



**Стандарти обслуговування в Центрах обслуговування споживачів
ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
«РІВНЕНСЬКА ОБЛАСНА ЕНЕРГОПОСТАЧАЛЬНА КОМПАНІЯ»**

м. Рівне
2021

Зміст

1. Загальні положення.	стор.3
2. Очікувані результати від Стандартів	стор.4
3. Умови успішного виконання Стандартів	стор.4
4. Норми спілкування з клієнтом	стор.5
5. Вирішення конфліктних ситуацій	стор.8
6. Зовнішній вигляд працівника Центру обслуговування споживачів	стор.11
7. Оцінювання якості сервісу Центру обслуговування споживачів	стор.11

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1. **Стандарти обслуговування** розроблені з метою підвищення якості обслуговування споживачів ТОВАРИСТВОМ З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «РІВНЕНСЬКА ОБЛАСНА ЕНЕРГОПОСТАЧАЛЬНА КОМПАНІЯ» (далі – ТОВ «РОЕК», Товариство). Стандарти – це перелік вимог, що регламентують безпосереднє спілкування фахівців зі споживачами.

1.2. Мета Стандартів.

- Запровадити корпоративне бачення Товариства щодо обслуговування споживачів фахівцями Центрів обслуговування споживачів (надалі ЦОС).
- Сформувати єдине розуміння принципів обслуговування споживачів, єдині правила і норми якості обслуговування споживачів.
- Стандарти визначають та регламентують основні напрямки підвищення задоволеності споживачів якістю послуг, що надаються Товариством, і якістю обслуговування в ЦОС Товариства:
 - зменшення часу вирішення питань;
 - створення комфортних умов та доброзичливого ставлення до споживачів;
 - створення позитивного клієнтського досвіду.

1.3. Сфера застосування:

- Стандарти є нормативним документом, який встановлює базові вимоги щодо взаємодії фахівців ЦОС зі споживачами при наданні послуг у сфері електропостачання.
- Дія Стандартів поширюється на взаємини зі споживачами - фізичними та юридичними особами.
- Вимоги Стандартів обов'язкові для виконання всіма фахівцями ЦОС.

1.4. Основними принципами обслуговування споживачів є:

- Ефективність, професіоналізм і оперативність;
- Дотримання ділового етикету;
- Індивідуальний підхід;
- Інформативність.

Ефективність, професіоналізм, оперативність	<p>Кожен споживач, який звернувся до ЦОС, очікує, що його питання буде вирішене, його обслуговуватимуть не тільки чітко та ввічливо, але й швидко.</p> <p>Швидке та якісне обслуговування знижує рівень напруги по відношенню до Товариства.</p> <p>Фахівець ЦОС зобов'язаний вирішувати завдання споживача точно, швидко та найбільш ефективним способом. При цьому швидкість обслуговування повинна досягатися за рахунок професіоналізму та</p>
--	--

	вмілої організації роботи. Висока швидкість обслуговування не виправдовує помилки та неввічливість при обслуговуванні.
Дотримання ділового етикету	<p>Кожен працівник, який обслуговує споживачів в операційній залі, повинен дотримуватись доброзичливого тону, вміти правильно та коректно сформулювати відповідь на питання, поставлені споживачем.</p> <p>Ввічливість та шанобливе спілкування роблять процес обслуговування більш приємним і комфортним.</p>
Індивідуальний підхід	<p>Кожен споживач має право очікувати, що фахівець ЦОС поставиться з розумінням до його потреб та очікувань.</p> <p>До кожного споживача працівник повинен проявити:</p> <ul style="list-style-type: none"> – готовність вирішити питання; – професіоналізм; – розуміння; – повагу. <p>Основним інструментом для виявлення потреби є ЗАПИТАННЯ. Лише правильно поставлені запитання допоможуть зрозуміти, чого хочуть відвідувачі.</p>
Інформативність	<p>Фахівець ЦОС повинен повідомляти споживачу, простою і зрозумілою мовою, тільки потрібну та корисну для нього інформацію.</p> <p>Фахівець ЦОС повинен ознайомити споживача з усіма способами комунікацій (особливо з он-лайн сервісами), проінформувати його про всі етапи отримання послуги, акцентуючи увагу на важливих деталях (час необхідний для надання послуги, документи, необхідність додаткових візитів та ін.).</p>

2. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ ВІД СТАНДАРТІВ

Підвищення іміджу Товариства, як такого, що надає якісне обслуговування та професійні консультації.

- Підвищення лояльності клієнтів за рахунок своєчасності вирішення їх питань та надання вичерпних консультацій;
- Зниження кількості скарг, викликаних некоректним обслуговуванням;
- Зниження кількості скарг, викликаних відсутністю вирішення запитів;
- Зниження частоти відвідування клієнтами Центрів обслуговування споживачів;
- Зростання співвідношення вирішених питань до запитів клієнтів.

3. УМОВИ УСПІШНОГО ВИКОНАННЯ СТАНДАРТІВ

3.1. Стандарт робочого місця:

- Правильне зберігання документації та інформації;
- Порядок на робочому місці;
- Коректна поведінка на робочому місці;
- Використання інформаційної таблички «технічна перерва» з обов'язковим використанням тривалості перерви.

3.2. Стандарти спілкування з клієнтами:

- Відкрите і доброзичливе спілкування з клієнтом, направлене на успішне вирішення запиту.
- Досконале знання нормативних документів і особливостей процесу надання послуг.
- Досконале знання даних Стандартів та їх дотримання у процесі обслуговування клієнтів.
- Уміння гармонійно поєднувати в роботі виконання Стандартів та індивідуальний підхід, уміння орієнтуватися і гнучко підходити до вирішення нестандартної ситуації.

4. НОРМИ СПІЛКУВАННЯ З КЛІЄНТОМ.

4.1 При спілкуванні працівнику необхідно:

- дотримуватися ввічливого і ділового стилю спілкування;
- говорити привітним тоном та пам'ятати про ввічливість;
- говорити лаконічно і конкретно;
- орієнтуватися на середній темп розмови і середню гучність.

4.2 Використання принципів клієнт-орієнтованого підходу:

Позитивний настрій	Працівник вітає і спілкується з клієнтом з посмішкою, незалежно від власного настрою.
Доброзичливість	Фахівець доброзичливий, слухає і емоційно підтримує розмову з клієнтом. Клієнт відчуває зацікавленість фахівця в самому контакті з ним.
Емоційна відповідність	Фахівець ЦОС завжди на щабель вище свого співрозмовника по емоційному забарвленню: – якщо співрозмовник доброзичливий – фахівець ЦОС дуже доброзичливий; – якщо співрозмовник нейтральний – фахівець ЦОС доброзичливий; – якщо співрозмовник агресивний, роздратований – то фахівець ЦОС нейтрально ввічливий.

<p>Коректність</p>	<p>Співробітник компанії повинен зберігати спокій в спілкуванні з БУДЬ-ЯКИМ клієнтом.</p> <p>При спілкуванні співробітник ЦОС проявляє ввічливість та тактовність. Співробітникам ЦОС суворо заборонено вживання грубих слів, виразів, не допускається образлива іронія, двозначність, не зважаючи навіть на некультурну мову співрозмовника.</p> <p>У розмові неприпустима і інша крайність - фамільярне поводження. До всіх клієнтів потрібно ставитися з максимальною повагою.</p> <p>Також в діловій розмові неприпустимий сміх. Якщо ж співрозмовник жартує – можна просто посміхнутися, щоб показати йому свою прихильність.</p>
<p>Зацікавленість</p>	<p>Працівник ЦОС має проявляти зацікавленість до вирішення проблеми клієнта. При спілкуванні з клієнтом співробітник ЦОС уважно слухає його за допомогою метода активного вислуховування – задає уточнюючі питання.</p> <p>Мета кожного контакту співробітника ЦОС з клієнтом – це вирішене питання клієнта. Якщо цього не можливо досягти відразу, то обов’язково має бути запропонований план вирішення питання з чіткими часовими термінами.</p>
<p>Уважність та комунікабельність</p>	<p>Фахівець ЦОС завжди уважний по відношенню до свого співрозмовника. Він стежить за тим, щоб співрозмовнику було зручно сприймати інформацію – за швидкістю, гучністю, емоційною атмосферою. Повинно бути зручно записувати під диктовку, зручно диктувати, зручно перепитувати і при цьому не відчувати себе нетямущим.</p> <p>Фахівець ЦОС – це максимально комфортний співрозмовник, з яким було б приємно поговорити ще раз.</p>
<p>Спрямованість на результат</p>	<p>Працівник орієнтується на бажаний клієнтом результат. Безпомилково визначає його потреби, тактовно з’ясовує бажання клієнта, аргументовано висловлює свої пропозиції щодо вирішення питання з позиції інтересів клієнта та Товариства.</p> <p>Фахівець ЦОС завжди бере активну участь в розмові, утримує ініціативу в розмові та надає повну інформацію.</p>

<p>Позитивне сприйняття будь-якої інформації від клієнта</p>	<p>Співробітник ЦОС сприймає інформацію від клієнта виключно як: 1. – висловлене твердження (помилкове або реальне) або 2. – поставлене запитання.</p> <p>В першому випадку співробітник повинен розібратися в ситуації, з'ясувати, що саме трапилось, та вирішити проблему споживача. Інформацію про дану проблему донести до керівника ЦОС задля вживання заходів які унеможливають повторення даної ситуації в майбутньому.</p> <p>В другому випадку необхідно чітко відповісти на поставлене питання.</p> <p>Співробітники ЦОС розуміють, що клієнт НІКОЛИ не висловлює невдоволення – клієнти звертаються до нас за вирішенням своїх питань.</p>
---	---

4.3 Загальні правила спілкування:

- Працівник ЦОС зустрічає клієнта на вході в зал ЦОС та завдяки уточнюючим питанням допомагає клієнту скласти маршрут знаходження в залі ЦОС (на клієнта повинні звернути увагу протягом 2 хвилин з моменту його появи в залі).
- Розмову слід починати з представлення, привітання та запитання, як можна звертатися до співрозмовника. Привітання повинно мати позитивний характер та з посмішкою на обличчі: «Доброго дня! Мене звать (ім'я). Чим я могу допомогти Вам?»
- Мова співробітника – грамотна, інтонація – впевнена, думки висловлюються чітко та ясно;
- Співробітник повинен володіти, як українською так і російською мовами, та спілкуватися зі споживачем тією мовою, на якій до нього звертаються;
- Як звернення до споживача, співробітник користується нейтральними поважними словами "пані, пане, панство", або використовуючи ім'я, по-батькові. Звернення за статевою ознакою, таких як «жіночко», «бабусю», «чоловіче» тощо, неприйнятне .
- Співробітник поводитьсь доброзичливо, роблячи все щоб допомогти клієнту;
- Співробітник проявляє компетентність та обізнаність у професійних питаннях;
- Співробітники не залишають клієнтів в залі ЦОС без допомоги та уваги;
- При завершенні розмови працівник ЦОС повинен створити відчуття закінченості, попрощатися з клієнтом, зробивши акцент на її результативності. Необхідно підсумувати розмову та, якщо питання не вирішене, чітко описати клієнту його подальші дії для вирішення питання. Отримати від клієнта зворотній зв'язок, з'ясувати чи були отримані відповіді на всі поставлені питання. Працівник не повинен показувати своє невдоволення або розчарування, якщо клієнт не погодився з отриманою відповіддю на його звернення. Якщо відповідь вже отримана, а клієнт не поспішає завершувати спілкування, необхідно коректно згорнути тему, й при цьому спілкування повинно бути ввічливим та теплим

(наприклад: «Підкажіть будь ласка, чи всі питання ми з Вами обговорили?», «Я була рада Вам допомогти! Дякую за звернення. До побачення»).

4.4 Відмова з об'єктивних причин.

Іноді працівник Центру обслуговування споживачів змушений з об'єктивних причин відмовити клієнту в інформації (якщо вона відсутня) та/або послугі (якщо її на даний момент неможливо надати).

Відмова (навіть з об'єктивних причин) – це завжди неприємно. Вона створює негативне враження у клієнта. Завдання працівника Центру обслуговування споживачів відмовити співрозмовнику так, щоб він залишився задоволений обслуговуванням.

4.4.1 Головні правила відмови.

- Відмовляючи, фахівець ЦОС завжди шкодує про це.
- Відмовляючи, фахівець ЦОС завжди пропонує альтернативу.
- Відмовляючи, фахівець ЦОС каже максимально м'яко і з розумінням.
- Відмовляючи в інформації, фахівцю ЦОС важливо стежити за тим, щоб його інтонації були м'якими, спокійними, але впевненими. Фахівець ЦОС не виправдовується, а пояснює.

Важливо: працівник Центру обслуговування обов'язково повинен обґрунтувати відповідь на основі чого він відмовляє.

5. ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТНИХ СИТУАЦІЙ

5.1 Спілкування з незадоволеним клієнтом.

При спілкуванні з незадоволеним клієнтом, при його зверненні зі скаргами та претензіями, необхідно:

- 1) Уважно вислухати, дати йому висловитися.
- 2) Висловити йому своє співчуття, розуміння ситуації і готовність допомогти, спробувати його заспокоїти, наприклад:
«Я вас розумію, ситуація неприємна для Вас»
«Не переживайте, я спробую допомогти Вам у вирішенні Ваших проблем.»
- 3) Якщо ситуація неясна, прояснити ситуацію за допомогою питань, наприклад:
«Розкажіть, будь ласка, що у Вас відбулося?»
«Для того щоб допомогти Вам, мені необхідно знати ...»
- 4) Якщо ситуація сталася з вини Товариства, необхідно вибачитися перед клієнтом.
- 5) Запропонувати рішення проблем клієнта.
- 6) Якщо рішення неможливо запропонувати, пояснити причини і порекомендувати можливі дії.

Важливо: при будь-якому емоційному стані клієнта необхідно зберігати витримку і спокій, не піддаючись настрою клієнта, розмовляти з ним чемно й ввічливо.

5.2 Управління конфліктом у нестандартних ситуаціях.

В разі якщо фахівець ЦОС зіткнувся з проявами конфліктної поведінки з боку співрозмовника, його завдання полягає в тому, щоб пом'якшити конфліктну ситуацію (незалежно від причин, через які вона виникла) і заспокоїти співрозмовника (незалежно від причин, чому той веде себе агресивно).

Фахівець ЦОС повинен:

- Зберігати спокій, бути ввічливим.
- Намагатися допомогти. Якщо людина незадоволена, значить, до сих пір цього ніхто не зробив.
- Не суперечити співрозмовнику. Дати йому «випустити пар».
- Не виправдовуватися. Виправдання тільки дратують. Приймайте претензію, як факт.
- Дати зрозуміти співрозмовнику, що його уважно слухають; розуміють, що він говорить; те, що він говорить, дійсно важливо; ви з ним, а не проти нього: «Так, я розумію Вас, ситуація не дуже приємна».
- Показати, що фахівець ЦОС зі свого боку починає оперативно працювати з метою вирішення інциденту.
- Запропонувати варіанти виходу з ситуації.

Важливо: Якщо уладнати конфлікт оперативно не вдалось, невдоволеного клієнта необхідно запросити до окремого кабінету для подальшої роботи з ним. За необхідності залучити до вирішення конфліктної ситуації керівника ЦОС. Клієнт не має піти з ЦОС з невирішеним питанням.

5.3 Можливі відповіді фахівця ЦОС в конфліктних ситуаціях.

Нейтралізуючі формулювання при відповіді на заперечення:	<ul style="list-style-type: none">- Дякую, Іван Петрович, що ви підняли це питання.- Саме тому нам необхідно поговорити.- Це нікому не сподобалося б.- Так, це істотний момент.
Фрази, які виражають розуміння:	<ul style="list-style-type: none">- Я добре розумію, що ...- Я знаю що...- Мені зрозуміло, що ...- Мені неважко увійти в ваше становище, адже...- Мене не дивує, що ...- Я згоден з тим, що ...- Мені легко уявити, що ви ...
Нейтральні відкриті питання:	<ul style="list-style-type: none">- Що саме ви мали на увазі?- Що переконало вас в цьому?- Що конкретно сталося тоді?

5.4 В конфліктній ситуації заборонено:

- Брати на себе навчання співрозмовника гарним манерам;
- Звертатися до співрозмовника поблажливим або зарозумілим тоном;
- Приймати негативні емоції абонента, як особисту образу і відповідати з особистої позиції;
- Змагатися зі співрозмовником в дотепності, використовувати сарказм;
- Підвищувати голос, вживати образливі слова і вирази;
- Використовувати аргумент: «Клієнтів багато, а я один»;
- Перебивати співрозмовника.

Для переведення конфлікту на мирні рейки особливо важливо закінчити розмову позитивно. Фахівець ЦОС обов'язково повинен подякувати співрозмовнику за приділений час. Прощання зі співрозмовником має показувати йому, що він був і залишається важливим клієнтом. Фахівець ЦОС завжди повинен зберігати внутрішній спокій і управляти конфліктом.

5.5 Нестандартні ситуації.

Можливі випадки, коли співрозмовник вимагає від фахівця ЦОС інформації, якою фахівець ЦОС не володіє, або коли співрозмовник поводить себе агресивно, ставить запитання не по темі. Однак і ці ситуації в практиці роботи професійного фахівця ЦОС можуть розглядатися, як рядові, що вимагають застосування цілком певних прийомів в розмові.

Тип співрозмовника	Зміст	Приклад відповіді
Зайве товариський	Якщо співрозмовник постійно намагається перейти до розмови «за життя», то краще всього уважно слухати співрозмовника (зрозуміло, беручи активну участь в бесіді), одночасно потрібно ввічливо, але впевнено повертати розмову до робочої теми. Інтонації в таких випадках повинні бути максимально м'якими, щоб співрозмовник не відчув себе зачепленим.	Якщо фахівцю ЦОС вже зрозуміло, якою буде відповідь на питання, він може запитати: <i>«Вибачте, що перебиваю вас (дається варіант відповіді). Я правильно вас розумію?»</i> Інтонації в таких випадках повинні бути максимально м'якими, щоб абонент не відчував себе зачепленим.
Повільний	Говорити в цьому разі треба чітко, в середньому темпі і обов'язково прибрати з промови всі «прикраси»: вступне слово, красиві зв'язки. Проговорюється тільки те, що інформативно, також слід використовувати прямі питання (ТАК / НІ?).	<i>«Ми уточнюємо суму до сплати? Назвіть будь ласка, номер свого особового рахунку.»</i>

Засмучений	Якщо співрозмовник засмучений, але не агресивний, фахівець демонструє граничну ввічливість і м'якість, не говорить надто голосно, висловлює своє розуміння, використовує довірливі інтонації. Важливо дати зрозуміти співрозмовнику, що фахівець тут для того, щоб вирішити всі проблеми.	<i>«Я розумію вашу ситуацію, ми обов'язково з нею розберемося, для цього мені потрібна ваша допомога...»</i>
Скандалить	З кричущим співрозмовником головне розмовляти спокійно і ввічливо. Тільки в крайніх випадках люди не реагують на спокійні інтонації іншої людини і продовжують кричати.	<i>«Ми обов'язково розберемося з цією проблемою, (ми вживемо заходів)».</i> <i>«Про цю ситуацію ми повідомимо керівництво».</i> Покажіть важливість думки клієнта про те, що сталося.

6. ЗОВНІШНІЙ ВИГЛЯД ПРАЦІВНИКА ЦЕНТРУ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ

6.1 Зовнішній вигляд працівника є не тільки вираженням його особистого відношення до оточуючих, але і формує у клієнта думку про Товариство в цілому. Тому, особистий імідж співробітника – це частина іміджу Товариства і ставитись до нього необхідно відповідно.

6.2 Працівники повинні охайно виглядати і проявляти стриманість в зовнішньому вигляді, дотримуючись ділового класичного стилю.

6.3 Головне у зовнішньому вигляді ділової жінки та чоловіка — почуття міри, елегантність, доглянутість, в т.ч. охайна зачіска, чисті руки та нігті (манікюр), денний макіяж у жінок, випрасуваний одяг, чисте і начищене взуття.

6.4 Рекомендована ділова палітра - це різноманітні відтінки синього кольору, сірого, коричневого, чорного, зеленого, оливкового, білого, кольори пастельних тонів та їх поєднання. Такі кольори ділових костюмів як червоний, жовтий – не належать до ділової палітри.

6.5 В зимовий і міжсезонний період працівникам рекомендовано мати змінне взуття.

6.6 Неприйнятним є ношення джинсового, яскравого, відкритого, спортивного одягу, майок, футболок, сарафанів, прозорих й декольтованих моделей, міні-спідниць (коротка спідниця, зазвичай вище колін більш ніж на 5 см), якщо інше не передбачено даними Стандартами.

6.7 Одяг працівника ЦОС повинен бути доречним і відображати повагу до оточуючих.

6.8 Невідповідність зовнішнього вигляду місцю і часу ставить під сумнів не тільки особисті і професійні якості працівника, а й репутацію Товариства в цілому.

Важливо: при наявності у працівників ЦОС фірмового одягу, вони зобов'язані носити його на робочому місці та дбати про його чистоту та цілісність.

7. ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ СЕРВІСУ ЦЕНТРУ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ

7.1 Оцінювання якості сервісу здійснюється в розрізі кожного Центру обслуговування споживачів щомісячно.

7.2 Оцінка здійснюється за допомогою наступних індексів:

7.2.1 Індекс вирішення проблем клієнтів (PSS, Problem Solution Score).

Індекс PSS оцінює клієнтський досвід, а саме чи вважає клієнт, що він отримав вирішення своєї проблеми. Показник визначається у відсотковому значенні. Індекс визначається шляхом опитування клієнтів, в якому задається питання «Чи вирішили Ви питання, з яким звернулися до нашої компанії?». Відповідь споживача «Так» оцінюється, як 5 балів, а відповідь «Ні» - 1 бал. Індекс визначається за формулою:

$$PSS (\%) = \sum \text{балів всіх відповідей} \div Q_{\text{заг}} \times 100 \div 5, \text{ де:}$$

$Q_{\text{заг}}$ – це загальна кількість відповідей.

Діапазон можливих значень CES від 20% до 100%.

Якщо по першому питанню клієнт надає відповідь «Так», то переходимо до питань наступного індексу (CSI), а якщо «Ні» - то на всі питання наступного індексу ставиться «0»

7.2.2 Індекс задоволеності споживача (CSI, Customer Satisfaction Index).

Індекс CSI дозволяє оцінити наскільки клієнти задоволені сервісом компанії. Показник визначається у відсотковому значенні. Індекс визначається шляхом опитування клієнтів, в якому задаються питання з різним ваговим значенням:

- 1) «Наскільки швидко Ви змогли вирішити свої питання?» - вагове значення 50%;
- 2) «Наскільки доброзичливо та уважно до Вас віднеслися?» - вагове значення 30%;
- 3) «Наскільки комфортно Вам було знаходитися в приміщенні ЦОС?» - вагове значення 20%

Клієнт надає відповідь за 5-бальною шкалою. Індекс визначається за формулами:

I. Зважена оцінка по 1-му питанню (x) = $(\sum \text{балів}(x) \div Q_{\text{заг}}) \times 0,5$

Зважена оцінка по 2-му питанню (y) = $(\sum \text{балів}(y) \div Q_{\text{заг}}) \times 0,3$

Зважена оцінка по 3-му питанню (z) = $(\sum \text{балів}(z) \div Q_{\text{заг}}) \times 0,2$

II. $CSI (\%) = (\sum x, y, z \times 100) \div 5$

Діапазон можливих значень CSI від 20% до 100%.

7.3 Після визначення індексів PSS та CSI вираховується узагальнюючий **індекс якості сервісу (I)**, який приймає участь у визначенні розміру премії згідно відповідних Положень про преміювання, діючих в Товаристві:

$$I (\%) = (PSS + CSI) \div 2$$

Діапазон можливих значень І від 10% до 100%.

7.4 Для можливості проведення справедливого оцінювання та виставлення правильних оцінок персоналу ЦОС необхідно робити відмітки у білінгвій системі щодо обслуговування кожного побутового споживача.

7.5 Опитування клієнтів здійснюється Кол-центром ТОВ «РОЕК».

7.6 Для більш детальної оцінки роботи та виконання персоналом вимог даних Стандартів також використовується метод «Тасмний покупець» та аналізуються скарги клієнтів.

7.7 При отриманні скарги від клієнта, керівництвом ЦОС утворюється комісія за участю представника центрального офісу Товариства, та проводиться службове розслідування. У випадку скарги на керівника ЦОС, службове розслідування проводиться комісією центрального офісу Товариства.

7.8 За результатами службового розслідування приймається рішення, щодо депреміювання та/або дисциплінарного стягнення відносно винного працівника ЦОС, та направляється відповідна службова записка на ім'я Директора Товариства.

7.9 Всі спірні та конфліктні питання, що виникають між клієнтом та працівниками ЦОС вирішуються на основі запису відеокамер, які фіксують розмову між клієнтом та співробітником.

7.10 Відеокамери встановлюються на кожне робоче місце, яке задіяне в обслуговуванні клієнтів.

7.11 Працівникам ЦОС заборонено втручання в роботу відеокамер та/або комп'ютерної техніки, що призводить до неможливості фіксації спілкування з клієнтом або знищення існуючого запису.

7.12 **Впровадження Стандартів проводиться за алгоритмом:**

- Презентація Стандартів для персоналу ЦОС.
- Навчання персоналу Стандартам.
- Перевірка знань з визначенням рівня підготовки.
- Контроль знання Стандартів персоналом.
- Контроль виконання персоналом Стандартів.

7.13 **Відповідальні за впровадження Стандартів керівники ЦОС.**

7.14 **Періодичність заходів щодо впровадження Стандартів:**

- Для всього персоналу ЦОС одночасно та одноразово.
- Повторно для кожного нового фахівця.