомерным тоном;
  - принимать негативные эмоции клиента как личное оскорбление и отвечать с личной позиции.

Сотрудник должен поблагодарить клиента за обращение или уделённое время. Если от клиента получена жалоба/претензия на работу сотрудника/подразделения Компании, следует также поблагодарить его за эту информацию. Прощание с собеседником должно показывать ему, что он был и остаётся важным клиентом. Сотрудник Компании всегда должен сохранять внутреннее спокойствие и управлять конфликтом.

В случае проявления со стороны клиента необоснованной агрессии, нахождения его в алкогольном или наркотическом опьянении, сотрудник в вежливой, но настойчивой форме просит его удалиться.

Если конфликтная ситуация выходит из-под контроля и начинает угрожать безопасности посетителей и (или) сотрудников, может быть вызван наряд полиции, в том числе наряд отдела вневедомственной охраны.

## 10. Дресс-код

Дресс-код является продолжением корпоративной культуры и важной частью фирменного стиля Компании. Дресс-код способствует самодисциплине сотрудников, настраивает на создание конструктивной деловой атмосферы и эффективное выполнение своих профессиональных задач. Клиенты воспринимают представительный внешний вид сотрудников, как проявление уважения к ним, признак надежности и благополучия Компании.

Одежда сотрудника должна быть чистой и аккуратной, спокойных тонов, выдержанная в строгом деловом стиле:

- костюм или юбка, брюки, жилет, пиджак или жакет – однотонных расцветок;
- белая (светлая) блузка (у женщин) и рубашка (у мужчин);
- рекомендуется ношение аксессуаров в корпоративном стиле – галстуков (для мужчин)

и шейных платков/шарфов (для женщин). Допускается отсутствие аксессуаров в условиях жаркого времени года при температуре в помещении более 28 градусов и отсутствии кондиционера.

Недопустимы следующие виды одежды: юбки более 10 см выше колена, шорты, спортивная одежда, футболки, сильно потертая или обветшалая одежда, одежда с разрезами или дырками, а также одежда, открывающая живот и спину, с бахромой и топы на бретельках, глубоко декольтированные наряды.

Обувь сотрудника должна быть чистой и аккуратной. С закрытым носком и пяткой, цвет обуви должен гармонировать с цветом одежды. Не допускается спортивная и пляжная обувь.

Волосы должны быть ухожены и аккуратно уложены. Длинные волосы рекомендуется убирать в низкий хвост или пучок. Экстравагантные стрижки и яркое окрашивание волос недопустимы.

Макияж должен быть естественным, неярких тонов.

Руки должны быть ухоженными без яркого декоративного маникюра.

Запах духов (туалетной воды, дезодоранта) не должен быть сильно выражен.

Аксессуары и украшения должны быть немногочисленными, неброскими и негромоздкими.

## 11. Рабочее место сотрудника, обслуживающего клиента

Для обеспечения качественного обслуживания клиента каждое рабочее место сотрудника, оснащается необходимым оборудованием, а также устанавливается требуемое программное обеспечение.

Рабочий стол сотрудника должен выглядеть опрятно и аккуратно. На рабочем столе не должно быть лишних документов и посторонних предметов, не относящихся к работе, напитков и продуктов питания.

Если рабочее место сотрудника не функционирует, на стойке устанавливается табличка с надписью: «Извините, обслуживание не производится». В случае кратковременного отсутствия – на стойке устанавливается табличка «Технологический перерыв» или «Технический перерыв».

Над рабочим местом работника должно быть оборудовано электронное табло, где указывается номер окна обслуживания и номер талона электронной очереди. Допускается замена электронного табло на табличку с указанием номера окна обслуживания.

## 12. Очное обслуживание

Приём и обслуживание клиентов организуется в соответствии с установленным режимом работы, но не менее 40 часов в неделю (кроме недель, на которые приходятся официальные нерабочие праздничные дни), не менее 6 из которых должны приходиться на субботу и (или) воскресенье (кроме официальных нерабочих праздничных дней).

Выездное обслуживание с выездом на территорию клиента выполняют сотрудники структурных подразделений Компании в рамках своих должностных обязанностей, а также официальные представители ООО Р-Энергия.

## 13. Организация обслуживания в зале обслуживания клиентов

### 13.1 Осуществление обслуживания сотрудником зала

**Сотрудник зала, осуществляющий очное обслуживание, в своей работе руководствуется должностной инструкцией, настоящим Стандартом, локальными нормативными актами (регламентами, положениями и инструкциями), инструкциями по работе с программным обеспечением, утвержденными в Компании.**

В функции сотрудника зала входит:

1. предоставление консультаций клиенту по вопросам деятельности Компании;
2. предоставление информационных материалов по теме обращения, бланков документов, перечня необходимой документации, типовых форм документов, образцов заполнения документов и пр.;
3. приём и выдача документов (оригиналы или их копии, письменные заявления, договоры энергоснабжения, договоры на оказание иных услуг, справки, выписки, платёжные документы и пр.);
4. приём обращений клиентов в письменном виде, проверка их на соответствие предъявляемым требованиям и комплектности;
5. ввод информации в базу данных;
6. сверка расчётов.

### 13.2 Алгоритм обслуживания в зале обслуживания клиентов

Зал обслуживания клиентов ООО «Р-Энергия» оборудован системой «Электронная очередь». Клиент с помощью терминала выбирает интересующий его вопрос и получает талон с номером очереди. В офисах, не оборудованных системой «Электронная очередь», обслуживание осуществляется в порядке «живой очереди».

Для получения консультации клиенту необходимо предоставить документ, подтверждающий право на получение информации.

При приеме от клиента письменного заявления сотрудник Зала обязан обеспечить его регистрацию, а по желанию клиента предоставить копию заявления.

При приеме от клиента письменного заявления сотрудник должен:

- внимательно изучить заявление;
- при недостатке информации, изложенной в заявлении, выяснить у клиента недостающую информацию;
- попросить клиента указать контактные данные.

Устанавливаются следующие типовые параметры средней (за календарный месяц) продолжительности взаимодействия с клиентом (см. Таблицу 1):

**Таблица 1**

<b>Форма взаимодействия</b>	<b>Критерии</b>	<b>Параметр (среднее значение)</b>
Очное обслуживание	Ожидание в очереди	не более 10 мин
	Обслуживание (за исключением случаев оформления с клиентом Договора энергоснабжения или иного)	не более 5 мин

### 13.3 Внешний вид сотрудников зала обслуживания клиентов

В целях поддержания корпоративного имиджа, для сотрудников Зала обязательно ношение форменной одежды в корпоративном стиле, в соответствии с утвержденным брендбуком Компании.

Сотрудник, обслуживающий клиентов, должен носить бейдж, оформленный в корпоративном стиле, в соответствии с утвержденным брендбуком, в течение всего рабочего дня. Бейдж содержит название Компании, Ф.И.О. и должность сотрудника. Допускается вместо бейджа размещение на столе в прямой видимости клиента таблички с названием Компании, Ф.И.О. и должности сотрудника.

### 13.4 Оборудование помещения зала

#### Вход в Зал обслуживания клиентов

У центрального входа в здание/помещение Зала устанавливается табличка, где указывается наименование Зала и режим работы. Вход в Зал и территория перед входом должны быть хорошо освещены. Перед входом в Зал используются нескользящие коврики или нескользящее покрытие.

Ступени также должны быть покрыты противоскользящим материалом.

Для обеспечения доступа в Зал лиц с ограниченными возможностями здоровья и клиентов с детскими колясками должна быть организована «Доступная среда»: вход в здание должен быть оборудован пандусом/рампой или иным приспособлением.

#### Зоны ожидания и обслуживания Зала

Помещение Зала должно быть разделено на зону ожидания и зону обслуживания. Для комфортного пребывания клиентов в Зале должны быть обеспечены: доступ свежего воздуха, оптимальная температура и хорошее освещение, в соответствии с требованиями СанПин.

В зоне обслуживания на видном месте должна быть размещена информация, где указана категория клиентов, имеющих право на обслуживание вне очереди в соответствии с законодательством РФ.

В Зале целесообразно разместить мониторы, демонстрирующие информационные ролики.

В Зале должна быть организована навигация в соответствии с утвержденным брендбуком

Компании.

В зоне ожидания необходимо разместить общую информацию:

- закон Российской Федерации «О защите прав потребителей»;
- Стандарт качества обслуживания Потребителей;
- Книгу отзывов и предложений;
- иную информацию, предусмотренную законодательством, и внутренними нормативными документами.

Для клиентов в зоне ожидания должны быть:

- предусмотрены посадочные места для комфортного ожидания обслуживания;
- оборудовано место для заполнения документов;
- детский уголок для клиентов с детьми.

Техническое оборудование помещения Зала включает систему «Электронная очередь».

### **13.5 Рекомендации к содержанию информационных стендов, стоек**

В зоне ожидания клиентов должно быть обеспечено наличие необходимого количества информационных материалов, оформленных в соответствии с утвержденным брендбуком.

В зоне ожидания и обслуживания клиентов размещается информационный стенд и стойки с информацией:

- о Компании;
- адресами и режимом работы центров обслуживания клиентов;
- способах оплаты жилищно-коммунальных услуг;
- условиях прекращения подачи коммунальных услуг;
- о порядке расчета размера платы за услуги;
- действующие тарифы и нормативы;
- информация о заключении договора;
- справочная информация;
- иная информация, обязательность которой предусмотрена положениями действующего законодательства и внутренними нормативными документами.

Информационные стенды и стойки могут содержать дополнительную информацию, важную для клиента.

### **13.6 Организация выездного обслуживания**

#### **Типовой алгоритм выездного обслуживания клиентов:**

При выездном обслуживании клиентов сотрудник ООО «Р- энергия» обязан:

- перед посещением согласовать с клиентом дату и время проведения работ;
- при посещении предъявить по требованию клиента служебное удостоверение и документ, удостоверяющий личность;
- в случае возникновения сомнений в подлинности представленных документов или полномочиях персонала предложить клиенту позвонить по контактному телефону 40-20-40 или 8-800 250 50 78;
- при входе в жилое помещение снять верхнюю одежду, надеть бахилы;
- осуществлять работы только в присутствии клиента (представителя клиента);
- при отсутствии клиента и невозможности проведения осмотра – оставить клиенту уведомление с указанием контактной информации для согласования времени повторного посещения.

В случае невозможности проведения работ в ранее согласованное с клиентом время специалист обязан:

- информировать клиента по телефону о невозможности проведения работ;
- согласовать дату и время следующего посещения.

Заявки на выездное обслуживание выполняются персоналом в установленные сроки, исходя из причины их формирования.

Компания осуществляет мониторинг и контроль за обслуживанием клиентов, обеспечивает своевременное рассмотрение, обработку и выполнение заявок, обращений, жалоб клиентов, поступающих через структурные подразделения (структурные единицы в их составе), а также осуществляет контроль за исполнением решений и ответов, направленных клиентами, принятых по результатам рассмотрения жалоб и обращений клиента. Заявки на выездное обслуживание выполняются сотрудниками в установленные законом сроки.

### **13.7 Этикет выездного обслуживания**

Сотрудник ООО «Р-Энергия», осуществляющий выезд на территорию клиента, должен соблюдать правила общения с клиентами, представленные в настоящем Стандарте.

В целях формирования у клиентов положительного имиджа Компании и узнаваемости бренда сотрудник, осуществляющий выездное обслуживание, обязан следовать установленному в компании фирменному стилю, утвержденному брендбуком.

Персонал, работающий с электроприборами клиентов, обеспечивается спецодеждой. Требования к одежде и обуви сотрудников, работающих с электроприборами клиентов, регламентированы внутренними нормативными документами.

Одежда и обувь сотрудников при выполнении служебных обязанностей должна быть чистой и опрятной.

## **14. Заочное обслуживание**

Система заочного обслуживания клиентов осуществляется по следующим каналам связи:

- контактный центр;
- личный кабинет клиента;
- мобильное приложение;
- сайт Компании;
- электронная почта;
- электронный документооборот;
- социальные сети;
- Государственная информационная система жилищно-коммунального хозяйства (ГИС ЖКХ);
- АО «Почта России»;
- иные способы.

Для поддержания системы заочного обслуживания в Компании установлены правила деловой переписки и телефонных переговоров, определен порядок рассмотрения обращений клиентов.

### **14.1 Организация обслуживания Контакт- центром**

Обслуживание клиентов по телефону технически представляет собой программно-аппаратный комплекс, позволяющий управлять входящими и исходящими звонками, предназначенный для автоматизированной обработки телефонных обращений и повышения степени удовлетворенности клиентов предоставляемыми услугами и сервисами Компании.

Обслуживание по телефону включает в себя:

- интерактивное голосовое меню – IVR;
- прием входящих звонков;
- совершение исходящих вызовов;
- автообзвон;

- обработка обращений сервиса «обратный звонок».

Программно-аппаратные решения имеют следующие функциональные возможности:

- организация автоматического распределения телефонных вызовов;
- маршрутизация обращения, организация очереди и т.д.;
- оптимизация распределения телефонной нагрузки между специалистами Контакт-центра и повышение оперативности при работе с клиентом;
- интерактивное голосовое меню (IVR) с возможностью предоставления справочной информации и перенаправления вызовов по алгоритмам, реализованным в соответствии с бизнес-процессами Компании;
- регистрация всех входящих и исходящих звонков;
- хранение истории звонков с данного номера;
- запись всех разговоров с клиентом;
- организация входящих и исходящих телефонных вызовов клиенту в ручном режиме;
- получение информации о работе Контакт-центра в режиме реального времени для оперативного планирования работы Специалистов;
- получение статистических отчётов для анализа работы Контакт-центра и автоинформирования клиентов.

## 14.2 Алгоритм обслуживания по телефону

Обслуживание клиента, обратившегося в Контакт-центр по телефону, состоит из следующих этапов:

- интерактивное голосовое меню (IVR);
- приём телефонного вызова;
- информирование клиента о записи телефонного разговора;
- предоставление ответа;
- обработка (регистрация) обращения.

Среднее время ожидания ответа по телефону с момента соединения (в случае обслуживания с использованием IVR с момента выхода клиента из системы IVR) до момента ответа сотрудника Компании не должно превышать 1 минуты.

При ответах на вопросы клиента сотрудники должны использовать справочник типовых вопросов и ответов, что позволяет ускорить и унифицировать процесс обслуживания клиента по телефону и исключить возможность искажения предоставляемой информации.

Сотрудники должны иметь доступ к базам данных.

## 14.3 Этикет телефонных переговоров

Телефонные переговоры являются важным элементом корпоративной культуры Компании. Специалист, отвечающий на телефонный вызов, формирует соответствующий имидж ООО «Р-Энергия» у клиентов и партнеров.

Сотрудники должны владеть навыками эффективного взаимодействия с клиентом, соблюдать правила этикета, уважительно относиться к клиенту и сохранять самообладание в любой ситуации.

Телефонный разговор необходимо вести таким образом, чтобы вопрос каждого клиента был решён, и у него осталось позитивное впечатление о Компании. Специалист не должен говорить или намекать клиенту, что его вопрос незначителен, или сравнивать его с вопросами других клиентов.

На входящий телефонный вызов необходимо отвечать своевременно, не позже четвертого сигнала (12 сек.).

Специалист обязан:

- всегда первым приветствовать клиента;
- в процессе общения обращаться к клиенту по имени и отчеству и на «Вы»;
- уважительно выслушать точку зрения клиента;
- четко выговаривать слова, чтобы клиент хорошо их слышал и понимал;

- следить за скоростью своей речи, так как слишком быстрая или слишком медленная речь затрудняют общение;
- использовать приемы активного слушания, поддерживая постоянную связь с собеседником посредством слов и междометий («Да», «Конечно», «Я понимаю» и т.п.);
- переспросить клиента, если не уверен, что правильно расслышал его: «Правильно ли я Вас понял, Вас интересует...», «Позвольте уточнить», «Повторите, пожалуйста, номер телефона» и т.п.);
- употреблять иностранные слова или профессиональные термины только в тех случаях, когда уверены, что клиент понимает, о чём идет речь;
- быть лаконичным, в изложении информации, не допускать продолжительных пауз.

Телефонный разговор должен быть содержательным, но кратким;

- хранить служебную тайну, не распространять конфиденциальную информацию и персональные данные клиента;
- уточнить все ли вопросы клиента были решены и поблагодарить за звонок.

**Категорически запрещается:**

- порочить репутацию Компании, подрядных организаций и других предприятий;
- употреблять «слова-паразиты», просторечные слова или грубые выражения;
- предоставлять заведомо ложную информацию либо дезориентировать клиента иными способами.

## **14.4 Организация автоинформирования**

Автоинформирование производится следующими способами:

- телефонное автоинформирование (автообзвон) с 10:00 до 20:00 часов;
- SMS-информирование;
- рассылка по электронной почте.

Допускается автоинформирование:

- о необходимости внесения платы за потребленную услугу и способах оплаты;
- о задолженности по оплате потребленной услуги;
- предупреждение об отключении услуги за неуплату;
- о проведении мероприятий и акций;
- об удобстве использования сервисов компании и др;
- иное, предусмотренное законодательством.

Система автообзвона предназначена для доведения требуемой информации до сведения клиентов путем автоматического обзвона стационарных и/или мобильных телефонных номеров по заданному списку и воспроизведения информации, предварительно записанной в звуковом файле.

Все результаты автоинформирования клиентов регистрируются в информационной системе Компании с отражением статуса доставки для формирования отчетности.

## **15. Организация работы с письменными обращениями**

ООО Р -Энергия» осуществляет работу с письменными обращениями клиентов в соответствии с действующим законодательством и внутренними нормативными документами.

Клиент может направить в ООО Р -Энергия» письменное обращение:

- на сайте Компании;
- В Личном кабинете клиента;
- в Мобильном приложении;
- по электронной почте;
- в социальных сетях;
- через Государственную информационную систему жилищно-коммунального хозяйства

(ГИС ЖКХ);

- посредством почтовой связи;
- лично в любом из центров обслуживания клиентов;
- иным способом.

К рассмотрению принимают письменные обращения, содержащие:

– контактные данные клиента (ФИО, абонентский номер/номер договора/лицевого счета, адресные данные (почтовый или электронный адрес), адрес объекта).

- наименование услуги;
- основания для претензии, предложения и т.д.;
- доказательные документы (при необходимости);

Письменный ответ на обращение клиента не направляется в случае:

- если обращение содержит нецензурные либо оскорбительные выражения, угрозы жизни, здоровью и имуществу сотрудника Компании, а также членов его семьи;
- если текст письменного обращения не поддается прочтению;
- если ответ по существу поставленного в обращении вопроса не может быть дан без разглашения сведений, составляющих коммерческую тайну;
- если клиент не указал контактные данные (ФИО, почтовый или электронный адрес);
- если обращение клиента содержало запрос на выполнение определенных действий, не требующих разъяснений и которые были выполнены (например, корректировка базы данных и т.п.).

## **15.2 Алгоритм обслуживания клиента, направившего письменное обращение**

Алгоритм работы с письменными обращениями предусмотрен внутренними нормативными документами и состоит из следующих этапов:

- получение, регистрация и первичная обработка (классификация) письменных обращений клиентов;
- рассмотрение письменного обращения по существу и принятие по нему решения;
- исполнение и/или подготовка ответа на письменное обращение;
- подготовка ответов на письменные обращения клиентов с учетом заключений специалистов Компании (при необходимости и возможности);
- отправка письменного ответа на обращение клиентов или предоставление устного ответа посредством телефонного разговора.

Письменное обращение рассматривается в течение 30 дней со дня регистрации.

В исключительных случаях срок рассмотрения обращения может быть продлен, о чем Компания обязана уведомить клиента, направившего обращение.

Если в письменном обращении отсутствует необходимая информация (основание обращения, доказательные документы и сведения) для составления ответа, то клиент информируется в письменном или устном виде о необходимости направить в ООО «Р-Энергия» недостающую информацию/документы.

## **15.3 Этикет деловой переписки**

Деловое письмо не должно быть длинным (оптимальный вариант – 1-2 страницы). Суть проблемы должна быть изложена ясно и лаконично.

Деловое письмо должно быть четким, понятным для восприятия и убедительным. Это требование достигается двумя качествами текста: аргументированностью и грамотностью.

В деловом письме рекомендуется использовать короткие предложения, избегать непонятных и профессиональных слов.

В письме обязательно должен быть проставлен его номер и дата отправки.

Рекомендуется оформлять деловые письма на фирменном бланке, который обязательно должен включать полное наименование организации и справочные данные для того, чтобы адресат смог без дополнительных усилий направить ответ.

Если деловое письмо является ответом на какое-либо обращение, необходимо делать ссылку на входящее письмо. Допускается в письме указать заголовок, отражающий краткое содержание письма для того, чтобы получатель смог сразу сориентироваться в теме письма, а также цитирование

текста входящего письма.

Если деловое письмо содержит несколько вопросов, то ответ должен быть предоставлен на каждый из них.

В письме необходимо правильно указать имя клиента.

Ответ на просьбы, изложенные в письме, должен четко определять временные рамки (сроки, даты) решения вопросов.

## 15.4 Структура делового письма

В соответствии с внутренними нормативными документами Компании деловое письмо составляется по следующей схеме:

- обращение;
- вступление;
- основная часть;
- заключение;
- подпись;
- приложения (при наличии).

**Обращение** – содержит должность (при наличии) и Ф.И.О. клиента. Стандартным считается обращение «Уважаемый», которое пишут с заглавной буквы и по центру листа.

**Вступление** – содержит: ссылку на документ, его отдельные пункты, послужившие основанием составления письма; констатацию факта, в ней указываются цель (причина) составления письма. При ссылке на документ указываются его данные в следующей последовательности: наименование вида документа, автор, дата, регистрационный номер документа, заголовок.

**Основная часть** – описание события, сложившейся ситуации, их анализ и приводимые доказательства. Должна быть озвучена просьба о конкретных действиях либо предложен вариант разрешения вопроса.

**Заключение** – представляет собой выводы, краткое подведение итогов всего написанного для логичного завершения письма.

**Подпись** должна соответствовать её расшифровке.

**Приложения** являются необязательным дополнением к основному тексту письма и поэтому оформляются на отдельных листах – каждое приложение на своем листе. Перечень приложений указывается в конце текста письма перед подписью адресанта.

## 15.5 Отправка письма по электронной почте (e-mail)

Ответы на письма, поступившие в Компанию по электронной почте, также направляются в электронном виде, если в письме не указано иное.

При оформлении электронного письма-ответа на обращение клиента, направленного в ООО «Р-Энергия» по электронной почте, требуется заполнение следующих полей:

- «Тема» («Subject»);
- «Кому» («To») (e-mail адрес получателя);
- «Важность письма» (при необходимости).
- Информация о наличии вложения.

Допускается архивировать вложения к электронным сообщениям (zip, rar) (при наличии) и в таком виде отправлять клиенту вместе с электронным письмом-ответом.

## 16. Интерактивное обслуживание

Интерактивное обслуживание предоставляется клиенту посредством:

- сайта ООО «Р-Энергия»;
- Мобильного приложения;
- Личного кабинета;
- электронной почты;
- мессенджеров;
- чатов;

- в социальных сетях;
- через Государственную информационную систему жилищно-коммунального хозяйства;
- иными способами.

### **16.2 Организация интерактивного обслуживания с использованием сайта**

Сайт ООО «Р-Энергия» предоставляет возможность:

- произвести оплату жилищно-коммунальных и прочих услуг,
- передать показания,
- узнать информацию о действующих тарифах и нормативах;
- заключить договор энергоснабжения;
- получить справочную информацию,
- направить сообщение, заполнив соответствующую форму,
- воспользоваться сервисом «обратный звонок» и другие.

### **16.3 Организация интерактивного обслуживания с использованием Личного кабинета/ Мобильного приложения**

Сервисы предоставляют клиенту возможность:

- передать показания;
- оплатить жилищно-коммунальные и прочие услуги;
- узнать информацию по лицевому счету;
- направить обращение и другое

### **16.4 Организация интерактивного обслуживания через мессенджеры**

Принцип организации информационного взаимодействия через мессенджеры - быстрое и легкое общение клиента с сотрудником ООО «Р-Энергия».

С помощью мессенджеров (Telegram, Max) клиент может:

- задать вопрос специалисту и получить быстрый ответ;
- отправлять и получать текстовые сообщения, а также фото, видео и другие файлы;
- пользоваться виртуальными собеседниками.

### **16.5 Организация интерактивного обслуживания через Чат-боты**

Виртуальный собеседник («Чат-бот») ООО «Р-Энергия» на Телеграм-канале является онлайн-сервисом для передачи показаний, так же его помощью можно узнать информацию по лицевому счету, оформить заявку на замену, установку, техническое обследование или опломбировку прибора учета, написать обращение, получить справочную информацию.

### **16.6 Интерактивное обслуживание клиентов посредством социальных сетей обеспечивает**

- возможность предоставления информации большому количеству клиентов;
- дополнительный способ взаимодействия с клиентами, имеющими доступ в сеть Интернет;
- информирование о новостях Компании, изменении тарифов, иной важной информации;
- индивидуальный подход к каждому клиенту.

Публичная страница Компании ВКонтакте и других социальных сетях позволяет:

- формировать положительный имидж компании (размещение фото - и видеоотчетов об участии Компании в различных мероприятиях);
- продвигать сервисы Компании);
- проводить акции.

Принципы организации информационного взаимодействия между ООО «Р-Энергия» и клиентами посредством социальных сетей:

- оперативное отражение информации на актуальные темы (изменения в законодательстве и др.); общение ВКонтакте происходит в личном чате клиента и подчинено Правилам публичной страницы ООО «Р-Энергия» ВКонтакте;
- предоставление ответа на обращение в течение 2-х рабочих дней. Если ответ требует дополнительной проработки, клиенту направляется в вышеуказанный срок ответ о необходимости уточнения фактов с последующим предоставлением информации.

## **17 Организация интерактивного обслуживания посредством ЭДО**

ООО «Р-Энергия» обеспечивает для клиентов возможность получения документов посредством электронного документооборота через специализированных операторов.

ЭДО — это обмен электронными документами через интернет. Электронный документ — это файл, заверенный электронной подписью. Его не нужно распечатывать, так как юридически значимым оригиналом он является именно в электронном виде.

Электронный документооборот происходит через систему оператора ЭДО, включенного в сеть доверия ФНС РФ. Одна сторона отправляет другой файл документа. При передаче документа оператор ЭДО автоматически проверяет легитимность электронной подписи, которой завизирован документ, и соответствие формата документа требованиям законодательства.

Электронные документы имеют законную силу: контролирующие органы принимают их в качестве оригиналов и не требуют их дублирования на бумажном носителе.

ЭДО позволяет клиентам оперативно получать платежные и иные документы по договору энергоснабжения.

Подключиться к системе электронного документооборота клиент может, зарегистрировавшись на сайте оператора ЭДО (Диадок, СБИС). Обязательно наличие сертификата квалифицированной электронной подписи. Получить его можно в одном из аккредитованных удостоверяющих центров.

## **ГЛАВА III. ПОРЯДОК ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ: ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ МОНИТОРИНГА УДОВЛЕТВОРЁННОСТИ КЛИЕНТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ КОМПАНИИ**

Взаимодействие сотрудника с клиентом регламентируется настоящим Стандартом и внутренними нормативными документами Компании.

Обслуживание клиентов ООО «Р-Энергия» основано на принципе «обратной связи».

Обратная связь клиента Компании осуществляется по следующим каналам:

- устные обращения через центр обслуживания клиентов и по телефонам Контактного центра;
- письменные обращения, направленные посредством почтовой связи/по электронной почте, через сайт Компании;
- сообщения, поступившие в чатах и через социальные сети.

Организация обратной связи включает в себя предоставление Потребителю информации об имеющихся каналах связи, позволяющих обеспечить направление жалоб (претензий), запросов, предложений, отзывов о деятельности Компании.

Компания проводит регулярную оценку процесса работы с обращениями Потребителя по следующим показателям:

- соблюдение сроков рассмотрения и урегулирования жалоб (претензии);
- объективность рассмотрения жалоб (претензий).

Для повышения эффективности процесса работы с жалобами (претензиями) учитываются следующие показатели:

- число систематически повторяющихся жалоб (претензий);
- число необоснованных жалоб (претензий);
- число случаев несвоевременных действий при рассмотрении и урегулировании жалоб (претензий).

ООО «Р-Энергия» принимает меры для исключения причин существующих и потенциальных

проблем, приводящих к жалобам (претензиям), чтобы предотвратить их повторное возникновение.

## 1. Мониторинг удовлетворенности клиентов

В целях определения областей улучшения деятельности Компании, разработки и осуществления мер по наиболее полному удовлетворению требований и ожиданий клиента проводится мониторинг удовлетворенности клиента.

Мониторинг проводится на основе анализа полученной информации о качестве обслуживания и деятельности Компании в целом.

ООО «Р-Энергия» проводит:

- регулярную оценку показателей, определяющих уровень удовлетворенности клиента, в том числе анализ претензий и обращений;
- на постоянной основе производится сбор и анализ предложений клиента об улучшении деятельности Компании.

Объектом мониторинга является:

- деятельность, влияющая на качество обслуживания клиента;
- обратная связь с клиентом;
- степень удовлетворенности клиента.

Информация для осуществления мониторинга в зависимости от источников данных подразделяется на внешнюю и внутреннюю.

Показатели, используемые для мониторинга удовлетворенности на основе внутренней информации, подлежат анализу и, при необходимости, актуализации и утверждению. Внутренняя информация формируется в результате всей производственно- хозяйственной деятельности Компании.

Анкеты для изучения удовлетворенности клиента разрабатываются специалистами Компании на основе предварительно составленных вопросников с учётом потребности в исследовании конкретных показателей. Результаты анкетирования анализируются и обобщаются.

В общем случае оценка удовлетворенности клиента может быть проведена на основе:

- сравнения показателей с аналогичными показателями других организаций;
- сравнения показателей по различным видам услуг, процессам;
- определения тенденций в динамике показателей.

Мониторинг удовлетворенности клиента на основе данных, полученных в ходе проведения опросов и сбора информации иными способами подлежит систематическому контролю и анализу.

Накапливаемая информация об удовлетворенности клиента должна быть систематизирована по следующим направлениям:

- временным периодам (квартал, полугодие, год);
- объектам мониторинга удовлетворенности клиента.

Результаты мониторинга рассматриваются при проведении анализа со стороны руководства Компании не реже одного раза в год для определения необходимых корректирующих и предупреждающих действий.

### Показатели оценки удовлетворенности клиента деятельностью компании

№ п/п	Наименование показателя	Оцениваемые показатели	Источник данных / механизм оценки	Целевое значение
1.	Уровень удовлетворенности клиентов	Удовлетворенность обслуживанием, полученным при очном и заочном обслуживании	Внешние данные Письменные обращения клиента /Жалобы	89 %
2.	Количество ответов на обращения, подготовленных своевременно		Внутренние данные системы электронного документооборота	100 %

3.	Предельный срок рассмотрения письменных обращений и жалоб		Внутренние данные системы электронного документооборота	30 дней
4.	Предельный срок реагирования на сообщения в соц. сетях и мессенджерах		Внутренние данные системы CRM	1 рабочий день
5.	Среднее время ожидания в центр обслуживания клиентов (специалист ООН)		Внутренние данные электронной очереди	10 минут
6.	Среднее время обслуживания в центре обслуживания клиентов (специалист ООН)		Внутренние данные электронной очереди	7 минут
7.	Среднее время ожидания в центре обслуживания клиентов (кассир)		Внутренние данные электронной очереди	10 минут (30 минут в период пиковых нагрузок)
8.	Среднее время обслуживания в центре обслуживания клиентов (кассир)		Внутренние данные электронной очереди	5 минут
9.	Среднее время ожидания ответа оператора Контактного центра		Внутренняя оценка/данные системы Контактного центра	1 минута
10.	Среднее время обслуживания оператором Контактного центра		Внутренняя оценка/данные системы Контактного центра	5 минут