



Государство
для людей

Глоссарий



Основные термины

Клиентоцентричность

Концепция государственного управления, ориентированная на постоянное совершенствование процессов удовлетворения потребностей клиента на основе непрерывного изучения клиентского опыта.

Клиентоцентричный подход

Способ осуществления деятельности, в основе которого лежит изучение клиентского опыта с целью выявления потребностей и их удовлетворения, осуществляемый с привлечением клиента.

Клиент

Физические и юридические лица, взаимодействующие с государством с целью удовлетворения своих потребностей, или же взаимодействующие с государством и уполномоченными организациями при осуществлении функций органов публичной власти.

Внутренний клиент

- ▶ Государственные служащие Российской Федерации
- ▶ Муниципальные служащие
- ▶ Работники и (или) сотрудники органа публичной власти или подведомственной ему (уполномоченной им) организации.

Государственные и муниципальные служащие и работники иных организаций не всегда являются внутренними клиентами, а только в тех случаях, когда они взаимодействуют в рамках осуществления полномочий органа власти, выполнения поручений и так далее. Например, когда служащий одного ведомства направляет запрос информации служащему другого ведомства чтобы написать отчет или оказать государственную услугу гражданину, он выступает как внутренний клиент.

Когда этот же служащий обращается в органы власти с заявлением на получение себе загранпаспорта для поездки за рубеж в отпуске, то он выступает для этого органа в роли внешнего клиента, или просто клиента.

Услуга

Деятельность по реализации установленных полномочий органа публичной власти, осуществляемая по запросам заявителей.

Функция

Деятельность по реализации установленных полномочий органа публичной власти, осуществляемая без запроса заявителя. Несмотря на то, что с юридической точки зрения государственная услуга также является функцией, но осуществляемой по запросу заявителя, для исключения путаницы здесь и далее под «функцией» будет пониматься только функция органа публичной власти, осуществляемая **без запроса заявителя**.



Соотношение функций и услуг по 210-ФЗ



Соотношение функций и услуг в рамках внедрения клиентоцентричности

Процесс

Повторяемая совокупность логически взаимосвязанных действий и процедур, направленных на предоставление услуг или осуществления функций.

Сервис (цифровой сервис)

Программное средство (информационная система или ее часть), используемое для предоставления услуг или осуществления функций в электронном виде.

Жизненная ситуация

Комплекс услуг и функций, предоставляемых органами власти и организациями человеку в определенных обстоятельствах, необходимых для удовлетворения возникающих в этих обстоятельствах потребностей.



Жизненная ситуация обладает следующими признаками

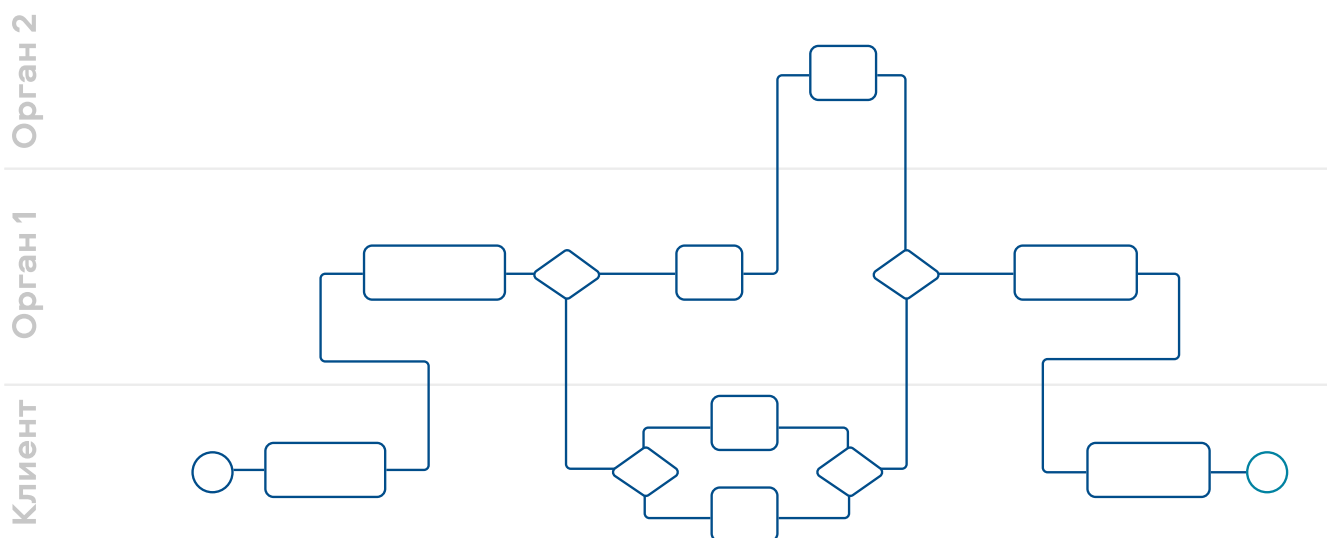
1. Жизненная ситуация начинается с возникновения определенных обстоятельств (стартового события) и заканчивается получением конечного ценностного результата
2. Жизненная ситуация ограничена по времени
3. Ключевое действующее лицо в жизненной ситуации – клиент (гражданин, представитель бизнеса, внутренний клиент)
4. В рамках жизненной ситуации клиент через услуги (государственные и коммерческие) и/или функции взаимодействует с органами власти и организациями

Вторичные термины

Процесс (бизнес-процесс)

Определенная последовательность действий, описывающая оказание государственных и иных услуг или осуществление государственных функций.

Описание процесса включает все роли и все потенциально возможные варианты его осуществления от начала процесса до всех вариантов его завершения, включая альтернативные (взаимоисключающие) этапы.



Клиентский путь

Упорядоченная последовательность действий клиента, которые он предпринимает от момента возникновения намерения осуществить процесс до получения результата при получении государственных и иных услуг и осуществлении в отношении его государственных функций.

Клиентский путь рассматривает осуществление процесса только с точки зрения клиента и не учитывает этапы, в реализации которых клиент не участвует. Также клиентский путь всегда предусматривает лишь один выбранный вариант осуществления процесса (в случае, если вариантов осуществления процесса может быть несколько).

- ▶ Может применяться как для отдельных государственных услуг (функций), так и для жизненных ситуаций.
- ▶ Уровня удовлетворенности представителей сегмента процессом оказания услуг или предоставления функций



Карта клиентского пути

Визуализация последовательности шагов, которые осуществляет клиент в рамках клиентского пути, а также различных аспектов поведения, ощущения и представлений клиента в табличной, графической или смешанной форме.



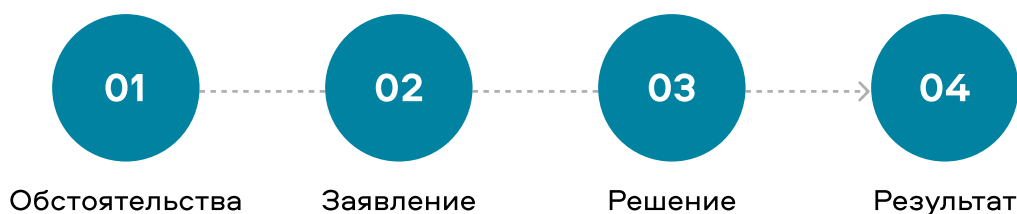
В карте клиентского пути должны быть следующие данные

1. Описание цели клиента на каждом этапе
2. Действия, совершаемые клиентом на каждом этапе
3. Описание ожиданий клиента от каждого этапа
4. Эмоции клиента от каждого этапа (позитивная, нейтральная, негативная)
5. Описание проблем (боли и барьеры), с которыми столкнулся клиент
6. Описание положительного опыта клиента
7. Рекомендации

Проактивное предоставление услуги

Способ предоставления клиенту услуги или набора услуг, при котором событием, инициирующим принятие решения о предоставлении результата услуги, является наступление каких-либо обстоятельств, а не заявление клиента.

Классическая последовательность предоставления услуги предусматривает возникновение обстоятельств, побуждающих обратиться за услугой, подачу заявления, принятие решения по заявлению и выдача результата заявителю.



Проактивное предоставление услуги может быть реализовано следующим образом: после получения информации о возникновении обстоятельств, которые неизбежно (либо с большой долей вероятности) приведут к тому, что клиент обратится за получением государственной услуги (набора услуг), на основании уже имеющихся в информационных системах государства сведений принимается решение о предоставлении результата услуги клиенту (как если бы он обратился за получением этой услуги самостоятельно). Далее клиенту сообщается о том, что результат уже готов, и предлагается подать заявление, чтобы немедленно такой результат получить.



В случае, если решение принимается и результат предоставляется вообще без заявления, согласно федеральному закону от 27 июля 2010 года №210-ФЗ это является функцией, а не государственной услугой.

Целевая аудитория

Все реальные или потенциальные клиенты, которые имеют право и возможность воспользоваться услугой, сервисом или на которых направлена функция.

Сегментация

Процесс разделения целевой аудитории на сегменты (группы) на основании сходства по одному или нескольким признакам.

Основная идея сегментации в том, что у каждого сегмента могут быть свои, отличные от других сегментов, ожидания от такого взаимодействия. И для обеспечения лучшего клиентского опыта необходимо их учесть при проектировании (перепроектировании) услуги или функции.

Представим, одну и ту же услугу могут получать как молодые люди 18-25 лет, так и пожилые люди 70+, или профессионалы в соответствующей сфере и обыватели, которые сталкиваются с услугой впервые. Очевидно, что у них будут разные ожидания: кому-то удобнее исключительно цифровое взаимодействие, кому-то – исключительно личное, кто-то знает весь процесс наизусть, а кому-то нужно детально разъяснять дальнейшие шаги и варианты.

Клиентский сегмент (группа целевой аудитории)

Группа клиентов, которую можно выделить из целевой аудитории услуги, функции или жизненной ситуации на основании сходства по одному или нескольким признакам.

Приоритетный профиль клиентского сегмента (ядро целевой аудитории)

Клиентский сегмент, представляющий наибольшую важность при исследовании услуги, функции или жизненной ситуации. Приоритет может устанавливаться исходя из следующих факторов:

- ▶ Емкости – количества лиц, попавших в данный сегмент, т.е. по численности сегмент может быть, как наиболее массовым, так и наиболее узким
- ▶ Уровня удовлетворенности представителей сегмента процессом оказания услуг или предоставления функций
- ▶ Уникальности проблем («болей»), с которыми сталкиваются представители сегмента
- ▶ Наличия ситуации, когда представители сегмента имеют право на получение услуги, но не обращаются за ними (т.н. Слепая зона)
- ▶ Позиции ведомства, в случае, если ведомство фокусирует исследование на отдельных сегментах на основе собственной экспертизы

Профиль клиентского сегмента

Совокупность характеристик, присущих группе клиентов, выделенной из целевой аудитории услуги, функции или жизненной ситуации, на основании общих признаков и особенностей клиентского пути.



Структурные элементы профиля клиентского сегмента включают

1. Основные признаки
2. Особенности клиентского пути
3. Точки взаимодействия

Потребность клиента

Необходимость, требующая удовлетворения. Именно ради удовлетворения возникшей потребности клиент взаимодействует с органами и организациями в рамках жизненных ситуаций.

Компетенция клиентоцентричности

Совокупность знаний, умений и личностно-деловых поведенческих характеристик государственного служащего, необходимых для реализации клиентоцентричного подхода.

Клиентский опыт

Результат взаимодействия клиента с органами и организациями на протяжении всей истории отношений.



Государство
для людей



gosudarestvodlyaludey.rf