

	ООО «ТГК-2 Энергосбыт»	Дата введения в действие:	на основании приказа № 190 от 30.11.2022
	Стандарт качества обслуживания потребителей (покупателей)	Дата планового пересмотра	«30» ноября 2025

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


СТАНДАРТ

№ 55
от «30» ноября 2022

качества обслуживания потребителей (покупателей)

г. Архангельск
2022 г.

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

	ООО «ТГК-2 Энергосбыт»	Страница 2 из 20
	Стандарт качества обслуживания потребителей (покупателей)	

Содержание:

1. Термины и сокращения	3
2. Общие положения	4
3. Область применения	5
4. Нормативные ссылки	5
5. Цели и задачи.....	6
6. Организация обслуживания потребителей.....	6
7. Система обслуживания и организационно-нормативного обеспечения потребителей	8
8. Организация очного обслуживания	9
9. Оформление и требование к помещениям для приёма потребителей при очном обслуживании.. ..	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).....	12
10.3 Деловой этикет при обслуживании потребителей	13
11. Организация заочного обслуживания	16
12. Организация обратной связи с потребителем	16
13. Формы информационного взаимодействия с потребителем	17
14. Принципы урегулирования конфликтов.....	18
15. Контроль, ответственность за исполнение и разработку, актуализацию и хранение документа.....	19

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.

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 «ТГК-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,

	ООО «ТГК-2 Энергосбыт»	Страница 4 из 20
	Стандарт качества обслуживания потребителей (покупателей)	

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 «ТГК-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 качества обслуживания потребителей (покупателей) (далее – Стандарт), предназначен для качественной организации обслуживания физических и юридических лиц.

Стандарт устанавливает общие требования к обслуживанию потребителей, включая правила и характеристики очного и заочного обслуживания.

Безупречное сервисное обслуживание и высокое качество услуг позволяют сохранить существующих и привлечь новых клиентов.

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

Стандарт содержит в себе свод правил, устанавливающий порядок ответов на телефонные звонки, правила ведения деловой переписки, персонального обслуживания.

Действие Стандарта распространяется на взаимоотношения с потребителями – гражданами, юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями.

Стандарт находится в открытом доступе, доводится до сведения потребителей путём публикации на сайте Общества, размещения в офисах очного обслуживания и другими способами, обеспечивающими доступность документа.

Стандарт разработан и внедрён в соответствии с требованиями, установленными Основными положениями функционирования розничных рынков электрической энергии, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 4 мая 2012 года № 442.

Стандарт вступает в силу после утверждения генеральным директором. При существенных изменениях условий предоставления услуг на рынке Стандарт подлежит пересмотру.

Стандарт является документом, устанавливающим порядок взаимодействия с потребителями (покупателями).

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 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;
- Федеральный закон от 21 июля 2014 года № 209-ФЗ «О государственной информационной системе жилищно-коммунального хозяйства»;
- ГОСТ Р 53368 – 2009. Обслуживание клиентов электрической и тепловой энергии;

	ООО «ТГК-2 Энергосбыт»	Страница 6 из 20
	Стандарт качества обслуживания потребителей (покупателей)	

- иные правовые акты.

5. Цели и задачи

5.1 Целью Стандарта является установление единых требований к качеству обслуживания и порядку взаимодействия с потребителями.

5.2 Установленные в Стандарте нормы и правила направлены на:


- создание комфортных условий и доброжелательного отношения к клиенту;
- сохранение клиентской базы и привлечение новых клиентов;
- формирование и поддержание положительного имиджа Общества в глазах потребителей и сотрудников;
- совершенствование информационного взаимодействия с потребителями с внедрением и использованием сервисов, таких как: «Личный кабинет», онлайн - сервисов Общества - подключение электронной квитанции, передача показаний приборов учёта, оплата без комиссии с применением функционала Общества, ГИС ЖКХ, СМС – сообщений, чат-ботов в Viber, Telegram и Skype, а также социальной сети «В Контакте».

5.3 Стандарт определяет и регламентирует выполнение следующих требований:

- наличие и функционирование центров очного обслуживания потребителей электрической энергии, а также осуществление заочного обслуживания потребителей;
- приём показаний приборов учёта, а также обеспечение приёма показаний приборов учёта от потребителей способами, допускающими возможность удалённой передачи сведений (телефон, сеть «Интернет», ГИС ЖКХ и др.);
- организация приёма обращений потребителей по вопросам качества поставки электрической энергии или прекращения её поставки, а также оповещения клиентов о причинах поставки некачественной электрической энергии, прекращения поставки и планируемых сроках возобновления её поставки;
- организация приёма иных обращений потребителей в адрес Общества в письменном или устном порядке, в том числе посредством телефонной связи, факсимильной связи, сети «Интернет», электронной почты, ГИС ЖКХ;
- предоставление оперативных ответов по существу на обращения потребителей с возможностью решения вопроса потребителя за одно обращение;
- предоставление потребителям путём размещения в центрах очного обслуживания и (или) на официальном сайте Общества в сети «Интернет», а также по запросу потребителей, информации в соответствии с требованиями действующего законодательства.

6. Организация обслуживания потребителей

6.1 Основными принципами взаимодействия Общества с потребителями являются надёжность и бесперебойность электроснабжения, обеспечение качественного оказания сервисных услуг и доступность обслуживания, под которой понимаются:

	ООО «ТГК-2 Энергосбыт»	Страница 7 из 20
	Стандарт качества обслуживания потребителей (покупателей)	

- ориентация на потребителя. Данный подход обеспечивает лояльность потребителей к Обществу за счёт качественного обслуживания и максимального удовлетворения их потребностей и ожиданий;

- территориальная доступность. Расположение ИА, отделений и участков Общества обеспечивает покрытие зоны деятельности и доступность обслуживания потребителей;

- организационная доступность. Правила пользования услугами Общества прозрачны и исполнимы для всех потребителей;

- информационная доступность. Полная и достоверная информация обо всех процедурах взаимодействия с Обществом носит публичный характер и предоставляется в доступной форме.

Информация о тарифах на электрическую энергию, о порядке расчёта стоимости электроэнергии, о нормативно-правовых документах, на основании которых Общество осуществляет свою деятельность, о стоимости и условиях получения дополнительных (сервисных) услуг и др. размещается на информационных стендах в местах ожидания или приёма потребителей, на сайте Общества, на платёжных документах, универсальных платёжных документах.

6.2 Потребителям обеспечивается объективное и непредвзятое рассмотрение обращений и жалоб в сроки, установленные Федеральным законом от 02.05.2006 № 59-ФЗ:

- не превышающий 30 календарных дней со дня его регистрации.


В установленный срок входит время на рассмотрение обращения по существу, подготовку текста ответа, согласование, подписание и направление ответа. Если на обращение дается промежуточный ответ, в нем указывается срок подготовки окончательного ответа.

Срок отправки промежуточного ответа не должен превышать 10 (десяти) рабочих дней. При необходимости сотрудник Общества вправе продлить срок ответа, но не более чем на 30 (тридцать) дней.

- по обращениям, поступившим через ГИС ЖКХ срок ответа определяется системой ГИС ЖКХ автоматически. Сроки ответов на обращения потребителей зависят от характера запроса. Система ГИС ЖКХ сообщает данную информацию. В каждом обращении формируется уведомление, что организация должна дать ответ строго в установленные Федеральным законом от 02.05.2006 № 59-ФЗ сроки. Срок рассмотрения подлежит продлению при необходимости, должностное лицо корректирует срок продления в ГИС ЖКХ.

Потребителям обеспечивается защита персональных данных на основании Федерального закона Российской Федерации от 27.06.2006 № 152 – ФЗ «О персональных данных». Общество использует полученную от потребителей персональную информацию исключительно с целью организации электроснабжения, выполнения работ (оказания услуг).

6.3 Полученная информация не подлежит разглашению за исключением случаев, предусмотренных законодательством РФ и на основании письменных запросов должностных лиц государственных органов власти.

	ООО «ТГК-2 Энергосбыт»	Страница 8 из 20
	Стандарт качества обслуживания потребителей (покупателей)	

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 01.06.2021 № 13, утверждённого приказом Общества от 02.06.2021 № 83;

- 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.

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.

	ООО «ТСК-2 Энергосбыт»	Страница 10 из 20
	Стандарт качества обслуживания потребителей (покупателей)	

9. Оформление и требования к помещениям для приёма потребителей при очном обслуживании

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.

Ответственные за размещение и поддержание в актуальном состоянии информации, располагаемой на стендах, определены в каждом отделении. 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 приема 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 расчета стоимости электрической энергии, действующие тарифы, нормативы электропотребления потребления, льготы, начисление денежных выплат;

- информация о дополнительных (платных) услугах, содержащая перечень услуг, их стоимость и условия оказания;

- информация об имеющейся в Обществе книге отзывов и предложений;

- иная информация по согласованию с ИА.

9.11 Общие требования к оформлению ЦОК.

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

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

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

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

9.11.5 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.

9.12 Общие требования к внутреннему оформлению ЦОК.

9.12.1 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.

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

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

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

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

9.12.6 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.

9.12.7 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.

	ООО «ТГК-2 Энергосбыт»	Страница 13 из 20
	Стандарт качества обслуживания потребителей (покупателей)	

10.2.2 Согласно Правилам внутреннего трудового распорядка ООО «ТГК - 2 Энергосбыт», утвержденным приказом Общества от 01.11.2021 № 155, 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.

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 и пригласить прийти в следующий раз при возникновении вопросов («До свидания! (Всего доброго!) Обращайтесь к нам ещё раз!»)

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 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.

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.

	ООО «ТГК-2 Энергосбыт»	Страница 16 из 20
	Стандарт качества обслуживания потребителей (покупателей)	

11. Организация заочного обслуживания

11.1 Система заочного обслуживания включает четыре канала связи: телефон (информационно-справочная служба), ГИС ЖКХ, интернет-связь и 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 Прием 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.

11.12 Порядок заочного обслуживания потребителей посредством почтовой связи прописан в Положении о работе с обращениями от 01.06.2021 № 13.

12. Организация обратной связи с потребителем

12.1 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).

12.2 По способу выражения обратная связь подразделяется на:

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

12.3 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).

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

12.5 Отчёты по итогам изучения степени удовлетворённости клиентов должны доводиться до сведения руководства Общества путём размещения на сайте Общества и информационных стендах.

12.6 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.

13. Формы информационного взаимодействия с потребителем

13.1 Информационное взаимодействие с потребителями имеет следующие формы:

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

13.2 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.

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

13.4 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;
- информация о задолженности за электроэнергию, способах оплаты, передаче показаний приборов учёта, о расчётах за электроэнергию, об исполнительном производстве и пр.

13.5 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.

13.6 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.
- 13.7 К напоминаниям/сообщениям относится информирование:
- о наличии задолженности за электрическую энергию;
 - об изменении тарифов и цен.

14. Принципы урегулирования конфликтов

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

14.2 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;

	ООО «ТГК-2 Энергосбыт»	Страница 19 из 20
	Стандарт качества обслуживания потребителей (покупателей)	

14.3 В случае возникновения обстоятельств, которые, по мнению сотрудника, могут привести к конфликту, он обязан срочно поставить в известность об этом своего непосредственного руководителя, для принятия им незамедлительных мер к урегулированию возникшей ситуации.

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

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

14.6 Если потребитель выражает претензии к Обществу, ведёт себя конфликтно, следует попросить его изложить все свои претензии на чистом листе бумаге в свободной форме. При этом необходимо:

- принести извинения другим потребителям, ставшим свидетелями выяснения отношений, за случившуюся ситуацию;
- попросить потребителя в обязательном порядке указать в претензии свои фамилию, имя, отчество и контактные реквизиты (телефон, адрес электронной почты и т.д.). Затем передать обращение на регистрацию секретарю.

14.7 При возникновении ситуаций, в которых требуется вмешательство вышестоящего руководства, сотруднику следует проводить потребителя в кабинет руководителя, в присутствии потребителя пояснить руководителю суть ситуации, и если далее не требуется личного участия в диалоге, с позволения потребителя покинуть помещение.

15. 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.

15.1 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.

15.2 Контроль исполнения требований Стандарта возлагается на 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.

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

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

	ООО «ТГК-2 Энергосбыт»	Страница 20 из 20
	Стандарт качества обслуживания потребителей (покупателей)	

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

15.7 Ответственным за актуализацию данного документа является начальник ОРП.

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

15.9 Ответственность за хранение несет начальник ОДО.