Государство
для людей

Стандарт

«Государство для людей»

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 удовл-ти 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 ситуаци**

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 взаимод-я выступает клиент.

08 Внесение сведений о подтвержденных потребностях клиента в цифровые системы органов власти

09 Рассмотрение и удовлетворение потребностей клиентов

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.

10 **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 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, мультиязычности, 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 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% – 70%	70,1% – 80%	80,1% – 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% – 15%	15,1% – 30%	30,1% – 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 24 часа 7 дней в неделю	24 часа 7 дней в неделю любым удобным для клиента способом	за сутки до назначенного времени	за сутки и за 2 часа до назначенного времени

Государство
для людей

государстводлялюдей.рф