

**Акционерное общество
«Санкт-Петербургский центр доступного жилья»
(АО «СПб ЦДЖ»)**

УТВЕРЖДЕН

приказом АО «СПб ЦДЖ»
от 11.03.2020 № 2020-03/06

**СТАНДАРТ
КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ**

Санкт-Петербург
2020

1. Общие положения

1.1. Стандарт качества обслуживания клиентов (далее – Стандарт) - это свод правил обращения с клиентом. Эти правила должны гарантировать, что взаимодействие с клиентом будет обеспечиваться на высшем уровне, запросы будут обрабатываться своевременно, каждому клиенту будет гарантирована реакция на его запрос, а также удобство обслуживания. Стандарт качества обслуживания гарантирует компетентность услуг, предоставляемых акционерным обществом «Санкт-Петербургский центр доступного жилья».

Стандарт содержит в себе перечень правил и норм, устанавливающих порядок обслуживания клиентов – физических лиц, и способы контроля за исполнением настоящего Стандарта

1.2. Настоящий стандарт качества обслуживания клиентов является нормативным документом Общества, устанавливающим базовые требования по взаимодействию с клиентами при оказании услуг направленных на реализацию прав граждан на доступное и комфортное жилье, в том числе с учетом мер государственного содействия в рамках реализации целевых программ Санкт-Петербурга по улучшению жилищных условий граждан.

1.3. Стандарт предназначен для применения всеми сотрудниками Общества.

1.4. Стандарт распространяется на взаимоотношения с клиентами - физическими лицами.

2. Термины, определения и сокращения

2.1.1. Общество - акционерное общество «Санкт-Петербургский центр доступного жилья».

2.1.2. Фронт-офис/офисы обслуживания клиентов - подразделения Общества, осуществляющие непосредственный контакт с клиентами в очной или заочной форме.

2.1.3. Сайт Общества - официальный сайт Общества: www.gorcenter.spb.ru

2.1.4. Жалоба (претензия клиента) - направленное клиентом в адрес Общества или должностного лица Общества письменное или устное заявление о нарушении прав или охраняемых законом интересов клиента (например, претензия о предоставлении услуги ненадлежащего качества и т.п.).

2.1.5. Заочное обслуживание - обслуживание клиентов без личного контакта с сотрудниками Общества, в том числе по телефону, почте или через сети Интернет.

2.1.6. Клиент - потребитель (покупатель), обратившийся в Общества с целью получения консультации, услуги, заключения договора и др., связанные с реализацией своих право на доступное и комфортное жилье.

2.1.7. Обращение - направленное клиентом в адрес Общества или должностного лица Общества письменное или устное предложение, заявление или жалоба. Обращение может быть запросом о предоставлении информации и т.п..

3. Цели и задачи

3.1. Целью настоящего Стандарта является установление норм и правил взаимодействия с клиентами, единых требований к качеству обслуживания для повышения удовлетворенности качеством обслуживания клиентов.

3.2. Повышение удовлетворенности качеством обслуживания достигается в результате:

- экономии времени и усилий клиента, возможности предоставления клиенту одновременно несколько видов услуг;

- сокращения времени на обслуживание одного клиента, в том числе минимизация визитов в офисы обслуживания клиентов Общества;

- создания комфортных условий и доброжелательного отношения к клиенту;

3.3. Стандарт определяет и регламентирует основные направления повышения удовлетворенности клиентов качеством услуг и качеством обслуживания:

- уменьшения времени решения вопросов;
- оптимизация затрат клиентов;
- создания комфортных условий и доброжелательного отношения к клиенту.

3.4. Следование нормам настоящего Стандарта направлено:

- на сохранение и привлечение новых клиентов;
- на создание у клиентов потребности продолжать сотрудничество с Обществом;
- на формирование и поддержание положительного имиджа Общества в глазах клиентов, акционеров, сотрудников.

4. Организация обслуживания клиентов.

4.1. Концепция клиентоориентированной политики

4.1.1. Клиентоориентированный подход Общества основан на систематическом взаимодействии с клиентами, отслеживании и анализе их потребностей, изучения мнения клиентов о качестве обслуживания и использовании принципа «обратной связи».

4.1.2. Основными принципами взаимодействия Общества с клиентами являются:

- **Организационная доступность.** Правила пользования услугами Общества должны быть прозрачны и исполнимы.

- **Информационная доступность.** Полная и достоверная информация обо всех процедурах взаимодействия с Обществом носит публичный характер и предоставляется в доступной форме. Клиенты надлежащим образом информируются о стоимости услуг и размере тарифов на оказываемые услуги.

4.1.3. Клиентам обеспечивается объективное и непредвзятое рассмотрение обращений и жалоб в установленные сроки, исходя из принципа добросовестности клиента, если в установленном законом порядке не установлено обратное.

4.1.4. Клиентам обеспечивается защита персональных данных на основании Федерального закона Российской Федерации от 27.07.2006 № 152 - ФЗ «О персональных данных». Специалисты Общества обеспечивают конфиденциальность полученной информации, за исключением случаев, предусмотренных действующим законодательством.

4.2. Организационно-нормативное обеспечение

4.2.1. Система обслуживания клиентов в Обществе организуется таким образом, чтобы обеспечить оптимальный баланс качества и стоимости обслуживания и удовлетворение требований клиентов в соответствии с законодательством Российской Федерации и условиями договора.

4.2.2. Фронт-офис являются точкой входа клиентов в Общество с заявками, вопросами и потребностями (как по основной деятельности, так и по вопросам оказания коммерческих услуг).

4.2.3. Структурные подразделения, в функции которых входит оказание услуг, взаимодействуют в работе с клиентами в рамках своей компетенции. Каждое из структурных подразделений, деятельность которых затрагивает интересы клиентов, дает предложения по улучшению работы с клиентами и участвует в реализации соответствующего плана мероприятий.

4.2.4. Для создания и поддержания системы централизованного обслуживания клиентов Общество обеспечивает наличие:

- квалифицированных специалистов, ответственных за взаимодействие с клиентами и организацию клиентского обслуживания;

- современного компьютерного оборудования и программного обеспечения для регистрации, обработки обращений клиентов и формирования отчетов;

4.3. Инфраструктура

4.3.1. Обслуживание клиентов осуществляется в офисах обслуживания клиентов и производится в часы работы структурных подразделений Общества (Таблица 1).

Таблица 1. Офисы обслуживания клиентов:

Адрес: СПб, набережная реки Мойки, д.58, к.3		
Наименование подразделения Общества	Телефон	График работы
Отдел консультирования граждан	640-57-22	пн-чт с 9.00 до 19.00 пт. с 9.00 до 18.00
Отдел подготовки социальных сделок	640-57-22	пн-чт с 9.00 до 19.00 пт. с 9.00 до 18.00
Управление коммерческих услуг по сделкам с недвижимостью	331-57-37	пн-чт с 9.00 до 19.00 пт. с 9.00 до 18.00
Адрес: СПб, Вознесенский пр. д.7		
Отдел взаимодействия с клиентами	331-57-37	пн-чт с 9.00 до 19.00 пт. с 9.00 до 18.00

4.3.2. Очное обслуживание осуществляется руководителями и специалистами отделов Общества.

4.4. **Требования к помещениям для приема клиентов**

4.4.1. Помещение для обслуживания клиентов обеспечивает беспрепятственный доступ посетителей.

4.4.2. Помещения офисов обслуживания клиентов оборудованы системами кондиционирования и напольными кулерами.

4.4.3. В целях безопасности сотрудников и клиентов помещение оборудуется:

- охранно-пожарной сигнализацией и средствами пожаротушения;
- системой оповещения о возникновении чрезвычайной ситуации, тревожной кнопкой;
- вход и выход (включая аварийный) из помещения оборудуются соответствующими указателями с автономными источниками бесперебойного питания.

4.4.4. Информационные указатели, оформленные в едином корпоративном стиле, размещаются:

- у центрального входа в помещение;
- вывеска с названием Общества и указанием наименования офиса обслуживания клиентов, оформленная в едином корпоративном стиле;
- табличка с информацией о режиме работы и контактные телефоны.
- у входа в каждое из внутренних помещений - табличка с названием отдела;
- офис обслуживания клиентов должен быть оборудован информационным стендом, разъясняющим порядок приема клиентов.

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

4.5. **Требования к персоналу, осуществляющему прием граждан**

4.5.1. **Требования к содержанию рабочего места**

4.5.1.1. Каждый сотрудник поддерживает чистоту и порядок на своем рабочем месте и следит за порядком в помещении офиса.

4.5.1.2. На рабочем месте запрещен приём пищи. Исключение составляет вода.

4.5.1.3. Недопустимо держать на рабочем месте:

- художественную литературу, журналы, газеты, не имеющие прямого отношения

к служебной деятельности;

– посуду, косметику.

4.5.1.4. На рабочем столе сотрудника должна располагаться табличка с указанием должности, фамилии, имени и отчества лица, ведущего приём клиентов.

4.5.2. Требования к внешнему виду

4.5.2.1. Общие требования к внешнему виду сотрудников:

Одежда и обувь сотрудника должна быть чистой и опрятной, неброских тонов, выдержанная в строгом деловом стиле.

Косметика должна быть не вызывающей, приглушенных тонов.

Руки должны быть ухоженными, ногти - не длинными, не яркими.

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

Допустимо дополнение костюма различными аксессуарами и немногочисленными неброскими украшениями

4.5.3. Требования по общению с клиентами

4.5.3.1. Общие требования по общению сотрудников с клиентами в Приложении 1 к настоящему Стандарту.

5. Требования к процессам обслуживания при взаимодействии с клиентами

5.1. Общие принципы организации бизнес-процессов

5.1.1. Каждый сотрудник Общества в своей деятельности должен руководствоваться знанием того, что главная ценность Общества - клиент.

5.1.2. Уважая наших клиентов и воздавая должное их заслугам, мы отдаем себе отчет, что к каждому нужен индивидуальный подход.

5.1.3. Общество заинтересовано в установлении длительных партнерских взаимоотношений с клиентами. Привлечение новых клиентов должно исходить из принципа - «клиент выбирает компанию».

5.1.4. Проявление внимания к индивидуальности каждого клиента.

5.1.5. При возникновении конфликтной ситуации мы внимательно относимся к интересам клиента и, по возможности, их учитываем.

5.1.6. Сотрудники Общества относятся к информации, полученной от клиента, как к коммерческой тайне.

5.2. Основные критерии и параметры взаимодействия с клиентами

5.2.1. Эффективный процесс взаимодействия с клиентами характеризуется следующими параметрами:

– единообразии требований к качеству предоставления услуг, соблюдение установленных сроков по всем процедурам взаимодействия;

– индивидуальный подход к клиентам, в том числе к инвалидам, ветеранам и социально уязвимым категориям населения;

– минимизация времени клиента, затраченного на получение услуги, в том числе посредством минимизации очных контактов клиентов и Общества;

– оперативность реагирования на жалобы и устранения выявленных недостатков в работе с клиентами;

– полнота, актуальность и достоверность информации; многоканальность предоставления информации.

5.2.2. Обеспечение качества клиентского обслуживания в соответствии с настоящим Стандартом.

6. Очное обслуживание

6.1. Типовой алгоритм обслуживания клиента

6.1.1. Клиент может самостоятельно знакомиться с информацией, размещаемой на информационных стендах, разъясняющими порядок приема, типовые вопросы и функции сотрудников.

6.1.2. Сотрудники Общества выполняют функции по реализации потребностей клиента в рамках своих должностных обязанностей.

6.1.3. В соответствии с пожеланиями информация может быть представлена клиенту в устном или письменном виде, посредством телефонной связи, факсимильной связи, электронной почты или любым иным способом доступным для клиента и не противоречащий действующему законодательству и нормативным локальным актам Общества.

6.2. Принципы урегулирования конфликтов

6.2.1. Недопущение возникновения конфликта является важным условием для обеспечения защиты интересов клиентов.

6.2.2. Во избежание конфликтных ситуаций сотрудники Общества обязаны:

- стремиться действовать в интересах клиента, уметь распознать и избегать ситуаций, когда может возникнуть конфликт;

- не допускать возникновения ситуации, при которой в конфликте начинают участвовать другие клиенты;

- соблюдать принцип конфиденциальности.

6.2.3. В случае возникновения обстоятельств, которые, по мнению сотрудника, могут привести к конфликту, он обязан срочно поставить в известность об этом своего непосредственного руководителя, который должен принять меры к урегулированию возникшей ситуации.

6.2.4. При разрешении конфликтных ситуаций с клиентами действия сотрудников Общества, включая принимаемые ими решения, не должны преследовать личный интерес.

6.3. Сотрудники должны проявлять терпимость к фактам некорректного с ними обращения граждан, стремясь обеспечить клиентов наилучшим сервисом, так как предупредительное отношение к клиентам, создание наиболее благоприятных условий для них является залогом длительных партнерских отношений.

6.4. Порядок заочного обслуживания клиентов посредством телефонной связи

6.4.1. Все телефонные номера, по которым осуществляется телефонная связь с клиентами, указываются:

- на информационных стендах, размещенных в центрах обслуживания клиентов Общества;

- на сайте Общества.

6.4.2. По телефонам для прямого телефонного контакта клиент должен в момент разговора получить ответ на свой вопрос.

Все ответы на вопросы, о предоставлении информации, связанные с личностью звонившего клиента, осуществляются только после идентификации звонившего клиента, в целях защиты персональных данных.

В случае если специалист, ответивший на телефонный звонок клиента, не может дать полный ответ в момент разговора или подготовка информации для клиента требует некоторого времени (более 2 минут), клиенту сообщается об этом, указывается дата и время, когда можно перезвонить для получения точной и полной информации (возможен вариант, когда по согласованию с клиентом перезванивает сотрудник Общества).

6.4.3. Телефоны для прямого телефонного контакта доступны для звонков клиентов в часы работы соответствующего подразделения Общества.

6.4.4. В случае если обращение клиента содержит нецензурную брань, оскорбления или угрозы в адрес специалиста Общества, специалист Общества имеет право прекратить телефонный контакт, прервав разговор.

6.4.5. Общие требования к персоналу во время общения по телефону:

- впечатление об Обществе складывается у клиента по первому телефонному разговору, поэтому каждый сотрудник обязан уметь грамотно общаться по телефону;

- недопустимо игнорирование телефонных звонков;
- отвечая на телефонный звонок, необходимо вежливо поздороваться, произнести наименование Общества и свое имя;
- телефонные переговоры должны вестись громким четким голосом, речь должна быть внятной, доброжелательной;
- сотрудник, обслуживающий клиента по телефону, обязан дать консультацию по интересующему клиента вопросу, а в случае, если сотруднику для этого требуется уточнение информации, он должен взять контактный телефон и перезвонить клиенту после выяснения всех обстоятельств.

– в случае, когда сотрудник, у которого звонит телефон, обслуживает присутствующего клиента, на телефонный звонок должен ответить кто-то из коллег: телефонный звонок не должен быть оставлен без внимания.

6.4.6. При необходимости клиенту предоставляется возможность предварительной записи на прием в офисы обслуживания клиентов.

7. Организация обратной связи с клиентами

7.1. Организация обратной связи включает в себя предоставление клиентам информации об имеющихся каналах связи, позволяющих обеспечить направление запросов, предложений, отзывов о деятельности, замечаний и претензий.

7.2. При взаимодействии с клиентами сотрудники обязаны руководствоваться действующим законодательством, а также действующими в Обществе внутренними локальными документами.

7.3. По отношению клиента и Общества обратная связь 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 гражданину для выяснения степени удовлетворенности обслуживанием).

7.4. По способу выражения обратная связь подразделяется на:

- благодарности;
- жалобы;
- предложения;
- отзывы о деятельности.

7.5. Обратная связь осуществляется по следующим каналам связи:

- устные и письменные обращения клиентов;
- телефонные обращения, в том числе обращения, направленные факсимильной связью;
- интернет-приемная;
- электронная почта.

7.6. Специалисты Общества систематизируют и анализируют все направленные клиентами жалобы, предложения и отзывы.

7.7. По выбору клиента ответ на его жалобу, предложение, обращение направляется посредством любого указанного клиентом канала связи (почта, телефон и пр.).

8. Информационное обеспечение клиентов

8.1. Информационное взаимодействие с клиентами имеет следующие формы:

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

8.2. Массовое информационное взаимодействие заключается в размещении

публикаций в СМИ о деятельности Общества, информировании клиентов путём размещения информации в офисах обслуживания клиентов или на официальном сайте Общества, а также размещение информации о проведении разнообразных PR-кампаний, направленных на информирование широкой общественности (настоящие и потенциальные клиенты, партнеры и сотрудники) о деятельности Общества, возможных каналах связи и т.д.

Базовый инструмент массового информационного взаимодействия с аудиторией - СМИ и сайт Общества.

8.3. Индивидуальное информационное взаимодействие заключается в предоставлении консультаций по запросу клиента. Информация, имеющая прямое отношение к предоставляемым гражданину услугам, должна предоставляться ему по первому требованию вне зависимости от информационного канала и в удобной для гражданина форме.

8.4. Предоставление клиенту информации по инициативе Общества, также как и консультации по запросу, осуществляется через очные, заочные каналы информационного взаимодействия.

8.5. Очные консультации предоставляются клиентам в офисах обслуживания клиентов Общества.

8.6. По инициативе Общества клиентам предоставляется два типа информации:

- справочная информация;
- напоминания/сообщения.

9. Порядок рассмотрения претензий клиентов

9.1. В целях повышения степени лояльности и удовлетворенности клиентов, а также для повышения качества обслуживания клиентов Общество планирует и проектирует эффективный и результативный процесс работы с претензиями.

9.2. В Обществе осуществляется регистрация претензий и ответов на них, порядок пользования такими записями и управления ими с соблюдением защиты любой персональной информации о подателях претензий.

9.3. Рассмотрение претензий, жалоб, заявлений клиентов в порядке, указанном в настоящем разделе Стандарта осуществляется применительно к следующим документам:

– Документ, подписанный клиентом, озаглавленный «Жалоба», «Претензия», «Заявление», при наличии в указанных документах отрицательной информации о действиях / бездействии сотрудников Общества.

9.4. Претензия прослеживается, начиная с ее приема до достижения удовлетворенности подателя претензии или до принятия заключительного решения. Текущий статус претензии сообщается ее подателю по его запросу.

9.5. В случае недостаточности или отсутствия доказательств, позволяющих прийти к выводу о наличии либо отсутствии признаков нарушения требований, Общество вправе для сбора и анализа дополнительных доказательств продлить срок рассмотрения претензии. О продлении срока рассмотрения претензии Общество в письменной форме уведомляет подателя претензии.

9.6. Если претензия признана необоснованной, то подателю претензии направляется письменный ответ, содержащий отказ с аргументированным заключением.

9.7. В случае признания претензии обоснованной подателю направляется письменный ответ с предложениями по урегулированию. Если податель претензии отклоняет предлагаемое решение или действие, претензия остается открытой. Об этом делаются соответствующие записи, а податель претензии информируется о том, куда он еще может обратиться внутри и вне организации.

9.8. Обобщенная информация обо всех поступивших претензиях, их причинах, предпринятых действиях подготавливается в виде отчета для проведения анализа со стороны руководства организации и используется при мониторинге удовлетворенности клиентов.

9.9. Общество проводит постоянный мониторинг процесса работы с претензиями по следующим показателям:

- соблюдение сроков рассмотрения и урегулирования претензии;
- объективность рассмотрения претензии;
- адекватность осуществления корректирующих и предупреждающих действий при возникновении претензии.

10. Критерии качества обслуживания и контроль и мониторинг качества обслуживания клиентов

10.1. Контроль за своевременным рассмотрением обращений клиентов, за сохранность данных обращений несет каждый специалист в рамках своей компетенции.

Контроль за внешним видом персонала и состоянием рабочих мест возлагается на непосредственного руководителя.

10.2. В настоящем Стандарте устанавливаются следующие критерии качества клиентского обслуживания:

10.2.1. Качественное обслуживание и оперативное рассмотрение обращений характеризуется индикатором **«Доступность офисов обслуживания клиентов»**.

10.2.2. Полнота, актуальность и доступность информации об объеме, порядке предоставления и стоимости услуг характеризуются индикатором **«Информированность»**.

10.2.3. Исполнение в установленный срок всех процедур, предусмотренных Стандартом, в том числе по рассмотрению обращений и жалоб клиентов характеризуется индикатором **«Исполнительность»**.

10.2.4. Наличие эффективной обратной связи с клиентами, позволяющей в разумные сроки разрешать возникающие в процессе деятельности вопросы, в том числе связанные с качеством и стоимостью оказываемых услуг, характеризуются индикатором **«Результативность обратной связи»**.

10.3. Критерии качества обслуживания клиентов могут носить как объективный, так и субъективный характер.

Методом оценки объективных критериев является однозначное соответствие или несоответствие проверяемого объекта данному критерию.

Методом оценки субъективных критериев является обработка статистической информации по отзывам клиентов.

10.4. Общество несет ответственность за соблюдение вышеуказанных критериев.

10.5. Подтверждение соответствия требованиям Стандарта осуществляется проведением внутреннего аудита (силами собственного персонала) или внешних консультантов - мониторинга удовлетворенности клиентов. Мониторинг удовлетворенности клиентов проводят в целях определения областей улучшения деятельности, разработки и осуществления мер по наиболее полному удовлетворению требований и ожиданий клиентов. Мониторинг проводят на основе анализа полученной информации о качестве обслуживания и деятельности организации в целом.

10.6. Объектом мониторинга является удовлетворенность клиентов следующими сторонами деятельности Общества:

- качество обслуживания совершенствование управления взаимоотношения с клиентами;
- информирование об услугах;
- прохождение запросов, договора или заказа, включая изменения к ним;
- обратная связь с клиентами, включая претензии;
- репутация Общества.

10.7. Результаты аудитов документируются и служат для определения необходимости корректирующих и предупреждающих действий, планирования и внедрения мер для улучшения системы обслуживания клиентов.

10.8. Для мониторинга удовлетворенности клиентов на основе внешней маркетинговой информации Общество использует следующие методы:

- проведение опросов: анкетирование и интервьюирование;
- анализ претензий и обращений;
- процедура «Тайный покупатель».

10.9. Анкеты для изучения удовлетворенности клиентов разрабатываются специалистами Общества на основе предварительно составленных вопросников с учетом потребности в исследовании конкретных показателей.

Результаты интервью фиксируются в письменном виде, анализируются и представляются для обобщения.

10.10. Проводятся регулярные контрольные звонки для оценки качества общения с клиентами.

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

Общие требования по общению с клиентами

1. Общие принципы

1.1. Общие принципы не абсолютны - они рассчитаны на то, что в каждом конкретном случае их применяют, исходя из ситуации. Неизменным в любой ситуации остается уважение к клиенту, здравый смысл и рациональность поведения сотрудника. Сотрудник, принимающий клиента, в своём лице представляет Общество и отношение Общества к клиенту и от него зависит восприятие Общества клиентом.

1.2. Сотрудник при общении с клиентами, в рамках своих должностных обязанностей, должен соблюдать положения Кодекса этики и служебного поведения сотрудников, Положения о конфиденциальной информации и Политики противодействия коррупции, утвержденные Обществом.

1.3. Сотрудник должен оперативно и качественно обслуживать клиента.

1.4. Сотрудник должен стремиться обеспечить максимальный эмоциональный комфорт для клиента. Предупредительность, тактичность, вежливость, доброжелательность и спокойствие являются безусловными составляющими высокой коммуникативной культуры общения сотрудника с клиентами. Сотруднику следует использовать слова «спасибо» и «пожалуйста».

1.5. Сотрудник всегда первым приветствует клиента. Сотрудник должен демонстрировать доброжелательное отношение к клиенту при общении с ним, например:

- корпус сотрудника развернут в сторону клиента;
- взгляд сотрудника направлен клиенту в глаза;
- необходимо улыбаться клиенту.

1.6. Если клиент подошел к сотруднику или его глаза встретились с глазами клиента, то необходимо поздороваться с ним, представиться и обратиться с вопросом «Могу Вам чем-то помочь?». При этом если сотрудник находится на значительном расстоянии от клиента, достаточно кивнуть головой, поддерживая при этом контакт глазами. Приветствуя клиента, сотрудник демонстрирует, что заметил его и сообщает о своей готовности помочь ему в случае необходимости.

1.7. Сотрудник в процессе общения обращается к клиенту по имени и отчеству и на «Вы» вне зависимости от его возраста и социального положения, это подчеркивает вежливое и уважительное отношение Общества к клиенту.

1.8. Каждый клиент требует внимания. Сотрудник относится ко всем клиентам ровно и выдержанно вне зависимости от личных симпатий и антипатий.

1.9. Сотрудник должен уважать точку зрения клиента вне зависимости от того разделяет он ее или нет. Не допускается явно навязывать свою точку зрения, игнорировать высказывания клиента.

1.10. Иностранные слова или профессиональные термины при общении с клиентом сотрудник должен употреблять в меру и только в тех случаях, когда уверен в том, что клиент полностью понимает его. Запрещается употребление просторечных или грубых выражений.

1.11. При взаимодействии с клиентом сотрудник не должен предоставлять заведомо ложную информацию либо дезориентировать его иными способами.

1.12. Если у сотрудника нет полной уверенности в точности передаваемой клиенту информации, ему необходимо ее перепроверить. Если для выяснения деталей требуется значительное время, то сотруднику следует предложить клиенту связаться для получения информации повторно (при этом указать точное время) или предложить альтернативный канал получения информации.

1.13. Сотрудник во избежание случайного предоставления ложной информации не вправе консультировать клиента по вопросам, требующим специальных знаний, выходящих за пределы его компетенции.

1.14. В случае если сотрудник не обладает необходимой компетенцией, чтобы решить проблему обратившегося к нему клиента, он должен:

- найти другого специалиста, для того, чтобы удовлетворить просьбу клиента;
- задать направления поиска (предоставить телефон справочной службы, название организации и т.п.).

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

1.16. Категорически запрещается в присутствии клиентов порочить репутацию Общества и других организаций, вести посторонние разговоры, отлучаться, принимать пищу во время обслуживания клиента.

1.17. При выявлении ошибок, допущенных со стороны Общества, необходимо принести клиенту извинения за причиненные неудобства.

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

1.19. При обслуживании клиента, подавшего жалобу, необходимо придерживаться следующих методов работы:

- быть к клиенту особенно внимательным, даже если жалоба кажется несущественной или абсурдной;
- помочь клиенту изложить свою жалобу, дать возможность спокойно высказаться, уточнить суть жалобы;
- требуемая от клиента документация должна быть минимальной;
- решать проблему в кратчайшие сроки;
- анонимные жалобы в целях анализа и статистики обращений рассматривать в отдельном порядке.

2. Требования при очном обслуживании клиентов

2.1. Личное общение с клиентом является важным элементом корпоративной культуры Общества.

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

2.3. Принимая клиента сотрудник офиса обслуживания клиентов обязан:

- поприветствовать клиента и предложить ему присесть;
- в вежливой форме узнать имя и отчество клиента, обращаться к нему во время разговора по имени и отчеству;
- внимательно выслушать клиента;
- отвечать на вопросы клиента вежливо и доброжелательно, в корректной форме;
- выполнить необходимую для решения вопроса работу, вежливо попросив клиента подождать, или четко, грамотно и доступно объяснить способ решения вопроса;
- при невозможности решить вопрос на месте перенести срок его решения, при необходимости запросить недостающие сведения. Отказ в решении вопроса клиента должен быть аргументирован и предложены действия для решения вопроса;
- не повышать голос, не проявлять торопливость, не высказывать нетерпения, избегать непонятных для клиента терминов, не допускать в разговоре с клиентом неприятные для него интонации, не проявлять безразличия к проблемам клиента.

2.4. При приеме от клиента письменного заявления сотрудник офиса

обслуживания клиентов, наделенный соответствующими полномочиями, обязан:

- внимательно изучить его;
- при недостатке информации, изложенной в заявлении, выяснить у клиента недостающую информацию;
- известить клиента о сроке разрешения проблемы или жалобы;
- в случае невозможности решения проблемы в день обращения необходимо попросить контактные данные клиента и известить клиента о результате решения проблемы, при необходимости или просьбе клиента направить ему письменный ответ;
- обеспечить регистрацию письменного заявления, требующего времени для проработки и подготовки ответа, с уведомлением клиента о сроках его направления. При желании клиента предоставить копию заявления с данными ФИО сотрудника, принявшего заявления и датой.

2.5. Сотрудник должен до конца выяснить вопрос, по которому обратился клиент, и предложить оптимальный вариант решения его проблемы, чтобы клиенту не пришлось обращаться повторно.

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

– получить подтверждение, понял ли его клиент. Повторяя ключевые фразы беседы, нужно убедиться, что стороны пришли к согласию относительно дальнейших действий клиента.

– получить подтверждение, понял ли он клиента. В случае сомнения, перефразируя ключевые фразы беседы, уточнить понимание.

2.7. При проведении консультации сотрудник офиса обслуживания клиентов четко и доходчиво отвечает на вопросы клиента, при необходимости кратко излагает суть в письменном виде или дает возможность клиенту самому записать основные ответы.

2.8. Рекомендуются предоставлять клиенту важную или сложную для запоминания информацию в письменном виде. В письменном виде указываются перечни документов, дата следующего посещения, телефон.

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

2.10. Клиент не всегда может получить то, за чем пришел, но уйти он должен в хорошем расположении духа. Поэтому сотруднику необходимо быть максимально вежливым и корректным при общении с клиентом.

2.11. При установлении фактов грубого обращения персонала с клиентом, оказания на него необоснованного давления и угроз виновные сотрудники Общества привлекаются к дисциплинарной ответственности в установленном порядке.

2.12. В конце обращения сотруднику необходимо поблагодарить клиента за визит: «Рады, что Вы к нам обратились. До свидания. Всего доброго».

2.13. В случае проявления со стороны клиента необоснованной агрессии, неадекватного поведения, нахождения его в алкогольном/наркотическом опьянении сотрудник предпринимает действия по выводу клиента за пределы помещения в вежливой, но настойчивой форме.

3. Внутренний этикет

3.1. В рабочее время сотрудник переключает личный мобильный телефон в бесшумный режим.

3.2. Разговоры ведутся между сотрудниками вполголоса, не следует мешать работе других сотрудников, обслуживающих клиентов, и самих клиентов громкими разговорами.

3.3. Сотрудник должен соблюдать субординацию с руководителями и коллегами, особенно в присутствии клиентов.

3.4. Сотрудник содержит рабочее место в чистоте и порядке.

3.5. Сотрудник не должен заниматься макияжем, прической, находясь на рабочем месте.

3.6. Сотрудник обязан хранить служебную тайну, не распространять конфиденциальную информацию (в том числе персональные данные клиентов), а так же сведения о своей личной жизни или личной жизни сотрудников Общества.

3.7. Сотруднику запрещается пользоваться личным мобильным телефоном при общении с клиентом.

3.8. Отмечать праздники в рабочее время запрещено.

4. Общие требования при телефонных переговорах

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

При телефонных переговорах с клиентами сотрудник обязан поздороваться, назвать наименование Общества и свою фамилию. Если суть вопроса не относится к компетенции сотрудника, необходимо переадресовать звонок клиента компетентному специалисту Общества.

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

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

4.4. Сотруднику следует вести телефонный разговор таким образом, чтобы проблема каждого клиента была решена, и у него осталось приятное впечатление об Обществе.

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

4.6. Сотруднику следует следить за скоростью своей речи, т.к. слишком быстрая или слишком медленная речь затрудняют общение.

4.7. Сотруднику рекомендуется использовать приемы активного слушателя, поддерживая постоянную связь с собеседником посредством слов и междометий.

4.8. Если сотрудник не уверен, что правильно расслышал что-либо в телефонном сообщении, ему необходимо переспросить клиента, во избежание недопонимания.

4.9. Сотрудник должен быть лаконичен, четок в изложении информации, не употреблять лишних слов, не допускать продолжительных пауз. Телефонный разговор должен быть содержательным, но кратким.

4.10. Если сотрудник не может сразу ответить на вопрос клиента, рекомендуется записать номер телефона клиента и перезвонить ему.

4.11. Сотруднику запрещено посвящать телефонного собеседника в дела и проблемы коллег, комментировать их действия.

4.12. Не рекомендуется вести телефонные переговоры по громкой связи.

4.13. Если клиент ждет на линии, сотрудник не должен разговаривать с другими сотрудниками, либо клиентами в офисах.

4.14. В конце общения сотруднику необходимо поблагодарить клиента за звонок.