

Международный институт сертификации контактных центров



# **Контрольный лист проверки соответствия стандарту ISO 18295:2017 часть 1. Требования к контактными центрами**

## 4. Организация взаимодействия с клиентами

<b>4.1. Общие положения</b>		
C4.1.1	КЦ внедрил процессы, которые гарантируют, что он является доступным <sup>1</sup> , надежным, и оперативно реагирующим на нужды клиентов, инструментом. КЦ согласовал с организацией-Заказчиком параметры доступности и надежности.	
C4.1.2	КЦ внедрил процессы, позволяющие ему консистентно обрабатывать все запросы клиентов на всех доступных для КЦ каналах.	
<b>4.2. Передача информации клиентам</b>		
C4.2.1	КЦ внедрил процессы, при которых вся информация, предоставляемая клиентам, является точной, соответствующей клиентскому запросу и легкой для восприятия и понимания.	
C4.2.2	КЦ учитывает коммуникационные особенности клиентов (например, язык на котором они говорят, грамотность и нарушения речи) и организует общение с учетом данных особенностей.	
C4.2.3	КЦ внедрил такой процесс, при котором в случае если КЦ не может немедленно удовлетворить запрос клиента, он предоставит ему всю сопутствующую информацию.	a) ожидаемое время удовлетворения запроса/предоставления ответа/решения;
		b) подразделение/роль/функция, которые будут ответственными за выполнение запроса клиента;
		c) регулярное оповещение об актуальном статусе запроса
		d) новое расчетное время и план действий в случае если сроки выполнения запроса сдвигаются.
<b>4.3. Измерение и мониторинг клиентского опыта</b>		
C4.3.1	КЦ внедрил процессы, позволяющие измерять и анализировать опыт, который получают клиенты при взаимодействии с КЦ. Данный процесс включает в себя измерение и анализ общего уровня удовлетворенности клиентов, а также уровня удовлетворенности клиентов действиями оператора в рамках обращения клиента.	
C4.3.2	КЦ согласовал с Заказчиком возможность и процедуры осуществления прямых контактов с его клиентами для сбора обратной связи по поводу обслуживания перед тем, как фактически это делать.	
<b>4.4. Обработка и анализ жалоб</b>		
C4.4.1	КЦ внедрил процесс обработки жалоб как на работу КЦ, так и на продукты и услуги Заказчика. Данный процесс обеспечивает, что все обращения, идентифицированные КЦ и Заказчиком как жалобы:	Принимаются в работу
		Внесены в реестр и им присвоена соответствующая категория
		Расследованы и по ним проведены корректирующие действия в заданные временные интервалы
		При необходимости, эскалированы, в рамках установленных временных интервалов
		Закрываются с предоставлением соответствующей обратной связи клиенту с сообщением результатов
C4.4.2	КЦ и организация-заказчик определили при каких условиях запускается процесс обработки жалоб.	
C4.4.3	КЦ предоставил клиентам прозрачную и легкодоступную информацию о том, как подать жалобу и как она будет рассматриваться.	
C4.4.4	КЦ внедрил процесс при котором информация, полученная в ходе обработки жалоб, используется для улучшения качества клиентского обслуживания в Контактном Центре.	
<b>4.5. Защита интересов клиентов</b>		
C4.5.1	КЦ обеспечивает, что в каждом контакте с клиентом явным образом сообщается наименование компании-Заказчика клиентов (кроме случаев, когда идентификация клиента может помешать цели взаимодействия с ним, например, проведение маркетинговых исследований на условиях анонимности).	
C4.5.2	КЦ обеспечивает, что операторы сообщают конфиденциальную информацию только тем клиентам, для	

<sup>1</sup> Стандарт ISO18295 определяет доступность как возможность использовать продукт, услугу, среду или технические средства самым широким спектром лиц вне зависимости от их ограничений, способностей и т.д.

	которых данная информация предназначена.	
C4.5.3	КЦ проактивно предоставляет клиентам информацию о всех расходах, которые они понесут при взаимодействии с КЦ. КЦ не утаивает никакую информацию о взимаемых с клиентов платах.	
C4.5.4	КЦ осуществляет взаимодействие с клиентами соблюдая этические нормы. Он предоставляет клиентам информацию обо всех финансовых расходах, юридических последствиях и договорных изменениях, которые могут возникнуть при принятии клиентами тех или иных решений в процессе взаимодействия с КЦ.	
C4.5.5	КЦ не использует давление на клиентов при осуществлении продаж продуктов и услуг и не спекулирует на их интересах.	
C4.5.6	КЦ внедрил процессы, обеспечивающие защиту клиентских данных и информации	
C4.5.7	КЦ обеспечил, что исходящие контакты с клиентами осуществляются при соблюдении следующих условий:	КЦ соблюдает требования законодательства в части автоматизированных обзвонков, просьб больше не контактировать с клиентом
		КЦ сообщает организации-заказчику о необходимости удалить контактные данные клиента из базы данных, при поступлении в КЦ соответствующей просьбы от клиента
		КЦ стремится минимизировать количество пропущенных контактов при использовании систем автодозвона
		КЦ удостоверяется, что исходящий контакт делается нужному клиенту и дальнейшее общение с клиентом производится только с его согласия
		КЦ сообщает о цели обращения к клиенту в самом начале общения
		КЦ прерывает нежелательный для клиента контакт и больше не контактирует с ним
		КЦ осуществляет взаимодействие с клиентом по телефону с учетом часового пояса в котором находится клиент, если последний сам не изъявил желание связаться с ним в другое время (при этом данное время должно соответствовать часам работы КЦ)

## 5. Стратегия управления Контактным Центром

<b>5.1.</b>	<b>Общие положения</b>
C5.1.1	КЦ использует стратегию управления Контакт-Центром с фокусом на клиентах, которая учитывает стратегию клиентского опыта организации-заказчика и влечет получение позитивного клиентского опыта при взаимодействии с КЦ.
<b>5.2.</b>	<b>Дизайн и реализация клиентского опыта</b>
C5.2.1	КЦ внедрил процесс который позволяет, при должном консультировании с организацией-заказчиком, выявить требуемый клиентский опыт при взаимодействии с КЦ. <i>(Пояснение: КЦ по согласованию с заказчиком должен определить и периодически пересматривать параметры модели обслуживания клиентов, использование которой приведет к созданию ожидаемого клиентского опыта.)</i>
C5.2.2	КЦ и организация-заказчик согласовали релевантную систему метрик эффективности для осуществления мониторинга КЦ и оказания ему поддержки со стороны Заказчика для формирования требуемого клиентского опыта.
C5.2.3	КЦ согласовал с организацией-заказчиком частоту пересмотра данной системы метрик.
<b>5.3.</b>	<b>Удовлетворенность / вовлеченность персонала</b>
C5.3.1	КЦ создал рабочую среду, которая поощряет высокий уровень вовлеченности персонала для предоставления требуемого клиентского опыта.
C5.3.2	КЦ снабдил свой персонал достаточными навыками и ресурсами для обеспечения требуемого клиентского опыта.
C5.3.3	КЦ использует вовлеченность персонала для участия в соответствующих активностях КЦ.

C5.3.4	КЦ проводит периодическое измерение уровня удовлетворенности / вовлеченности персонала, чтобы определять их потребности и при необходимости проводить мероприятия по улучшению соответствующих факторов, влияющих на удовлетворенность / вовлеченность. Данные измерения, как минимум, включают в себя:	Измерение и анализ общего уровня удовлетворенности/вовлеченности персонала;
		Опыте и впечатлениях операторов от процесса обработки контактов.

## 6. Человеческие ресурсы

<b>6.1.</b>	<b>Общие положения</b>	
C6.1.1	КЦ внедрил процесс/процессы управления человеческими ресурсами, при которых обеспечивается выход в смену операторов с нужными навыками, в нужном количестве, с нужными компетенциями на всех каналах доступа, чтобы выполнить требования к обслуживанию устанавливаемые организацией-заказчиком.	
<b>6.2.</b>	<b>Ролевые функции</b>	
C6.2.1	КЦ внедрил структуру, которая обеспечивает выполнение следующих функций:	Управление Контактным Центром
		HR-мероприятия (набор, удержание, удовлетворенность/вовлеченность работников, их благополучие и т.д.)
		Развитие навыков
		Системы сопровождения – информирование, коммуникация, управление технологиями
		Обеспечение качества
		Операционное управление КЦ
		Управление взаимоотношениями с Заказчиками
		Соблюдение законов (комплаенс) – знание соответствующего законодательства и иных нормативно-правовых актов, включая права потребителей и законодательство в сфере защиты конфиденциальных и персональных данных
		Планирование необходимых ресурсов – расчет ресурсов, составление графиков работы, мониторинг
		Работа с информационными системами и системами отчетности для управления
		Развитие Контакт-Центра, как профессионального сервисного подразделения
Управление базой знаний по продуктам, услугам, а также контент-менеджмент		
C6.2.2	КЦ разработал требования к знаниям и навыкам персонала, который обеспечивает выполнение данных функций	
C6.2.3	КЦ удостоверился, что все работники понимают требования к эффективности в соответствии со своими ролями и что персонал, который обеспечивает выполнение данных функций обладает соответствующими компетенциями.	
<b>6.3.</b>	<b>Компетенции операторов</b>	
C6.3.1	КЦ удостоверился, что операторам назначаются только те контакты с клиентами, на обработку которых у операторов имеется достаточно компетенций, а также они понимают требования к эффективности взаимодействия с клиентами в соответствии со своей ролью.	
C6.3.2	КЦ обеспечивает всех операторов следующими	Клиент-ориентированность;
		Навыки слушания, коммуникативные навыки и навыки восприятия

	коммуникационными компетенциями и компетенциями по обслуживанию клиентов:	Адаптивность при урегулировании различных ситуаций и клиентов, включая восприимчивых и социально незащищенных клиентов
		Ориентированность на конечный результат
		Навыки решения проблем
		Навыки делового письма, там, где применимо.
С6.3.3	КЦ обеспечивает всех операторов следующими техническими компетенциями:	Знания систем и прочие технические знания
		Навыки сбора данных
		Знания специфических для КЦ процессов
С6.3.4	КЦ совместно с организацией-заказчиком обеспечивает достаточный уровень компетенций операторов для выполнения задач порученных организацией-заказчиком и выполнения целевых показателей клиентского опыта. Данные компетенции включают в себя по меньшей мере следующее:	Знание продуктов, услуг и бренда
		Знания и навыки для клиентского обслуживания
		Соответствующие языковые навыки
		Соответствующие знания нормативно-правовых актов и требований законодательства.
<b>6.4.</b>	<b>Развитие навыков</b>	
С6.4.1	КЦ проводит ревизию компетенций операторов по крайней мере раз в год и в случае выявления операторов, не обладающих достаточными компетенциями и навыками, проводит мероприятия по развитию их навыков и компетенций для нивелирования соответствующих пробелов.	
С6.4.2	КЦ внедрил процесс, при котором все операторы постоянно развиваются с тем, чтобы они всегда могли предоставить требуемый клиентский опыт и соответствовать требуемым компетенциям.	
<b>6.5.</b>	<b>Коммуникации с сотрудниками</b>	
С6.5.1	КЦ внедрил такой коммуникационный процесс, при котором всем необходимым работникам предоставляется вся необходимая для правильного взаимодействия с клиентами, информация. КЦ удостоверился, то работники понимают данную информацию.	
С6.5.2	Коммуникационные процессы обеспечивают:	Легкодоступность информации
		Своевременное и эффективное предоставление информации
		Непротиворечивость информации
		Доведение информации до сведения работников с использованием подходящих для этого методов на всех площадках КЦ
		Ее актуализацию только через официальные источники

## 7. Операционные процессы

<b>7.2.</b>	<b>Основные процессы взаимодействия с клиентами</b>	
С7.2.1	КЦ определил, согласовал с Заказчиком и задокументировал процессы необходимые для обработки контактов с клиентами и для обеспечения требуемого клиентского опыта.	
С7.2.2	КЦ внедрил следующие процессы:	Обработка контактов с клиентами
		Эскалация
		Обработка жалоб
		Сохранение и восстановление клиентских данных при авариях
		Обработка клиентских данных и информации

<b>7.3.</b>	<b>Процесс Workforce management</b>	
C7.3.1	КЦ внедрил процессы планирования и прогнозирования нагрузки для того, чтобы своевременно обрабатывать запросы клиентов. Данные процессы согласованы с организацией-заказчиком	
C7.3.2	КЦ основывает расчет требуемых ресурсов на методиках прогнозирования и определения необходимых компетенций для того, чтобы предоставлять услуги соответствующие требованиям организации-заказчика.	
C7.3.3	КЦ внедрил процесс помогающий справляться с пиковыми нагрузками, либо с ситуациями когда фактическая доступность операторов оказалась ниже прогнозируемой.	
<b>7.4.</b>	<b>Обеспечение качества обслуживания клиентов</b>	
C7.4.1	КЦ внедрил процесс контроля и улучшения качества обслуживания клиентов. Данный процесс учитывает требования организации-заказчика.	
C7.4.2	Данный процесс включает в себя измерение, мониторинг, оценку и планирование соответствующих мероприятий.	
C7.4.3	КЦ измеряет и осуществляет мониторинг взаимодействия с клиентами по всем каналам доступа и по всем типам предоставляемых услуг. Данный процесс включает в себя:	Соблюдение требований к обслуживанию клиентов
		Точную регистрацию получаемой информации
		Возможность результативно и продуктивно обрабатывать клиентские запросы;
		Наличие соответствующих компетенций операторов, приведенных в разделе 6.3 настоящего стандарта
C7.4.4	КЦ обеспечивает постоянную оценку качества обслуживания. КЦ оценивает результаты и принимает соответствующие меры для улучшения качества обслуживания клиентов и обеспечения соответствия результатов требованиям Заказчика	

## 8. Инфраструктура обеспечения сервисов

<b>8.1.</b>	<b>Общие положения</b>	
C8.1.1	КЦ имеет соответствующую требованиям организации-заказчика и ожиданиям клиентов, инфраструктуру.	
<b>8.2.</b>	<b>Обработка контактов с клиентами</b>	
C8.2.1	КЦ имеет в наличии необходимые ресурсы/системы обработки контактов с клиентами. Данные ресурсы/системы включают в себя:	Инструменты хранения и выгрузки истории взаимодействия с клиентами
		Детализированную информацию об истории взаимодействия с клиентами, которая является легкодоступной для операторов
		Доступ к соответствующим данным и информации для оперативного выполнения клиентских запросов
		Возможность построения отчетности
<b>8.3.</b>	<b>Клиентские данные</b>	
C8.3.1	КЦ обрабатывает, хранит и выгружает клиентские данные в защищенной среде, с контролем и мониторингом доступа.	
C8.3.2	КЦ внедрил процессы для сохранения конфиденциальности получаемых клиентских данных и с доступом к ним только уполномоченных лиц. КЦ уничтожает клиентские данные, использование которых больше не требуется.	
<b>8.4.</b>	<b>Рабочая среда</b>	
C8.4.1	КЦ обеспечивает подходящую рабочую среду учитывая такие факторы как эргономичность, уровень шума, площадь помещений, рассадка, и использование технологий.	
<b>8.5.</b>	<b>Непрерывность сервисов</b>	
C8.5.1	КЦ внедрил процесс, обеспечивающий непрерывность сервисов в соответствии с условиями соглашения с организацией-заказчиком.	

C8.5.2	В случае прерывания сервисов, КЦ:	Сообщает об этом организации-заказчику
		При возможности, информирует об этом клиентов
		При возможности предоставляет альтернативные способы связи
		При возможности, сообщает расчетное время восстановления работоспособности сервисов.

## 9. Взаимоотношения с организацией-заказчиком

C9.1	КЦ внедрил процесс при котором все параметры оказания услуг согласованы с организацией-заказчиком, а соответствующие зоны ответственности разграничены.
C9.2	КЦ внедрил процесс мониторинга показателей эффективности и сравнения их с целевыми показателями, согласованными с организацией-заказчиком. КЦ анализирует любые отклонения от целевых значений, выявляет причины отклонения и принимает меры для возврата к целевым показателям. КЦ докладывает организации-заказчику о фактах отклонения от целевых показателей и о мерах, которые были предприняты по возврату к ним.

## КPI Контакт-Центра (рекомендуемые)

#	Требование стандарта ISO 18295-1
CA-00	<p>КЦ должен осуществлять мониторинг метрик (KPI), указанных в настоящем Приложении для установления мер по повышению качества работы КЦ.</p> <p>Данные метрики должны измеряться либо КЦ, либо организацией-заказчиком.</p> <p>Все замеры необходимо производить на заданных интервалах времени, например, 15 минут, 30 минут, час, день, неделя, месяц, год.</p> <p>Замеры необходимо осуществлять на всех каналах взаимодействия с клиентами.</p> <p>Отчетность необходимо получать как с входящих, так и с исходящих контактов.</p> <p>Необходимо соблюсти доверительный интервал либо с помощью статистически репрезентативной выборки, либо с помощью использования всей базы клиентов. Размер данного доверительного интервала необходимо согласовать с организацией-заказчиком.</p> <p>ПРИМЕЧАНИЕ: См. Стандарт ISO 2859-1 Определение выборки</p>
CA-01	<p><b>Клиентский опыт (CX)</b></p> <p>Восприятие клиентами того, насколько были удовлетворены их потребности. Любой возможный контакт с клиентом с целью получения обратной связи необходимо заранее согласовать с организацией-заказчиком.</p> <p>Существуют различные способы измерения КО, например, уровень удовлетворенности клиентов, голос клиента, показатель клиентских усилий, анализ эмоциональной окраски, снятие данных из социальных медиа каналов, обратная связь от клиентов, речевая аналитика, анализ жалоб, обратная связь в социальных сетях, рекомендации клиентов.</p> <p>Рекомендуемые лучшие практики: использовать более одного способа.</p>
CA-02	<p><b>Качество контактов с клиентами</b></p> <p>При оценке качества контактов с клиентами необходимо оценивать 2 параметра: точность предоставляемой информации и процесс взаимодействия с клиентом.</p> <p>Все оценки необходимо проводить в соответствии с установленными критериями оценки качества отдельно для измерения точности предоставляемой информации и отдельно для измерения процесса обработки обращения.</p> <p>Для того, чтобы оценка носила объективный характер необходимо проводить калибровочные сессии, основанные на анализе расхождений в оценках. Это поможет повысить объективность и выровнять оценку.</p>
CA-02-а	Точность предоставляемой информации.



	Точность/полнота предоставляемой клиенту информации, а также выполнение всех процедур/шагов, необходимых для закрытия контакта и решения вопроса клиента. Необходимо отслеживать процент контактов, в которых была соблюдена точность предоставления информации.
CA-02-b	Процесс обработки обращения Измерение характеристик подхода оператора к обработке обращений клиента важно для достижения требуемого клиентского опыта, который будет учитывать, например, эмпатию, вежливость, навыки слушания, внимание к клиенту, и правильное реагирование на его потребности.
CA-03	<b>Решение вопроса клиента при первичном обращении (FCR)</b> Процент обращений клиентов, при которых, с точки зрения самого клиента, его вопрос был решен при данном первичном обращении.
CA-04	<b>Уровень сервиса (SL)</b> Общее количество поступивших вызовов, которые были отвечены оператором до истечения определенного порогового времени ожидания, разделенное на общее количество поступивших вызовов. В расчет не включаются пропущенные вызовы, где соединение было разорвано до достижения порогового времени ожидания.
CA-05	<b>Доля пропущенных вызовов (AR)</b> Процент всех вызовов, которые прервал клиент до ответа оператора.
CA-06	<b>Доля прерванных исходящих вызовов</b> Процент всех вызовов, которые прервал либо клиент, либо дайлер до соединения с оператором.
CA-07	<b>Доля повторных обращений</b> Доля повторных обращений клиентов в рамках одного и того же запроса деленное на общее число поступивших обращений в заданный временной интервал. Все повторные обращения необходимо отслеживать, чтобы оценить их долю.
CA-08	<b>Доля жалоб</b> Объем жалоб, выраженный в процентах по отношению к общему числу контактов с клиентами.
CA-09	<b>Уровень удовлетворенности/вовлеченности работников (ESE)</b> Уровень удовлетворенности/вовлеченности измеряет восприятие работников с точки зрения того насколько они вовлечены в работу КЦ и насколько их устраивает их текущее место работы. Существуют различные методы измерения ESE, например: уровень удовлетворенности работников, уровень усилий работников, соцопросы. Рекомендуемые лучшие практики/целевые значения: КЦ должен установить целевые значения, используя более одного метода измерения.
CA-10	<b>Уровень удовлетворенности организации-заказчика</b> Восприятие организацией-заказчиком степени выполнения КЦ ее требований. Существуют различные методы измерения уровня удовлетворенности организации-заказчика, например, опросы, квартальные ревизии, анализ жалоб организации-заказчика.
CA-11	<b>Среднее время обработки обращения (АНТ)</b> Общее время обработки оператором обращения клиента включая время удержания, постобработки (AIW), деленное на количество обработанных контактов. Рекомендуемые лучшие практики: Данный показатель должен соответствовать задокументированному и протестированному времени обработки обращения в зависимости от типа обращения.
CA-12	<b>Занятость операторов (ОСС)</b> Общее время, которое оператор потратил на обработку обращений клиентов включая постобработку обращений, деленное на общее время, проведенное в линии + время которое оператор потратил на обработку + время, которое оператор потратил на постобработку обращения



CA-13	<b>Незапланированное отсутствие</b> Процент незапланированных отсутствий операторов в смене.
CA-14	<b>Текучесть операторов</b> Процент общего числа операторов, ушедших из КЦ деленное на общее число операторов. ПРИМЕЧАНИЕ: Необходимо брать в расчет всех операторов, которые ушел из КЦ либо через увольнение, либо через переход на другую должность.
CA-15	<b>Точность прогнозирования</b> Разница, выраженная в процентах, между фактическим количеством входящих звонков и их прогнозируемым количеством.
CA-16	<b>Точность составления расписания</b> Разница, выраженная в процентах между фактически потребовавшимся количеством операторов и количеством операторов, указанным в расписании.
CA-17	<b>Соблюдение расписания операторами</b> Количество операторов, фактически вышедших в смену, выраженное в процентах по отношению к количеству операторов, запланированному расписанием.
CA-18	<b>Своевременность обратного контакта с клиентом</b> Процент исходящих контактов с клиентами с целью предоставления отложенного ответа на их запрос, которые были осуществлены в обговоренных с ними временных рамках.
CA-19	<b>% выпадения контактов из обзвона</b> % возможных/фактических запросов клиентов не контактировать с ними больше по отношению к успешным контактам (контактам с нужными лицами).
CA-20	<b>Доля соединений с целевой персоной</b> % клиентов, с которыми был осуществлен успешный контакт и данные о таких клиентах совпали с данными из клиентской базы данных.
CA-21	<b>Количество попыток установить контакт</b> Количество попыток установления успешного контакта.