

**Декларация принципов клиентоцентричности
ПАО «Россети Московский регион»**

1. Преамбула

Признавая человека, его права и свободы высшей ценностью и осознавая многообразие жизненных ситуаций, в которых люди взаимодействуют с Обществом, а также изменчивость современного мира и понимая возможности, которые создают современные технологии, и методы изучения потребностей людей и их клиентского опыта и признавая недостаточную эффективность традиционной модели управления организацией настоящая Декларация провозглашает переход к клиентоцентричной модели управления и организации функций и услуг ПАО «Россети Московский регион» (далее - Общество), основанной на обеспечении эффективного и комфортного взаимодействия человека и Общества за счет анализа актуальных потребностей и клиентского опыта человека.

Трансформация подхода к исполнению функций и предоставлению услуг населению и бизнесу также обусловлена назревшей необходимостью развития культуры уважения к человеку, его мнению, особенностям и потребностям, повышением доверия к Обществу и как следствие, государству в целом, повышением эффективности, качества и скорости решения задач человека, более простое и удобное для человека взаимодействие с организацией.

Движущим фактором перехода к клиентоцентричной модели управления является намерение Общества соответствовать актуальным требованиям клиента обслуживать и удовлетворять его потребности качественно, быстро, вежливо и вовлеченно. Это в итоге позволит сохранить прочные позиции на рынке и будет способствовать росту прибыльности Общества, повышению лояльности клиента и его удовлетворенности услугами Общества. Клиентом компании признается не только внешний, но и внутренний клиент (сотрудник компании).

Конечная цель – настроить взаимодействие с человеком с помощью свойств продукта, ценообразования, модели дистрибуции, бизнес-процессов, коммуникаций, дизайна, эмоций. Человек должен становиться лучше в результате гуманистического взаимодействия с Обществом: он должен почувствовать, что его потребность удовлетворена именно так, как он этого хотел и даже сверх его ожиданий.

Основа клиентоцентричного подхода управления Обществом заключается в:

- изучении и выявлении ожиданий, потребностей и удовлетворении (ожиданий/потребностей) с намерением их превзойти;
- изучении процесса принятия решений клиентом с учетом рациональных и иррациональных факторов поведения: эмоции, влияние контекста, ошибки мышления и восприятия;
- воспроизведении лучшего опыта клиентов и улучшении бизнес-процессов компании за счет изучения и корректировки процесса взаимодействия с клиентами;
- формировании корпоративной среды, в которой пользовательский опыт принимается как ценность всеми сотрудниками;
- единообразном подходе к внешнему и внутреннему клиенту, т.е. отношению к клиентам тождественно отношению к сотрудникам, что положительно влияет на их удовлетворенность и вовлеченность в работу в Обществе;
- разделении внутреннего клиента на горизонтального – коллеги, и вертикального – руководство.

2. Общие положения

2.1. Область применения

2.1.1. Настоящая Декларация закрепляет миссию, стратегические ценности и принципы клиентоцентричного подхода Общества, а также механизмы ее реализации.

2.1.2. Настоящая Декларация применяется в процессе внедрения в деятельность Общества клиентоцентричного подхода. Клиентоцентричный подход подлежит реализации во всех подразделениях Общества, филиалах и ДЗО Общества. Сотрудники обязаны следовать настоящей Декларации во всех точках взаимодействия Общества и человека. Также рекомендуется учитывать ценности и принципы, утвержденные настоящей Декларацией, при разработке любых распорядительных актов и принятии кадровых решений.

2.1.3. При внедрении клиентоцентричного подхода в Обществе используется методология трансформации, предусматривающая работу по преобразованию корпоративной культуры, по настройке операционного управления сервисами и процессами и работу по управлению проектами по реинжинирингу сервисов.

2.1.4. Общество непрерывно работает над повышением уровня удовлетворенности и вовлеченности сотрудников в деятельность по оказанию услуг клиентам.

2.2. Клиентоцентричное Общество и человек.

2.2.1. Клиентоцентричное Общество – это Общество, функции и услуги которого организованы удобным для человека образом; позволяют эффективно удовлетворять потребности человека и постоянно совершенствуются на основе анализа лучшего клиентского опыта.

2.2.2. В фокусе внимания клиентоцентричного Общества находится человек. Выполняемые функции и услуги, а также процедуры созданы ради решения задач людей и организованы ради их комфорта.

2.2.3. Общество соблюдает и уважает права человека:

- на свободный доступ к информации Общества;
- на недискриминационный доступ к услугам Общества;
- на вежливое и внимательное обращение и быстрое качественное обслуживание вне зависимости от каналов обращения, места проживания и местонахождения энергопринимающих устройств потребителя;
- на выражение своего мнения и конфиденциальность.

2.2.4. Деловая культура сфокусирована на человеке и основана на эмпатии, профессионализме и честности:

- Общество проявляет эмпатию (чуткость и внимательность) к потребностям и особенностям каждого человека;
- Общество профессионально работает на благо людей, несет ответственность за результат и постоянно совершенствуется;
- Общество честно в общении с людьми, ведет открытый диалог.

2.2.5. Клиентом Общества является человек, который может взаимодействовать с ним в различных статусах:

- как гражданин РФ (а также иностранный гражданин или человек без гражданства);
- как представитель бизнеса (коммерческой или некоммерческой

организации), индивидуальный предприниматель или самозанятый;

- как внутренний клиент - сотрудник организации.

2.2.6. Каждая категория клиентов обладает отличительными особенностями, которые учитываются Обществом при выполнении функций и оказании услуг. Всем категориям клиентов обеспечиваются равные права и доступность при взаимодействии с Обществом.

2.2.7. Любой клиент может узнать информацию об Обществе, используя все доступные каналы связи, предоставляемые Обществом по принципу омниканальности, единообразия и равного доступа к информации любого заинтересованного лица.

2.3. Приоритетами при развитии клиентоцентричности в Обществе являются:

- своевременность;
- вежливость;
- качество;
- вовлеченность;
- обеспечение выполнения задач, поставленных перед Обществом акционерами и государством.

2.3.1 *Своевременно* – в сроки, соответствующие ожиданиям клиента, (как внешнего, так и внутреннего) и даже превосходя ожидания клиента, согласно требованиям нормативно-правовых актов;

2.3.2. *Вежливо* – чувствуя и понимая клиента (эмпатично), уважительно, с соблюдением всех правил делового этикета (согласно Стандарту качества обслуживания потребителей услуг Общества и общечеловеческим принципам вежливого взаимодействия);

2.3.3. *Качественно* – с максимально возможным в существующих условиях качеством, приемлемым для клиента и в полном соответствии с достигнутыми соглашениями;

2.3.4. *Вовлеченно* – с максимальной личной заинтересованностью сотрудника в предоставлении качественных услуг внешним и внутренним клиентам;

2.4. Акционеры (Заказчик), внешний клиент, внутренний вертикальный и внутренний горизонтальный клиент реализуют принципы Быстро, Вежливо, Качественно, Вовлеченно на всех уровнях взаимодействия;

2.5. Цели всех уровней должны быть сформулированы по правилам критериев целеполагания и быть: конкретными, измеримыми, достижимыми, актуальными, ограниченными по времени.

3. Миссия Общества

3.1. Миссия Общества, как клиентоцентричной организации и исполнителя государственной функции по обеспечению населения жизненно важным ресурсом - электроэнергией, заключается в следующем:

«Давать людям надёжное электроснабжение, качественные и удобные сервисы для комфортной жизни и эффективного бизнеса».

4. Цели в области клиентоцентричности

4.1. Общество к 2026 году является примером клиентоцентричности, и входит в десятку лучших компаний Российской Федерации по степени удовлетворенности качеством клиентских сервисов и услуг. Индекс удовлетворенности клиентов услугами Общества (CSI) превышает 85%.

4.2. В Обществе внедрена система мониторинга клиентоцентричности. Индекс лояльности клиентов к Обществу (NPS) превышает 20% по всем направлениям деятельности.

4.3. Для каждой жизненной ситуации клиента создано эффективное решение, продукт, сервис.

5. Ценности и принципы клиентоцентричности

5.1. Под ценностями и принципами клиентоцентричности в Обществе понимаются:

- равный доступ;
- эффективность и удобство;
- постоянное повышение качества и проактивность;
- единство и целостность;
- объективность и беспристрастность;
- открытость и прозрачность;
- взаимное доверие и безопасность;
- устойчивое развитие Общества.

5.1.1 Равный доступ:

– предоставлять клиенту равный доступ к услугам и функциям Общества и возможность решать свои задачи с помощью Общества, в рамках его функционала, с учетом индивидуальных потребностей и особенностей конкретного человека;

- обеспечивать равенство возможностей каждого сотрудника Общества.

Принципы равного доступа:

- учитывать особенности каждого человека и устранять барьеры;
- адаптировать функции и услуги Общества под потребности человека.

5.1.2. Эффективность и удобство:

– для каждой жизненной ситуации, связанной с функциями и услугами Общества, и для эффективного достижения необходимого результата разработано удобное решение, продукт или сервис;

– каждому исполнителю услуг и функций предоставлены комфортные условия для эффективной работы.

Принципы эффективности и удобства:

– решать задачи человека, а не исполнять обязанности формально;

– находить и использовать наиболее простой и удобный путь к решению задачи;

- обеспечивать экономическую эффективность процедур и правил.

5.1.3. Постоянное повышение качества и проактивность:

Выполняемые функции и условия работы исполнителей постоянно совершенствуются, также оптимизируя и совершенствуя предоставляемые услуги. Общество проактивно выявляет жизненные ситуации, требующие решений, работает

над внедрением инноваций, улучшает технологии и бизнес-процессы, устраняет ошибки, предвосхищая запросы и замечания.

Принципы постоянного повышения качества и проактивности:

- действовать на опережение, повышая качество и устраняя ошибки;
- тестировать и внедрять инновации, экспериментировать.

5.1.4. Единство и целостность

Все исполнители функций и услуг, независимо от корпоративной принадлежности, объединяют усилия и эффективно сотрудничают, решая задачи человека, обеспечивают целостный и предсказуемый опыт взаимодействия с Обществом через выбранный человеком канал связи.

Принципы единства и целостности:

- выступать единой командой для решения задач человека;
- устранять внутрикорпоративные дублирования и противоречия.

5.1.5. Объективность и беспристрастность:

Результаты исследований и объективные данные являются основой для обоснования и принятия решений. Исполнители функций и услуг принимают беспристрастные решения, свободные от субъективности и предвзятости.

Принципы объективности и беспристрастности:

- принимать решения, опираясь на достоверные данные;
- соблюдать последовательность в принятии решений и действиях.

5.1.6. Открытость и прозрачность:

Общество взаимодействует с человеком в открытом диалоге, учитывает обратную связь и понимает потребности человека. Процедуры Общества прозрачны: информация предоставляется в простой и понятной форме, принятые решения и достигнутые результаты доступно объясняются.

Принципы открытости и прозрачности:

- приветствовать и учитывать обратную связь, признавая существующие проблемы;
- предоставлять актуальную информацию, объясняя принимаемые решения.

5.1.7. Взаимное доверие и безопасность:

Взаимное доверие в отношениях человека и Общества обеспечивается за счет осознания общих целей и уверенности в их достижении. Общество гарантирует безопасное взаимодействие при выполнении возложенных функций и оказании услуг, при взаимодействии с цифровыми сервисами, обеспечивая исключение риска для здоровья, имущества, персональных данных и иной конфиденциальной информации.

Принципы взаимного доверия и безопасности:

- исполнять публично взятые обязательства и честно сообщать о достигнутых результатах;
- минимизировать необходимость контроля и проверок с учетом анализа рисков;
- гарантировать безопасность взаимодействия с Обществом и защиту конфиденциальной информации (в том числе персональных данных).

5.1.8. Устойчивое развитие Общества:

Общество несет ответственность за надежное, качественное и доступное электроснабжение потребителей, а также оказание иных услуг на территории

присутствия и понимает значимость своего воздействия на окружающую среду, общество, а также устойчивое экономическое развитие, как отдельных регионов, так и страны в целом.

Общество реализует комплекс мер, нацеленных на удовлетворение текущих потребностей человека при сохранении окружающей среды и ресурсов.

Принципы развития Общества:

- безопасность деятельности. Жизнь и здоровье работников и населения - главная ценность Общества;
- бережное отношение к окружающей среде. Общество стремится минимизировать негативное воздействие на окружающую среду.
- учет ожиданий и интересов заинтересованных сторон. Общество стремится соблюдать баланс интересов и обеспечивать комфортные условия для эффективного взаимодействия со всеми заинтересованными сторонами: обществом и гражданами, государством, акционерами и инвесторами.

6. Механизм реализации настоящей Декларации

6.1. Ценности и принципы клиентоцентричности реализуются в Обществе посредством следующих механизмов:

- разработка и поддержание в актуальном состоянии реестра жизненных ситуаций и проектирование услуг;
- реинжиниринг услуг и бизнес-процессов и разработка внутренней регламентирующей документации, исходя из принципов клиентоцентричности;
- обучение работников Общества правилам и нормам клиентоцентричности;
- принятие кадровых решений на основе приверженности клиентоцентричности;
- создание системы мониторинга услуг и обратной связи.

6.1.1. *Разработка и поддержание в актуальном состоянии реестра жизненных ситуаций и проектирование услуг:*

Для лучшего удовлетворения потребностей человека должен быть создан и регулярно обновляться исчерпывающий реестр жизненных ситуаций, а также должно проводиться проектирование услуг (продуктов) на основе данного реестра. Для выявления потребностей и особенностей групп клиентов должны быть сформированы и регулярно обновляться профили клиентских сегментов.

6.1.2. *Реинжиниринг бизнес-процессов и регламентация деятельности:*

Ценности и принципы, озвученные в настоящей Декларации, являются ключевыми при улучшении деятельности Общества. Общество постоянно улучшает услуги, сервисы и бизнес-процессы на основании принципов клиентоцентричности, закрепляя требования во внутренних нормативных документах.

6.1.3. *Проведение обучения работников Общества:*

Для развития профессионализма и культуры работников Общества и обеспечения соблюдения в их деятельности положений настоящей Декларации, и принятых в ее развитие иных нормативных актов, должны проводиться регулярные тренинги и обучение правилам клиентоцентричности, тестирование персонала, а также должна быть создана информационная система развития сотрудников Общества.

6.1.4. *Принятие кадровых решений на основе приверженности клиентоцентричности:*

Приверженность сотрудников ценностям и принципам клиентоцентричности будет использоваться при принятии кадровых решений, создании кадрового резерва, продвижения сотрудников по карьерной лестнице.

6.1.5. *Создание системы мониторинга услуг и обратной связи:*

Для оценки уровня удовлетворенности клиентов опытом взаимодействия с Обществом должны быть созданы системы мониторинга услуг и обратной связи. На основании регулярно обновляемых данных этих систем должны выявляться услуги и сервисы, требующие оптимизации. С целью проверки услуг, продуктов и сервисов на соответствие требованиям клиентоцентричности должен быть сформирован и регулярно обновляться документ: «Метрики оценки Клиентоцентричности».

Генеральный директор

П.А. Синютин