

Политика

«Политика МТС в области качества и управления клиентским опытом в экосистеме МТС»

ПТ-035-5

Категория НД	1 – НД Экосистемы
Ответственный за применение НД	Корпоративный центр Группы МТС Блок по клиентскому опыту и сервису Департамент качества и клиентского опыта Директор департамента
Ответственный за разработку НД	Корпоративный центр Группы МТС Блок по клиентскому опыту и сервису Департамент качества и клиентского опыта

1. ИНФОРМАЦИЯ О ДОКУМЕНТЕ

Цель документа	<p>Определить основные принципы управления качеством и клиентским опытом в экосистеме МТС</p> <p>Определить зоны ответственности и роли при взаимодействии вертикалей и горизонталей в части управления качеством и клиентским опытом</p> <p>Определить основные Требования, определяющие качество клиентских продуктов, услуг/технологий и обслуживания в экосистеме МТС</p> <p>Обеспечить управление системой стандартов качества</p> <p>Установить область применения системы менеджмента качества</p> <p>Определить подход к целеполаганию по качеству и клиентскому опыту</p>
Краткое описание документа	Настоящая Политика определяет основные принципы в области управления качеством и клиентским опытом по всем вертикалям и функциональным горизонталям экосистемы МТС.
Ограничение доступа	нет

1.1. Определения терминов и сокращений

Наименование термина	Сокращение	Определение термина (расшифровка сокращения)
Прочие термины и определения:		
Net Promoter Score	NPS	Индекс готовности рекомендовать компанию в целом
Компания		ПАО «МТС», включая все структурные подразделения, филиалы и представительства.
Система менеджмента качества	СМК	Система менеджмента качества - это комплекс мер внедренных в компании, направленных на обеспечение и поддержание качества продукции, предоставляемых услуги и

	Политика «Политика МТС в области качества и управления клиентским опытом в экосистеме МТС»	ПТ-035-5
		Для неограниченного доступа

Наименование термина	Сокращение	Определение термина (расшифровка сокращения)
		повышении удовлетворенности клиентов. Меры необходимые для формирования системы менеджмента прописаны в ISO 9001:2015 и ГОСТ Р ИСО 9000-2015
Цифровой продукт		Продукт, который содержит интерфейс управления, подключения конкретного продукта, включая web-, LP, app, предназначенный для клиентов МТС или внутренних потребителей
Партнерские сервисы		Сервисы, предоставляемые Клиентам совместно с компаниями-партнерами
Экосистема МТС	Экосистема	Совокупность внутренних и внешних взаимодействий, инфраструктуры, технологий и бизнес-процессов, направленная на поставку оптимальной ценности для клиентов с целью максимизации CLV.

2. СТРАТЕГИЯ КОМПАНИИ

Стратегия МТС — Customer Lifetime Value 2.0. Стратегия детализирует долгосрочные цели МТС и ориентирована на создание на базе основного телекоммуникационного бизнеса продуктовой экосистемы с бесшовным переходом между сервисами.

- Customer - лучший клиентский опыт (ЛКО) благодаря персонализированному подходу на основе искусственного интеллекта, аналитики больших данных и единого клиентского ID; бесшовный комфортный переход между цифровыми витринами и продуктами;
- Lifetime - нацеленность на долгосрочное взаимоотношение с клиентом; концентрация усилий на повышении лояльности и эмоциональной привязанности клиента к бренду;
- Value - осознанное получение клиентом выгоды от нахождения в экосистеме; удобная технологическая платформа для эффективного взаимодействия с партнёрами и лучшего клиентского опыта.

В фокусе стратегии компании лежит изучение потребностей Клиента и формирование лучшего клиентского опыта. Клиентский опыт - это совокупность качества продуктов/услуг/технологий, пользовательского опыта, обслуживания клиентов и пользовательского интерфейса, где

- Качество клиентских продуктов/услуг/технологий – это совокупность характеристик, отражающих способность продуктов/услуг/технологий и обслуживания удовлетворять предполагаемые потребности, а также степень соответствия состояния продукта/услуги/технологии и обслуживания установленным в Компании Требованиям.
- Пользовательский опыт – это совокупность впечатлений, удовлетворения, соответствия результата ожиданиям, а также удобства и простоты использования, которые Клиент получает при взаимодействии с продуктом.
- Клиентское обслуживание - это поддержка, которую компания предоставляет Клиентам во всех точках контакта с ним.
- Пользовательский интерфейс - это совокупность внешних характеристик продукта: цвета дизайна, удобства обращения, читабельности текста, голосовых фрагментов и прочих визуальных элементов, определяющих удобство пользования продуктом.

3. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ В ОБЛАСТИ КАЧЕСТВА И УПРАВЛЕНИЯ КЛИЕНТСКИМ ОПЫТОМ

	Политика «Политика МТС в области качества и управления клиентским опытом в экосистеме МТС»	ПТ-035-5
		Для неограниченного доступа

С целью обеспечения лучшего клиентского опыта и реализации стратегии Компании, разработаны принципы в области качества и управления клиентским опытом. Принципы подразделяются на четыре группы, согласно составляющим клиентского опыта, лежащим в фокусе каждого принципа.

- **Принципы управления качеством продуктов/услуг/технологий**
- **Принципы управления пользовательским опытом**
- **Принципы клиентского обслуживания**
- **Принципы в области пользовательского интерфейса (дизайн)**

4. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ В ЭКОСИСТЕМЕ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ ЛУЧШЕГО КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА

В рамках реализации стратегии Компании в части обеспечения лучшего клиентского опыта и нацеленности на долгосрочные взаимоотношения с клиентом, горизонталь клиентского опыта отвечает за следующие направления:

- Определение основных принципов в области управления качеством и клиентским опытом;
- Разработка требований и контроль качества клиентских продуктов/услуг/технологий и обслуживания;
- Разработка и реализация процесса целеполагания по качеству, контроль результатов;
- Изучение клиентского мнения и восприятия продуктов, услуг и обслуживания;
- Внедрение новых источников данных о качестве продуктов, услуг у клиентов;
- Проведение независимой экспертизы качества продуктов/услуг.

На основании принципов и требований по качеству, определённых экосистемной горизонталью клиентского опыта, вертикали, функциональные горизонталы ИТ/ТБ/РТК и продуктовые вертикали:

- Разрабатывают продукты/услуги/технологии
- Улучшают качество существующих продуктов/услуг/технологий
- Разрабатывают и внедряют мероприятия для реализации Требований/целей по качеству

5. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ КАЧЕСТВО ПРОДУКТА/УСЛУГИ/ТЕХНОЛОГИИ И ОБСЛУЖИВАНИЯ

В рамках реализации принципов управления клиентским опытом горизонталь клиентского опыта формирует Требования по качеству, которые должны неукоснительно и стабильно выполняться соответствующими вертикалями, функциональными горизонталью ИТ/ТБ/РТК и продуктовыми вертикалями:

- Единые Требования к качеству клиентских продуктов/услуг/технологий;
- Единые методики измерений и расчета фактических значений ключевых показателей качества и клиентского опыта;
- Единая система информирования клиентов¹;
- Единый подход к обслуживанию клиентов экосистемы;
- Единый подход по выстраиванию процесса инцидент/проблем-менеджмента в экосистеме;
- Единый подход к оценке лояльности/приверженности клиентов к компании и их готовности рекомендовать МТС.

Для партнерских сервисов действуют аналогичные принципы и требования по качеству.

6. СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

В рамках обеспечения реализации принципов лучшего клиентского опыта, реализации Требований по качеству и Системы Стандартов качества, Компания руководствуется основными элементами,

¹ Формируется совместно с функциональными подразделениями в рамках контактной стратегия описанной в ПТ-054 «Управление единой средой коммуникаций с клиентами»

	Политика «Политика МТС в области качества и управления клиентским опытом в экосистеме МТС»	ПТ-035-5
		Для неограниченного доступа

описанными в Системе менеджмента качества (СМК). Основными элементами системы менеджмента качества являются:

- **Планирование:** разработка целей и процессов, необходимых для достижения результатов в соответствии с принципами лучшего клиентского опыта и стратегией Компании;
- **Внедрение:** внедрение процессов/мероприятий/проектов, которые позволят достигнуть запланированных целей;
- **Контроль и измерение:** постоянный контроль и измерение параметров процессов и предоставляемых услуг, сравнение результатов измерений и контроля с целями и Требованиями на предоставляемые услуги;
- **Улучшение:** постоянное стремление сделать продукты/процессы Компании лучше.

Восприятие отдельных продуктов влияет на восприятие всей экосистемы, поэтому необходимо выпускать продукты в соответствии с системой менеджмента качества.

Система менеджмента качества распространяется на предоставление услуг мобильной и фиксированной связи, доступа в интернет, кабельного и спутникового ТВ-вещания, цифровых сервисов и мобильных приложений, а также на проектирование, строительство, модернизацию объектов связи.

Компания постоянно анализирует эффективность СМК, разрабатывает мероприятия по улучшению и совершенствованию системы.

В своей деятельности Компания обязуется выполнять применимые требования законодательства, надзорных органов и т.п. в зависимости от направления деятельности.

7. ТРЕБОВАНИЯ К ВЗАИМОДЕЙСТВИЮ С КЛИЕНТАМИ

Взаимодействие с клиентами осуществляется с соблюдением Кодекса делового поведения и этики ПАО «МТС», Политики ПТ– 020 «Соблюдение антикоррупционного законодательства» и иных ЛНА ПАО «МТС» в сфере противодействия коррупции, консультации и информирование о нарушениях и прочих Требованиях, указанных в нормативных документах Компании.

8. НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ

8.1. Внешние документы

№ п/п	Наименование документа	Ссылка на внутреннем портале
1	ISO 9001:2015 «Системы менеджмента качества. Требования»	
2	ISO 9000 «Система менеджмента качества. Основные положения и словарь»	
3	ISO 9004 «Системы менеджмента качества – Руководящие указания по улучшению деятельности»	
4	ISO 9004 «Системы менеджмента качества – Руководящие указания по улучшению деятельности»	