РЕГІОНАЛЬНА
ГАЗОВА КОМПАНІЯ

ФОРМУВАННЯ СЕРВІСНОЇ КУЛЬТУРИ В КОМПАНІЇ

Петрук Юрій – ПАТ «Волиньгаз»
Гнатюк Алла – ПАТ «Вінницягаз»
Коваленко Марина – ПАТ «Дніпрогаз»
Колодій Юрій – ПАТ «Івано-Франківськгаз
Новосад Володимир – ПАТ «Рівнегаз»

Що задекларовано РГК?

РЕГІОНАЛЬНА
ГАЗОВА КОМПАНІЯ

МІСІЯ

Створювати комфорт для клієнтів, щоденно забезпечувати безпечне газопостачання та пропонувати кращі сервіси для наших клієнтів

ЦІЛЬ

Бути №1 сервісною компанією на ринку комунальних послуг

ЦІННОСТІ

Клієнторієнтованість
Надійність
Відкритість

В результаті клієнтського досвіду

Стереотипи про газову компанію

- Не зрозуміло як працюють
- Обманюють
- Довго надають послуги
- Постійні черги
- Важко додзвонитися
- Квест з документами
- Грубе спілкування

Наші очікування

Наша реальність

Сервіс-бачення компанії

Надавати такий **СЕРВІС**, який клієнт **не отримає більше ніде** на ринку комунальних послуг

РЕГІОНАЛЬНА
ГАЗОВА КОМПАНІЯ

Точки контакту з клієнтом

Аналіз точок контакту

Візит клієнта в Центр обслуговування

- Волиньгаз *247 058*
- Вінницягаз *801 387*
- Дніпрогаз *128 334*
- Івано-Франківськгаз *302 997*
- Рівнегаз *347 724*
- **СЕРЕДНЄ ЗНАЧЕННЯ 395 111**

Зняття контрольних показників

- Волиньгаз *772 437*
- Вінницягаз *2 491 704*
- Дніпрогаз *250 460*
- Івано-Франківськгаз *1 605 272*
- Рівнегаз *700 370*
- **СЕРЕДНЄ ЗНАЧЕННЯ 1 261 952**

Зняття/установка лічильника при повірці

- Волиньгаз *16 325*
- Вінницягаз *46 135*
- Дніпрогаз *14 673*
- Івано-Франківськгаз *45 000*
- Рівнегаз *22 042*
- **СЕРЕДНЄ ЗНАЧЕННЯ 31 963**

Цикл клієнтського досвіду

Стандарти обслуговування

ДЕФЕКТИ СЕРВІСУ	ОПЕРАЦІЙНІ СТАНДАРТИ	СТАНДАРТИ ДОСВІДУ	ПЕРЕВИЩЕННЯ ОЧІКУВАНЬ (ефект WOW)
Візит клієнта в Центр обслуговування			
Незручний робочий графік	Наявність пандусу і поручнів	**Спеціальне місце для речей, верхнього одягу, парасольки тощо**	Робоча субота
Некваліфікована відповідь працівника	**Графік роботи 8:00-19:00**	«Раді Вас вітати в Центрі обслуговування»	**«Будьте обережні на дворі слизько»**
«О знову Ви! Ви ж були на минулому тижні, і я Вам все пояснила»	Фахівець перепитує чи все зрозуміло клієнту	Прийом поза чергою людей з особливими потребами	Запропонувати склянку води

Стандарти обслуговування

ДЕФЕКТИ СЕРВІСУ	ОПЕРАЦІЙНІ СТАНДАРТИ	СТАНДАРТИ ДОСВІДУ	ПЕРЕВИЩЕННЯ ОЧІКУВАНЬ (ефект WOW)
Зняття контрольних показників			
Візит в неузгоджений з клієнтом час	Запитати дозволу на зняття показань	**Процедура зняття контрольних показань не забрала багато часу у клієнта**	**Привітатися по-імені та по-батькові**
Не представився та не показав посвідчення	Люб'язність	Запропонувати клієнту бути присутнім при знятті показань	При зміні часу візиту, повідомити клієнта заздалегідь
Пошкодив ящик, де зберігається ПЛГ	**Представитися, повідомити мету візиту, показати посвідчення**	Прийти вчасно	Наявність бахіл при необхідності зайти всередину приміщення

Стандарти обслуговування

ДЕФЕКТИ СЕРВІСУ	ОПЕРАЦІЙНІ СТАНДАРТИ	СТАНДАРТИ ДОСВІДУ	ПЕРЕВИЩЕННЯ ОЧІКУВАНЬ (ефект WOW)
Зняття/установка лічильника при повірці			
Груба форма спілкування	**Професійна та ввічлива розмова**	**Інформування клієнта про процедуру повірки та її терміни**	«Дякуємо, що Ви лишаєтеся нашим клієнтом!»
Не надання Акту про зняття лічильника на повірку	Обережність в роботі	Всі інструменти в робочому стані	**SMS-інформування клієнта про етапи повірки**
Неохайний зовнішній вигляд, який не викликає довіри	Ввічливе прощання	По закінченню терміну повірки зателефонували клієнту та повідомили результати	Вибачились за можливі незручності

Система вимірювання досвіду

Вимоги до СЕРВІС-ПОКАЗНИКІВ

- **Виділяють** наш сервіс від сервісу інших компаній
- **Зрозумілі** в оцінюванні для клієнта та у виконанні для працівника
- Клієнт точно це **помітить** і **оцінить**

Сервіс-показники

Сервіс-показники
«Візиту клієнта в Центр обслуговування»

1) Чи звертались до Вас **по-імені** та **по-батькові**? (так/ні)
2) Чи склалось у Вас враження, що Вам **дійсно хотіли допомогти**? (так\ні)
3) **Працівник уточнив** «Чи все Вам було зрозуміло»? (так\ні)

Сервіс-показники

Сервіс-показники
«Зняття контрольних показників»

1) Чи **узгодили** з Вами час і дату візиту? (так\ні)
2) Чи можна стверджувати, що працівник був **ввічливий та коректний**? (так\ні)
3) Чи **працівник розповів** про можливості самостійної передачі показників? (так\ні)

Сервіс-показники

Сервіс-показники
«Зняття/установка лічильника при повірці»

1) Чи **узгодили** з Вами час і дату візиту? (так\ні)
2) Чи можна стверджувати, що працівник був **ввічливий та коректний**? (так\ні)
3) Чи **працівник розповів** Вам про процедуру повірки, її терміни та режим нарахування на час відсутності лічильника? (так/ні)

Вимірювання сервіс-показників

Візит клієнта в Центр обслуговування

- *1 працівник:* ***25-30*** *клієнтів на день*
- В день – **5** чол.
- В місяць –**100** чол.
- **20 %** від усіх візитів в місяць

Зняття контрольних показників

- *1 працівник:* ***55-65*** *клієнтів на день*
- В день – **6** чол.
- В місяць –**120** чол.
- **10 %** від усіх візитів в місяць

Зняття/установка лічильника при повірці

- *1 працівник:* ***4-6*** *клієнтів на день*
- В день – **2** чол.
- В місяць – **40** чол.
- **30 %** від усіх візитів в місяць

Система мотивації працівників

СЕРВІС-БОНУС – 30%

*при умові 100% виконання плану

ПЛАН – 60% по кожному сервіс-показнику

*при опитуванні по кожному з трьох запитань не менше 60% клієнтів мають сказати «так»

Візит клієнта в Центр обслуговування	Зняття контрольних показників	Зняття/установка лічильника при повірці
• **60** із 100 опитаних клієнтів мають сказати «так» по 3-х показниках	• **70** із 120 опитаних клієнтів мають сказати «так» по 3-х показниках	• **25** із 40 опитаних клієнтів мають сказати «так» по 3-х показниках

Система мотивації працівників

Приклад: «Зняття контрольних показників»

ТАК – 71	ТАК – 73	ТАК – 72
• *Чи узгодили з Вами час і дату візиту?*	• *Чи можна стверджувати, що працівник був ввічливий та коректний?*	• *Чи працівник розповів про можливості самостійної передачі показників?*

Результат: працівник отримує сервіс-бонус в розмірі **30%** від рівня заробітної плати, бо **має більше 70 позитивних відповідей** по кожному сервіс-показнику.

СЕРВІС-БОНУС керівника **– 30%**

*не менше 60% від загальної к-сті працівників підрозділу виконали свої особисті сервіс-показники

Система навчальних тренінгів

Результат проходження навчання працівниками

- ✓ Визначення **стандартів обслуговування** для працівників
- ✓ Визначення **сервіс-показників** та **системи оцінки сервісу**
- ✓ Формування у працівників розуміння впровадження **нової концепції роботи**

Бюджет

Бюджет **сервіс-бонусу**

(в межах діючого преміального фонду компанії)

*в розрахунку, що 50% працівників будуть виконувати план

Точка контакту «Візит клієнта в Центр обслуговування»	
К-сть працівників (чол)	45
Середня з/п працівників (грн)	6 000,00
Сервіс-бонус на 1 працівника (грн)	**1 800,00**
Загальний сервіс-бонус на точку контакту*	**40 500,00**

Точка контакту «Зняття контрольних показників»	
К-сть працівників (чол)	107
Середня з/п працівників (грн)	5 100,00
Сервіс-бонус на 1 працівника (грн)	**1 530,00**
Загальний сервіс-бонус на точку контакту*	**81 855,00**

Точка контакту «Зняття/установка лічильника при повірці»	
К-сть працівників (чол)	42
Середня з/п працівників (грн)	6 700,00
Сервіс-бонус на 1 працівника (грн)	**2 010,00**
Загальний сервіс-бонус на точку контакту*	**42 210,00**

Бюджет

Бюджет **навчально-тренінгової програми**

*в розрахунку проведення навчання для 25 учасників, тривалістю 1 день

Організатори:	**вартість (грн/год)**	**кіл-ть годин**	**Загальна сума**
Викладач	200,00	8	1 600,00
Менеджер проведення	100,00	8	800,00
Всього (грн)			**2 400,00**
Операційні витрати:	**вартість (грн)**	**кіл-ть одиниць**	**Загальна сума**
Робочий зошит учасника	24,00	25	600,00
Посібник для учасника	39,50	25	987,50
Папка	12,00	25	300,00
Ручка	2,50	30	75,00
Бейдж зі шнурком	12,00	25	300,00
Сертифікат	13,00	25	325,00
Листки для фліпчарту	5,00	10	50,00
Маркер	13,00	10	130,00
Вода питна (0,5)	10,00	30	300,00
Кава-пауза	1 500,00	2	3 000,00
Підготовка програми	10 000,00	1	10 000,00
Всього (грн)			**16 067,50**
Операційні витрати:	**вартість/день (грн)**	**кіл-ть днів**	**Загальна сума**
Оренда аудиторії	3 200,00	1	3 200,00
Непередбачувані витрати	1 500,00	1	1 500,00
Всього (грн)			**4 700,00**
Вартість ПДВ			**4 633,50**
Загальна сума			**27 801,00**

Календарний план

№	ЕТАП	ДНІ																							
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
1	Формування команди для реалізації проекту																								
2	Аналіз клієнтського досвіду																								
3	Розробка стандартів обслуговування клієнтів																								
4	Розробка Системи вимірювання сервісу																								
5	Здійснення першого заміру сервісу																								
6	Розробка Системи преміювання працівників																								
7	Розробка навчально-тренінгової програми																								
8	Оформлення та затвердження продукту																								
9	Проведення навчання для працівників																								
10	Запуск нової концепції роботи																								
11	Проведення перших замірів роботи																								
12	Коригування плану або сервіс-показників																								

- ✓ Процес запуску нової Концепції сервісу на 1 точку контакту займає **20 днів**
- ✓ Через **1 місяць** фіксуємо перші результати виконання сервіс-показників та виплачуємо перші сервіс-бонуси за період
- ✓ Через **3 місяці** фіксуємо перші результати покращення сервісу в точці контакту

Продукт проекту

Команда сервісної культури

Формування сервісної культури

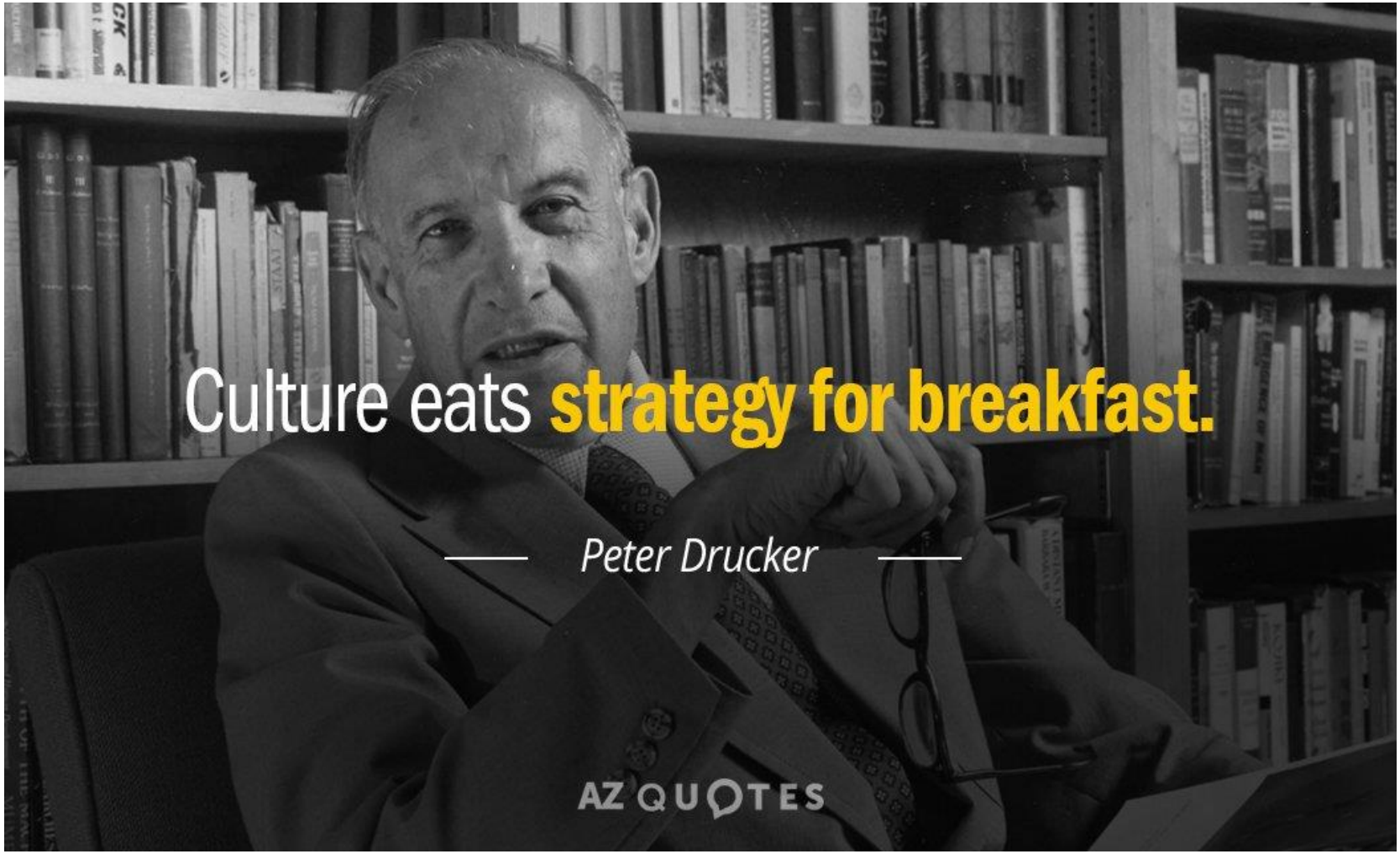
Результат формування СЕРВІСНОЇ КУЛЬТУРИ

1) Будемо **готові до ринку** енергоносіїв
2) **Зменшення скарг** і зниження часу на їх вирішення
3) **Збільшення** кількості **нових** і **зменшення** відтоку **існуючих** клієнтів
4) **Підвищення лояльності** клієнтів
5) **Покращення іміджу** та **репутації** компанії
6) Станемо **надійною** та **відкритою** компанією
7) Станемо **компанія №1** на ринку комунальних послуг

Формування сервісної культури

Компанії, в яких відчувається **сервісна культура**, клієнти описують як компанії, в яких **відчувається душа і серце**

Формування сервісної культури



Формування сервісної культури

Стати **сервісною компанією №1** на ринку комунальних послуг, яка буде надавати такий **СЕРВІС**, який клієнт **не отримає більше ніде**

РЕГІОНАЛЬНА
ГАЗОВА КОМПАНІЯ