	ООО «ТПК-2 Энергосбыт»	Дата введения в действие:	10.12.2025 на основании приказа № 270 от 10.12.2025
	Стандарт качества обслуживания потребителей	Дата планового пересмотра	« 10 » 12 2025

**Общество с ограниченной ответственностью
«ТПК-2 Энергосбыт»**

СТАНДАРТ


№ 49

от « 8 » 12 2025

качества обслуживания потребителей

г. Архангельск
2025 г.

Настоящий документ не может быть полностью или частично воспроизведен, и/или распространен
без разрешения ООО «ТПК-2 Энергосбыт»

	ООО «ТСК-2 Энергосбыт»	Страница 2 из 22
	Стандарт качества обслуживания потребителей	

Содержание:

1. Термины и сокращения	3
2. Общие положения.....	4
3. Область применения.....	5
4. Нормативные ссылки.....	5
5. Цели и задачи	6
6. Основные принципы обслуживания	7
7. Система обслуживания и организационно-нормативного обеспечения потребителей	8
8. Организация очного обслуживания	9
9. Требование к организации очного обслуживания.....	10
10. Требования к сотрудникам Общества, осуществляющим приём потребителей при очном обслуживании	12
10.1 Требования к содержанию рабочего места	12
10.2 Внешний вид сотрудника (дресс-код).....	13
10.3 Деловой этикет при обслуживании потребителей.....	14
11. Организация заочного обслуживания.....	16
12. Требование к обслуживанию в Личном кабинете и мобильном приложении....	17
13. Требование к официальному сайту.....	18
14. Организация обратной связи с потребителем.....	19
15. Формы информационного взаимодействия с потребителем.....	20
16. Принципы урегулирования конфликтов	21
17. Контроль, ответственность за исполнение и разработку, актуализацию и хранение документа.....	22

1. Термины и сокращения

Автоинформирование - передача стандартного голосового или текстового сообщения по многоканальной линии большому количеству клиентов одновременно.

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

ГИС ЖКХ – Государственная информационная система жилищно-коммунального хозяйства – это единая федеральная централизованная информационная система. По факту это один из подразделов сайта госуслуг, созданный под более узкие цели.

Жалоба (претензия потребителя) - направленное потребителем в адрес Общества (МРО) или должностного лица Общества (МРО) письменное или устное заявление о нарушении прав или охраняемых законом интересов потребителя.

Заочное обслуживание – обслуживание потребителей без личного контакта с сотрудниками Общества, в том числе через информационную систему ГИС ЖКХ, по номеру телефона, электронной почте или сети Интернет. Заочное обслуживание проводит сотрудник колл-центра или сотрудник Общества в компетенции, которого находится вопрос.

Заявитель – потребитель (покупатель), имеющий намерение заключить с Обществом договор энергоснабжения, купли –продажи (поставки) электрической энергии.

ИА – Исполнительный аппарат Общества.

Интерактивное обслуживание – заочное обслуживание потребителей с использованием сети Интернет.

Исходящий документ – официальный документ, отправляемый из Общества сторонним организациям, должностным лицам, потребителям.

Клиент – юридическое или физическое лицо (потребитель электрической энергии).

Колл-центр – совокупность оборудования, программного обеспечения, работников, процессов для обеспечения обслуживания потребителей по номеру телефону.

МРО – межрайонные и Северодвинское отделения Общества.

Обращение – направленное потребителем в адрес Общества или должностного лица Общества письменное или устное предложение, заявление или жалоба. Обращение может быть запросом о предоставлении информации, сведений о расчётах, документов.

Общество - ООО «ТСК-2 Энергосбыт».

Ответственный сотрудник (сотрудник) - специалист Общества, который во исполнение возложенных на него задач и функций организует исполнение стандарта качества обслуживания потребителей (покупателей).

Офис (центр) обслуживания Клиентов (ЦОК) – офис, предназначенный для приёма обращений потребителей по вопросам, в том числе энергопотребления,

эксплуатации приборов учёта электроэнергии, расчётов за электроэнергию, осуществления платежей, создания комфортной, эргономичной среды взаимодействия, повышения эффективности обслуживания.

Очное обслуживание – обслуживание потребителей посредством личного контакта с сотрудниками Общества.

ОДО – отдел документационного обеспечения ИА.

ОКЗ - отдел по корпоративной защите ИА.

ОПО – отдел правового обеспечения ИА.

ОРП – отдел по работе с потребителями ИА.

Потребитель электрической энергии – потребитель электрической энергии, приобретающий электрическую энергию (мощность) для собственных нужд и (или) производственных нужд.

РО – районное отделение Общества.

Руководитель - генеральный директор ООО «ТСК-2 Энергосбыт»

Руководство МРО, РО – начальники МРО, РО и их заместители.

Стандарт качества обслуживания потребителей (покупателей) – свод правил обращения с потребителем. Правила должны гарантировать, что взаимодействие с потребителем будет обеспечиваться на высшем уровне, запросы будут обрабатываться своевременно, каждому потребителю будет гарантирована реакция на его запрос, а также удобство обслуживания. Стандарт качества обслуживания гарантирует компетентность услуг, предоставляемых компанией. Стандарт содержит в себе перечень правил, устанавливающих порядок очного и заочного обслуживания потребителей-граждан и юридических лиц, ведение переписки с клиентами, способы контроля за исполнением настоящего Стандарта и многое другое.

СП - структурное подразделение Общества.

Этикет – совокупность норм и правил, отражающих представления о должном поведении и формализующих процесс коммуникации между людьми.

2. Общие положения

Стандарт обслуживания клиентов (далее – Стандарт) применяется в Обществе при организации обслуживания физических и юридических лиц.

Стандарт является нормативным документом, устанавливает требования к организации обслуживания Клиентов, регулирует порядок и качество обслуживания, утверждает алгоритм общения с Клиентами, общие показатели качества обслуживания, действия персонала в стандартных и нестандартных ситуациях обслуживания Клиентов.

Стандарт введён во исполнение требований Основных положений функционирования розничных рынков электрической энергии и Правил полного и (или) частичного ограничения режима потребления электрической энергии, утверждённых постановлением Правительства Российской Федерации от 4 мая 2012 г. № 442, вступает в силу после утверждения генеральным директором ООО «ТСК-2 Энергосбыт». При существенных изменениях условий предоставления услуг на рынке в Стандарт могут вноситься изменения и дополнения.

Для создания и поддержания качества обслуживания Общество должно обеспечивать:

- выполнение требований к инфраструктуре обслуживания;
- выполнение требований к процессу обслуживания;
- выполнение требований к внешней и внутренней организации обслуживания;
- выполнение требований к техническому оснащению и программному обеспечению для ведения клиентской базы, регистрации, обработки обращений Клиентов и формирования отчётов, а также осуществления расчётов;
- соблюдение требований правил и этикета общения;
- наличие соответствующей квалификации у работников Общества, осуществляющих обслуживание;
- регулярный мониторинг качества обслуживания Клиентов, в том числе качества предоставления услуг Клиенту.

Стандарт предназначен для применения в центрах очного обслуживания клиентов и пунктах приёма клиентов (фронт-офисах), офисах (бэк-офисах).

Стандарт разработан с целью обеспечения удобства обслуживания каждого потребителя, гарантии качества и доступности услуг, которые предоставляет Общество.

Стандарт предназначен для применения в работе всеми подразделениями Общества, которые прямо или косвенно участвуют в обслуживании.

Действие Стандарта распространяется на взаимоотношения с потребителями – физическими лицами, юридическими лицами, предпринимателями без образования юридического лица, а также исполнителями коммунальных услуг. Стандарт не регламентирует взаимодействие Общества и Клиентов на оптовом рынке электроэнергии.

Стандарт доводится до сведения Клиентов и других заинтересованных сторон путем публикации на официальном сайте Общества, размещения в местах очного обслуживания Клиентов, другими способами, обеспечивающими доступность данного документа.

3. Область применения


Стандарт устанавливает базовые требования к взаимодействию с потребителями при оказании услуг в сфере электроснабжения.

Стандарт предназначен для применения в клиентских офисах, центрах обслуживания клиентов, пунктах обслуживания потребителей Общества.

4. Нормативные ссылки

В Стандарте учтены требования следующих нормативно-правовых актов и использованы нормативные ссылки на следующие документы:

- Конституция Российской Федерации;
- Гражданский кодекс Российской Федерации;
- Федеральный закон Российской Федерации от 26 марта 2003 года № 35-ФЗ «Об электроэнергетике»;
- Федеральный закон Российской Федерации от 2 мая 2006 года № 59-ФЗ «О

	ООО «ТСК-2 Энергосбыт»	Страница 6 из 22
	Стандарт качества обслуживания потребителей	

порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации»;

- Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2006 года № 152-ФЗ «О персональных данных»;
- Основные положения функционирования розничных рынков электрической энергии, утверждённые постановлением Правительства РФ от 4 мая 2012 года № 442;
- Правила предоставления коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов, утверждённые постановлением Правительства РФ от 06 мая 2011 года № 354;
- Правила, обязательные при заключении управляющей организацией или товариществом собственников жилья либо жилищным кооперативом или иным специализированным потребительским кооперативом договоров с ресурсоснабжающими организациями, утверждённые постановлением Правительства РФ от 14 февраля 2012 года № 124;
- иные правовые акты.

5. Цели и задачи

5.1 Основой концепции обслуживания является модель клиентоориентированности, предусматривает целенаправленные действия по реализации принципов работы, ориентированных на Клиента.

5.2 Целью обслуживания является повышение уровня лояльности Клиентов за счёт улучшения качества обслуживания.

5.3 Основными задачами обслуживания являются:

- удовлетворение потребностей Клиента;
- обеспечение комфортной среды обслуживания;
- цифровизация контакта с Клиентами.

5.4 Стандарт определяет и регламентирует требования к следующим процедурам взаимодействия:

- анализ потребностей и ожиданий Клиентов посредством обработки обращений Клиентов;
- повышение удовлетворенности Клиентов качеством обслуживания в результате:

- экономии времени и усилий Клиента; создания комфортных условий и доброжелательного отношения к Клиенту; упрощения процедуры взаимодействия с Клиентом.

- заключение и ведение договоров энергоснабжения (купли-продажи (поставки) электрической энергии (мощности)) и иных договоров, по которым Общество оказывает услуги Клиентам;

- текущее обслуживание Клиентов;
- реагирование на жалобы и обращения, обеспечение обратной связи;
- оценка степени удовлетворенности качеством услуг электроснабжения и качеством обслуживания;
- осуществление мониторинга и контроля над обслуживанием Клиентов, в том числе за исполнением решений, принятых по жалобам и обращениям Клиентов;
- обеспечение информированности.

6. Основные принципы обслуживания

6.1 Обслуживание должно быть основано на передовом опыте и использовании современных технологий при соблюдении оптимального баланса стоимости и качества обслуживания.

6.2 Обслуживание должно быть доступным и отражаться в:

- территориальной доступности;
- информационной доступности, т.е. Клиенту должна быть предоставлена полная и достоверная информация обо всех услугах и (или) товарах Общества, процедурах обслуживания в доступной форме;
- обеспечение режима работы коммуникационных каналов, удобного для использования Клиентом.

6.3 Обслуживание должно быть организовано по принципу «одного обращения в одно окно», т.е. за одно обращение Клиент может задать несколько интересующих его вопросов и получить на каждый из них ответ по существу. При этом обслуживание в одно окно предполагает коммуникацию Клиента с работником фронт-офиса, исключая коммуникацию с работником иных подразделений. Если решение вопроса требует дополнительного изучения документов, то Клиенту должна быть предоставлена информация о сроках и форме предоставления ответа. Решение вопросов Клиентов посредством обработки их обращений в соответствии с внутренними нормативными документами Общества на первоначальном этапе является одним из приоритетных принципов обслуживания.

6.4 Общество должно обеспечивать объективное и непредвзятое рассмотрение обращений Клиента в сроки, установленные в внутренних нормативных документах Общества. При рассмотрении обращений Клиента должно учитываться возможное отсутствие у него достаточных юридических и технических знаний по специализированным вопросам.


6.5 Обслуживание должно быть построено на принципе «обратной связи», т.е. на потребности и ожидании Клиента Общество должно предполагать соответствующие изменения в своей деятельности.

6.6 Обслуживание должно быть построено на простых и удобных коммуникациях Клиента с Обществом, предусматривающих минимизацию действий Клиента и Общества без ухудшения качества обслуживания.

6.7 Взаимоотношения с Клиентом должны быть построены на принципе цифровизации, т.е. все этапы процесса обслуживания должны фиксироваться с использованием средств автоматизации в виде объективных данных. Данные должны регулярно анализироваться с целью реализации мероприятий, направленных на повышение качества обслуживания.

При организации каналов взаимодействия приоритет в продвижении необходимо отдавать дистанционным и цифровым каналам взаимодействия.

6.8 Процесс обслуживания должен характеризоваться показателями, измерение которых проходит на постоянной основе, при этом анализ и оценка показателей должна мгновенно оказывать влияние на корректировку процесса обслуживания или выполнение смежных процессов.

	ООО «ТСК-2 Энергосбыт»	Страница 8 из 22
	Стандарт качества обслуживания потребителей	

7. Система обслуживания и организационно – нормативного обеспечения потребителей

7.1 Система обслуживания потребителей Общества организуется таким образом, чтобы обеспечить оптимальный баланс качества и стоимости обслуживания и удовлетворение требований потребителей в соответствии с законодательством Российской Федерации и условиями заключенных договоров.

7.2 В Обществе выделены структурные подразделения, в функции которых входит обслуживание потребителей. На данные подразделения возлагаются следующие обязанности:

- организация клиентского обслуживания с учётом положений Стандарта, договорных обязательств, внутренних нормативных документов Общества и нормативно-правовых актов;
- приём, обработка и анализ поступивших обращений в соответствии с требованиями Федерального закона от 02.05.2006 № 59-ФЗ и Положения о работе с обращениями от 18.07.2024 № 122, утверждённого приказом Общества от 18.07.2024 № 122;
- изучение потребностей и мониторинг степени удовлетворенности потребителей;
- предоставление руководству Общества предложений по взаимодействию с потребителями и предложений по улучшению качества обслуживания потребителей.

7.3 Общество предоставляет потребителям возможность свободного выбора любого из трёх типов каналов информационного взаимодействия (очного, заочного и интерактивного) в зависимости от индивидуальных возможностей и предпочтений потребителя.


7.4 Для создания и поддержания системы обслуживания потребителей Общество обеспечивает наличие:

- квалифицированных специалистов, ответственных за взаимодействие с потребителями и организацию клиентского обслуживания;
- помещений для приёма потребителей;
- компьютерного и другого оборудования, программного обеспечения для регистрации, обработки обращений потребителей и формирования отчётов.

7.5 Эффективный процесс взаимодействия с потребителями характеризуется следующими параметрами:

- единообразие требований к качеству предоставления услуг, соблюдение установленных сроков по всем процедурам взаимодействия;
- индивидуальный подход к потребителям, 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 потребителей и Общества;
- оперативность реагирования на жалобы и устранения выявленных недостатков в работе с потребителями;
- полнота, актуальность и достоверность информации.

7.6 В целях определения уровня удовлетворенности потребителей проводится периодическое анкетирование, на основании которого принимаются корректирующие мероприятия в работе Общества, ставятся цели и задачи.

	ООО «ТСК-2 Энергосбыт»	Страница 9 из 22
	Стандарт качества обслуживания потребителей	

Анкеты размещаются на стойках (столах) в помещениях очного обслуживания потребителей или на сайте Общества.

7.7 Кроме периодического анкетирования проводится постоянный мониторинг ожиданий потребителей на основе предложений и замечаний, оставленных в книге отзывов и предложений.

7.8 Периодическая и независимая проверка соблюдения требований к качеству обслуживания потребителей осуществляется согласно приказу Общества.

8. Организация очного обслуживания

8.1 Система очного обслуживания потребителей осуществляется в ИА и МРО, РО.

8.2 Структура МРО, РО размещена на сайте Общества. Контроль за своевременным внесением изменений возложен на начальников СП, МРО.

8.3 Обслуживание потребителей производится в часы, согласно утверждённому графику, который размещён на сайте Общества.

8.4 Приём потребителей организуется в ОРП и в каждом МРО, РО.

8.5 Очное обслуживание осуществляется сотрудниками Общества, при необходимости начальниками СП.

Продолжительность обслуживания потребителей может быть различной и зависит от сложности ситуации и ориентирована на качественное решение вопроса.

Устанавливаются следующие типовые параметры средней продолжительности взаимодействия с клиентами:

Таблица – Время ожидания и приёма

Форма взаимодействия	Критерий	Среднее значение
Центр очного обслуживания		
Обслуживание сотрудником по направлению деятельности	Ожидание в очереди	15 мин.
	Приём	5-10 мин.
Обслуживание начальником МРО, начальником СП ИА	Ожидание в очереди	10 мин.
	Приём	10 мин.
Обслуживание начальником ЦОК, ведущим специалистом МРО	Ожидание в очереди	10 мин.
	Приём	5 мин.
Общее время обслуживание потребителя		Не более 30 мин.

Продолжительность обслуживания клиентов может быть увеличена в сложных ситуациях в целях качественного решения вопроса.

8.6 Внесение платежей за электроэнергию осуществляется при очном обслуживании в кассе офиса обслуживания потребителей, через платёжных агентов или иным доступным способом, в том числе через ГИС ЖКХ, сайт Общества.

9. Требование к организации очного обслуживания потребителей

9.1 Внешнее и внутреннее оформление должно выполняться в соответствии с фирменным стилем Общества (в случае если данный стиль определён и утверждён).

9.2 Цели оформления офисов и ЦОК.

- снижение нагрузки на офисы обслуживания потребителей обеспечивается оптимизацией потока клиентов;
- повышение уровня удовлетворённости клиентов достигается за счёт повышения скорости и комфортности обслуживания;
- увеличение прибыли Общества может быть достигнуто за счёт активизации взаимодействия с клиентами;
- унификация - соблюдение единого фирменного стиля оформления ЦОК и клиентских залов Общества - обеспечивается чёткими требованиями к элементам и их оформлению.

9.3 Очное обслуживание организовано в помещениях, находящихся в максимально доступном для большинства потребителей месте.

9.4 Общество обеспечивает беспрепятственный доступ посетителей в помещения для очного обслуживания в течение установленного рабочего времени (в соответствии с утверждённым графиком режима работы отделения и размещённым на сайте Общества).

9.5 В целях безопасности сотрудников и потребителей помещение оборудовано противопожарной системой и средствами пожаротушения, системой оповещения о возникновении чрезвычайной ситуации, тревожной кнопкой.

9.6 Вход и выход (включая аварийный) помещений очного обслуживания оборудованы соответствующими указателями с автономными источниками бесперебойного питания.

9.7 Обеспечение потребителей общей справочной информацией осуществляется через сайт Общества, информационные стенды, расположенные в зданиях Общества в местах, доступных для потребителей, распространяемые там же буклеты и брошюры.

9.8 Помещения должны удовлетворять требованиям санитарной гигиены, постоянно поддерживаться в хорошем состоянии (ремонт, оформление), приветствуется размещение безопасных декоративных растений.

9.9 Ответственность за чистоту и порядок в офисном помещении несёт начальник СП.

9.10 Информация для потребителей, поступающая из ИА в МРО, должна размещаться на стендах в течение 3 (трех) рабочих дней с момента получения.

В зоне ожидания/зоне обслуживания для Клиентов должна быть размещена информация в части оказания услуг по энергоснабжению;

- образцы заполнения типовых документов и заявлений на оказание услуг;
- ссылки на официальный сайт, Личный кабинет, а также QR-код для перехода на электронный ресурс;
- порядок и сроки заключения договора энергоснабжения, предусмотренные законодательством РФ.

9.11 Многостраничные копии нормативно-правовых актов РФ, напрямую или косвенно регулирующих деятельность Общества, предоставляются работниками по запросу Клиента на бумажном носителе для ознакомления.

Ответственные за размещение и поддержание в актуальном состоянии информации, располагаемой на стендах, должны быть определены в каждом отделении Общества.

Контроль обновления информации, размещаемой на информационных стендах, осуществляет руководство МРО и ответственное лицо МРО, РО и СП ИА.

В МРО и РО обязательно наличие на стендах следующей информации:

- контактная информация (номера телефонов приемной и ФИО начальника отделения), порядок приема (часы приёма потребителей и режим работы кассы);
- перечень документов, необходимых для заключения договора энергоснабжения, купли – продажи (поставки) электрической энергии (мощности), порядок его заключения, а также порядок получения информации о состоянии процесса заключения договора с потребителем;
- порядок и условия внесения платежей за электроэнергию, последствия, связанные с несвоевременной оплатой;
- порядок и условия принятия показаний приборов учёта;
- размер и порядок расчёта стоимости электрической энергии, действующие тарифы, нормативы электропотребления, льготы, начисление денежных выплат;
- информация о дополнительных (платных) услугах, содержащая перечень услуг, их стоимость и условия оказания со ссылкой на размещение на сайте Общества;
- информация об имеющейся в Обществе книге отзывов и предложений;
- иная информация в соответствии с действующим законодательством.

9.12 Общие требования к оформлению ЦОК.

9.12.1 На фасаде здания офиса обслуживания клиентов на видном месте размещается вывеска Общества.

9.12.2 У входа в здание или в занимаемом помещении на видном месте размещаются вывеска наименования Общества и режимная табличка с указанием режима работы.

9.12.3 Вход в здание ЦОК или занимаемое помещение и территория перед входом должны быть хорошо освещены.


9.12.4 На ступеньках перед входом, а также внутри помещения, сразу после входа, должны размещаться влаговпитывающие коврики из нескользящих материалов.

9.12.5 Прилегающая территория ЦОК должна содержаться в чистоте.

Указанные требования обязательны при наличии отдельного входа в ЦОК со стороны улицы и рекомендуются к исполнению по возможности, при отсутствии отдельного входа со стороны улицы.

9.13 Общие требования к внутреннему оформлению ЦОК.

9.13.1 В помещениях ЦОК необходимо обеспечить чистоту, доступ свежего воздуха, комфортную температуру и хорошее освещение. Для поддержания комфортных условий в помещениях (в зоне ожидания и обслуживания клиентов - обязательно) устанавливаются кондиционеры и/или иное климатическое оборудование с классом энергопотребления А.

	ООО «ТПК-2 Энергосбыт»	Страница 12 из 22
	Стандарт качества обслуживания потребителей	

9.13.2 Для удобства клиентов приоритетом для размещения клиентского зала является размещение на первом этаже.

9.13.3 Зона обслуживания клиентского зала, по возможности, должна быть изолирована от зоны ожидания клиентов.

9.13.4 Входы в клиентские залы, при возможности конструктивных характеристик зданий, оборудуются расширенными проходами, позволяющими обеспечить беспрепятственный доступ посетителей, включая маломобильные группы граждан, пользующихся креслами-колясками.

9.13.5 В помещении ЦОК по пути следования клиентов, по необходимости (в зависимости от площади и конфигурации помещения), размещаются навигационные таблички.

9.13.6 Исходя из площади помещений, по возможности, предусматриваются:

- комната приёма пищи для персонала, оборудованная столами и чайником, микроволновой печью. Используются электробытовые приборы с классом энергопотребления А;

- туалет для посетителей. В случае отсутствия туалета для посетителей по первому требованию клиента должен быть обеспечен доступ к туалету сотрудников. Туалеты укомплектовываются необходимыми атрибутами: зеркалом, туалетной бумагой в достаточном количестве, корзинами для мусора, бумажными полотенцами, освежителями воздуха, жидким мылом с дозатором, крючками для сумок, урнами и т.д.

9.13.7 Возле кассы и электронной очереди (при ее наличии) должны располагаться урны для мусора.

10. Требования к сотрудникам Общества, осуществляющим приём потребителей при очном обслуживании

Взаимодействие сотрудников Общества с потребителями должно быть основано на следующих принципах:

- компетентности и профессионализма исполнителей;
- стремления максимально удовлетворить потребности потребителей;
- доброжелательности, вежливости и внимательного отношения к каждому клиенту;
- социальной ориентированности.

10.1 Требования к содержанию рабочего места

10.1.1 Сотрудник Общества поддерживает свое рабочее место в чистоте и порядке: документы должны быть разложены в папки и/или аккуратные стопки, канцелярские принадлежности должны быть убраны в специальный органайзер, а при его отсутствии – в ящик тумбочки или стола.

10.1.2 На рабочем месте запрещается приём пищи. Разрешается держать на рабочем столе только воду.

10.1.3 Не допускается держать на рабочем столе рекламную продукцию фирм – конкурентов, художественную литературу, журналы, газеты, не имеющие прямого отношения к служебной деятельности, одежду, посуду, косметику.

10.1.4 Сотрудники, осуществляющие приём потребителей обязаны носить личные нагрудные идентификационные карточки с указанием наименования Общества, должности, имени, отчества (при наличии) и фамилии сотрудника либо возле рабочего места сотрудника должен располагаться информационный стенд (стойка, табличка), содержащая указанную информацию.

10.2 Внешний вид сотрудника (дресс-код)

10.2.1 В целях поддержания корпоративного имиджа и фирменного стиля Общества сотрудники, общающиеся с потребителями, должны выполнять рекомендации корпоративного дресс-кода.

10.2.2 Согласно Правилам внутреннего трудового распорядка ООО «ТСК - 2 Энергосбыт», утверждённым приказом Общества от 15.01.2025 № 18, сотрудник Общества обязан соблюдать деловой стиль одежды.

10.2.3 Приказом Общества от 30.07.2019 № 121 «О введении корпоративного дресс-кода» утверждены требования к корпоративному стилю одежды, обуви и внешнему виду офисных работников:

10.2.3.1 Корпоративный стиль одежды – деловой, сдержанный и элегантный:

- считать основой корпоративного дресс-кода для женщин: брючные или юбочные костюмы, а также юбки, блузки, рубашки, жакеты, брюки, джинсовые брюки классического кроя не ярких цветов, допускаются – строгие, закрытые платья. Допустимо дополнение костюма неброскими аксессуарами и немногочисленными скромными украшениями;


- считать основой корпоративного дресс-кода для мужчин – костюмы спокойных цветов, которые можно разнообразить сменой галстука и рубашки, классические брюки, джинсовые брюки классического кроя не ярких цветов, жилетки, жакеты, рубашки (в том числе рубашки-поло) не ярких (сдержанных, строгих) цветов;

- обувь должна быть чистой и ухоженной; ношение спортивной обуви допускается в случае служебной необходимости;

- внешний вид работников должен быть опрятным и аккуратным.

10.2.3.2 Не допускается и считается нарушением правил корпоративного дресс-кода Общества появление на работе, либо вне офиса Общества при проведении переговоров, деловых и официальных встреч:

- в спортивной одежде (спортивный костюм, спортивная форма) и обуви;
- в спортивных футболках, майках, шортах, пляжной одежде, в брюках неполной длины (мужчинам), сандалиях, кедах, кроссовках, сланцах, тапочках и пр.,
- в прозрачной одежде или в открытой одежде (блузах и платьях с открытыми плечами и глубоким декольте, блузах «топ»), коротких юбках и платьях, длиной «мини», юбках и платьях с высокими разрезами;
- в вызывающей одежде, небрежной, грязной;
- в неформальной джинсовой одежде;
- с ярким (вечерним) макияжем.

	ООО «ТПК-2 Энергосбыт»	Страница 14 из 22
	Стандарт качества обслуживания потребителей	

10.3 Деловой этикет при обслуживании потребителей

10.3.1 Сотрудник Общества обязан обслужить всех потребителей, обратившихся к нему вне зависимости от времени, необходимого для оказания услуги.

10.3.2 Обращение к потребителю только на «Вы» во всех без исключения случаях и по имени, отчеству независимо от возраста и социального статуса.

10.3.3 Сотрудник при общении с потребителем вне зависимости от наличия проблем личного характера и поведения потребителя должен быть вежливым и доброжелательным, внимательным, предупредительным.

10.3.4 Сотрудник должен общаться с потребителями на профессионально-корректном и максимально доступном для потребителя языке. При необходимости использования специальной терминологии необходимо предварительно пояснить клиенту смысл используемых терминов, и только после этого продолжать объяснение в доступной для потребителя форме.

10.3.5 При обслуживании потребителя, на основе выявления его потребностей, предоставить потребителю исчерпывающую информацию, способную удовлетворить данные потребности.

10.3.6 Сотрудник обязан предоставлять потребителям только достоверную и заранее проверенную информацию.

10.3.7 При выражении потребителем признаков неудовлетворенности обслуживанием, уточнить, с чем именно они связаны, и постараться разрешить их, не допуская возникновения конфликтной ситуации.

10.3.8 Сотрудник по завершении обслуживания должен поблагодарить потребителя и вежливо попрощаться, пригласить прийти в следующий раз при возникновении вопросов («До свидания! (Всего доброго!) Спасибо за визит и обращение!»)


10.3.9 Обращаться в присутствии потребителей к коллегам следует только на «Вы», а также по имени, отчеству или по имени (при этом необходимо использовать только полное имя, иные формы имен не допускаются). Предпочтительным является обращение по имени, отчеству.

10.3.10 При поступлении сотруднику входящего звонка служебного характера, не связанного с обслуживанием потребителя, необходимо сообщить звонящему причину невозможности разговора и попросить связаться с исполнителем через определенное время: «Извините, но в данный момент я обслуживаю потребителя, можете ли Вы перезвонить через 2-3 минуты?»

10.3.11 Отзываться об Обществе (руководителях Общества, руководителях структурных подразделений, представительств, секторов, коллегам по работе) только положительно, проявлять заинтересованность в успехе Общества, поддерживать все направления развития Общества.

10.3.12 При появлении потребителя сотрудник должен поприветствовать потребителя: «Доброе утро (день, вечер)!», «Здравствуйте!», представиться и предложить помощь: «Я буду рад(а) Вам помочь».

10.3.13 Если сотрудник занят текущим обслуживанием потребителей, то обслуживание можно прервать для того, чтобы уделить внимание вновь прибывшим потребителям, сказав: «Извините, подождите, пожалуйста, __ минут, я обязательно проконсультирую Вас по всем интересующим вопросам!», предложить место для

	ООО «ТТК-2 Энергосбыт»	Страница 15 из 22
	Стандарт качества обслуживания потребителей	

ожидания. При этом место для ожидания должно быть расположено в непосредственной близости от информационного стенда и/или стенда с рекламной и просветительской продукцией Общества.

10.3.14 При общении с потребителем необходимо говорить четко, спокойно, внятно, вежливо, проявлять такт, используя фразы: «Спасибо», «Пожалуйста», «Прошу Вас», «Обратите внимание».


10.3.15 При общении с потребителями не следует задавать несколько вопросов подряд. Необходимо сделать паузу, чтобы услышать ответ на поставленный вопрос.

10.3.16 Если существует объективная необходимость прервать разговор с потребителем и выйти в другое помещение, необходимо в обязательном порядке извиниться перед потребителем и проинформировать его о том, на какое время Вы отлучаетесь (не более 3 минут). Не допускается оставлять обслуживаемого потребителя одного на более длительное время. При возникновении обстоятельств, заставляющих сотрудника покинуть потребителя на длительное время (более 3 минут), сотрудник обязан выяснить у потребителя возможность ожидания в течение прогнозируемого периода отсутствия, по возможности предоставить потребителю информационные материалы об Обществе по интересующей потребителя тематике, предупредить потребителя о времени предполагаемого отсутствия. В обязательном порядке принести потребителю извинения за вынужденное ожидание, по возможности пояснив его причину.

10.3.17 Если сотруднику плохо понятна речь собеседника, следует переформулировать сказанное таким образом, чтобы потребитель мог ответить «да» или «нет».

10.3.18 При разрешении вопросов, возникших у потребителя, сотруднику, осуществляющему обслуживание, следует придерживаться следующих правил:

- если сотрудник компетентен в вопросах, задаваемых потребителем, то сотрудник должен предоставить потребителю максимально полную информацию по интересующим его вопросам;
- если сотрудник не компетентен в задаваемых потребителем вопросах, следует в зависимости от конкретных условий реализовать одно из нижеследующих действий:
 - по телефону проинформировать компетентного сотрудника о необходимости предоставления потребителю дополнительной информации, предупредить потребителя о том, что по всем интересующим его вопросам он будет проконсультирован компетентным сотрудником;
 - при отсутствии возможности предоставить требуемую информацию необходимо извиниться перед потребителем и определить время и способ предоставления необходимой потребителю информации. При определении времени и способа предоставления информации сотрудник должен ориентироваться на удобство потребителя;
 - если потребитель настаивает на непосредственной встрече или телефонном контакте с руководителем, нельзя ему препятствовать, необходимо довести требование потребителя и суть вопроса до своего непосредственного руководителя. Если руководитель не может в данный момент переговорить с потребителем, попросить потребителя перезвонить, либо предложить обратиться к другому компетентному сотруднику.

	ООО «ТСК-2 Энергосбыт»	Страница 16 из 22
	Стандарт качества обслуживания потребителей	

10.3.19 При обслуживании клиентов не допускается демонстрировать клиенту раздражение и/или нетерпение по отношению к нему, повышать голос в случае возникновения конфликтных ситуаций, когда клиент раздражен, недоволен и своим поведением выражает агрессию. Необходимо приложить все усилия для быстрого разрешения конфликтной ситуации, давать клиенту опережающие устные пояснения, в то время как клиент записывает значимую для него информацию, только что полученную от Вас, высказывать категорические отказы в ответ на просьбу клиента. При обслуживании клиента недопустимо использовать фразы: «Я не знаю», «Это не мой вопрос», «Это не мои обязанности» и им аналогичные; употреблять выражения: «Вы неправильно сделали», «Это не так» и т.п.

11. Организация заочного обслуживания

11.1 Система заочного обслуживания включает: Колл-центр, телефонная связь, ГИС ЖКХ, сервис Личного кабинета, мобильное приложение, электронная почта, группа в Контакте, почта (почтовая переписка).

11.2 Телефонные номера, по которым осуществляется телефонная связь с потребителем, указываются на информационных стендах, размещённых в офисах и ЦОК Общества, на платёжных документах, заключённых договорах, унифицированных платёжных документах, а также на корпоративном сайте Общества.

11.3 Приём вызовов осуществляется ежедневно в течение рабочего дня структурного подразделения, осуществляющего приём потребителей.

11.4 При осуществлении записи разговора потребитель предупреждается об этом в начале телефонного разговора.

11.5 Посредством телефонной связи потребитель в момент разговора должен получить ответ на свой вопрос. В случае, если сотрудник Общества, ответивший на телефонный звонок потребителя, не имеет знаний дать полный ответ в момент разговора либо подготовка ответа требует времени, потребителю сообщается об этом, указывается дата и время, когда можно перезвонить для получения точной и полной информации.

11.6 При необходимости потребителю предоставляется возможность предварительной записи на прием к руководителю Общества. Запись осуществляется секретарем руководителя (делопроизводителями - в МРО).


11.7 В случае, если обращение потребителя содержит нецензурную брань, оскорбления или угрозы в адрес сотрудника Общества, сотрудник Общества имеет право прекратить телефонный разговор, прервав разговор.

11.8 Сотрудник Общества обязан уметь грамотно общаться по телефону.

11.9 Отвечая на телефонный звонок, необходимо вежливо поздороваться, произнести название (наименование подразделения или Общества) и своё имя.

11.10 Телефонные разговоры должны вестись громким чётким голосом, речь должна быть внятной, доброжелательной.

11.11 Почтовая переписка используется для направления документации, связанной с обслуживанием, а также в случаях, когда потребитель направляет обращение по почте.

	ООО «ТСК-2 Энергосбыт»	Страница 17 из 22
	Стандарт качества обслуживания потребителей	

11.12 Порядок заочного обслуживания потребителей посредством почтовой связи прописан в Положении о работе с обращениями.

12. Требования к обслуживанию в Личном кабинете и мобильном приложении

12.1 Обслуживание в Личном кабинете (ЛК) предоставляется для всех категорий Клиентов по информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

12.2 ЛК должен быть размещён на официальном сайте Общества в сети «Интернет» и предоставлять Клиентам обслуживание в режиме онлайн.

12.3 ЛК должен быть доступен для всех категорий Клиентов как версии для персонального компьютера, в том числе адаптированной для просмотра с мобильных устройств.

12.4 Общество должно обеспечить «Доступную среду» для лиц с ограниченными возможностями здоровья к ЛК посредством создания версии для слабовидящих.

12.5 Функциональность и качество обслуживания в любой версии ЛК должны соответствовать требованиям настоящего Стандарта.

12.6 ЛК должен обеспечивать конфиденциальность персональных данных в соответствии с Федеральным законом от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных», а именно:

- обязательное получение согласия на обработку персональных данных от клиента при регистрации в ЛК физического лица;
- обязательное получение согласия на обработку персональных данных от клиентов, зарегистрировавшихся в предыдущих версиях ЛК без получения от них согласия на обработку персональных данных;
- использование полученной информации в соответствии с Федеральным законом;
- обработку полученной информации в полном соответствии с политикой обработки персональных данных, предусмотренных Федеральным законом;
- сохранение конфиденциальности полученной информации в соответствии с условиями, предусмотренными указанным Федеральным законом;
- хранение информации о получении согласия или отзыва согласия клиента на обработку персональных данных;
- хранение информации о получении и отзыве согласия на предоставление рекламной информации.

12.7 Защита ЛК и мобильного приложения от несанкционированного доступа к данным должна быть реализована как программными средствами (в том числе средствами идентификации и аутентификации), так и аппаратными средствами, в том числе смежными системами, в соответствии с корпоративными требованиями.

12.8 Доступ к ЛК и мобильному приложению должен осуществляться после прохождения Клиентом в установленном порядке регистрации и идентификации.

12.9 Регистрация и идентификация в ЛК для Клиентов из числа физических лиц должны быть с использованием мобильного номера телефона и адреса электронной почты Клиента. При регистрации указанные контактные данные должны

подтверждаться через направление Клиенту смс-кода или ссылки на электронную почту.

12.10 Регистрация и идентификация в мобильном приложении для Клиентов из числа физических лиц должны быть с использованием мобильного номера телефона и адреса электронной почты Клиента. При регистрации указанные контактные данные должны подтверждаться через направление Клиенту смс-кода или ссылки на электронную почту.

12.11 Регистрация и идентификация для Клиентов из числа юридических лиц должны быть с использованием адреса электронной почты. Подтверждением полномочий представителя Клиента является письмо потребителя электроэнергии, в котором должна быть отражена следующая информация – номер договора энергоснабжения, ФИО полномочного представителя, его должность, адрес электронной почты.

12.12 Клиент должен иметь возможность изменить пароль входа в ЛК, мобильное приложение, а также восстановить пароль.

13. Требования к официальному сайту

13.1 Официальный сайт Общества должен размещаться в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и оформлен в корпоративном стиле в соответствии с утверждённым брендбуком.

13.2 Клиенты должны иметь возможность ознакомления с информацией, размещённой на официальном сайте с использованием распространённых веб-браузеров, не требующих дополнительной установки на компьютеры или мобильные устройства Клиента, специально созданных программных или технологических средств.


13.3 Официальный сайт Общества должен быть представлен в версии для персонального компьютера, а также адаптирован для просмотра с мобильных устройств.

13.4 Общество должно обеспечить «Доступную среду» для лиц с ограниченными возможностями здоровья в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» посредством версии официального сайта Общества для слабовидящих. Кнопка для перехода на версию сайта для слабовидящих должна располагаться в доступном и удобном месте на главной странице официального сайта.

13.5 Функциональность официального сайта любой из указанных версий должна соответствовать требованиям, указанным в настоящем Стандарте. Все разделы на сайте должны быть структурированы для управления клиентскими потоками с целью увеличить взаимодействие с клиентом в онлайн-сервисах и размещены в соответствии с частотностью посещений и запросов.

13.6 На официальном сайте Общества должен быть структурированный раздел со способами решения вопросов. Структура должна быть сформирована по действующему функционалу (передача показаний, оплата и т.д.) со способами выполнить то или иное действие с приоритезацией на онлайн-каналы.

13.7 На страницах с действующим функционалом (передача показаний, оплата и т.д.) необходимо описать все способы решения вопросов клиента с приоритезацией онлайн-каналов.

	ООО «ТСК-2 Энергосбыт»	Страница 19 из 22
	Стандарт качества обслуживания потребителей	

13.8 Страницы с содержанием контактных телефонов, адресов ЦОК и графика работы ЦОК должны содержать ссылки на структурированные разделы с онлайн-сервисами.

13.9 На официальном сайте должна быть размещена следующая информация:

- полное наименование юридического лица;
- идентификационный номер налогоплательщика;
- основной государственный регистрационный номер;
- номер (номера) телефонов и адрес электронной почты, с использованием которых Клиенты могут обратиться в Общество по вопросам, связанным с услугами (товарами), коммерческими сервисами в рамках компетенции Общества.
- почтовые адреса для получения почтовых отправлений от Клиентов;
- адреса ЦОК, а также адреса мест, в которых возможно внесение платы по договору оказания услуг и коммерческих сервисов непосредственно Обществу без оплаты комиссии;
- банковские реквизиты для оплаты услуг Общества, в том числе с указанием наименований банков, их банковских идентификационных кодов и номеров расчётных счетов;
- способы (виды) заочного обслуживания Клиентов;
- график обслуживания Клиентов в ЦОК и заочного обслуживания Клиентов с использованием телефонной связи;
- порядок подачи обращений, в том числе заявлений, сообщений, информации, жалоб (претензий), на действия Общества;
- каталог сервисов и услуг Общества (в том числе платных), доступных для заказа Клиентом;
- ссылки на все социальные сети Общества.

14. Организация обратной связи с потребителем

14.1 Обратная связь клиента и Общества подразделяется на:

- активную (выражается в самостоятельном проявлении инициативы клиентом в предоставлении своего мнения о качестве обслуживания, соблюдении процесса обслуживания в Обществе);
- пассивную (Общество обращается к клиенту для выяснения степени удовлетворённости обслуживанием).

14.2 По способу выражения обратная связь подразделяется на:

- жалобы, претензии;
- предложения, рекомендации;
- отзывы о деятельности.

14.3 Обратная связь осуществляется по следующим каналам связи:

- устные и письменные обращения потребителей (включая обращения посредством официального сайта Общества, записи в «Книге отзывов и предложений»);
- телефонные обращения, в том числе обращения, направленные факсимильной связью;
- электронная почта;
- автоответчик (при наличии).

14.4 Ответственные сотрудники Общества систематизируют и анализируют все направленные клиентами жалобы, предложения и отзывы.

14.5 Отчёты по итогам изучения степени удовлетворённости клиентов размещаются на сайте Общества и информационных стендах.

14.6 Ответ на жалобу, предложение, обращение направляется запрошенным клиентом способом (при наличии технической возможности). При этом сроки ответа на жалобу, предложение, обращение клиента соответствуют вышеуказанным срокам подготовки ответов на обращение потребителя.

14.6 На основе полученных оценок Клиентов и анализа показателей формируются рекомендации, которые должны быть проработаны с учётом лучших практик обслуживания, апробированы и предложены к внедрению в Обществе.

14.7 На основе результатов мониторинга качества обслуживания Общество должно формировать предложения по повышению качества обслуживания, формировать Программу мероприятий по повышению качества обслуживания потребителей и проводить мероприятия по ее реализации.

15. Формы информационного взаимодействия с потребителем

15.1 Информационное взаимодействие с потребителями имеет следующие формы:

- массовое информационное взаимодействие;
- индивидуальное информационное взаимодействие по запросу;
- предоставление информации по инициативе Общества.


15.2 Массовое информационное взаимодействие заключается в проведении PR-кампаний, направленных на информирование широкой общественности (настоящие и потенциальные клиенты, партнёры и сотрудники) о деятельности Общества, возможных каналах связи, сервисах Общества.

15.3 Базовым инструментом массового информационного взаимодействия с аудиторией являются средства массовой информации и сайт Общества в сети «Интернет».

15.4 Индивидуальное информационное взаимодействие заключается в предоставлении консультаций по запросу потребителя. Информация, имеющая прямое отношение к предоставляемым услугам, должна предоставляться в соответствии со сроками её подготовки.

Консультации предоставляются по следующим вопросам:

- сроки выполнения действий, входящих в компетенцию Общества;
- перечень документов, необходимых для выполнения действий, входящих в компетенцию Общества;
- информация о тарифах и ценах на электрическую энергию;
- комплектность (достаточность) представленных документов, необходимых для выполнения действий, входящих в компетенцию Общества;
- источник получения документов, необходимых для выполнения действий, входящих в компетенцию Общества (орган, организация и их местонахождение);
- время приёма и выдачи документов;

	ООО «ТСК-2 Энергосбыт»	Страница 21 из 22
	Стандарт качества обслуживания потребителей	

- информация о задолженности за электроэнергию, способах оплаты, передаче показаний приборов учёта, о расчётах за электроэнергию, об исполнительном производстве и пр.

15.5 Предоставление клиенту информации по инициативе Общества осуществляется через очные, заочные и интерактивные каналы информационного взаимодействия.

По инициативе Общества потребителям предоставляются следующие типы информации:

- справочная информация;
- напоминания/сообщения;
- предложения.

15.6 К справочной информации относятся:

- извлечения из законодательных и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы, регулирующие деятельность Общества;
 - Стандарт;
 - перечни документов, необходимые для выполнения действий, входящих в компетенцию сотрудников Общества;
 - образцы оформления документов и требования к ним;
 - месторасположение, график (режим) работы, номера телефонов, адреса Интернет-сайтов и электронной почты организаций и органов, уполномоченных предоставлять документы, необходимые для выполнения действий, входящих в компетенцию Общества;
 - схема расположения кабинетов и график работы;
 - порядок получения консультаций;
 - порядок обжалования решений, действий или бездействия сотрудников, исполняющих действия, входящие в компетенцию Общества.
- 15.7 К напоминаниям/сообщениям относится информирование:
- о наличии задолженности за электрическую энергию;
 - об изменении цен (тарифов) на электрическую энергию.

16. Принципы урегулирования конфликтов


16.1 Недопущение возникновения конфликта является важным условием для обеспечения защиты интересов потребителей и Общества.

16.2 Во избежание конфликтных ситуаций сотрудники Общества обязаны:

- стремиться действовать в интересах потребителя, не ущемляя интересов Общества, распознавать и избегать ситуации, когда может возникнуть конфликтная ситуация;
- не допускать возникновения ситуаций, при которых в конфликт могут быть вовлечены другие клиенты;

16.3 В случае возникновения обстоятельств, которые, по мнению сотрудника, могут привести к конфликту, он обязан действовать согласно Инструкции по взаимодействию работников с потребителями неадекватного поведения.

16.4 При разрешении конфликтных ситуаций с клиентами действия и решения сотрудников Общества не должны преследовать личные интересы.

	ООО «ТСК-2 Энергосбыт»	Страница 22 из 22
	Стандарт качества обслуживания потребителей	

16.5 При взаимодействии и разрешении конфликтов с потребителями сотрудники Общества руководствуются стремлением установить благоприятные и длительные партнёрские отношения.

17. Контроль, ответственность за исполнение и разработку, актуализацию и хранение документа

Порядок разработки, актуализации и хранения данного документа определён Положением об управлении внутренними нормативными документами Общества.

17.1 Для контроля качества обслуживания потребителей в Обществе проводятся следующие мероприятия:

- опросы потребителей для контроля соответствия помещений для приёма клиентов настоящему Стандарту.
- контрольные звонки для оценки качества общения с клиентами.
- размещение в каждом зале обслуживания клиентов подразделений «Книги отзывов и предложений» в прошнурованном и пронумерованном виде.

17.2 Контроль исполнения требований Стандарта возлагается на начальников МРО и заместителя генерального директора по покупке и сбыту электроэнергии;

15.3 Ответственность за соблюдение Стандарта возлагается на сотрудников Общества, обслуживающих потребителей, в рамках исполнения должностных инструкций.

17.4 Ответственность за организацию очного обслуживания клиентов в соответствии с требованиями Стандарта возлагается на начальников СП ИА и МРО.

17.5 Ответственность за мониторинг соблюдения процессов в соответствии с требованиями Стандарта, своевременное внесение изменений в Стандарт возлагается на ОРП.

17.6 За неисполнение требований Стандарта виновные сотрудники Общества привлекаются к ответственности в порядке, предусмотренном внутренними документами Общества.

17.7 Ответственным за актуализацию данного документа является начальник ОРП.

17.8 Подлинник настоящего положения хранится в ОДО в течение срока, предусмотренного номенклатурой дел.

17.9 Ответственность за хранение несет начальник ОДО.