

Федеральное агентство морского и речного транспорта
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Государственный университет морского и речного флота
имени адмирала С.О. Макарова»

Правила телефонных коммуникаций с обучающимися и
работниками

Санкт-Петербург
2023

	ФГБОУ ВО «ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова»		Стр. 2 из 8
	Правила телефонных коммуникаций с обучающимися и работниками	Версия:	1

СТРАНИЦА СТАТУСА ДОКУМЕНТА

Приложение № 3

к приказу ФГБОУ ВО «ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова»
от 13. 07. 2023 № 819

Система менеджмента качества	
Правила телефонных коммуникаций с обучающимися и работниками	Вводится впервые
	Дата введения - в соответствии с приказом

Настоящие правила разработаны согласно стандарту «Государство для людей» и являются документом системы менеджмента качества ФГБОУ ВО «ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова». Документ содержит правила телефонных коммуникаций с обучающимися и работниками.

Контроль документа	Руководители структурных подразделений
Руководитель разработки	Начальник службы качества Тарануха С.Н.
Исполнитель	Харичева О.С.

	ФГБОУ ВО «ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова»		Стр. 3 из 8
	Правила телефонных коммуникаций с обучающимися и работниками	Версия:	1

Оглавление

Лист ознакомления	3
Лист учета экземпляров	3
Лист учета корректуры	3
I. Общие положения	4
II. Термины и определения	4
III. Основные и правила ведения телефонных коммуникаций	5
IV. Этические нормы ведения телефонных коммуникаций	5
V. Последовательность действий работника при входящем звонке	7
VI. Последовательность действий работника при исходящем звонке	8

Лист ознакомления

№	Должность	Ф.И.О.	Дата	Подпись
1				
2				
3				
4				
5				
6				

Лист учета экземпляров

Место хранения корректируемых экземпляров	№ экземпляра
Служба качества	2

Место хранения некорректируемого экземпляра	№ экземпляра
Общий отдел	1
Корпоративный портал	

Лист учета корректуры

№	Номер страницы	Номер пункта	Изменение (проверка)	Дата внесения корректуры (проверки)	Утверждение корректуры (Ф.И.О. / Подпись)

	ФГБОУ ВО «ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова»		Стр. 4 из 8
	Правила телефонных коммуникаций с обучающимися и работниками	Версия:	1

I. Общие положения

1.1. Настоящее Правила телефонных коммуникаций с обучающимися и работниками (далее – Правила) устанавливают нормы взаимодействия с внутренними и внешними клиентами ФГБОУ ВО «ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова» (далее – университет) посредством средств телефонной связи в рамках реализации клиентоцентричного подхода в университете.

1.2. Правила разработаны в соответствии с:

- Международным Стандартом ISO 9001:2015;
- Стандартом «Государство для людей»;
- Стандартом для внутреннего клиента;
- Руководством по качеству.

1.3. Правила распространяются на всех работников университета, участвующих в телефонных коммуникациях с клиентами университета (структурного подразделения).

1.4. Клиентами университета (структурного подразделения) являются обучающиеся университета (студенты, курсанты, учащиеся, аспиранты, слушатели, экстерны и другие категории лиц, обучающихся по основным и дополнительным образовательным программам университета, на курсах по подготовке к поступлению в университет, в аспирантуре, в структурных подразделениях повышения квалификации и переподготовки), законные представители обучающихся (родители, опекуны).

1.5. Работники университета не являются его клиентами, при этом на них распространяются принципы клиентоцентричного подхода университета.

1.6. Для работы с клиентами в основном используется местная телефонная связь и внутренняя телефонная связь.

1.7. Телефонные номера местной и внутренней (при наличии) телефонной связи размещаются в доступном для клиентов месте (на официальном сайте, корпоративном портале, информационных стендах, рекламной продукции и пр.). Университет обеспечивает работу телефонной связи на всей территории университета.

1.8. Университет предоставляет работникам средства телефонной связи с клиентами и обеспечивает их бесперебойную работу.

1.9. Правила применяются при телефонных коммуникациях с клиентами при входящих и исходящих звонках.

1.10. Входящий звонок инициируется клиентом и чаще представляет собой запрос от клиента, либо его представителя на представление информации.

1.11. Исходящий звонок инициируется университетом (структурным подразделением) и чаще направлен на информирование клиента.

1.12. Телефонные коммуникации с клиентами осуществляются в рабочее время, установленное Правилами внутреннего трудового распорядка ФГБОУ ВО «ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова».

II. Термины и определения

клиент: физическое лицо, являющееся заявителем или потенциальным заявителем, взаимодействующее самостоятельно или через уполномоченного представителя со структурными подразделениями университета с целью удовлетворения своих потребностей.

потребность клиента: необходимость достижения результата, решения задачи или вопроса, реализуемая клиентом посредством получения услуг и сервисов;

услуга: деятельность по реализации функций государственного образовательного учреждения, которая осуществляется по запросам клиентов в пределах полномочий государственных образовательных учреждений в соответствии с Уставом университета;

	ФГБОУ ВО «ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова»		Стр. 5 из 8
	Правила телефонных коммуникаций с обучающимися и работниками	Версия:	1

сервисы: услуга, функция или их часть, реализуемая в электронном виде с применением информационных систем;

ожидания клиента: предполагаемые клиентом набор и характеристики действий, направленных на удовлетворение потребности клиента;

клиентоцентричный подход в деятельности университета: подход, основанный на выявлении и изучении потребностей клиентов, постоянном улучшении взаимодействия структурных подразделений с клиентами для удовлетворения их потребностей;

жизненная ситуация: наличие или наступление обстоятельств, влекущих для клиента возможность или необходимость взаимодействовать со структурными подразделениями университета в целях получения услуг и сервисов;

удовлетворенность клиента: измеримое восприятие клиентом степени выполнения его ожиданий;

точки взаимодействия клиента с университетом: цифровые точки: официальный сайт, официальные социальные сети, официальные мессенджеры;

оффлайн-точки: приемные руководителей и структурные подразделения университета, аудиторно-лабораторный фонд, общежития университета.

III. Основные и правила ведения телефонных коммуникаций

3.1. Длительность телефонного разговора обычно не должна превышать 3 – 5 минут.

3.2. При входящих звонках необходимо поднять трубку до четвертого звонка, поприветствовать клиента, представиться, назвать свое структурное подразделение.

3.3. При разговоре с клиентом должна использоваться ровная, эмоционально нейтральная или позитивно окрашенная речь с краткими и четкими информационными фразами.

3.4. На вопрос необходимо отвечать доступно, сведя до минимума использование узкопрофессиональных терминов.

3.5. Логика разговора должна быть выстроена с использованием техники активного слушания: использование наводящих вопросов клиенту для подробного выяснения его потребностей.

3.6. Необходимо представлять клиенту только достоверную информацию.

3.7. Телефон не должен оставаться без присмотра.

3.8. При завершении разговора необходимо: подвести итог беседы, убедиться, что у клиента не осталось вопросов, попрощаться.

IV. Этические нормы ведения телефонных коммуникаций

4.1. При общении с клиентом не допускается грубость, проявление пренебрежительного тона, заносчивость, предвзятые замечания, предъявления неправомерных, незаслуженных обвинений.

4.2. В адрес клиента не допускаются любого вида высказывания дискриминационного характера по признакам пола, возраста, расы, национальности, языка, гражданства, социального, имущественного или семейного положения, политических или религиозных предпочтений.

4.3. При общении с клиентом не допускается использование угроз, оскорбительных выражений или реплик, препятствующих нормальному общению.

4.4. Не допускается прерывать клиента во время телефонного разговора.

4.5. Не допускается торопить клиента во время телефонного разговора.

4.6. Не допускается задерживать клиента во время телефонного разговора, если он занят или спешит.

	ФГБОУ ВО «ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова»		Стр. 6 из 8
	Правила телефонных коммуникаций с обучающимися и работниками	Версия:	1

4.7. При работе с недовольным клиентом необходимо демонстрировать доброжелательность, не принимать на свой счет агрессию абонента, помнить о том, что она направлена на ситуацию, необходимо выразить сочувствие и понимание.

4.8. Если была договоренность, обязательно необходимо перезвонить клиенту.

4.9. Если во время телефонного разговора на линии произошел сбой, и разговор прервался, перезванивает тот, кто только что звонил, он же и заканчивает разговор первым.

4.10. Телефонный разговор заканчивает (кладет трубку) позвонивший.

4.11. При возникновении нестандартных ситуаций по время телефонного взаимодействия с клиентом рекомендуется использовать речевые шаблоны, приведенные в таблице.

Таблица

Рекомендуемые речевые шаблоны в нестандартных ситуациях

Ситуация	Рекомендуемые речевые шаблоны
Общение с негативно настроенным клиентом	
Клиент идет на конфликт	- «Да, я понимаю Вашу озабоченность / опасение»; - «<i>ФИО</i>, прошу Вас ответить на несколько вопросов, чтобы быстрее разрешить эту ситуацию»; - «Помогите мне понять ситуацию. Объясните, пожалуйста, что Вы имеете в виду, говоря о ...?»; - «Я понимаю Вашу озабоченность и постараюсь решить эту проблему. Предлагаю оставить эмоции и вернуться к обсуждению вариантов решения»; - «Давайте попробуем насколько это возможно спокойно обсудить оптимальные варианты решения в сложившейся ситуации»; - «Ваши доводы убедительны и с ними сложно не согласиться, однако есть и другие существенные обстоятельства»; - «В данной ситуации предлагаю не в устной, а в письменной форме найти решение проблемы. В полной сосредоточенности будет больше продуманных вариантов»; - «Как Вы думаете, что может помочь решить данную проблему?»
Клиент нецензурно выражается	- «<i>ФИО</i>, если разговор будет продолжаться в таком тоне, я буду вынужден его прервать»; - «К сожалению, в таком тоне разговор продолжаться не может»; - «Я вынужден прекратить разговор. До свидания» <i>положить трубку</i>; - «<i>ФИО</i>, предлагаю перевести разговор в конструктивное русло. Это в наших общих интересах»
Клиент не переходит на корректный тон разговора после предпринятых попыток	- «К сожалению, в таком тоне разговор продолжаться не может»; - «Я вынужден прекратить разговор. До свидания» <i>положить трубку</i>; - «<i>ФИО</i>, предлагаю перевести разговор в конструктивное русло. Это в наших общих интересах»

	ФГБОУ ВО «ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова»		Стр. 7 из 8
	Правила телефонных коммуникаций с обучающимися и работниками	Версия:	1

V. Последовательность действий работника при входящем звонке

5.1. Последовательность действий работника при типовом обращении клиента (не требующем уточнения, поиска дополнительной информации, материалов и т.п.):

- поприветствовать клиента, представиться, назвать свое структурное подразделение;
- если клиент не представился, узнать, как к нему обращаться при дальнейшем ведении разговора;
- выяснить суть звонка;
- предложить готовое решение (представить справочную информацию, изложить порядок действий в сложившейся ситуации, назначить очный визит и т.п.);
- при необходимости ответить на вопросы;
- выяснить удовлетворенность клиента решением запроса;
- попрощаться.

5.2. Последовательность действий работника при обращении клиента, требующем уточнения, поиска дополнительной информации, материалов:

- поприветствовать клиента, представиться, назвать свое структурное подразделение;
- если клиент не представился, узнать, как к нему обращаться при дальнейшем ведении разговора;
- выяснить суть звонка;
- сообщить клиенту примерное время, требующееся для уточнения запроса;
- при необходимости перевести телефон в режим ожидания (если данная функция не доступна, не оставлять телефон без присмотра);
- запросить контактные данные и уточнить, когда клиенту можно перезвонить;
- перезвонить в оговоренное время, даже если решение не найдено;
- предложить решение (представить справочную информацию, изложить порядок действий в сложившейся ситуации, назначить очный визит и т.п.);
- при необходимости ответить на вопросы;
- выяснить удовлетворенность клиента решением запроса;
- попрощаться.

5.3. Последовательность действий работника при обращении клиента, требующем переключения на другого работника:

- поприветствовать клиента, представиться, назвать свое структурное подразделение;
- если клиент не представился, узнать, как к нему обращаться при дальнейшем ведении разговора;

5.3.1. если другой работник может принять звонок;

- представить клиента коллеге, перевести звонок.

5.3.2. если другой работник не может принять звонок, либо отсутствует на рабочем месте:

а) сообщить, когда можно перезвонить (если точно известно, когда коллега будет на месте и не будет занят);

б) запросить контактные данные и данные (интервал времени), когда клиенту можно перезвонить (если точно неизвестно, когда коллега будет на месте и не будет занят);

с) допускается выяснить суть звонка (возможно, решить запрос можно без обращения к конкретному работнику).

- попрощаться.

	ФГБОУ ВО «ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова»		Стр. 8 из 8
	Правила телефонных коммуникаций с обучающимися и работниками	Версия:	1

VI. Последовательность действий работника при исходящем звонке

6.1. Перед совершением исходящего звонка клиенту работнику необходимо подготовиться:

- предварительно сформулировать цель звонка;
- организовать доступ к необходимым материалам, имеющим отношение к цели звонка (документы, приказы, письма, справочную информацию и т.п.);
- продумать возможные вопросы клиента и подготовить необходимую информацию;
- убедиться, что звонок совершается в рабочее время, установленное Правилами внутреннего трудового распорядка ФГБОУ ВО «ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова».

6.2. Последовательность действий работника при совершении исходящего звонка:

- поприветствовать клиента, представиться, назвать свое структурное подразделение;
- поинтересоваться, готов ли клиент к диалогу;
- в зависимости от ответа клиента, продолжать диалог, либо узнать, когда можно перезвонить, или попросить перезвонить (в зависимости от ситуации);
- изложить суть звонка;
- ответить на вопросы;
- после завершения диалога, поинтересоваться, остались ли еще вопросы;
- предложить продублировать информацию по электронной почте, в мессенджере;
- оставить свои контакты, на случай, если клиенту потребуется уточнить информацию;
- попрощаться.