

Международный институт сертификации контактных центров



**Контрольный лист проверки соответствия  
русской версии стандарта ISO 18295  
часть 1. Требования к контактным  
центрам**

## 4. Организация взаимодействия с клиентами

<b>4.1. Учет потребностей клиентов</b>		
C4.1.1	КЦ внедрил процессы, которые гарантируют, что он является доступным <sup>1</sup> , надежным, и отвечающим потребностям клиентов, инструментом. КЦ согласовал с организацией-Заказчиком параметры доступности и надежности.	
C4.1.2	КЦ внедрил процессы, позволяющие ему consistently 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 передается в легкой для восприятия и понимания форме.	
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 первом и каждом последующем случаях когда сроки выполнения запроса сдвигаются.	
<b>4.3. Измерение и мониторинг клиентского опыта</b>		
C4.3.1	КЦ внедрил процессы, позволяющие не реже 1 раза в год измерять и анализировать опыт, который получают клиенты при взаимодействии с КЦ на каждом канале доступа в рамках каждого типа клиентского сервиса. Данный процесс включает в себя измерение и анализ общего уровня удовлетворенности клиентов, а также уровня удовлетворенности клиентов действиями оператора в рамках обращения клиента. На основании анализа КЦ планирует и реализует корректирующие действия в соответствии с критерием C9.2.	
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, в соответствии с критерием C4.4.2:	
		Принимаются в работу
		Внесены в реестр и им присвоена соответствующая категория
		Расследованы и по ним проведены корректирующие действия в заданные временные интервалы. Информация о данных временных интервалах должна быть доведена до сведения клиента, по аналогии с критерием C4.2.3. (подпункты a-d).
		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 какие обращения будут идентифицированы как жалобы и при каких условиях запускается процесс их обработки.	
C4.4.3	КЦ предоставляет клиентам прозрачную и легкодоступную информацию о том, как подать жалобу и как она будет рассматриваться на каждом канале взаимодействия с клиентом, который входит в зону ответственности КЦ.	

<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.

C4.4.4	КЦ внедрил процесс анализа жалоб при котором проводится поиск и анализ корневых причин их возникновения. Информация, полученная в ходе анализа, используется для улучшения качества клиентского обслуживания в Контактном Центре на регулярной и системной основе.	
<b>4.5.</b>	<b>Защита интересов клиентов</b>	
C4.5.1	КЦ обеспечивает, что в каждом исходящем и входящем контакте с клиентом явным образом сообщается наименование компании-Заказчика (кроме случаев, когда идентификация организации-Заказчика 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 которых данная информация предназначена, т.е. в КЦ на уровне процессов внедрены документированные процедуры идентификации и аутентификации клиентов и осуществляется соответствующий систематический контроль соблюдения операторами КЦ данных процедур.	
C4.5.3	КЦ проактивно предоставляет клиентам информацию обо 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 и ручных 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, либо удаляет их самостоятельно если данная процедура согласована с Заказчиком.
		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, в том числе контакты с целью продаж не должны быть замаскированы под опросы и исследования
		КЦ прерывает нежелательный для клиента контакт и больше не контактирует с ним, как минимум, в рамках текущей кампании.
		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>Применение стратегии в КЦ</b>	
C5.1.1	Руководство КЦ определило, документировало и применяет стратегию управления Контакт-Центром с фокусом на клиентах	Учитывает стратегию клиентского опыта организации-заказчика
		Содержит описание стратегических ориентиров

	влекущую предоставление позитивного клиентского опыта при взаимодействии с КЦ. Данная стратегия:	Содержит описание стратегических задач КЦ
		Содержит согласованный с организацией-заказчиком план по достижению стратегических задач, в котором распределены зоны ответственности менеджеров и подразделений КЦ
<b>5.2.</b>	<b>Дизайн и реализация клиентского опыта</b>	
C5.2.1	КЦ внедрил такой процесс разработки и анализа модели обслуживания клиентов, который позволяет, при должном консультировании с организацией-заказчиком, обеспечить требуемый клиентский опыт при взаимодействии с КЦ, а также выявлять и реализовывать возможности для его улучшения.	
C5.2.2	КЦ определил, согласовал с организацией-заказчиком и внедрил релевантную систему показателей эффективности, методики их измерения, а также определения их целевых значений для осуществления мониторинга деятельности КЦ в соответствии с критерием С9.2.	
C5.2.3	КЦ определил, согласовал с организацией-заказчиком частоту пересмотра данной системы показателей эффективности, методики их измерения, а также пересмотра их целевых значений.	
<b>5.3.</b>	<b>Удовлетворенность персонала</b>	
C5.3.1	КЦ создал рабочую среду, (например, соответствующую корпоративную культуру, инструменты, атмосферу и т.п.) которая поощряет вовлеченность всего персонала.	
C5.3.2	КЦ снабдил свой персонал достаточными навыками и ресурсами в соответствии с критерием С6.1. для улучшения клиентского опыта.	
C5.3.3	КЦ преобразует вовлеченность всего персонала в конкретные действия по улучшению клиентского опыта.	
C5.3.4	КЦ проводит периодическое измерение уровня удовлетворенности и/или вовлеченности персонала, чтобы определять их потребности и при необходимости проводить мероприятия по улучшению соответствующих факторов, влияющих на удовлетворенность и/или вовлеченность. Данный процесс, как минимум, включают в себя:	Измерение и анализ общего уровня удовлетворенности и вовлеченности персонала;  Измерение и анализ опыта операторов при обработке контактов (agent experience).

## 6. Человеческие ресурсы

<b>6.1.</b>	<b>Обеспечение наличия достаточных человеческих ресурсов</b>	
C6.1.1	КЦ внедрил процесс/процессы управления человеческими ресурсами, при которых обеспечивается выход в смену персонала с нужными компетенциями, в нужном количестве 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, в т.ч. развитие Контакт-Центра, как профессионального сервисного подразделения.  HR-мероприятия (набор, удержание, удовлетворенность/вовлеченность работников, их благополучие и т.д.)  Развитие навыков

		Управление информационными и коммуникационными технологиями
		Обеспечение качества обслуживания клиентов
		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: прогноз нагрузки, расчет ресурсов, составление графиков работы, мониторинг
		Аналитика и управление отчетностью
		Проведение внутреннего аудита
		Управление базой знаний по продуктам, услугам, а также контент-менеджмент
С6.2.2	КЦ разработал требования к знаниям и навыкам персонала, который обеспечивает выполнение данных функций	
С6.2.3	КЦ обеспечил, что все сотрудники, перечисленные в критерии С6.2.1 понимают требования к выполнению своих задач (включая, как минимум, знание и понимание своих показателей, знание своих задач и результатов, знание и понимание правил оценки результатов) и что персонал, который обеспечивает выполнение данных задач, обладает соответствующими компетенциями.	
<b>6.3.</b>	<b>Компетенции операторов</b>	
С6.3.1	КЦ обеспечил, что операторам назначаются только те контакты с клиентами, на обработку которых у операторов имеется достаточно компетенций, а также они понимают требования к выполнению своих задач (включая, как минимум, знание и понимание своих показателей, знание своих задач и результатов, знание и понимание правил оценки результатов).	
С6.3.2	КЦ обеспечивает всех операторов следующими коммуникационными компетенциями и компетенциями по обслуживанию клиентов:	Клиентоориентированность;
		Навыки слушания, коммуникативные навыки и навыки восприятия
		Адаптивность при урегулировании различных ситуаций и клиентов, включая восприимчивых и конфликтных 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 фиксации информации в информационных системах КЦ
		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 процессов, процедур, правил взаимодействия с клиентами
		Соответствующие языковые навыки
		Соответствующие знания нормативно-правовых актов и требований законодательства.
<b>6.4.</b>	<b>Развитие навыков</b>	

C6.4.1	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 устранения выявленных пробелов.	
C6.4.2	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>	
C6.5.1	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.	
C6.5.2	Коммуникационные процессы обеспечивают:	Легкодоступность информации
		Своевременное предоставление информации
		Консистентность 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>	
C7.2.1	КЦ на основе текущей модели обслуживания клиентов (см. критерий C5.2.1) идентифицировал (определил), согласовал с Заказчиком процессы необходимые для обработки контактов с клиентами и для обеспечения требуемого клиентского опыта, а также составил реестр данных процессов.	
C7.2.2	КЦ определил, согласовал с Заказчиком, задокументировал и внедрил следующие процессы:	Обработка контактов с клиентами в соответствии с критерием C7.2.1
		Эскалация обращений клиентов в организацию-заказчика
		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 по всем каналам доступа и предоставляемым типам сервисов для того, чтобы своевременно обрабатывать запросы клиентов. Данные процессы согласованы с организацией-заказчиком	
C7.3.2	КЦ основывает расчет требуемых ресурсов и формирует расписания на основе результатов прогнозирования и определения необходимых компетенций для того, чтобы предоставлять услуги, соответствующие требованиям организации-заказчика. Данный процесс обеспечивает:	Поинтервальную оценку требуемого количества человеческих ресурсов для обработки спрогнозированного объема обращений всех типов по всем каналам доступа
		Расчет потребностей в ресурсах в сменах с учетом затрат времени на непродуктивные активности
		Расчет потребностей в ресурсах на уровне штатного расписания с учетом потерь времени на отсутствие персонала в сменах
C7.3.3	У КЦ есть соответствующие планы действий на случаи непредвиденного роста нагрузки и ситуаций, когда фактическая доступность операторов оказалась ниже прогнозируемой.	
<b>7.4.</b>	<b>Процесс мониторинга качества обработки контактов</b>	

C7.4.1	КЦ внедрил процесс мониторинга качества обработки контактов на всех каналах доступа и по всем типам клиентских сервисов. С организацией-заказчиком согласованы параметры данного процесса такие как, параметры выборки, частота мониторинга сотрудников, порядок проведения калибровок, состав измеряемых показателей, целевые значения.	
C7.4.2	Данный процесс включает в себя измерение, мониторинг, оценку и планирование соответствующих мероприятий. КЦ оценивает результаты и принимает соответствующие меры для улучшения клиентского опыта и выполнения требований Заказчика	
C7.4.3	Данный процесс включает в себя:	Проверку соблюдения требований к процессам обслуживания клиентов в соответствии с критерием C7.2.2
		Проверку точности получаемой информации
		Проверку факта решения вопроса клиента
		Оценку соответствующих компетенций операторов, приведенных в разделе 6.3 настоящего стандарта
C7.4.4	КЦ обеспечивает согласованную (единообразную) оценку качества обработки контактов с клиентами.	

## 8. Инфраструктура обеспечения сервисов

8.1.	<b>Общие положения</b>	
C8.1.1	КЦ имеет соответствующую требованиям организации-заказчика и ожиданиям клиентов, инфраструктуру.	
8.2.	<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 для сохранения истории взаимодействия с клиентами по всем реализованным в КЦ каналам коммуникации с клиентами <b>Примечание:</b> под данными инструментами подразумевается как сохранение контента взаимодействия (записи разговоров/ записи экранов/переписка в чате), так и метаданные (дата время тематика, текущий статус рассмотрения запроса (для отложенных запросов))
		Детализированную информацию по всем контактам с клиентами, которая является легкодоступной для операторов. <b>Примечание:</b> под данной детализированной и легкодоступной информацией подразумевается как доступ к контенту взаимодействия (информация о содержании обращения/переписка в чате), так и метаданные (дата время тематика, текущий статус рассмотрения запроса (для отложенных запросов))
		Доступ операторов к соответствующим данным клиента и необходимому контенту БЗ достаточный для оперативного выполнения клиентских запросов
		Инструменты построения отчетности по взаимодействию с клиентами необходимой для расчета метрик, требуемых настоящим стандартом (Раздел «KPI Контакт-Центра (рекомендуемые)»)
8.3.	<b>Клиентские данные</b>	
C8.3.1	КЦ обрабатывает, хранит и выгружает клиентские данные в защищенной среде, с разграничением прав доступа и мониторингом за соблюдением прав доступа и действиями персонала.	

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. Данный процесс включает в себя:	Определение требований и их согласование с заказчиком к бесперебойной работе сервисов КЦ
		Оценку рисков возникновения и последствий возникновения аварий различных типов на работу КЦ (требуется количественная модель)
		Определение и согласование всех обязанностей и планов действий персонала КЦ при возникновении аварий различных типов
		Подготовку персонала к выполнению согласованных процедур при возникновении аварий различных типов.
		Тестирование разработанных планов действий и их пересмотр при необходимости
C8.5.2	В случае прерывания сервисов, КЦ:	Сообщает об этом организации-заказчику
		При возможности, информирует об этом клиентов
		При возможности предоставляет альтернативные каналы взаимодействия
		При возможности, сообщает расчетное время восстановления работоспособности сервисов.

## 9. Взаимоотношения с организацией-заказчиком

C9.1	КЦ внедрил процесс который обеспечивает процедуры согласования всех параметров оказания услуг с организацией-заказчиком и разграничивает зоны ответственности организации-Заказчика и КЦ.
C9.2	КЦ внедрил процесс мониторинга показателей эффективности и сравнения их с целевыми значениями, 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
CA-00	КЦ должен осуществлять мониторинг метрик (KPI), указанных в настоящем Приложении для установления мер по повышению качества работы КЦ. Данные метрики должны измеряться либо КЦ, либо организацией-заказчиком.



	<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-a	<p>Точность предоставляемой информации.</p> <p>Точность/полнота предоставляемой клиенту информации, а также выполнение всех процедур/шагов, необходимых для закрытия контакта и решения вопроса клиента.</p> <p>Необходимо отслеживать процент контактов, в которых была соблюдена точность предоставления информации.</p>
CA-02-b	<p>Процесс обработки обращения</p> <p>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.</p>
CA-03	<p><b>Решение вопроса клиента при первичном обращении (FCR)</b></p> <p>Процент обращений клиентов, при которых, с точки зрения самого клиента, его вопрос был решен при данном первичном обращении.</p>
CA-04	<p><b>Уровень сервиса (SL)</b></p> <p>Общее количество поступивших вызовов, которые были отвечены оператором до истечения определенного порогового времени ожидания, разделенное на общее количество поступивших вызовов. Из расчета не должны исключаться никакие контакты, направленные в очередь на обработку, например, пропущенные вызовы, где соединение было разорвано до достижения порогового времени ожидания.</p>
CA-05	<p><b>Доля пропущенных вызовов (AR)</b></p> <p>Процент всех вызовов, которые прервал клиент до ответа оператора. В расчет пропущенных могут не включаться вызовы, которые были сброшены до достижения минимального порогового времени ожидания (например, 5 секунд), после которого вызов признается пропущенным (если такая настройка применяется в системе).</p>

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>Текущая 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.

## Рекомендации Международного Института Сертификации Контактных Центров относительно некоторых требований Стандарта

**C4.3.1.** В рамках данного критерия, проверке аудиторами, в том числе, подлежат следующие аспекты:

1. Проведение измерений не только уровня удовлетворенности CSAT (Customer Satisfaction), но и уровня недовольства клиентов CDSAT (Customer Dissatisfaction) от сервиса КЦ и от действий оператора при обработке контакта.
2. Проведение данных замеров на системной, регулярной основе.
3. Наличие целевых значений показателей CSAT и CDSAT и допустимых пороговых значений отклонений от показателей.
4. В случае, если измерение производится на основании выборки, то должны быть формализованные процедуры обеспечения репрезентативности выборки и ее статистической точности: должны быть установлены согласованные с заказчиком значения доверительного интервалов и уровней доверительности.
5. Должны быть предусмотрены процедуры анализа результатов исследования как по показателю CSAT так и по показателю CDSAT, сравнения их с целевыми значениями, допустимыми порогами отклонения и результатами предыдущих замеров (динамика), а также процедуры выявления корневых причин недовольств и отклонений от целевых значений.
6. Должны быть предусмотрены планы корректирующих мероприятий по итогам исследования
7. КЦ должен проводить оценку эффективности данных планов и дорабатывать данные планы, если они оказались неэффективными.
8. Наличие соответствующих документов и процедур, регламентирующих все вышеуказанные аспекты измерений.
9. КЦ в ходе аудита должен продемонстрировать процесс, при котором реализованы все вышеуказанные требования, включая демонстрацию улучшений уровня удовлетворенности клиентов от тех аспектов работы КЦ, по которым был выявлен низкий уровень удовлетворенности и проведены корректирующие мероприятия.

**C4.4.3** В КЦ на каждом канале доступа должны быть предусмотрены формализованные процедуры при которых, в случае если клиент хочет подать жалобу, информация о том как подать жалобу и как она будет рассматриваться будет предоставлена ему в обязательном порядке доступным и понятным языком.

**C4.4.4 Рекомендации аудиторов по частоте анализа жалоб:** не реже чем раз в квартал.

**C5.3.1-C5.3.4** В данных критериях речь идет о всем персонале КЦ, включая руководителей и линейный персонал, а не только об операторах.

**C5.3.4** Измерение и анализ опыта операторов при обработке контактов. Измерению и оценке в первую очередь подлежат следующие критерии: удобство рабочего места оператора, уровень шума, слышимость, наличие у оператора четких, последовательных инструкций по обработке любого типа запроса, наличие четко работающего инструментария для обработки запроса и удобного интерфейса (например, отсутствие необходимости открытия нескольких окон из разных баз данных), комфортное время wgar-up, легкость и интуитивность систем регистрации обращения, полнота и удобство пользования базами знаний, комфортное ограничение количества одновременных или последовательных контактов, которые оператор должен обработать в единицу времени и т.д.

**C6.2.1 Проведение внутреннего аудита.** В качестве одного из вариантов подготовки менеджеров КЦ к самостоятельному проведению внутреннего аудита, рекомендуется посетить обучающий курс с последующей сдачей экзамена на получение сертификата внутреннего аудитора КЦ по стандарту ISO 18295 «Аудит и оптимизация деятельности Контакт-Центра на базе стандарта ISO 18295» от компании Апекс Берг – партнера Международного Института Сертификации Контактных Центров. <https://www.apexberg.ru/courses/audit-i-optimizatsiya-deyatelnosti-kontakt-tsentra-na-baze-standarta-iso-18295/>

**C7.4.1.** Под параметрами выборки для случаев, когда исследованию подлежит не вся генеральная совокупность контактов подразумевается ее репрезентативность и согласованная с заказчиком статистическая точность с установленными значениями доверительного интервала и уровня доверительности.

## ГЛОССАРИЙ:

**Внедрение процессов/обеспечение процессов** – данный термин подразумевает в совокупности следующие аспекты: наличие единообразной и осуществляющейся на практике процедуры (процесса), всеми ответственными лицами. При этом:

- Данная процедура описана в соответствующих документах и утверждена в соответствии с внутренними правилами работы КЦ.
- Все сотрудники, в обязанности которых входит исполнение данной процедуры, в ходе интервью или анкетирования могут описать ее, могут назвать документ, в котором данная процедура описана, продемонстрировать данный документ и прокомментировать содержание тех или иных частей документа.
- На практике выполняют ее в строгом соответствии с регламентирующим документом.
- В обязанности соответствующих менеджеров должно входить знание этой процедуры, контроль за обеспечением выполнения данной процедуры в соответствии с регламентирующими документами. В случае если в результате выполнения процедуры остаются следы в виде записей в системах, отчетов, и т.д. – данные следы должны быть также продемонстрированы.
- Процесс не считается внедренным (обеспеченным), если различные сотрудники, либо не знают данную процедуру, либо демонстрируют существенные расхождения при ее описании, не помнят (или не знают) в каких документах она отражена, либо, наоборот демонстрируют регламентирующий документы, но описывают иной порядок выполнения, либо не описывают его вовсе.

**Канал доступа** – способ взаимодействия клиента с контакт-центром. К каналам доступа относятся: телефон, чат, e-mail, мессенджеры и т.д.

**Консистентность** – единообразие и непротиворечивость процессов обслуживания (процедур обработки запроса клиента) с точки зрения опыта, который получает клиент: схожие параметры времени ожидания ответа оператора и доступности сервисов на различных каналах, единообразие (единая ясность и правильность) и непротиворечивость предоставляемой информации, а также самих алгоритмов обработки запроса на разных каналах, предоставление максимально схожего набора сервисов на разных каналах.

**Нежелательный для клиента контакт (в рамках критерия С4.5.7)** – при проведении исходящей кампании, подразумевается просьба клиента больше не контактировать с ним в рамках данной кампании, которую К» необходимо исполнить, т.е. не включать таких клиентов в повторные контакты в рамках данной кампании (например, в пул тех клиентов, до которых не дозвонились или которые попросили перезвонить позже).

**Организация-заказчик** для аутсорсинговых контакт-центров – это организация, которая заключила договор с контакт-центром на оказание услуг аутсорсингового контакт-центра. Для инхаус-контакт-центров – это подразделение организации в которой в том числе состоит контакт-центр, которая заказала

у контакт-центра информационно-консультационное и/или сервисное сопровождение клиентов организации.

**Постоянное развитие операторов** – это, в том числе, наличие индивидуальных или общих планов обучения, а также обеспечение понимания каждым оператором своего текущего уровня развития и что его ждет с т.з. обучения и развития в ближайшем будущем. Планы должны отличаться по скиллам или направлениям, а также должны учитывать как минимум тех операторов, у которых выявлена потребность в обучении тем или иным аспектам.

**Релевантная система метрик** – согласованная с заказчиком система метрик, которая позволит наиболее полно измерить клиентский опыт на всех каналах взаимодействия с клиентами по всем аспектам деятельности КЦ: доступность, производительность, качество, результативность.

**Тип клиентского сервиса** – та или иная форма (тип) поддержки/сопровождения того или иного клиента, предоставляемая КЦ, направленная на удовлетворение его потребностей в рамках продуктов/услуг предоставляемых организацией-заказчиком. Тип клиентского сервиса может подразумевать как оказание клиенту информационно-консультационных услуг по продуктам/услугам организации-заказчика, так и выполнение для него каких-либо действий, например, продажа клиенту продуктов/предоставление услуг и т.д.

**Инфраструктура** – совокупность сооружений, зданий, помещений, программно-аппаратных средств, локально-вычислительных сетей, корпоративных информационных систем, клиентских систем самообслуживания, и служб, необходимых для функционирования контакт-центра и удовлетворения потребностей клиентов и Заказчиков.