



Государство  
для людей

Стандарт

# «Государство для людей»





# Стандарт «Государство для людей» (сокращенная версия)

## Какую цель преследует принятие данного Стандарта?

Установить требования по внедрению клиентоцентричного подхода в государственном и муниципальном управлении. Клиентоцентричный подход позволяет выявлять и изучать потребности клиента и постоянно улучшать взаимодействие для удовлетворения его потребностей с намерением превзойти его ожидания.

## Каких эффектов позволит достичь применение Стандарта?



### Удовлетворенность людей

за счет более адресной деятельности государства (незаметного, когда нет потребностей, и заботливого, когда они возникают)



### Привлекательность стран для жизни, посещения, работы

за счет новой культуры, основанной на взаимном доверии и уважении граждан и государства

## Каковы ключевые идеи Стандарта?



удовлетворение потребностей клиентов и предвосхищение ожиданий



решение проблем клиентов целиком в рамках жизненной ситуации



постоянное улучшение взаимодействия органов власти и уполномоченных организаций с клиентом



проактивное предложение услуг и сервисов

## Кто является клиентом в понимании Стандарта?

Физические лица и их законные представители, обратившиеся (или которые потенциально могут обратиться) с запросом о предоставлении услуг, в т. ч.:

- ✓ граждане РФ

## Кто обязан применять стандарт?

- ✓ органы государственной власти
- ✓ органы местного самоуправления
- ✓ государственные и муниципальные учреждения

- ✓ иностранные граждане
- ✓ лица с двойным гражданством
- ✓ лица без гражданства
- ✓ иные организации, уполномоченные в соответствии с законодательством РФ, в т. ч. на основании договора, предоставлять услуги и сервисы клиентам

## Руководящие принципы, поддерживающие ценности клиентоцентричного государства



### Равный доступ

- ▶ Учет особенностей каждого клиента и построение услуг и сервисов вокруг его потребностей



### Эффективность и удобство

- ▶ Простое и удобное решение задач клиента, вместо исполнения формальных функций
- ▶ Обеспечение экономической эффективности процедур и правил



### Объективность и беспристрастность

- ▶ Предоставление актуальной информации, мотивирование принимаемых решений. Поощрение обратной связи, признание имеющихся проблем



### Постоянное повышение качества и проактивность

- ▶ Внедрение инноваций, опережающие действия, повышение качества, устранение ошибок, проактивность.



### Единство и целостность

- ▶ Последовательные действия и решения на основе достоверных данных



### Взаимное доверие и безопасность

- ▶ Безопасность взаимодействия, выполнение обещаний, конфиденциальность данных



### Открытость

- ▶ Открытый диалог государства и человека
- ▶ Государство полностью понимает потребности человека



### Прозрачность

- ▶ Информация предоставляется в понятной форме
- ▶ Принятые решения и достигнутые результаты доступно объясняются



## Реализация клиентоцентричного подхода в государственном и муниципальном управлении



**Ответственные за предоставление услуг в рамках жизненной ситуации органы власти и уполномоченные организации**

Клиентоцентричный подход в государственном и муниципальном управлении внедряется посредством выполнения органами власти и уполномоченными организациями требований Стандарта.



**Проектный офис**

Сопровождение реализации клиентоцентричного подхода в государственном и муниципальном управлении обеспечивается Проектным офисом по клиентоцентричности, который является центром методологии и экспертизы внедрения клиентоцентричного подхода на федеральном, региональном и муниципальном уровнях управления.



**Роль в реализации клиентоцентричного подхода**

- ▶ Определение жизненных ситуаций для внедрения клиентоцентричного подхода в государственном и муниципальном управлении
- ▶ Утверждение планов по внедрению клиентоцентричного подхода
- ▶ Формирование для реализации планов кросс-функциональных команд
- ▶ Обеспечение реализации планов по внедрению клиентоцентричного подхода
- ▶ Обеспечение контроля достижения показателей клиентоцентричности



**Роль в реализации клиентоцентричного подхода**

- ▶ Выполнение функций оператора реестра жизненных ситуаций
- ▶ Сопровождение формирования кроссфункциональных команд из представителей органов власти, уполномоченных организаций, разработчиков прототипов услуг и сервисов, иных экспертов
- ▶ Выявление и изучение потребностей клиентов для приоритетных ЖС
- ▶ Разработка и постоянное улучшение руководств по клиентоцентричному дизайну и прототипированию услуг и сервисов
- ▶ Тестирование на целевых аудиториях прототипов услуг и сервисов приоритетных жизненных ситуаций до их ввода в эксплуатацию в рамках специализированного подразделения «Лаборатория пользовательского тестирования»
- ▶ Приоритетные жизненные ситуации определяются Проектным офисом ежегодно
- ▶ Мониторинг удовлетворенности клиентов
- ▶ Консультирование по вопросам внедрения клиентоцентричного подхода



## Требования к выявлению и изучению потребностей клиентов

- ✓ Основываться на объективных данных
- ✓ Учитывать особенности и навыки каждой группы клиентов
- ✓ Поощрять обратную связь со стороны клиентов
- ✓ Разъяснять клиентам результаты проведенных работ

### Этапы

01

#### Сегментация клиентов

Отнесение изученных групп клиентов к жизненным ситуациям (ЖС) и профилям клиентского сегмента

02

#### Сбор сведений о клиентском опыте

Изучается история взаимодействия клиентов с государством, формируются и проверяются гипотезы о клиентском опыте

03

#### Разработка (актуализация) карт клиентских путей

Карты содержат: описание ЖС, описание профиля клиентского сегмента, типовые потребности клиента, действия клиента от момента возникновения потребностей до момента их удовлетворения, виды (типы) полученных клиентами услуг и сервисов, точки взаимодействия с органами власти и уполномоченными организациями, позитивные наблюдения и типовые проблемы

04

#### Принятие решений по итогам изучения потребностей клиентов

- ▶ Определение приоритетных для удовлетворения потребностей и решения выявленных проблем группы клиентов
- ▶ Разработка рекомендаций по повышению качества клиентского опыта
- ▶ Доведение до клиентов результатов выявления и изучения их потребностей

### Какие типовые потребности выделяются, изучаются и актуализируются?



Потребности, которые могут удовлетворяться путем предоставления услуг и сервисов в соответствии с требованиями Стандарта. Для таких потребностей разрабатываются и (или) актуализируются клиентские сценарии, обеспечивающие бесшовное взаимоувязанное прохождение клиентского пути



Потребности, в отношении которых ведется работа по их удовлетворению за счет проектирования/реинжиниринга услуг и сервисов в соответствии с требованиями Стандарта. Для таких потребностей проектируются/реинжинируются услуги и сервисы





Потребности, которые не могут быть удовлетворены в текущих условиях и в необходимые для клиентов сроки. Для таких потребностей в информационных системах ведутся ответы на часто задаваемые вопросы, обязательно указываются причины невозможности их удовлетворения



## Требования к проектированию/реинжинирингу услуг и сервисов

- ✓ основываться на результатах выявления и изучения потребностей клиентов
- ✓ учитывать возможности использования удобных для клиентов точек взаимодействия с органами власти и уполномоченными организациями
- ✓ основываться на изучении цифровой инфраструктуры и организации процессов предоставления услуг и сервисов в органах власти и уполномоченных организациях
- ✓ учитывать новые технологии и другие возможности для повышения потребительской ценности государственных услуг и сервисов
- ✓ вовлекать клиентов в разработку и тестирование прототипов услуг и сервисов до ввода их в эксплуатацию
- ✓ приводить к повышению качества клиентского опыта

## Этапы

01

### Подготовка к проектированию/реинжинирингу услуг и сервисов

Основой для подготовки выступают карты клиентских путей и рекомендации по повышению качества клиентского опыта. В рамках реинжиниринга на данном этапе анализируются требования к предоставлению услуг и сервисов, практика их предоставления, описывается текущий процесс (карта клиентского пути соотносится с утвержденными клиентскими сценариями). Как при реинжиниринге, так и при разработке новых услуг и сервисов на данном этапе анализируются лучшие практики предоставления услуг, оцениваются варианты предоставления, решающие выявленные проблемы, разрабатывается и описывается целевой клиентский сценарий.

02

### Разработка и тестирование прототипов услуг и сервисов, входящих в целевой клиентский сценарий

Для новых услуг сначала разрабатывается верхнеуровневый прототип (альфа-версия). При реинжиниринге данный шаг пропускается, сразу разрабатывается детализированный прототип (бета-версия). Все прототипы обязательно тестируются на целевых аудиториях, результаты тестирования обрабатываются, готовятся изменения в описание целевого клиентского сценария (при необходимости) и предложения по разработке/изменению нормативных правовых актов.

03

### Ввод прототипов услуг и сервисов в эксплуатацию

Результат: утвержденные нормативные правовые акты, иные документы, необходимые для внедрения детализированного прототипа услуги или сервиса, введенный в промышленную эксплуатацию прототип услуги или сервиса.

04

### Мониторинг удовлетворенности клиентов



## Требования к процессу удовлетворения потребностей клиента

- ✓ основываться на результатах выявления и изучения потребностей клиентов
- ✓ решать проблемы клиента целиком в рамках жизненных ситуаций
- ✓ обеспечивать преимущ. проактивное предоставление услуг и сервисов
- ✓ обеспечивать обратную связь об удовлетворённости клиентов
- ✓ минимизировать необходимость обращения клиента в органы власти и уполномоченные организации, время и сложность такого взаимодействия
- ✓ обеспечивать использование удобных для клиентов точек взаимодействия с органами власти и уполномоченными организациями

## Этапы

01

### Управление согласием на проактивное предоставление услуг и сервисов в рамках жизненной ситуации

Как правило, услуги и сервисы оказываются проактивно после получения соответствующего согласия клиента в удобной для него точке взаимодействия. Согласие может быть дано на все услуги и сервисы в рамках ЖС или же на отдельные услуги и сервисы. Согласие может быть отозвано.

02

### Отнесение клиента к жизненной ситуации

03

### Отнесение клиента к профилю клиентского сегмента

04

### Определение типовых потребностей клиента

Определяется на основе информации об отнесении клиента к ЖС, профилю клиентского сегмента.

05

### Определение потребностей клиента на основе истории взаимодействия с клиентом

06

### Разработка предварительного клиентского сценария путем подбора услуг и сервисов для удовлетворения потребностей клиента

07

### Подтверждение и (или) уточнение потребностей клиентов при контакте с клиентом (в т. ч. гипотез 2,3,4 этапов)

**Ситуация 1.** Есть согласие на проактивное предоставление услуг и сервисов. Взаимодействие осуществляется в удобной для клиента точке, указанной в профиле, а при отсутствии – в удобной для группы клиентов точке из профиля и (или) в цифровых точках взаимодействия. Клиенту предоставляется инф. о согласии, на основании которого такое взаимодействие осуществляется.

**Ситуация 2.** Согласия нет. Инициатором первичного взаимодействия выступает клиент.



Порядок взаимодействия с клиентом зависит от возможности удовлетворения его потребности.

### Сценарий 1. Потребности нельзя удовлетворить

1. Информация о причинах, по которым нельзя удовлетворить его потребности, предоставляется клиенту по его запросу.
2. В отношении клиента фиксируются статусы удовлетворения потребностей.
3. Рассматривается возможность разработки новых услуг и сервисов, реинжиниринга существующих услуг и сервисов, актуализации клиентских сценариев.
4. Поддерживается обратная связь с клиентом на случай, если появится возможность удовлетворения потребности.

### Сценарий 2. Потребности можно удовлетворить, но отсутствует часть сведений о клиенте на момент взаимодействия

1. В режиме «одного окна» обеспечивается возможность заполнения форм данных с недостающей инф-ей (заполнение форм занимает не более 10 мин).
2. Сведения попадают в цифровой профиль клиента и автоматически проверяются на непротиворечивость и правомочность предоставления услуги или сервиса.

### Сценарий 3. Потребности можно удовлетворить, органы власти и уполномоченные организации обладают достаточными данным

1. Автоматически подбирается перечень услуг и сервисов для клиента на основании предварительного клиентского сценария.
2. Требуется ли непосредственное взаимодействие клиента с органами власти и уполномоченными организациями для определения правомочности предоставления услуги?  
Если да: производится запись клиента для такого вида взаимодействия, предоставляется информация о его местонахождении на клиентском пути.  
Если нет: персонально подобранные услуги и сервисы из клиентского сценария должны предоставляться (при наличии согласия от клиента) автоматически в «один клик» онлайн или не более 5 минут при личном взаимодействии с сотрудниками органов власти и уполномоченных организаций или обособленных учреждений, где в режиме «одного окна» предоставляются услуги и сервисы клиентам (МФЦ «Мои документы», центры занятости населения, центры миграции, туристические центры и т.д.).
4. Фиксируется оценка удовлетворенности клиента по единой методике.
5. Обратная связь используется для выявления и изучения потребности клиентов, проектирования/реинжиниринга услуг и сервисов.



**Ситуация 1.** Есть согласие на проактивное предоставление услуг и сервисов. Взаимодействие с клиентом осуществляется в удобной для клиента точке взаимодействия, указанной в профиле клиента, а при отсутствии указания – в удобной для группы клиентов точке взаимодействия из профиля клиентского сегмента и (или) в цифровых точках взаимодействия. Клиенту предоставляется информация о согласии, на основании которого такое взаимодействие осуществляется.

**Ситуация 2.** Согласия нет. Инициатором первичного взаимодействия выступает клиент.

### Требования к клиентоцентричности в типовых точках взаимодействия с клиентами

У клиента должен формироваться положительный опыт простоты и легкости от взаимодействия с органами власти и уполномоченными организациями вне зависимости от канала такого взаимодействия.



#### Порталы Порталы должны:

- ▶ Проектироваться с учетом потребностей, возможностей и особенностей клиентов (в т. ч. временно нетрудоспособных и клиентов с ограниченными возможностями)
- ▶ Приоритизировать отображение услуг и сервисов в зависимости от профиля клиентского сегмента и жизненной ситуации клиента
- ▶ Обеспечить понимание, в какой точке клиентского сценария находится клиент, какие действия от него требуются
- ▶ Давать обратную связь в отношении любого совершенного на портале действия
- ▶ Обеспечивать заполнение форм с минимальными затратами времени и усилий (персональный вывод экранных форм, автоматическое заполнение форм, подсказки, голосовой ввод, выделение обязательных для заполнения полей, сохранение промежуточных результатов)
- ▶ Предоставлять возможность оценить удовлетворенность услугами, сервисами, работой портала
- ▶ Обладать функцией круглосуточного цифрового помощника и технической поддержки
- ▶ Учитывать требования методических рекомендаций Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации №405 от 16.10.2015 в части обеспечения программной независимости, доступа с мобильных устройств, мультязычности, обеспечения навигационной и поисковой доступности, дизайну, согласованности пользовательских интерфейсов, обеспечения форматно-логического контроля
- ▶ Предполагать идентификацию и аутентификацию посредством федеральной государственной информационной системы



### Мобильные приложения Мобильные приложения должны:

- ▶ Отвечать требованиям к порталам (за исключением требования о цифровом помощнике)
- ▶ Обеспечивать возможность совмещения приложения с основными типами платформ
- ▶ Быть общедоступными и бесплатными для загрузки
- ▶ Обеспечивать безопасность и конфиденциальность данных
- ▶ Обладать настроенной системой персональных push-уведомлений, позволяющих открывать приложение
- ▶ Обладать возможностью отключения, настройки частоты и категории рассылки push-уведомлений



### Социальные сети, публичные чаты в мессенджерах

- ▶ Утвержденные правила модерации должны быть размещены в открытом доступе на официальных страницах
- ▶ Взаимодействие с клиентом должно инициироваться в случаях: официального обращения клиента, упоминания органа власти или уполномоченной организации в тексте сообщения или комментирования официальной записи
- ▶ Время ответа на обращение клиента не должно превышать 4 часов для упоминаний и 2 часов в случае официального обращения или комментария к записи при максимальном уровне клиентоцентричности
- ▶ Шаблоны ответов на типовые сообщения и комментарии клиентов, а также правила подготовки ответов на нетиповые сообщения должны своевременно актуализироваться



### Чат-боты и персональные чаты в мессенджерах и социальных сетях, голосовые помощники

- ▶ При выполнении функции автоматизации рутинных операций цифровой помощник должен:
  - а) осуществлять таргетированный поиск потенциально необходимых клиенту услуг и сервисов
  - б) обеспечивать возможность предоставлять и отзывать согласия на проактивное предоставление услуг и сервисов
  - в) запрашивать согласия на обработку персональных данных
  - г) заполнять заявления и формы при получении услуг и сервисов, при необходимости уточняя у клиента отсутствующую информацию
  - д) отслеживать статусы прохождения клиентского сценария
  - е) записывать на личный прием



ж) обеспечивать оплату госпошлин и других платежей в рамках получения услуг и сервисов

з) уведомлять о получении услуг и сервисов

- ▶ Подстраиваться под особенности профиля клиентского сегмента при ответах



### Телефон (колл-центр)

- ▶ Количество переключений на других сотрудников не должно превышать двух
- ▶ Используется только эмоционально-нейтральная/позитивная, заинтересованная и грамотная речь с краткими информационными фразами
- ▶ Используется техника активного слушания
- ▶ Разрабатываются и используются скрипты разговоров для ответов на типовые обращения клиентов
- ▶ Роботизированные голосовые помощники должны обладать функцией распознавания речи, возможностью реагирования с помощью клавиатуры, сообщать о часах работы сотрудников и назначать консультации с ними
- ▶ Клиент должен иметь возможность обратиться в колл-центр круглосуточно



### Письменное взаимодействие (электронная почта, письмо, сообщения в личном кабинете)

- ▶ Обратная связь с уведомлением о получении письма предоставляется в течение 24 часов
- ▶ Для предоставления исчерпывающего ответа на обращение необходимо:
  1. закрепить ответственного сотрудника за подходящим профилем клиентского сегмента на протяжении всего периода обращений клиента по проблеме
  2. убедиться в четкости понимания потребностей клиента
  3. организовать выезд по месту нахождения клиента (при необходимости)
  4. проанализировать профиль клиента, историю его обращений, запросить информацию о клиенте или проблеме в рамках межведомственного взаимодействия
  5. подготовить простые и понятные ответы на поставленные вопросы
- ▶ Разрабатываются и своевременно актуализируются базы знаний, содержащие шаблоны ответов на типовые обращения клиентов
- ▶ Предусмотрен функционал быстрой обратной связи клиентов при коммуникации посредством электронных средств связи

#### Какие требования необходимо соблюдать при подготовке ответов на обращения клиентов? Избегать:

- ▶ Формализма и канцелярита при выборе стиля изложения (например, отглагольные существительные, пассивный или страдательный залог, расщепленные сказуемые, составные и производные предлоги)

- ▶ Орфографических, пунктуационных, стилистических и фактических ошибок, архаизмов, жаргонной и просторечной лексики, языковой агрессии
- ▶ Использования сложных стилистических конструкций (например, метафор или фразеологизмов)
- ▶ Использования специальных символов (например, \, &, <, #)
- ▶ Использования курсива, подчеркиваний, разных типов написания, заглавных букв для написания целого слова и особого дизайна (например, тени, 3D-эффект)
- ▶ Использования фона, затрудняющего прочтение текста

#### Следует:

- ▶ Минимизировать употребление сложных терминов и сокращений, редко используемых в повседневной жизни или требующих специального образования
- ▶ Разъяснять сложную терминологию доступным языком при невозможности ее исключения из ответа, давать определения
- ▶ Выстраивать структуру ответа логично и последовательно, группируя тематические блоки
- ▶ Акцентировать внимание на целевую информацию в сообщении
- ▶ Выстраивать предложения в положительном ключе, избегая отрицательных оборотов

#### Использовать:

- ▶ Одно и то же слово для описания одинаковых предметов или процессов по всему тексту
- ▶ Примеры для объяснения сложных для восприятия процессов
- ▶ Короткие и лаконичные предложения
- ▶ Легко читаемые шрифты (например, Times New Roman, Arial или Tahoma) без засечек



#### Личный прием в органах власти и уполномоченных организациях, а также в обособленных учреждениях по предоставлению услуг и сервисов в режиме «одного окна»

- ▶ Отделения очного приема должны располагаться доступно и удобно для всех типов клиентов
- ▶ На основании выявления и изучения потребностей клиентов должна быть определена целесообразность личного приема клиентов
- ▶ Внешнее и внутреннее оформление отделений должно выполняться в соответствии с единым стилем
- ▶ Должны быть внедрены правила профессионального обслуживания клиентов
- ▶ Должна быть реализована возможность самостоятельной записи на прием в удобное время посредством удобного для клиента канала связи



- ▶ Дополнительно для личного приема в органах власти и уполномоченных организациях: должны быть разработаны критерии определения группы клиентов, для которых целесообразно закрепление бесплатных «персональных менеджеров»
- ▶ Дополнительно для обособленных учреждений: необходимо демонстрировать клиентам заботу об окружающей среде, обеспечить наличие электронной очереди, оборудованного детского уголка, время ожидания обслуживания при очном взаимодействии не должно превышать 15 минут
- ▶ Все учреждения по предоставлению услуг и сервисов рекомендуется оборудовать гостевой



#### **Длительное нахождение в государственных и муниципальных учреждениях при получении услуг**

- ▶ Внешнее и внутреннее оформление отделений должно выполняться в соответствии с единым стилем
- ▶ Должны быть внедрены правила профессионального обслуживания клиентов
- ▶ По итогам изучения и выявления потребностей клиентов, в т. ч. потребностей в безопасности, должны быть приняты решения о целесообразности установки круглосуточной системы видеонаблюдения и введения пропускной системы, не задерживающей передвижение клиентов
- ▶ Должны быть внедрены правила коммуникаций с лицами, не достигшими совершеннолетнего возраста
- ▶ Должны быть внедрены правила коммуникаций с лицами, находящимися в тяжелой жизненной ситуации

## Показатели клиентоцентричности

Таблица 1. Ключевые показатели внедрения клиентоцентричного подхода в государственном и муниципальном управлении в разрезе уровней клиентоцентричности

| Показатель                                                                                                                                                                                                          | Уровень клиентоцентричности                                                                                                                                          |             |             |             |              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
|                                                                                                                                                                                                                     | 1 звезда                                                                                                                                                             | 2 звезды    | 3 звезды    | 4 звезды    | 5 звёзд      |
| 1. Охват клиентскими сценариями (доля услуг и сервисов, предоставляемых клиентам в рамках клиентских сценариев)                                                                                                     | ≤ 35%                                                                                                                                                                | 35,1% – 50% | 50,1% – 70% | 70,1% – 90% | 90,1% – 100% |
| 2. Оценка клиентами простоты (по степени трудозатратности) процесса удовлетворения его потребностей в процессе предоставления ему услуг и сервисов в рамках жизненной ситуации                                      | Процент оценок «Легко» и «Скорее легко» в градации: 4 – «Легко», 3 – «Скорее легко», 2 – «Скорее сложно», 1 – «Сложно»                                               |             |             |             |              |
|                                                                                                                                                                                                                     | 50,1% – 60%                                                                                                                                                          | 60,1% – 70% | 70,1% – 80% | 80,1% – 90% | 90,1% – 100% |
| 3. Доля повторных запросов на получение услуги или сервиса (для пользователей, вернувшихся за той же самой услугой в течение 4 недель после формирования статуса в информационной системе об успешном ее получении) | 7,1% – 10%                                                                                                                                                           | 4,1% – 7%   | 1,1% – 4%   | 0,5% – 1%   | 0% – 0,5%    |
| 4. Доля услуг и сервисов, индекс потребительской лояльности (NPS) по которым положителен                                                                                                                            | 50,1% – 60%                                                                                                                                                          | 60,1% – 70% | 70,1% – 80% | 80,1% – 90% | 90,1% – 100% |
| 5. Оценка клиентами удовлетворённости получения услуг и сервисов в рамках жизненных ситуаций                                                                                                                        | Процент оценок «Удовлетворён» и «Скорее удовлетворён» в градации: 4 – «Удовлетворён», 3 – «Скорее удовлетворён», 2 – «Скорее не удовлетворён», 1 – «Не удовлетворён» |             |             |             |              |
|                                                                                                                                                                                                                     | 50,1% – 60%                                                                                                                                                          | 60,1% – 70% | 70,1% – 80% | 80,1% – 90% | 90,1% – 100% |
| 6. Доля клиентских сценариев, для которых предусмотрена возможность проактивного предоставления услуг и сервисов                                                                                                    | Утверждён хотя бы один клиентский сценарий, для которого предусмотрена возможность проактивного предоставления услуг и сервисов                                      | 20%         | 20,1% – 35% | 35,1% – 50% | 50,1% – 70%  |



| Показатель                                                                                                                                                                                   | Уровень клиентоцентричности                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                               |                                                                                                                               |                                                                                                     |                                              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                              | 1 звезда                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 2 звезды                                                                                                                                      | 3 звезды                                                                                                                      | 4 звезды                                                                                            | 5 звёзд                                      |
| 1. Охват клиентов картами клиентских путей                                                                                                                                                   | 90% заявителей отнесены к профилям клиентских сегментов в рамках жизненных ситуаций. К профилям клиентских сегментов отнесены потенциальные заявители, которые не обращаются в органы власти и уполномоченные организации                                                                                                                                     | Процент профилей клиентских сегментов в рамках жизненных ситуаций, для которых утверждены и постоянно актуализируются карты клиентский путей: |                                                                                                                               |                                                                                                     |                                              |
|                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | не менее 35%                                                                                                                                  | не менее 50%                                                                                                                  | не менее 70%                                                                                        | 100%                                         |
| 2. Вовлеченность клиентов в тестирование прототипов новых услуг и (или) сервисов, услуг и сервисов, прошедших реинжиниринг                                                                   | Процент прототипов, протестированных на целевой аудитории                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                               |                                                                                                                               |                                                                                                     |                                              |
|                                                                                                                                                                                              | не менее 10%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | не менее 20%                                                                                                                                  | не менее 30%                                                                                                                  | не менее 50%                                                                                        | 100%                                         |
| 3. Доступность для клиентов взаимодействия по телефону                                                                                                                                       | Возможность обратиться по телефону в любое удобное время в обособленные подразделения, предоставляющие услуги в режиме «одного окна»:                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                               |                                                                                                                               |                                                                                                     |                                              |
|                                                                                                                                                                                              | в часы работы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | в часы работы, а в остальное время для взаимодействия с диалоговым ботом и обеспечения функции перезвона в рабочее время                      |                                                                                                                               |                                                                                                     |                                              |
|                                                                                                                                                                                              | Процент оценок «Удовлетворён» и «Скорее удовлетворен» качеством телефонного обслуживания В градации: 4 – «Удовлетворён», 3 – «Скорее удовлетворён», 2 – «Скорее не удовлетворён», 1 – «Не удовлетворён»                                                                                                                                                       |                                                                                                                                               |                                                                                                                               |                                                                                                     |                                              |
|                                                                                                                                                                                              | —                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 60,1%<br>– 70%                                                                                                                                | 70,1%<br>– 80%                                                                                                                | 80,1%<br>– 90%                                                                                      | > 90%                                        |
| 4. Доступность и понятность текстов при письменном взаимодействии                                                                                                                            | Процент жизненных ситуаций, в рамках которых своевременно актуализируется база знаний, содержащая шаблоны ответов на типовые обращения клиентов                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                               | Процент жизненных ситуаций, для которых внедрен алгоритм автоматической оценки уровня сложности восприятия письменного ответа |                                                                                                     |                                              |
|                                                                                                                                                                                              | 50%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 30%                                                                                                                                           | 30%                                                                                                                           | 50%                                                                                                 | 100%                                         |
| 5. Показатель лояльности клиентов цифровым точкам взаимодействия: порталы органов власти и уполномоченных организаций, мобильные приложения, чат-боты, другие виртуальные цифровые помощники | Значение NPS (процент сторонников (варианты ответа 9 и 10) за вычетом процента критиков (варианты от 0 до 6)) при ответе на вопрос: «Какова вероятность того, что вы порекомендуете другому человеку, оказавшемуся в сходной с вашей ситуации получать услуги и сервисы в рамках жизненной ситуации через цифровые точки взаимодействия по шкале от 0 до 10»: |                                                                                                                                               |                                                                                                                               |                                                                                                     |                                              |
|                                                                                                                                                                                              | < 5%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 5,1%<br>– 15%                                                                                                                                 | 15,1%<br>– 30%                                                                                                                | 30,1%<br>– 50%                                                                                      | > 50%                                        |
| 6. Время ответа представителя органа власти или уполномоченной организации на обращение клиента в социальных сетях, публичных чатах в мессенджерах                                           | Для упоминаний:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                               |                                                                                                                               |                                                                                                     |                                              |
|                                                                                                                                                                                              | ≤ 24 часов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | ≤ 12 часов                                                                                                                                    | ≤ 8 часов                                                                                                                     | ≤ 6 часов                                                                                           | ≤ 4 часов                                    |
|                                                                                                                                                                                              | Для официальных обращений или комментариев к официальной публикации                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                               |                                                                                                                               |                                                                                                     |                                              |
|                                                                                                                                                                                              | ≤ 12 часов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | ≤ 6 часов                                                                                                                                     | ≤ 4 часов                                                                                                                     | ≤ 3 часов                                                                                           | ≤ 2 часа                                     |
| 7. Возможность записи клиента на личный прием в органы власти и уполномоченные организации, для непосредственного взаимодействия                                                             | Реализована возможность записи клиента на личный прием в органы власти и уполномоченные организации:                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                               |                                                                                                                               | Реализована возможность изменения и отмены записи удобным для клиента способом, а также уведомления |                                              |
|                                                                                                                                                                                              | как минимум одним способом                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | как минимум одним способом<br>24 часа 7 дней в неделю                                                                                         | 24 часа 7 дней в неделю<br>любым удобным для клиента способом                                                                 | за сутки до назначенного времени                                                                    | за сутки и за 2 часа до назначенного времени |



Государство  
для людей



[gosudarestvodlyaludey.rf](http://gosudarestvodlyaludey.rf)