

## **Кодекс деловой этики ПАО «Горэлектросеть».**

### **1. Общие положения**

1.1. Настоящий Кодекс деловой этики (далее – Кодекс), предназначен для применения структурными подразделениями ПАО «Горэлектросеть» (далее – Общество).

1.2. Ответственность за соблюдение положений настоящего Кодекса возлагается на директора Общества.

1.3. При неисполнении положений, утвержденных настоящим Кодексом, виновные сотрудники Общества привлекаются к дисциплинарной ответственности в установленном порядке.

### **2. Общие принципы делового этикета**

2.1. Правила делового этикета не абсолютны – они рассчитаны на то, что в каждом конкретном случае их применяют, исходя из ситуации. Неизменным в любой ситуации остается уважение к потребителю, здравый смысл и рациональность поведения сотрудника. Сотрудник, принимающий потребителя, в своём лице представляет Общество и отношение Общества к потребителю и от него зависит восприятие Общества потребителем.

2.2. Сотрудник должен оперативно и качественно обслуживать потребителя.

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

2.4. Сотрудник всегда первым приветствует потребителя. Сотрудник должен демонстрировать доброжелательное отношение к потребителю при общении с ним:

- корпус сотрудника развернут в сторону потребителя;
- взгляд сотрудника направлен потребителю в глаза;
- необходимо улыбаться потребителю.

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

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

2.7. Каждый потребитель требует внимания. Сотрудник относится ко всем потребителям ровно и выдержанно вне зависимости от личных симпатий и антипатий.

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

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

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

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

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

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

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

2.14. Не разрешается говорить или намекать потребителю, что его проблема незначительна, и тем более сравнивать его с другими потребителями.

2.15. Форма изложения устных или письменных обращений к потребителям не должна допускать категоричных выражений, таких как «Вы обязаны», «Вам предписывается», «Явиться», «Предъявить» и т.п.

2.16. Категорически запрещается в присутствии потребителей порочить репутацию Общества, подрядных организаций и других предприятий энергетической отрасли, вести посторонние разговоры, отлучаться, принимать пищу во время обслуживания потребителя.

2.17. При выявлении ошибок, допущенных со стороны Общества или подрядных организаций, необходимо принести потребителю извинения за причиненные неудобства.

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

2.19. При обслуживании потребителя, подавшего жалобу, необходимо придерживаться следующих методов работы:

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

### **3. Деловой этикет при очном обслуживании потребителей**

3.1. Личное общение с потребителем является важным элементом корпоративной культуры Общества.

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

3.3. Принимая потребителя, сотрудник центра энергетических услуг обязан:

- поприветствовать потребителя и предложить ему присесть;
- в вежливой форме узнать имя и отчество потребителя, обращаться к нему во время разговора по имени и отчеству;
- внимательно выслушать потребителя;
- отвечать на вопросы потребителя вежливо и доброжелательно, в корректной форме;
- выполнить необходимую для решения вопроса работу, вежливо попросив потребителя 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 потребителя должен быть аргументирован и предложены действия для решения вопроса;
- не повышать голос, не проявлять торопливость, не высказывать нетерпения, избегать непонятных для потребителя терминов, не допускать в разговоре с потребителем неприятные для него интонации, не проявлять безразличия к проблеме потребителя.

3.4. При приеме от потребителя письменного заявления, сотрудник центра энергетических услуг, наделенный соответствующими полномочиями, обязан:

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

3.5. Сотрудник должен до конца выяснить вопрос, по которому обратился потребитель, и предложить оптимальный вариант решения его проблемы, чтобы потребителю не пришлось обращаться повторно.

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

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

3.7. При проведении консультации сотрудник центра энергетических услуг четко и доходчиво отвечает на вопросы потребителя, при необходимости кратко излагает суть в письменном виде или дает возможность потребителю самому записать основные ответы.

3.8. Рекомендуется предоставлять потребителю важную или сложную для запоминания информацию в письменном виде. В письменном виде указываются перечни документов, дата следующего посещения, телефон Контакт-центра.

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

3.10. Потребитель 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 потребителем.

3.11. При установлении фактов грубого обращения персонала с потребителем, оказания на него необоснованного давления и угроз временного прекращения подачи электроэнергии виновные сотрудники Общества и/или подрядных организаций привлекаются к дисциплинарной ответственности в установленном порядке.

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

3.13. В случае проявления со стороны потребителя необоснованной агрессии, неадекватного поведения, нахождения его в алкогольном/наркотическом опьянении в пределах зоны ожидания или зоны обслуживания менеджер (оператор) по работе с потребителями предпринимает действия по выводу потребителя за пределы помещения в вежливой, но настойчивой форме.

#### **4. Внутренний этикет**

4.1. В рабочее время сотрудник переключает личный мобильный телефон в бесшумный / тихий / виброрежим.

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

4.3. Сотрудник должен соблюдать субординацию с руководителями и коллегами, особенно в присутствии потребителей.

4.4. Сотрудник содержит рабочее место в чистоте и порядке.

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

4.6. Отмечать праздники в рабочее время запрещено.

#### **5. Внешний вид сотрудника при очном обслуживании потребителей (дресс-код)**

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

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

- костюм или юбка, брюки, жилет, пиджак – однотонных темных расцветок. В теплое время года допускаются светлые однотонные расцветки;
- блузка (у женщин) и сорочка (у мужчин);
- не допускается спортивная одежда, открытые, короткие топы / майки, юбки более 10 см выше колена, шорты

5.3. Обувь сотрудника должна быть с закрытым мысом, цвет обуви должен гармонировать с одеждой. Не допускается спортивная и пляжная обувь. Обувь должна быть чистой и опрятной.

5.4. Сотрудник, контактирующий с потребителями должен носить бейдж в течение всего рабочего дня. Бейдж содержит название Общества, ФИО и должность сотрудника.

5.5. Косметика должна быть не вызывающей, приглушенных тонов.

5.6. Руки должны быть ухоженными, ногти – не длинными, не яркими.

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

5.8. Допустимо дополнение костюма различными аксессуарами и немногочисленными неброскими украшениями.

## **6. Деловой этикет при телефонных переговорах**

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

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

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

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

6.4. Сотруднику следует вести телефонный разговор таким образом, чтобы проблема каждого потребителя была решена, и у него осталось приятное впечатление о компании.

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

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

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

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

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

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

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

6.12. Не рекомендуется вести телефонные переговоры по громкой связи.

6.13. Если потребитель ждет на линии, сотрудник не должен разговаривать с другими сотрудниками, либо потребителями в офисах.

6.14. В конце общения сотруднику необходимо поблагодарить потребителя за звонок.

## **7. Этика деловой переписки**

7.1. Деловая переписка может осуществляться как посредством обычной почты, так и через электронную почту.

7.2. При направлении письма по электронной почте сотрудник всегда кратко указывает его тему.

7.3. Длина письма должна соответствовать характеру общения: если сотрудник просто отвечает на вопрос, то он должен делать это кратко и по существу.

7.4. Письмо необходимо начинать с обращения к потребителю по имени и отчеству.

7.5. В ответе рекомендуется привести краткое содержание полученного запроса.

7.6. Подпись должна идентифицировать сотрудника (ФИО и должность) и содержать данные об альтернативных каналах связи (например, телефон или факс).