

Утверждено Приказом
Исполняющего обязанности
генерального директора
Фонда развития предпринимательства
Челябинской области – Центр «Мой бизнес»
И.В. Казанцевой
№ 400Д-23 от 24.11.2023г.

ПОЛОЖЕНИЕ

о проведении премии лидеров клиентского сервиса «Мой бизнес. Сервис-премия» среди индивидуальных предпринимателей и юридических лиц Челябинской области по итогам 2023 года

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение (далее – Положение) определяет цель, порядок организации и условия проведения, сроки проведения, процедуру оценки заявок и порядок оформления результатов премии для участников премии «Мой бизнес. Сервис-премия» (далее – Премия).

1.2. Организатором Премии является Фонд развития предпринимательства Челябинской области – Центр «Мой бизнес».

Адрес Организатора: Челябинск, ул. Российская 110, кор. 1

Официальный сайт Организатора: мойбизнес74.рф

Телефон Организатора: 8-800-350-24-74

1.3. Положение, информация о сроках проведения, номинациях и др. размещается на официальном сайте: мойбизнес74.рф

1.4. Участие в Премии является бесплатным. Участники самостоятельно несут расходы, связанные с подготовкой и предоставлением конкурсной заявки.

1.5. Допускается привлечение партнеров для проведения Премии и награждения победителей.

2. Цели и задачи Премии

2.1. Цель Премии – популяризация инструментов клиентского сервиса, повышение прибыльности бизнеса через малобюджетные инструменты обеспечения лояльности клиентов на территории Челябинской области.

2.2. Задачи Премии:

1) Выявление и популяризация успешных практик клиентского сервиса среди компаний Челябинской области;

2) Привлечение внимания общественности, региональной власти к формированию имиджа успешного региона, с выстроенным клиентским сервисом и отточенными точками контакта среди предпринимателей, продающих товары и услуги повседневного спроса;

3) Создание для финалистов и победителей Премии имиджа лидера сервиса, репутации надежных компаний, обеспечивающих высокое качество услуг.

3. Организатор, организационный комитет и участники Премии

3.1. Организатор Премии:

Принимает решение о проведении Премии;

Утверждает Положение о проведении Премии;

Формирует Организационный комитет Премии (далее - Оргкомитет).

3.2. Оргкомитет Премии:

- Принимает решение о сроках начала и окончания приема заявок на участие. Данная информация размещается на официальном сайте: мойбизнес74.рф;
- Принимает решение о дате проведения Церемонии награждения победителей;
- Принимает заявки на участие в Премии, осуществляет их обработку и первичную оценку на соответствие формальным критериям;
- Формирует и утверждает состав Жюри, осуществляет организационно-техническое обеспечение работы Жюри;
- Утверждает списки финалистов, списки победителей;
- Вправе учредить дополнительные номинации Премии;
- Осуществляет поиск и привлечение партнеров для награждения победителей Премии;

3.3. Участники Премии:

- Индивидуальные предприниматели, а также юридические лица, зарегистрированные и ведущие свою предпринимательскую деятельность на территории Челябинской области (далее - Участники);
- Участники предоставляют посредством официального сайта мойбизнес74.рф заявку на участие в установленный срок;
- Участники соответствуют требованиям номинации, на которую подают заявку.

3.4. К участию в Премии не допускаются лица:

- осуществляющие деятельность, запрещенную законодательством Российской Федерации;
- в отношении которых принято решение о ликвидации;
- в отношении которых применяются процедуры несостоятельности (банкротства), в том числе реструктуризация долгов и реализация имущества гражданина.

3.5. Подавая заявку на участие, Участник подтверждает свое ознакомление и согласие со всеми правилами проведения и условиями участия в Премии.

4. Номинации Премии:

- Лидер клиентского сервиса в номинации «Сайт»;
- Лидер клиентского сервиса в номинации «Социальные сети»;
- Лидер клиентского сервиса в номинации «Общение по телефону»;
- Лидер клиентского сервиса в номинации «Внешний вид персонала»;
- Лидер клиентского сервиса в номинации «Подъездные пути и парковка»;
- Лидер клиентского сервиса в номинации «Фасад и входная группа»;
- Лидер клиентского сервиса в номинации «Клиентская зона»;
- Лидер клиентского сервиса в номинации «Точка возврата»;
- Лидер клиентского сервиса в номинации «Сотрудник первой линии»;
- Лидер клиентского сервиса в номинации «Обратная связь»;
- Лидер клиентского сервиса в номинации «Условия для детей»;
- Лидер клиентского сервиса в номинации «Превосходный путь Клиента».

4. Сроки и порядок проведения Премии

4.4. Премия проводится в следующие сроки:

- с 27 ноября по 10 декабря – прием заявок на участие в Премии;
- с 27 ноября по 15 декабря – проведение оценки сервиса;
- 18 декабря – оглашение списка финалистов Премии;

— 19 декабря – церемония награждения победителей Премии.
Срок приема заявок может быть продлен по согласованию.

4.4. Премия проводится в следующие сроки:

4.5. Для участия в Премии, в указанный п. 4.4 срок, претендент подает электронную заявку на официальном сайте мойбизнес74.рф;

4.6. Форма заявки представлена в Приложении 1. Дополнительно необходимо предоставить:

- иные материалы, предусмотренные Номинацией;
- согласие на обработку персональных данных.

4.8. Определение финалистов Премии осуществляется путем оценки заявок членами жюри по установленным критериям, оценки «тайными экспертами», прошедшими обучение на обучающей программе Центра «Мой бизнес» «Акселератор сервиса» по чек-листу (согласно Приложению 2).

4.9. По результатам оценки формируются списки финалистов Премии (не более 5 в каждой номинации).

4.10. Один претендент может стать финалистом в нескольких номинациях (заявка, в которой набрала наибольшее количество баллов).

4.11. Определение победителей Премии осуществляется членами экспертного жюри путем выбора 3 лучших заявок из числа финалистов по каждой номинации. Заявки ранжируются по местам от первого (лучшая заявка) до третьего. При подсчете результатов Оргкомитет присваивает заявкам баллы, в соответствии с присвоенными членами жюри местам:

- 1 место - 3 балла;
- 2 место - 2 балла;
- 3 место - 1 балл.

4.12. Победителем в номинации признается участник, набравший наибольшее количество баллов.

4.13. Награждение победителей осуществляется в очной форме на Церемонии награждения победителей Премии. Победители Премии в каждой номинации награждаются дипломами.

5. Дополнительные положения

5.1. Куратор Премии и контактное лицо по вопросам участия и партнерства – Елена Алексеевна Модебадзе, +7 922 123 9 132.

Форма заявки на участие в премии

ФИО участника	
ИНН	
Форма регистрации (ИП / ООО) и наименование компании	
Телефон	
Электронная почта	
Деятельность	Краткое описание вашей деятельности (1-3 предложения)
Ссылка на сайт и социальные сети	

Подавая заявку, я подтверждаю, что ознакомлен и согласен с условиями Премии, установленными в Положении о проведении Премии «Мой бизнес. Сервис-премия».

Настоящим во исполнение требований Федерального закона от 27 июля 2006 г. N 152-ФЗ «О персональных данных» даю Организатору и Оргкомитету конкурса свое письменное согласие на обработку моих персональных данных. Я уведомлен и понимаю, что под обработкой персональных данных подразумевается сбор, систематизация, накопление, хранение, уточнение (обновление, изменение), использование, распространение (в том числе передачу), обезличивание, блокирование, уничтожение персональных данных. Под персональными данными подразумевается любая информация, содержащаяся в заявке участника Премии, в том числе фамилия, имя, отчество, дата и место рождения, образование, доходы и любая другая информация. Порядок отзыва согласия на обработку персональных данных мне известен.

Приложение 2

Все параметры в чек-листах сформулированы в утвердительной форме должного качества. Оценка параметров может быть проставлена исключительно в двух вариантах – 0% или 100%. Если параметр в компании соблюдается частично, ставится оценка 0%. По каждому чек-листу выводится среднее значение (сумма всех оценок, разделённая на их количество).

Параметры, которые тематически или территориально не подходят для сферы бизнеса, не оцениваются и не попадают в среднее значение.

1. СЕРВИС-ЧЕК "САЙТ"

Покупатель			
Дата оценки			
Время оценки			
Способ покупки (в магазине, интернет-заказ)			
ИТОГОВЫЙ БАЛЛ			
	Параметр оценки	Ответ да-100 нет-0	Комментарий
Дизайн	Наличие фирменного стиля (единство со всеми точками контакта)		
	Интуитивно понятный дизайн (визуальные блоки сайта ведут по воронке продаж и этично прогревают)		
	Единые и контрастные относительно фона шрифты, наличие смысловых и выделенных заголовков и подзаголовков на каждом экране/странице		
	Наличие масштабируемых изображений (актуально для товарного бизнеса)		
Удобство взаимодействия с интерфейсом и его использования (юзабилити)	Скорость загрузки сайта и отдельных его блоков 1,5-2 секунды		
	ГЕО-оптимизация или возможность выбора региона (актуально для сетевых и онлайн направлений)		
	Верстка под разные технические устройства (веб-версия, мобильная версия и пр.)		
	Первый экран или главная страница однозначно отвечает на вопрос: "Кто мы, почему, мы и какой запрос решаем?" - время восприятия этой информации до 5 секунд		

<p>Название бренда, контакты (телефон - кликабельный, в мобильной версии ведет сразу на вызов, все социальные сети и мессенджеры)</p>		
<p>Меню: логичное, связанное, продуманное под портрет целевой аудитории, нет избыточности. Есть понятная товарная линейка по принципу "от общего к частному", уместная многоуровневость</p>		
<p>Кнопки по типу СТА («Call to action») и навигации (наличие, удобство использования)</p>		
<p>Удобство пролистывания - закрепленная "шапка" сайта или ключевой информации о бренде, в т.ч. кнопки СТА</p>		
<p>Кликабельный логотип, который ведет на главный экран/страницу</p>		
<p>Отсутствует шок-контент (резко всплывающая агрессивная и навязчивая реклама, музыка, видео прогружаются сразу со звуком при скроллинге экрана и пр. - все неожиданное, на что пользователь не давал своего согласие и не был к этому готов)</p>		
<p>Всплывающие окна и чаты-помощники не мешают восприятию контента. Всплываю не по времени, а привязаны к целевым действиям на сайте ("умная" настройка алгоритмов)</p>		
<p>Наличие фавикона (значка веб-сайта или веб-страницы)</p>		
<p>Возможность поиска по ключевым и не только словам на всем сайте</p>		
<p>Возможность вернуться на предыдущую страницу сайта. Если лендинг - быстрое пролистывание на первый или последний экран.</p>		
<p>Проработанная страница ошибки 404 с возможностью выйти на главный экран/страницу</p>		
<p>Отсутствие лишних элементов на сайте (например, если заказ товара сейчас невозможен по каким-либо причинам, то кнопка в карточке неактивна и написана дата поступления)</p>		

	При выполнении целевого действия - понятный и логичный алгоритм действий без лишних усложнений (например, оформление подписки, покупка, обращение и пр.). Обязательно наличие страницы "спасибо"		
	Наличие разделов "Избранное" и "Вы смотрели"		
Контент	Отсутствие ошибок в текстах, уникальность выше 85%, релевантность поисковым запросам (внутреннее SEO)		
	Понятный стиль изложения текстов - под целевую аудиторию		
	Единая информация о бренде на всех экранах/страницах сайта		
	В тексте есть призывы к действию (в т.ч. в карточках товаров, на каждом экране сайта)		
	Четкие и привлекательные изображения - в одной стилистической тональности (согласно фирменному стилю), живые фотографии, товар на фотографиях вызывает эмоцию		
	Есть достаточная и актуальная информация о товаре (например, если ожидается поступление, то когда и с возможностью заказать оповещение о поступлении)		
	Наличие информации о специальных предложениях, системе лояльности.		
	Наличие информации о формате доставки/возврата товара		
Интеграция	Наличие вовлекающей информации о бренде, вызывающей эмоциональную привязку и желание узнать больше (работа на LTV)		
	Есть кликабельные кнопки, ведущие в социальные сети, в чат-боты, мессенджеры, почту и пр. Важно: есть и реально работает кнопка "Заказать звонок"		
Блок СТА и первой коммуникации	Наличие блока "Заказать обратный звонок"		
	Наличие чата-помощника (изображение реального сотрудника, живое общение)		
	Оповещение о времени обратной связи при заказе звонка или онлайн-обращении		

Информация на сайте о типе коммуникации с брендом с СТА		
Наличие адекватной Лид-формы (вызывающей желание оставить контакты): сначала установление эмоционального контакта, далее нативный запрос данных - в чате. При подписке или прочих оповещениях (на почту, в мессенджер) понятное обоснование необходимости введения номера телефона или адреса эл. почты)		
Скорость ответа онлайн на сайта (до 20 секунд) и понятный итог беседы, отвечающий запросу "ожидание = реальность"		
Отсутствие спама в первые 10 минут после заполнения лид-формы		
Наличие сообщений благодарности при онлайн-коммуникации, живое общение		

2. СЕРВИС-ЧЕК "СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ"

Покупатель			
Дата оценки			
Время оценки			
Способ покупки (в магазине, интернет-заказ)			
ИТОГОВЫЙ БАЛЛ			
	Параметр оценки	Ответ да-100 нет-0	Комментарий
Дизайн	Наличие фирменного стиля (единство со всеми точками контакта)		
	Интуитивно понятный дизайн (визуальные блоки)		
	Единые и контрастные относительно фона шрифты на плашках		
	Наличие смысловых и выделенных заголовков и подзаголовков в текстах		
	Умеренное использование эмодзи		
Юзабилити	Верстка под разные технические устройства (веб-версия, мобильная версия корректно отображают шапку профиля)		
	Первый экран однозначно отвечает на вопрос: "кто мы, почему, мы и какой запрос решаем?" - время восприятия этой информации до 5 секунд		
	Название бренда, контакты указаны		
	Меню: логичное, связанное, продуманное под портрет ЦА, нет избыточности. Есть понятная товарная линейка по принципу "от общего к частному", уместная многоуровневость		
	Кнопки по типу СТА и навигации (наличие, удобство использования)		
	Отсутствует шок-контент (резко всплывающая агрессивная и навязчивая реклама, музыка, видео прогружаются сразу со звуком при скроллинге экрана и пр. - все неожиданное, на что пользователь не давал своего согласие и не был к этому готов)		
	Возможность поиска по ключевым словам, рубрикам		

Контент	Отсутствие ошибок в текстах		
	Понятный стиль изложения текстов - под ЦА		
	В тексте есть призывы к действию (в т.ч. в карточках товаров, в разделах)		
	Четкие и привлекательные изображения - в одной стилистической тональности (согласно фирменному стилю), живые фотографии, товар на фотографиях вызывает эмоцию		
	На каждый продукт есть цена (не используется прием - за стоимостью в директ)		
	Есть достаточная и актуальная информация о товаре (например, если ожидается поступление, то когда и с возможностью заказать оповещение о поступлении)		
	Наличие информации о специальных предложениях, системе лояльности.		
	Наличие информации о формате доставки/возврата товара		
Коммуникация	Наличие адекватной Лид-формы (вызывающей желание оставить контакты): сначала установление эмоционального контакта, далее нативный запрос данных - в чате. При подписке или прочих оповещениях (на почту, в мессенджер) понятное обоснование необходимости введения номера телефона или адреса эл.почты)		
	Скорость ответа онлайн (до 10 минут) и понятный итог беседы, отвечающий запросу "ожидание = реальность"		
	Отсутствие спама в первые 10 минут после заполнения Лид-формы		
	Наличие сообщений благодарности при онлайн-коммуникации, живое общение		

3. СЕРВИС-ЧЕК "ОБЩЕНИЕ ПО ТЕЛЕФОНУ"

Покупатель			
Дата оценки			
Время оценки			
Способ покупки (в магазине, интернет-заказ)			
ИТОГОВЫЙ БАЛЛ			
	Параметр оценки	Отв т	Комментари й
		да- 100 нет-0	
Общие требования	Трубку взяли в течение 30 секунд после голосового меню.		
	Оператор перезванивает клиенту, если клиента плохо слышно, если произошел обрыв связи. Либо предлагает перезвонить, если необходимо время для уточнения информации более 2 мин.		
	При пропущенном вызове - клиенту перезванивают в течение 40 минут - в часы пик (с 9:00 до 13:00), в течение 20 минут в другое время.		
Приветствие	Сотрудник проговаривает фирменную фразу: «Добрый день. Компания..... Оператор Анна. Слушаю Вас».		
	Сотрудник уточняет имя клиента после получения первой информации: "Как я могу к вам обращаться?"		
Продажи	Предложение услуг идет после выявления потребностей клиента, если есть в этом необходимость.		
	Оператор проговаривает клиенту: "Я предлагаю Вам записаться на консультацию/прием ... ", далее - ФИО специалиста, регалии.		
	Оператор дает полную информацию о подготовке, ограничения (при необходимости).		
	Сотрудник спрашивает клиента о желаемой дате и времени встречи и, затем, предлагает минимум 2 варианта. Если время не подходит - далее продолжает подбор удобного для клиента времени.		
Контактные данные	Сотрудник, записывая на прием первичного клиента, записывает контактные данные, в том числе, телефон.		

	Сотрудник проводит сверку контактного телефона при осуществлении записи: "Ваш телефон заканчивается на 132? (называет три последние цифры).		
Информирование	Сотрудник сообщает какие необходимо взять документы и как добраться, где припарковать авто.		
	При осуществлении записи на прием, сотрудник повторно проговаривает дату, время, ФИО врача и адрес филиала.		
Прощание	Оператор просит клиента позвонить и предупредить в случае, если клиент не сможет прийти в назначенное время: "Пожалуйста, предупредите любым удобным способом -сайт или телефон, если вы не сможете прийти".		
	Перед тем, как закончить разговор, спрашивает - на все ли вопросы ответил, может ли еще быть чем-то полезен?		
	Сотрудник прощается: "Спасибо, что доверяете нам ("Благодарим за доверие, "Благодарим за звонок", "Благодарим за обращение"). Всего Вам доброго.		
	Сотрудник кладет трубку после того , как клиент попрощался.		
Общие требования	В общении минимум дважды обращается по имени-отчеству.		
	Сотрудник общается вежливо, приветливо.		
	Хорошо ориентируется в оказываемых услугах, ценах.		
	Сотрудник говорит четко, достаточно громко. Не использует в разговоре слов "паразитов".		
	Сотрудник подробно отвечает на вопросы клиента.		
	Сотрудник в разговоре не употребляет слова "Нет", "Не знаю", "Не могу" и другие слова с использованием частицы НЕ.		
"Фатальная ошибка"	Сотрудник не совершил "фатальной ошибки", обнуляющей весь предоставленный сервис: - Информация, выданная клиенту, не корректна (неверно озвучена стоимость, адрес/время приема, категория специалиста, схема подготовки, условий и ограничений к процедурам); - Грубое общение с клиентом, игнорирование.		

4. СЕРВИС-ЧЕК "ВНЕШНИЙ ВИД ПЕРСОНАЛА"

Покупатель			
Дата оценки			
Время оценки			
Способ покупки (в магазине, интернет-заказ)			
ИТОГОВЫЙ БАЛЛ			
	Параметр оценки	Ответ	Комментарий
		да-100 нет-0	
Внешний вид сотрудников	Внешний вид опрятный, соответствует принятым стандартам. Одежда в едином стиле, чистая, не застиранная, отглаженная.		
	Форменный элемент (галстук, платок, жилет и тд) одежды в едином фирменном стиле, чистый, отглаженный.		
	Обувь закрытая, чистая.		
	Нижнее белье не просвечивает под одеждой, не видны элементы нижнего белья (бретели, кружева и т.д.)		
	Фирменный бейдж с Именем и должностью надет. Без трещин и сколов. Надпись легко читаемая.		
	Из украшений на сотруднике надеты только небольшие серьги-гвоздики. Отсутствуют часы, кольца, цепочки, религиозная атрибутика.		
	Маникюр нейтральных цветов, аккуратный, с короткими ногтями.		
	Макияж сдержанный, натуральный, без накладных ресниц и яркой помады/подводки.		
	Волосы чистые, аккуратно собранные, без отросших «корней», натурального цвета		
	Отсутствуют неприятные запахи (пот, табак, чеснок и т.д.)		

5. СЕРВИС-ЧЕК "ПОДЪЕЗДНЫЕ ПУТИ И ПАРКОВКА"

Покупатель			
Дата оценки			
Время оценки			
Способ покупки (в магазине, интернет-заказ)			
ИТОГОВЫЙ БАЛЛ			
	Параметр оценки	Ответ	Комментарий
		да-100 нет-0	
Навигация	Компанию можно идентифицировать на расстоянии 50-100 метров (название магазина размещено на фасаде ТК)		
	На съезде с главной дороги размещен информационный указатель (стелла, билборд, др), выполняющий функцию навигатора. Содержится в хорошем состоянии (если компания находится в ТК, то название размещено на билборде или стелле)		
	Есть тротуарная навигация ведущая к компании в радиусе 300 м.		
	В компании есть интуитивно понятная навигация и указатели		
Расположение	Компания расположена в месте с высоким трафиком, на пути интенсивного движения пешеходов, вблизи мест массового скопления потенциальных Клиентов		
	Компания расположена недалеко от жилых массивов и близко с остановками общественного транспорта		
Прилегающая территория	Въезд на парковку не причиняет трудностей для водителя		
	Качество дорожного покрытия парковки и тротуаров не препятствует комфортному передвижению пешеходов, в том числе в обуви на каблучке		
	Парковочные места для клиентов находятся недалеко от входа и обозначены соответствующей табличкой		

На парковке достаточно мест для покупателей. Есть разметка.			
Освещение на парковке включено в темное время суток			
Прилегающая территория чистая. Отсутствует мусор, наледь*, опавшие листья* (по сезону).			
На парковке есть мусорные ведра. Аккуратные, чистые, пустые на 1/3.			
Газон аккуратно оформлен, чистый, засажен специальной травой			
Нет не ухоженных кустарников, деревьев, прошлогодней растительности			
Вход для клиентов оборудован многоуровневой системой защиты от грязи. Чисто.			

6. СЕРВИС-ЧЕК "ФАСАД И ВХОДНАЯ ГРУППА"

Покупатель			
Дата оценки			
Время оценки			
Способ покупки (в магазине, интернет-заказ)			
ИТОГОВЫЙ БАЛЛ			
	Параметр оценки	Ответ	Комментарий
		да- 100 нет-0	
Фасад и Входная группа	Фасад здания чистый и не имеет повреждений		
	На фасаде (в ТК на входной группе магазина) отсутствуют вандальные надписи, граффити, скотч, несанкционированные объявления		
	Ступени чистые, не скользкие, очищенные от снега и льда, сколов и повреждений нет		
	Лестница снабжена перилами с обеих сторон, они чистые, гладкие, без острых кромок		
	Сконструирован пандус с соблюдением всех требований для передвижения людей с ограниченными возможностями (либо предусмотрен микро-лифт/кнопка вызова сотрудника для помощи)		
	Вывеска чистая, исправная, подсвечивается равномерно		
	Стеклопакеты (витрины входной группы) чистые, без существенных дефектов		
	Входные двери исправные, чистые, легко открываются		
	Входная группа оформлена в фирменном стиле		
	Рекламные конструкции с изображением согласно сезону, чистые, целые, без граффити. Информация актуальная.		

	<p>На входе размещена информация:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. название, 2. режим работы, 3. телефон единой справочной службы. 			
	<p>Размещены таблички "от себя" и "на себя"</p>			
	<p>Табличка с информацией чистая, целая.</p>			
	<p>Возле входа в магазин есть мусорные ведра. Аккуратные, чистые, пустые на 1/3.</p>			
	<p>Все источники освещения в исправном состоянии, освещение включено в темное время суток. Подсветка всего здания работает исправно.</p>			

7. СЕРВИС-ЧЕК "КЛИЕНТСКАЯ ЗОНА"

Покупатель			
Дата оценки			
Время оценки			
Способ покупки (в магазине, интернет-заказ)			
ИТОГОВЫЙ БАЛЛ			
	Параметр оценки	Ответ	
		да-100	нет-0
Общие требования к помещению	В помещении достаточно пространства и места для передвижения, клиенты свободно проходят от локации до локации		
	В помещении комфортно, не жарко, не холодно от 22 до 24 градусов.		
	Отсутствуют неприятные запахи		
	В помещениях нет летающих и ползающих насекомых		
	Вход не загромождён		
	Окна чистые внутри и снаружи		
	Покрытие пола ровное, чистое, не имеет повреждений и стойких загрязнений		
	Стены, потолок чистые, целые, без сколов и трещин, пятен краски/штукатурки		
	Полки с декором/цветами чистые, без пыли		
	Торговое и иное оборудование чистое, в исправном состоянии, не повреждено		
	Освещение достаточное. Перегоревшие лампы отсутствуют		
	Нет лишних предметов в торговом зале (личных вещей, служебных предметов – инструментов, швабры, коробок, посуды, еды и т.д.)		
	Нет сломанных и поврежденных предметов в зонах покупателей.		

	Уборка проводится в отсутствие посетителей или не мешает клиентам		
Торговый зал	Витрины чистые, грамотно составлены, нет голых дыр, создающих незавершенность композиции. Соблюдены правила зонирования. Представленность товара выполнена по визуальному мерчендайзингу.		
	Товар развешан ровно, аккуратно, красиво. Товар, который можно комбинировать и другой сопутствующий товар размещены рядом с основным.		
	Товар без дефектов, пятен, чистый		
	Возле всех товаров есть удобочитаемые ценники, которые отлично видно.		
	Примерочные имеют плотную штору, крючки для вещей в достаточном количестве		
	В примерочной есть стул (пуф, кресло) для того, чтобы можно было поставить сумку		
	Возле примерочных есть скамья (диванчик, пуф, кресло) для сопровождающих Клиентов		
	Зеркала чистые, без разводов, пятен и следов от пальцев		
	Есть корзина для зонтов		
	Оборудована зона отдыха: кулер, чай, кофе, сахар, одноразовые стаканчики, чайные ложки/палочки для размешивания и салфетки		
	Есть периодические печатные издания текущего месяца		
	Включено музыкальное сопровождение с комфортным уровнем звука и темпа.		
Все POS- материалы (таблички, каталоги, листовки, воблеры и тд) выполнены в едином фирменном стиле и цветах. Нет лишних/чужих материалов от поставщиков.			

	POS-материалы размещены в требуемых местах и достаточном количестве.		
	В наличии фирменные пакеты для покупателей		
	Размещены все необходимые документы (лицензии с приложениями, документы по законам и т.д.) - Уголок покупателя		
	Книга отзывов и предложений расположена в свободном доступе		
	Размещены визитки		
Касса и кассовая зона	Все кассовое оборудование (ККМ, сканер штрихкодов, POS-терминал, принтер) – исправно, работает без сбоев.		
	Кассовая зона имеет достаточное место для обслуживания покупателя: есть место, куда положить личные вещи		
	Монетницы на кассе в исправном состоянии. Монетница имеет фирменный логотип		
	На кассе нет личных вещей сотрудников и посторонних предметов.		
	Мусор отсутствует, нет следов скотча, пыли, крошек и тд.		
	Мусорное ведро не переполнено, нет посторонних коробок и упаковок		
	Все маркетинговые материалы в прикассовой зоне соответствуют фирменному стилю, расположены в удобном доступе для покупателя, информация актуальная		
	Нет разбросанных материалов, каталогов и тд.		

8. СЕРВИС-ЧЕК "ТОЧКА ВОЗВРАТА"

Покупатель

Дата оценки

Время оценки

Способ покупки (в магазине, интернет-заказ)

ИТОГОВЫЙ БАЛЛ

Уборные

Туалет расположен в комфортной зоне, не соседствует с местами большого скопления людей

Туалет имеет площадь, достаточную для комфортного пребывания

Оборудован отдельный туалет для людей с ограниченными возможностями /или, установлены поручни

На двери туалета размещена информационная табличка

Наружная дверь туалета оснащена исправной защелкой изнутри

Снаружи двери имеется индикация закрытого состояния - зеленый/красный

В туалете звучит фоновая музыка

Туалет оборудован вытяжной вентиляцией. Резкие, неприятные запахи отсутствуют

Установлен автоматический ароматизатор воздуха

Санитарное оборудование и прочие предметы чистые и исправные

Оснащен ершиком

Урна заполнена максимум на 1/2 часть (преимущественно используются автоматические закрывающиеся урны, не требующие контакта руками)

Установлены диспенсеры с расходным материалом - жидкое мыло, салфетки для рук, **гигиенические накладки на унитаз**, туалетная бумага (2 рулона)

Над раковиной расположено зеркало

Установлен крючок для сумок

9. СЕРВИС-ЧЕК "СОТРУДНИК ПЕРВОЙ ЛИНИИ"

Покупатель

Дата оценки

Время оценки

Способ покупки (в магазине, интернет-заказ)

ИТОГОВЫЙ БАЛЛ

	Параметр оценки	Ответ	
		да-100 нет-0	Комментарий
Встреча и знакомство	Сотрудник встречает Клиента стоя, с улыбкой. Если занят с другими Клиентами, то устанавливает контакт глазами + приветственный кивок.		
	Сотрудник приветствует Клиента в соответствии со временем суток: "Доброе утро с 8:00-12:00", "Добрый день с 12:00-16:00", "Добрый вечер 16:00-24:00"		
	Сотрудник эмоционально настроен на общение, улыбается и поддерживает контакт глаз (при личном контакте), проявляет эмпатию, поддерживает диалог		
	Общение вежливое, приятное		
	Речь четкая, ясная, грамотная, отсутствуют речевые ошибки		
	Сотрудник представляется, ненавязчиво начинает знакомство		
	Сотрудник уточняет цель визита		
	Сотрудник уточнил, как обращаться к Клиенту (как я могу к Вам обращаться?)		

	Если клиент не настроен на общение и хочет осмотреться, сделать выбор самостоятельно, сотрудник держит Клиента в поле зрения, не настаивает на помощи, ждет подходящий момент, поддерживая зрительный контакт		
Выявление потребностей и помощь с выбором	Сотрудник выявляет пожелания Клиента по заказу, задает альтернативные и открытые уточняющие вопросы, чтобы выявить потребности покупателя. Собирает общую информацию о потребностях Клиента		
	Использует техники "активного слушания", задает уточняющие вопросы, поддерживает беседу		
	Сотрудник в процессе общения не использовал в разговоре с Клиентом слов: НЕ ЗНАЮ, НЕ МОГУ, НЕТ и других слов с отрицательными коннотациями		
	Сотрудник хорошо разбирается в продукции: знает производителя, состав, материалы, сертификацию, сочетаемость и тд, полностью осведомлен о ближайших поступлениях. Может ответить на любой вопрос покупателя.		
	Сотрудник предлагает чай, кофе, воду, если услуга оказывается более 10 минут или происходит задержка		
	Сопровождающим Клиентов сотрудник предлагает присесть, посмотреть печатные издания		
Общие требования	В случае конфликтной ситуации или при выражении Клиентом недовольства – сотрудник обрабатывает данные ситуации и работает над восстановлением лояльности Клиента, приносит извинения или выражает сожаление. По возможности решение конфликтов переносится с глаз других клиентов		
	Запрещено обсуждать и сообщать Клиенту внутренние проблемы компании (например, задержку поставки, поломку оборудования и т.д.).		
	Персонал не пользуется мобильными телефонами по личным вопросам на виду Клиентов. Мобильные телефоны переведены в беззвучный режим вибрации.		

	Сотрудники не сидят, рассредоточены по залу и не «кучкуются». Сотрудники общаются только по служебным вопросам, негромким голосом		
	Если Клиент обращается с вопросом, где находится уборная или товар, локация, то сотрудник подробно объясняет маршрут и показывает направление рукой (по возможности лично провожает до места назначения)		

10. СЕРВИС-ЧЕК "ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ"			
Покупатель			
Дата оценки			
Время оценки			
Способ покупки (в магазине, интернет-заказ)			
ИТОГОВЫЙ БАЛЛ			
Фидбэк	Компания зарегистрирована на 2ГИС		
	Компания зарегистрирована на Яндекс.Картах		
	Аккаунты содержат актуальную информацию - телефон, адрес, режим работы		
	Компания оперативно отвечает на отзывы (в течение недели)		
	Рейтинг компании выше 4		
	Отзывов в компании больше 30		
	В аккаунте размещены цены, услуги, новости, фотографии		
	На сайтах и в соц сетях есть раздел "отзывы" и размещены отзывы клиентов		
	Есть видео отзывы		
	Есть раздел на сайте или прямой контакт с руководством через полиграфию и другие материалы		
	В компании и точках контакта есть призыв к обратной связи и готовности услышать мнение клиента		
	В отзывах присвоен специальный высокий статус об уровне персонала и сервиса		

11. СЕРВИС-ЧЕК "УСЛОВИЯ ДЛЯ ДЕТЕЙ"			
Покупатель			
Дата оценки			
Время оценки			
Способ покупки (в магазине, интернет-заказ)			
ИТОГОВЫЙ БАЛЛ			
Доступность	Мама может беспрепятственно открыть дверь и заехать в учреждение/ организацию, предусмотрена подножка/стопор для двери		
	Пандус (при наличии ступеней) при въезде в организацию или кнопка вызова помощи при входе, возможность позвать сотрудника для помощи		
	Крытая парковка для коляски (другого любого детского автотранспорта) или место в помещении, чтобы поставить коляску		
Доп условия	Наличие комнаты матери и ребёнка, оборудованной пеленальным столиком, матрасиком для пеленания, одноразовые средства гигиены (одноразовые пеленки, подгузники, влажные салфетки) могут быть выданы по запросу		
	Дополнительные условия в туалете: подставка для раковины, детский унитаз или горшок, накладка на унитаз)		
Удобство и развлечения	Организовано игровое пространство (игровая комната, игровой уголок)		
	В наличии игрушки для разного возраста (целые, чистые)		
	Цветные карандаши в достаточном количестве, заточены. Есть разукрашки или бумага для рисования		
	В кафе и ресторанах есть детский стул, детское меню		
	Дополнительные условия в туалете: подставка для раковины, детский унитаз или горшок, накладка на унитаз)		
	Детям дарят сувениры, шарики, подарки		

12. СЕРВИС-ЧЕК "ПРЕВОСХОДНЫЙ ПУТЬ КЛИЕНТА"

Победитель в номинации «Превосходный путь клиента» определяется решением экспертов премии и орг.комитета за высочайшие оценки по всем чек-листам, а также наличие уникальных решений, внедренных в клиентский опыт, формирующих незабываемые впечатления.