

УТВЕРЖДЕН
приказом ПАО «ТрансКонтейнер»
от «___» _____ 2017 г. №___

СТО 02.001-2017

СТАНДАРТ

обслуживания клиентов ПАО «ТрансКонтейнер»

1. Область применения

Настоящий Стандарт устанавливает базовые требования к порядку взаимодействия с клиентами при оказании ПАО «ТрансКонтейнер» (далее – Общество) услуг в сфере перевозок грузов.

Положения настоящего Стандарта подлежат обязательному применению всеми работниками Общества.

2. Нормативные ссылки

При подготовке настоящего Стандарта использованы следующие нормативные документы:

ГОСТ ISO 9001-2011 «Межгосударственный стандарт. Системы менеджмента качества. Требования»;

Регламент процесса РП О.01-56-2015 «Продажи услуг ПАО «ТрансКонтейнер»;

Регламент процесса РП Б.14-44-2013 «Функционирование контактного центра ОАО «ТрансКонтейнер»;

Регламент процесса РП О.05-47-2013 Регламент процесса «Исполнение заказа ПАО «ТрансКонтейнер» в части планирования, контроля и урегулирования проблем при исполнении заказа»;

Регламент процесса РП ТК О.03-70-2016 «Обслуживание клиентов».

3. Термины и сокращения

Жалоба – письменное или устное проявление недовольства клиента качеством сервиса Общества.

Интерактивное обслуживание – удаленное (заочное) обслуживание клиентов с использованием сети Интернет, в том числе через каналы электронной коммерции (iSales, КУД).

Каналы электронной коммерции – способ взаимодействия между клиентом и Обществом через сайт Общества, посредством сети Интернет в целях обеспечения расчета стоимости транспортного решения и оформления заказов клиентами.

Контактный центр (КЦ) – информационный центр Общества, включая программно-аппаратные средства обеспечения его деятельности, целью которого является обработка обращений абонентов с использованием всех современных средств связи, распределение и обработка телефонных вызовов и входящей электронной почты, получения обратной связи от абонентов о качестве сервиса, а также повышение качества и доступности предоставления информации об услугах, оказываемых Обществом.

Обособленные структурные подразделения филиала – территориально обособленное от аппарата управления филиала подразделения по месту нахождения которого оборудованы стационарные рабочие места. К обособленным структурным подразделениям филиала относятся терминалы, агентства и др.

Обращение – направленное клиентом в адрес Общества устное или письменное предложение, заявление или жалоба. Обращением так же может быть запрос о предоставлении информации и т.п.

Офисы обслуживания клиентов – отделы продаж аппарата управления и филиалов Общества, задействованных в обслуживании клиентов.

Очное обслуживание – обслуживание клиентов при непосредственном личном контакте клиента с работником Общества.

СМИ – средства массовой информации.

ТЭО – транспортно-экспедиционное обслуживание.

Удаленное (заочное) обслуживание – обслуживание клиента без непосредственного личного контакта с работником Общества, в том числе по телефону, почте (включая электронную). Удаленное обслуживание может осуществляться работником Контактного центра или работником, в компетенции которого находится вопрос.

Филиал – обособленное структурное подразделение Общества, расположенное вне места его нахождения и осуществляющее все его функции или их часть.

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

4. Общие положения

4.1. Целью настоящего Стандарта является установление норм и правил взаимодействия с клиентами, единых требований к качеству обслуживания, оптимизация и унификация ключевых процедур взаимодействия с клиентом, для повышения удовлетворенности клиентов качеством обслуживания.

4.2. Стандарт определяет и регламентирует основные направления повышения удовлетворенности клиентов качеством услуг путем:

экономии времени и усилий клиента при взаимодействии с Обществом (в т.ч. благодаря минимизации визитов клиента в офисы обслуживания клиентов);

сокращения количества повторных обращений клиента в рамках одного этапа взаимодействия;

создания комфортных условий, благоприятной атмосферы и доброжелательного отношения работников Общества к клиенту;

обеспечения предоставления полной и достоверной информации клиенту и возможности обслуживания клиента в любое время с одинаково высоким качеством.

4.3. Стандарт устанавливает требования к следующим процессам взаимодействия:

заключение договоров;

прием, согласование заказов;

проведение взаиморасчетов;

взаимодействие при исполнении заказов;

реагирование на обращения клиентов, включая жалобы, и обеспечение «обратной связи» с клиентами;

оценка степени удовлетворенности качеством услуг в сфере перевозок грузов, формирование программы мероприятий по повышению качества обслуживания.

4.4. Нормы настоящего Стандарта направлены на:

обеспечение сохранения лояльности клиентов Общества, с которыми заключены договора, и привлечение новых клиентов;

создание у клиентов потребности в продолжении и расширении сотрудничества с Обществом;

формирование и поддержание положительного имиджа Общества в глазах клиентов, акционеров и работников.

5. Требования к организации обслуживания клиентов

5.1. Принципы и ценности

5.1.1. Принципы и ценности взаимодействия с клиентами основываются на клиентоориентированной политике, определяются исходя из миссии Общества и включают в себя обязательства по эффективному содействию бизнесу клиентов: быстро, надежно и комплексно решать задачи клиентов по логистике и доставке грузов в контейнерах.

Клиентоориентированный подход основан на систематическом взаимодействии с клиентами, отслеживании и анализе их потребностей, изучении мнения о качестве обслуживания.

5.1.2. Обслуживание клиентов основано на следующих принципах:

Принцип «обратной связи». Общество развивает свою деятельность и проводит изменения в своей деятельности в ответ на потребности и ожидания клиентов.

Принцип объективности. Клиентам обеспечивается объективное и непредвзятое рассмотрение обращений и жалоб в установленные сроки. При рассмотрении обращений клиентов учитывается, что у клиентов может не быть юридических и технических знаний по организации перевозок грузов в контейнерах.

Принцип надежности и доступность обслуживания. Клиентам гарантируется качественное и оперативное обслуживание по всей территории России, СНГ, стран Азии и Европы.

Принцип информационной доступности. Информация обо всех процедурах взаимодействия с Обществом носит публичный характер и предоставляется в доступной форме. Клиенты своевременно информируются о наборе услуг, предоставляемых Обществом их стоимости и условиях их исполнения.

Принцип конфиденциальности. Клиентам обеспечивается защита их персональных данных на основании Федерального закон от 27 июля 2006 года № 152-ФЗ «О персональных данных». Работники Общества обеспечивают конфиденциальность полученной информации и ее использование исключительно в целях исполнения договора на оказание транспортно-экспедиционных услуг.

5.2. Требования к доступности пунктов и каналов обслуживания клиентов

5.2.1. Система обслуживания клиентов в Обществе организуется таким образом, чтобы обеспечить оптимальный баланс качества и стоимости услуг, удовлетворение требований клиентов в соответствии с законодательством Российской Федерации, условиями договора и иными нормативными актами по транспортно-экспедиционному обслуживанию.

5.2.2. Для обеспечения территориальной доступности и организации надежного и качественного сервиса в Обществе функционируют Филиалы, обособленные структурные подразделения филиалов на территории Российской Федерации, представительства, дочерние и зависимые общества на территории иностранных государств.

5.2.3. Структурные подразделения Общества, в функции которых входит оказание услуг, взаимодействуют с клиентами в рамках своих компетенций. Каждое из структурных подразделений Общества, взаимодействующих с клиентами, дает предложения по улучшению качества оказания услуг в сфере организации перевозок и участвует в реализации соответствующих мероприятий.

Количество и места расположения обособленных структурных подразделений филиалов Общества определяются исходя из необходимости обеспечения доступности очного обслуживания клиентов.

5.2.4. Очное обслуживание организуется в офисах, находящихся, как правило, в удобно расположенном для большинства клиентов месте.

Офисы, по возможности, оснащаются удобным подъездом для автомобильного транспорта, парковкой.

Координацию деятельности структурных подразделений Общества по работе с клиентами осуществляет аппарат управления Общества.

5.2.5. Для организации взаимодействия с клиентами используется единое корпоративное программное обеспечение офисов обслуживания клиентов, с возможностью доступа к единой информационной базе.

5.2.6. Общество предоставляет клиентам возможность свободного выбора любого из трех типов каналов информационного взаимодействия: очное обслуживание, удаленное (заочное) обслуживание, интерактивное обслуживание, в зависимости от индивидуальных возможностей и предпочтений клиента.

5.2.7. С целью информирования клиентов по вопросам, связанным с перевозками грузов в контейнерах, Общество размещает в офисах обслуживания клиентов Филиала и на официальном сайте Общества следующую актуальную информацию:

перечень документов, необходимых для заключения договора на перевозку грузов в контейнерах и порядок его заключения;

основные условия договора;

типовые договоры на перевозку грузов в контейнерах;

порядок и условия расчетов за перевозку;

перечень услуг;

порядок рассмотрения жалоб на деятельность Общества;

информирование о дате и времени отправления контейнерных поездов;

адреса и телефоны офисов обслуживания клиентов.

5.2.8. Клиент может подать обращение следующими способами:

очно в офисах обслуживания клиентов Филиала в рабочее время;

на сайте Общества;

по телефону;

отправив письмо на почтовый адрес;

по электронной почте.

5.2.9. Все телефонные номера, по которым осуществляется телефонная связь с клиентами, указываются на информационных стендах, размещенных в офисах обслуживания клиентов, а также на интернет-сайте Общества.

5.3. Требования к персоналу, задействованному в обслуживании клиентов

5.3.1. Для создания и поддержания системы обслуживания клиентов, Общество обеспечивает наличие:

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

современного компьютерного оборудования и программного обеспечения для осуществления регистрации, обработки обращений, приема и согласования заказов;

формализованных в соответствующей регламентирующей документации бизнес-процессов взаимодействия Общества с клиентами.

5.3.2. Внешний вид работника является не только выражением его личного отношения к окружающим, заставляет быть более собранным на рабочем месте, но и формирует у клиентов мнение об Обществе в целом. Поэтому личный имидж работника – это часть имиджа Общества и относиться к нему надо соответственно.

В Обществе отдается предпочтение деловому стилю одежды. Работникам, выезжающим к клиентам, рекомендуется придерживаться стиля одежды, принятого в посещаемых организациях.

Требования к фирменному стилю содержатся в Приложении №1 Бренд-бука ПАО «ТрансКонтейнер».

5.3.3. Знания об услугах, оказываемых Обществом – это то, что делает работника компетентным в глазах клиента. Каждый работник Общества, занятый в области продаж услуг и обслуживания клиентов, должен знать:

историю создания, структуру Общества: сеть филиалов, представительств;

структуру парка вагонов и контейнеров, которыми владеет Общество;

типы контейнеров, их применение;

типы вагонов, их применение;

типы договоров ТЭО (условия договоров, порядок заключения);

формы перевозочных документов (виды, «движение» документов, правила заполнения);

порядок приема, согласования заказа, его оформление;

порядок исполнения заказа, основы перевозок различными видами транспорта;

услуги, предоставляемые Обществом;

порядок работы клиента с применением каналов электронной коммерции;

особенности работы на пространстве Таможенного союза и порядок предоставления услуг.

5.3.4. Общие требования по общению работников Общества с клиентами закреплены в Кодексе деловой этики ПАО «ТрансКонтейнер».

5.3.5. Очное обслуживание клиентов осуществляют квалифицированные работники офисов обслуживания, к которым предъявляются особые требования:

работники, взаимодействующие с клиентом очно, имеют бейдж с указанием Ф.И.О. и должности. В случае если бейдж отсутствует, по требованию клиента сообщают необходимую информацию о своём Ф.И.О. и должности;

речь работников вежливая, грамотная, без повышения тона голоса;

работник всегда готов выслушать и объяснить;

все работники, обслуживающие клиентов, аргументировано могут дать ответы на вопросы в рамках своей компетенции.

При обслуживании клиентов работнику категорически запрещается:

разговаривать с клиентом, повернувшись к нему спиной;

находиться в закрытых позах (скрещенные руки или ноги);

держат руки в карманах;

опираться на оборудование, мебель или стены;

принимать любые «расслабленные позы»;

жевать жевательную резинку;

использовать сленг, жаргонизм и ненормативную лексику;

отвлекаться для выполнения других дел, за исключением вопросов обслуживания других клиентов;

отвечать отрицательно: «нет», «не знаю», «не могу Вам помочь» и т.д.;

вести между собой разговоры, не относящиеся к обслуживанию клиентов;

обсуждать рабочие вопросы на виду у клиентов;

пользоваться мобильным телефоном во время обслуживания клиента;

телефон в рабочее время должен быть переведен в беззвучный режим;

использовать в рабочее время служебные телефоны для звонков по личным вопросам.

5.3.6. Ежегодно работники Общества, непосредственно контактирующие с клиентами, проходят внутреннее обучение, посвящённое правилам общения с клиентом. В случае возникновения проблемных ситуаций проводится обучение по требуемой тематике.

6. Требования к процессам обслуживания при взаимодействии с клиентами

6.1. Общие правила организации бизнес-процессов обслуживания клиентов

6.1.1. Каждый работник Общества в своей деятельности должен руководствоваться знанием того, что главная ценность Общества – клиент.

6.1.2. Общество заинтересовано в установлении длительных партнерских взаимоотношений с клиентами. Привлечение новых клиентов должно исходить из принципа – «Клиент выбирает компанию».

6.1.3. Проявление внимания к индивидуальности каждого клиента – основа коммерческой политики Общества.

6.1.4. При возникновении конфликтной ситуации работники Общества внимательно относятся к интересам клиента и, по возможности, их учитывают.

6.1.5. Работники Общества относятся к информации, полученной от клиента, как к коммерческой тайне.

6.2. Основные критерии и целевые ориентиры эффективного и качественного взаимодействия с клиентами

6.2.1. Эффективный процесс взаимодействия с клиентами характеризуется следующими критериями и целевыми ориентирами:

оптимизация времени обслуживания клиентов. Работнику Общества необходимо стремиться к сокращению времени, которое затрачивает клиент при взаимодействии с ним;

индивидуальный подход к клиентам. Работнику Общества необходимо обеспечить сбор достаточной информации о потребностях клиента и предоставить ему наиболее оптимальное решение, удовлетворяющее его потребности;

время реагирования на жалобы и время на устранение выявленных недостатков в работе с клиентами. Работнику Общества необходимо стремиться к сокращению времени на ответ клиенту по его жалобе, а также обеспечить максимальную оперативность устранения выявленных в работе с клиентами недостатков;

полнота, актуальность и достоверность информации. Работнику Общества при взаимодействии с клиентом необходимо предоставлять ему актуальную и достоверную информацию с необходимым для конкретного случая уровнем детализации.

6.2.2. Качественный процесс взаимодействия с клиентами при оказании услуг по перевозке грузов в контейнерах характеризуется следующими ключевыми критериями и целевыми ориентирами:

срок доставки грузов клиента. Общество предоставляет клиенту необходимый перечень сервисов и транспортных решений, обеспечивающих требования клиента к срокам доставки груза;

сохранность персональных и коммерческих данных клиента. Работники общества гарантируют сохранность персональных и коммерческих данных клиента и своевременно предупреждают клиента в случае возникновения рисков, связанных с получением доступа к этим данным третьими лицам;

обеспечение качества клиентского обслуживания. Клиентское обслуживание подразумевает оказание услуг на перевозку грузов в контейнерах и организацию расчетов за оказанные услуги в соответствии с требованиями действующего законодательства.

6.3. Требования к очному обслуживанию клиентов

6.3.1. Очное обслуживание клиентов осуществляется в офисах обслуживания клиентов. Перечень адресов и время работы офисов обслуживания указаны на интернет-сайте Общества.

6.3.2. Клиент может самостоятельно ознакомиться с информацией, размещаемой на информационных стендах, разъясняющих порядок приема клиентов, типовые вопросы и функции работников.

6.3.3. Процесс очного обслуживания клиентов в офисах обслуживания должен выполняться в доброжелательной и деловой атмосфере, работниками с высоким уровнем квалификации, обеспечивая сокращение времени, затрачиваемого клиентом и количества повторных посещений клиентом офиса обслуживания по одному и тому же поводу.

6.4. Требования к удаленному (заочному) обслуживанию клиентов

6.4.1. Удаленное обслуживание осуществляется по следующим каналам связи:

- телефон;
- электронная почта (sales@trcont.ru);
- информационная горячая линия;
- интернет сайт;
- почта (почтовая переписка);
- каналы электронной коммерции.

6.4.2. При удаленном/заочном обслуживании клиентов используются единые информационные системы и базы данных. Информация о каналах удаленного обслуживания и контактных телефонах размещена в максимальном количестве мест (в офисах обслуживания, на раздаточных материалах, в сети интернет и т.п.).

6.4.3. Удаленное обслуживание характеризуется следующими принципами:

- доступно для всех категорий клиентов;
- позволяет клиенту осуществить большинство операций в удобном ему месте, оборудованном необходимыми каналами связи;
- построено по принципу удобного, простого и информативного сервиса.

6.5 Организация удаленного обслуживания по телефону

6.5.1. Клиенты Общества для получения необходимой информации могут воспользоваться следующими номерами телефонов: 8 (800) 100-22-20, +7 (495) 788-17-17, +7 (499) 262-77-00.

6.5.2. Первичную обработку телефонных обращений клиентов осуществляет Контактный центр.

Взаимодействие с клиентами через прямые контактные телефоны осуществляется в часы работы соответствующего структурного подразделения Общества. Прямые контактные номера могут быть использованы при

переадресации обращения клиента операторами Контактного центра в это же время.

6.5.3. В случае обращения клиента по телефону для получения информации о заказе и иной информации, которая носит конфиденциальный характер, клиент обязан представиться, назвать номер договора и заказа. В случае, если клиент отказывается выполнить вышеуказанные требования, работник Общества имеет право отказать клиенту в предоставлении запрашиваемой информации.

6.5.4. Каждый звонок клиента (прямой или поступивший через Контактный центр) не должен оставаться без ответа.

При общении по телефону работникам Общества следует придерживаться вежливого и делового стиля общения.

Разговор по телефону следует начинать с представления и приветствия.

Приветствие должно носить позитивный характер по отношению к собеседнику.

Говорить нужно лаконично и конкретно.

Ориентироваться на средний темп речи и среднюю громкость, в разговоре учитывать темп речи собеседника.

Вежливо попрощаться, поблагодарить за звонок, чтобы закрепить благоприятное впечатление.

6.5.5. При поступлении обращения клиента на телефон с автоответчиком ему должен быть предоставлен ответ в течение 3 рабочих дней, если клиентом для связи оставлен телефон. Если клиентом для связи оставлен почтовый адрес – в течение 5 рабочих дней ему направляется письменный ответ, если иные сроки не установлены договором.

6.5.6. Ответные звонки после обращения на телефон с автоответчиком производятся работниками ПАО «ТрансКонтейнер» ежедневно с 9:00 до 18:00.

6.6. Требования к поддержке удаленного обслуживания по телефону при участии Контактного центра

6.6.1. Контактный центр должен предоставлять следующий набор услуг:
интерактивное голосовое меню – IVR;
прием обращений по телефону;
предоставление информации;
внесение изменений в базу данных по информации, переданной клиентами.

6.6.2. Программно-аппаратные решения Контактного центра должны иметь следующие функциональные возможности:

организация автоматического распределения телефонных вызовов по целевым группам, в соответствии с заданными правилами обслуживания вызовов;

маршрутизация обращения – организация очереди и т.д.;

оптимизация распределения телефонной нагрузки между операторами и пользователями контактного центра и повышение оперативности при работе с клиентами;

предоставление интерактивного голосового меню (IVR) с возможностью перенаправления вызовов по алгоритмам, реализованным в соответствии с бизнес-процессами Общества;

регистрация всех входящих и исходящих звонков;

хранение информации по истории звонков с данного номера;

запись всех разговоров с клиентами;

организация входящей информации от клиентов в ручном режиме;

отражение состояния операторов (занят, свободен, пауза);

получение информации о работе Контактного центра в режиме реального времени для оперативного планирования работы операторов;

получение статистических отчетов для анализа работы Контактного центра и оценки ее эффективности/результативности;

авто информирование клиентов.

6.6.3. Контактный центр осуществляет взаимодействия с клиентами с учетом следующих требований:

прием вызовов осуществляется 7 дней в неделю в соответствии с графиком работы Контактного центра (минимальный период обслуживания с 8:00 до 18:00, максимальный – 24 часа в сутки);

для удобства восприятия используется легко запоминающийся номер телефона;

звонок для клиента должен быть бесплатным, за исключением случаев, когда клиент находится за пределами территории внутризонального телефонного соединения;

разговор между клиентом и оператором Контактного центра записывается, о чем клиент предупреждается в начале телефонного разговора.

6.6.4. Техническое оснащение Контактного центра и количество задействованных операторов должны обеспечивать прием звонков согласно установленным показателям.

6.7. Требования к удаленному (заочному) обслуживанию клиентов посредством почтовой переписки

6.7.1. Правила ведения деловой переписки и содержания деловых писем являются частью делового этикета. Деловой этикет проявляет себя, прежде всего, в формах обращения, выражении просьб, напоминаний, отказов, способах аргументации, формулировках указаний, в заключительных словах.

6.7.2. Типовая структура делового письма должна выполняться в соответствии с установленным порядком ведения делопроизводства в Обществе.

6.7.3. Письменное обращение клиента в обязательном порядке регистрируется в управлении делами. При необходимости клиент может получить информацию о входящем номере, сроках и реквизитах ответа.

6.7.4. Ответ на письменное обращение клиента должен быть подготовлен в печатном виде на фирменном бланке Общества (Филиала) и содержать конкретную информацию о сути вопроса, заданного клиентом, контактные данные исполнителя (ФИО, телефон, адрес электронной почты), и подписан уполномоченным на то должностным лицом.

6.7.5. Действия по письменному обращению клиента не производятся в случаях:

если письменное обращение содержит нецензурные, либо оскорбительные выражения, угрозы жизни, здоровью и имуществу работника Общества, а также членов его семьи;

если текст письменного обращения не поддается прочтению.

В случае если текст письменного обращения не поддается прочтению, клиент информируется об этом.

6.7.6. В случае если в письменном обращении клиента содержится вопрос, на который клиенту уже был предоставлен ответ по существу в связи с ранее направляемыми обращениями, и при этом в обращении не приводятся новые доводы или обстоятельства, клиент информируется о предоставленном ранее ответе.

6.7.7. Клиент информируется о невозможности предоставления письменного ответа, в случае если ответ по существу поставленного в обращении вопроса не может быть дан без разглашения сведений, составляющих коммерческую тайну.

6.7.8. Письменное обращение клиента не рассматривается и ответ на обращение не дается, если в письменном обращении не указаны контактные данные клиента.

6.8. Требования к удаленному обслуживанию клиентов по электронной почте и при помощи мессенджеров

6.8.1. В Обществе существует адрес электронной почты sales@trcont.ru, на который клиенты могут отправлять свои вопросы, жалобы и иные обращения.

6.8.2. На все обращения в обязательном порядке даётся ответ в короткие сроки.

6.8.3. Удаленное обслуживание клиентов по электронной почте осуществляется в соответствии с требованиями к обслуживанию клиентов посредством почтовой переписки согласно пункту 6.7 настоящего Стандарта.

6.8.4. Общение с клиентами посредством интернет-чатов (мессенджеров) допускается в случае оперативной необходимости, а также при невозможности использовать электронную почту и другие защищенные каналы связи. При этом

работник Общества отвечает за конфиденциальность данных, передаваемых и получаемых от клиента, соблюдает правила делового общения и обеспечивает сохранность истории коммуникаций с клиентом.

6.9. Требования к удаленному обслуживанию через интернет-сайт (интерактивное обслуживание)

6.9.1. Интерактивное обслуживание организуется на базе веб-сайта Общества www.trcont.ru.

6.9.2. Обслуживание посредством веб-сайта Общества основывается на следующих принципах:

- доступность информации;
- достоверность представленной информации;
- обязательное реагирование на вопросы клиентов;
- понятность логики сайта и его разделов.

6.10. Требования к заключению договоров с клиентами

6.10.1. Заключение договора транспортной экспедиции по типовой форме

Клиент может ознакомиться с условиями договора ТЭО при непосредственном обращении в структурное подразделение Общества, либо на сайте Общества. Приняв решение о заключении договора, клиент обращается в Общество лично, либо используя доступные каналы связи и предоставляет необходимый для принятия решения о заключении договора со стороны Общества, комплект документов. Проект договора проходит необходимое согласование в Обществе, после чего направляется на подписание клиенту. Подписанный со стороны клиента договор, возвращается в Общество и подписывается уполномоченным представителем Общества, после чего, регистрируется в реестре договоров. Один экземпляр договора направляется (передается) клиенту, второй экземпляр хранится в Обществе.

6.10.2. Заключение Договора транспортной экспедиции по не типовой форме

В случае, когда клиент не согласен с типовыми условиями договора ТЭО, он может предложить свою редакцию отдельных положений договора.

Свои возражения относительно определенных условий типового договора ТЭО, а также необходимый для принятия решения о заключении договора со стороны Общества комплект документов, клиент предоставляет в Общество лично, либо направляет, используя доступные каналы связи. В этом случае проект договора проходит необходимое согласование в Обществе, с учетом отклонений от типовой формы договора ТЭО. Работниками причастных подразделений, участвующими в согласовании договора, оценивается критичность внесенных клиентом изменений. В случае несогласования в Обществе отклонений от типовой формы договора, предлагается альтернативная редакция соответствующих пунктов, с клиентом проводятся

переговоры, разъясняется позиция Общества, после чего, как правило, принимается компромиссная редакция спорных пунктов, которая согласовывается соответствующими причастными подразделениями Общества.

В случае принятия положительного решения о заключении договора, проект договора направляется на подписание клиенту. Подписанный со стороны клиента договор, возвращается в Общество и подписывается уполномоченным представителем Общества, после чего, регистрируется в реестре договоров. Один экземпляр договора направляется (передается) клиенту, второй экземпляр хранится в Обществе.

6.10.3. Заключение сделок через интернет

Клиент, обратившись в Общество через интернет-магазин, ознакомившись с предложенными ему общими и коммерческими условиями, в случае согласия, подтверждает его, путем выбора значений в поле «С общими условиями согласен», а также в поле «С коммерческими условиями согласен». После этого общие и коммерческие условия считаются согласованными клиентом.

6.11. Требование к приему и согласованию заказов

6.11.1. При очном обращении клиента в Общество, клиент подает заказ работнику Общества на бумажном носителе в офисе обслуживания клиентов. Работник Общества заводит его в систему, выставляет счет за услуги по заказу, дожидается оплаты и согласовывает в системе и на бумажном носителе.

6.11.2. При обращении клиента через сайт Общества заказ оформляется клиентом с помощью каналов электронной коммерции, ему направляется счет, клиент оплачивает его удобным для него способом, после чего заказ автоматически согласовывается в системе, без участия работника Общества.

6.12. Требование к проведению взаиморасчетов с клиентами

После оказания услуг клиенту работником Общества формируется необходимый пакет документов в срок, прописанный в условиях договора, и передается ему на согласование путем очного или заочного обслуживания.

6.13. Требование к взаимодействию при исполнении заказа

В ходе исполнения заказа работник Общества информирует клиента о продвижении контейнера или вагона на всем пути следования, а так же предоставляет необходимую информацию о ходе исполнения заказа путем заочного обслуживания по электронной почте или по телефону.

7. Порядок рассмотрения жалоб и аналогичных обращений клиентов

7.1. Регистрация жалоб и ответов на них, порядок пользования такими записями и управления ими осуществляется в Обществе с соблюдением защиты любой персональной информации об инициаторах жалоб.

7.2. Рассмотрение жалоб, заявлений клиентов в порядке, указанном в настоящем разделе Стандарта, осуществляется применительно к документам, подписанным клиентом, при наличии в них отрицательной информации о действиях/бездействиях работников Общества.

7.3. К рассмотрению принимаются жалобы, представленные в письменной (в том числе, путем заполнения автоматизированной формы на сайте Общества) и устной форме и содержащие:

- наименование услуги;
- основания для жалобы;
- номер договора, дату его заключения.

Клиент, направивший жалобу, не содержащую указанных атрибутов, информируется об этом с целью полученной всей необходимой и достаточной информации для объективного рассмотрения жалобы.

7.4. Порядок рассмотрения и разбора жалобы клиента определен Регламентом процесса РП О.03-70-2016 «Обслуживание клиентов» и направлен на достижение удовлетворенности инициатора жалобы или на принятие заключительного решения. Если жалоба признана необоснованной, то клиенту направляется письменный ответ, содержащий отказ с аргументированным заключением. В случае, если жалоба подана через сайт Общества, письменный ответ направляется клиенту способом, указанным при заполнении автоматизированной формы.

8. Организация обратной связи с клиентами

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

8.2. При взаимодействии с клиентами работники Общества обязаны руководствоваться действующим законодательством, а также действующими в Обществе внутренними локальными нормативными документами.

8.3. 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 клиенту для выяснения степени удовлетворенности обслуживанием).

8.4. По способу выражения обратная связь подразделяется на:

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

8.5. Обратная связь осуществляется по следующим каналам связи:
устные и письменные обращения клиентов;
телефонные обращения;
веб-сайт;
электронная почта.

8.6. Работники Общества систематизируют и анализируют все направленные клиентами жалобы и отзывы.

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

9. Критерии качества обслуживания и контроль. Мониторинг качества обслуживания клиентов

9.1. Контроль за своевременным рассмотрением обращений клиентов несет каждый специалист в рамках своей компетенции.

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

9.3. В настоящем Стандарте устанавливаются следующие индикаторы качества клиентского обслуживания:

9.3.1. «**Информативность**» - полнота, актуальность и доступность информации об объеме, порядке предоставления и стоимости услуг.

9.3.2. «**Исполнительность**» - исполнение в установленный срок всех процедур, предусмотренных настоящим Стандартом, в том числе по рассмотрению обращений и жалоб клиентов.

9.3.3. «**Результативность обратной связи**» - 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.

9.4. Индикаторы качества обслуживания клиентов могут носить как объективный, так и субъективный характер.

Методом оценки объективных индикаторов является однозначное соответствие или несоответствие проверяемого объекта данному индикатору.

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

9.5. Общество несет ответственность за соблюдение вышеуказанных индикаторов своими соисполнителями, которые привлекаются к обслуживанию клиентов.

9.6. Подтверждение соответствия качества обслуживания клиентов требованиям настоящего Стандарта осуществляется проведением внутреннего аудита, мониторинга удовлетворенности клиентов. Мониторинг удовлетворенности клиентов проводится в целях выявления областей системы

обслуживания клиентов, требующих улучшения, разработки и осуществления мер по наиболее полному удовлетворению требований и ожиданий клиентов. Мониторинг проводится на основе анализа полученной информации о качестве обслуживания и деятельности Общества в целом.

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

качество обслуживания, совершенствование управления взаимоотношениями с клиентами;
информирование об услугах;
обратная связь с клиентами, включая жалобы;
повышение конкурентоспособности Общества на рынке;
репутация Общества.

9.8. Порядок проведения внутреннего аудита для подтверждения соответствия качества обслуживания клиентов требованиям Стандарта устанавливается отдельным организационно-распорядительным документом. Результаты аудитов документируются и служат для определения необходимости корректирующих и предупреждающих действий, планирования и внедрения мер для улучшения системы обслуживания клиентов.

9.9. Для мониторинга удовлетворенности клиентов используют следующие методы:

проведение опросов клиентов;
анализ обращений клиентов;
метод тайного покупателя.

9.9.1. Проведение опросов

Раз в год проводится сбор информации для расчета уровня удовлетворенности клиентов. Сбор информации производится собственными силами Общества, путем проведения опросов. В Обществе применяются следующие виды опросов:

письменные (анкетирование) - респонденту при очном опросе предлагается анкета для самостоятельного заполнения;

устные (интервьюирование) - при очном опросе анкета заполняется анкетером;

заочные - анкета заполняется путем интервьюирования по телефону, либо направляется по почте, факсу, электронной почте, либо размещается на сайте Общества для самостоятельного заполнения.

Независимо от выбранного Обществом вида опроса его итогом является заполненная анкета. Для каждой группы клиентов заполняется собственная анкета. Анкеты для изучения удовлетворенности клиентов разрабатываются работником Общества (Филиала) на основе предварительно составленных вопросников с учетом потребности в исследовании конкретных показателей.

Результаты интервью фиксируются в письменном виде, анализируются и предоставляются для обобщения внутреннему аудиту или внешним консультантам.

9.9.2. Анализ обращений клиентов

Оценка качества клиентского обслуживания проходит в Обществе на регулярной основе раз в квартал, раз в полгода и раз в год.

Раз в квартал проводится качественный и количественный анализ обращений Клиентов с жалобой к качеству обслуживания. При этом основной акцент делается на следующие показатели:

- основные причины обращений;
- количество обращений по отношению к прошлому периоду;
- количество обращений по повторным ошибкам Общества.

Указанные данные ежеквартально предоставляются первому заместителю генерального директора и директору по продажам и развитию бизнеса для составления плана мероприятий, направленного на снижение обращений клиентов по вопросам качественного обслуживания в Обществе.

9.9.3. Метод тайного покупателя

Общество с периодичностью один раз в месяц проводит исследования качества обслуживания методом тайного покупателя. Для исследования выбираются все офисы обслуживания клиентов Общества. Результаты опросов оцениваются в соответствии с утвержденными критериями оценки. Результаты доводятся до руководства проверяемых офисов обслуживания клиентов с предложениями по улучшению ситуации (если это требуется). Если конкретный офис показал неудовлетворительные результаты проверки, то эта информация доводится до руководства офиса с последующим предоставлением анализа разбора ситуации и принятия мер. Составляется план мероприятий по внедрению изменений и исправлению ситуации.

9.9.4. Обратная связь от работников

Каждый из офисов обслуживания, деятельность которых затрагивает интересы клиентов, имеет возможность выдвинуть предложения по улучшению работы с клиентами и обязан участвовать в реализации соответствующего плана мероприятий.

С учетом настоящего Стандарта и мероприятий, направленных на повышение качества оказываемых услуг, разрабатываются различные организационно-распорядительные документы, связанные с целевыми бизнес-процессами в рамках обслуживания клиентов:

- регламенты процессов;
- правила/инструкции по оказанию услуг;
- положение о деятельности структурного подразделения по работе с клиентами;

должностные и рабочие инструкции работников, обслуживающих клиентов.

9.10. Результаты мониторинга рассматривают при проведении анализа со стороны руководства Общества для определения необходимых корректирующих и предупреждающих действий.

9.11. По итогам изучения степени удовлетворенности клиентов, работниками Общества составляется программа мероприятий, направленных на повышение качества обслуживания клиентов.

10. Информационное обеспечение клиентов

10.1. Информационное взаимодействие с клиентами имеет следующие формы:

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

10.2. Массовое информационное взаимодействие заключается в размещении публикаций в СМИ о деятельности Общества, информировании клиентов, граждан по вопросам, связанным с организацией перевозок грузов в контейнерах путем размещения информации в офисах продаж 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 работники) о деятельности Общества, возможных каналах связи и т.д.

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

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

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

По инициативе Общества клиентам предоставляется два типа информации:

- справочная информация;
- напоминания/сообщения.

К справочной информации относятся:

- извлечения из законодательных и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы, регулирующие деятельность Общества;
- настоящий Стандарт;

перечни документов, необходимых для выполнения действий, входящих в компетенцию работников Общества;

образцы оформления документов и требования к ним;

режим приема клиентов;

порядок получения консультаций;

порядок обжалования решений, действий или бездействия работников, исполняющих действия, входящие в компетенцию Общества.

К напоминаниям/сообщениям относится информирование:

о наличии задолженности;

об изменении тарифов или правил предоставления услуг.

Очное информирование включает информационные стенды, расположенные в офисах обслуживания, информационные листовки и буклеты.
