



EFES ICJSC

CODE OF BUSINESS ETHICS

Confirmed by

The Board of EFES Insurance CJSC
Protocol 2024/4 on 29/05/2024

Valid since

29/05/2024թ.

Code: 00.02.00

Version: 2.0

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ
TABLE OF CONTENTS

ԳԼՈՒԽ 1. ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԴՐՈՒՅԹՆԵՐ	3
CHAPTER 1: GENERAL PROVISIONS.....	3
ԳԼՈՒԽ 2. ՄԱՐՔԵԹԻՆԳԱՅԻՆ ԵՎ ԳՈՎԱԶԴԴԱՅԻՆ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅՈՒՆ	4
CHAPTER 2: MARKETING AND ADVERTISING ACTIVITIES.....	4
ԳԼՈՒԽ 3. ՀԱՂՈՐԴԱԿՑՄԱՆ ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ՍՏԱՆԴԱՐՏՆԵՐ	5
CHAPTER 3: COMMON STANDARDS OF COMMUNICATION.....	5
ԳԼՈՒԽ 4. ՀԱՃԱԽՈՐԴԻ ՀԵՏ ԱՌԵՐԵՍ ՀԱՂՈՐԴԱԿՑՈՒՄ	11
CHAPTER 4: FACE-TO-FACE COMMUNICATION WITH THE CUSTOMER.....	11
ԳԼՈՒԽ 5. ՀԱՂՈՐԴԱԿՑՈՒՄ ՀԵՌԱԽՈՍՈՎ	12
CHAPTER 5: TELEPHONE COMMUNICATION	12
ԳԼՈՒԽ 6. ՀԱՃԱԽՈՐԴՆԵՐԻ ՍՊԱՍԱՐԿՈՒՄ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅԱՆ ԳՐԱՍԵՆՅԱԿՈՒՄ	15
CHAPTER 6: PROVISION OF SERVICES TO CUSTOMERS IN THE COMPANY OFFICE	15
ԳԼՈՒԽ 7. ՀԱՃԱԽՈՐԴՆԵՐԻ ՀԵՐԹԻ ԿԱՌԱՎԱՐՈՒՄ	18
CHAPTER 7: MANAGEMENT OF CUSTOMERS' QUEUE	18
ԳԼՈՒԽ 8. ԿՈՆՖԼԻԿՏԱՅԻՆ ԻՐԱՎԻՃԱԿՆԵՐԻ ՀԱՐԹՈՒՄ	20
CHAPTER 8: CONFLICT RESOLUTION	20
ԳԼՈՒԽ 9. ՇՓՈՒՄ ՀԱՃԱԽՈՐԴՆԵՐԻ ՀԵՏ ԷԼԵԿՏՐՈՆԱՅԻՆ ՆԱՄԱԿԱԳՐՈՒԹՅԱՄԲ	23
CHAPTER 9: COMMUNICATION WITH CUSTOMERS VIA ELECTRONIC CORRESPONDENCE	23
ԳԼՈՒԽ 10. ՀԱՃԱԽՈՐԴՆԵՐԻՆ ՀՐԱԺԵՇՏ ՏԱԼԸ	27
CHAPTER 10: FAREWELLING CUSTOMERS.....	27

ԳԼՈՒԽ 1. ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԴՐՈՒՅԹՆԵՐ CHAPTER 1: GENERAL PROVISIONS

1. Գործարար էթիկայի կանոններով (այսուհետ՝ Կանոններ) սահմանվում են «ԷՖԵՍ» ԱՓԲԸ (այսուհետ՝ Ընկերություն) գործարար մոտեցումները, հաճախորդների հետ հաղորդակցման ընդհանուր ստանդարտները, հերթերի կառավարման և կոնֆլիկտային իրավիճակների հարթման գործընթացները:

2. Կանոնների նպատակն է սահմանել Ընկերության գործունեության և աշխատակիցների վարքագծի ընդհանուր չափանիշները՝ ուղղված Ընկերության բարի համբավի ձեռքբերմանը և պահպանմանը, հաճախորդների հետ հարաբերություններում վստահության բարձրացմանը, Ընկերության արդյունավետ գործունեության իրականացմանը:

3. Ընկերության կարգախոսն է՝ «Կարևորը Դու՛ն ես», որը ենթադրում է առավելագույնս հաճախորդակենտրոն գործելաճ: Այդ նպատակով մենք.

- գնահատում ենք հաճախորդների ժամանակը և աշխատում սպասարկել արագ և որակով՝ գիտակցելով, որ նրանց պահանջների բավարարումը «ԷՖԵՍ» ապահովագրական ընկերության հիմնական նպատակն է,

- գիտակցում ենք, որ հաճախորդն ամենակարևոր անձն է Ընկերության յուրաքանչյուր աշխատակցի համար,

- ապահովում ենք նույնանման որակ բոլոր հաճախորդներին սպասարկելիս՝ անկախ նրանց սպասարկող աշխատակցից,

- ապահովում ենք հաճախորդների՝ Ընկերության տրամադրության տակ գտնվող անձնական տվյալների պաշտպանությունը,

- ապահովում ենք բարձրորակ ծառայություններ՝ ձգտելով գերազանցել հաճախորդների սպասելիքները,

- ապահովում ենք պատասխանատու և հոգատար վերաբերմունք. մեր արժեքների կենտրոնում մեր հաճախորդն է,

1. The Code of Business Ethics (hereinafter referred to as the Code) defines the business approaches of EFES ICJSC (hereinafter referred to as the Company), its general standards of communication with customers, procedures for managing queues and conflict resolution.

2. The objective of the Code is to outline the common standards of the Company's activities and the conduct of its employees aimed at gaining and maintaining the good name of the Company, strengthening trust in relationships with its customers, and conducting Company's productive activities.

3. The Company's motto is "It's All about YOU!" which implies the utmost customer-centricity. For that purpose, we:

- value the customers' time and strive to provide timely and high-quality services, conscious of the fact that satisfying our customers' needs is the main objective of EFES Insurance company;

- recognize the customer as the most significant person for each employee of the Company;

- ensure consistent quality to each customer, regardless of which employee provides the required services;

- ensure the protection of customers' personal data in possession of the Company;

- ensure high quality services striving to exceed customers' expectations;

- have responsible and caring attitude: our customers are at the center of our values;

• առաջարկում ենք կոնկրետ իրավիճակին առավել համապատասխանող լուծումներ՝ ապահովելով անհատական մոտեցում,

• հարգանքով ենք վերաբերվում բոլոր հաճախորդներին և դիմում ենք «Դուք»-ով՝ անկախ տարիքից ու սեռից,

• յուրաքանչյուր հաճախորդի հետ խոսում ենք քաղաքավարի և հանգիստ տոնով,

• պահպանում ենք բարեհամբույր և ուշադիր վերաբերմունք՝ անկախ սեփական տրամադրությունից և հույզերից:

• offer solutions most suitable to each specific situation, ensuring a tailored individual approach;

• treat all our customers with respect and address them with utmost courtesy regardless of age or sex, etc.;

• speak to each customer in a polite and calm manner;

• maintain friendly and considerate treatment of all customers regardless of one's own state of mind and emotions.

ԳԼՈՒԽ 2. ՄԱՐՔԵԹԻՆԳԱՅԻՆ ԵՎ ԳՈՎԱԶԴԱՅԻՆ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅՈՒՆ

CHAPTER 2: MARKETING AND ADVERTISING ACTIVITIES

4. Ընկերության մարքեթինգային գործունեությունը հիմնվում է հետևյալ սկզբունքների վրա.

• մարքեթինգային և գովազդային հաղորդակցությունը հաճախորդների հետ համապատասխանում է ՀՀ օրենսդրության պահանջներին, Ընկերության ներքին իրավական ակտերին,

• մարքեթինգային շփումը հասարակության հետ պետք է լինի հստակ, թափանցիկ և հաճախորդակենտրոն,

• գովազդային գործունեությունն անթույլատրելի է անճշտության, չափազանցության (օրինակ՝ Fake Review, Like և այլն), անորոշության կամ թերի տեղեկատվության մատուցման միջոցով,

• մարքեթինգային և գովազդային գործունեության ընթացքում օգտագործվող տեսագրություններում/լուսանկարներում մեծահասակների կամ երեխաների մասնակցությունը թույլատրվում է միայն նրանց (ծնողների/օրինական խնամակալների) համաձայնությամբ,

• հրապարակման ենթակա չէ պատերազմ, ազգային և կրոնական

4. The marketing activities of the Company are based on the following principles:

• marketing and advertising communication with customers complies with the requirements of RA legislation, and the internal regulations of the Company;

• marketing communication with the public must be clear, transparent and customer-centered.

• advertising through inaccuracy, exaggeration (e.g. Fake Reviews, Like, etc.), ambiguous or incomplete information is unacceptable;

• the involvement of adults or children in video and photo shootings used in marketing and advertising is allowed only with their (including where relevant, the parents' or legal guardians') consent;

• information inciting war, national and religious animosity and promulgating other

թշնամանք հրահրող և քրեորեն պատժելի այլ երևույթներ քարոզող, կեղծ և չստուգված տեղեկատվությունը,

• ծառայությունների մասին գովազդային և մարքեթինգային տեղեկատվությունը պետք է ձևավորի ու պահպանի կայուն և վստահելի հարաբերություններ հաճախորդների հետ:

5. Ընկերությունը մարքեթինգային գործունեության միջոցով նպատակ է դնում ապահովել շուկայում Ընկերության ծառայությունների և պրոդուկտների պատշաճ ներկայացումը, նոր հաճախորդների ներգրավումը և վաճառքների խթանումը:

criminally liable actions, as well as fake and unverified information, is not subject to publication;

• advertising and marketing information pertaining to services must establish and maintain lasting and trustworthy relationships with customers.

5. Through marketing, the Company aims to ensure: the proper presentation of the Company's services and products in the market; attraction of new customers; and promotion of sales.

ԳԼՈՒԽ 3. ՀԱՂՈՐԴԱԿՑՄԱՆ ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ՍՏԱՆԴԱՐՏՆԵՐ CHAPTER 3: COMMON STANDARDS OF COMMUNICATION

6. Հաճախորդների մեծամասնությունը դատում է ընկերության մասին մատուցված ծառայությունների ընդհանուր որակից ելնելով, այսինքն՝ ինչպիսի վերաբերմունք են ստացել, ինչ են տեսել ու լսել, ինչ են զգացել այցելության ընթացքում: Հաճախորդների առաջին տպավորությունն ապահովագրական ընկերության մասին հաճախ հիմնված է ենթագիտակցական տպավորությունների վրա: Եթե հաճախորդին չեն օգնել գտնել կամ չեն ուղղորդել համապատասխան մասնագետի մոտ, ապա նա դատում է ընդհանուր սպասարկման որակի, այլ ոչ թե տվյալ աշխատակցի մասնագիտական հմտությունները: Մեր աշխատակիցները Ընկերության հետ շփման առաջին գիծն են, և այդ շփումը պետք է լինի հաճախորդի համար առավել հաճելի: Այդ պատճառով հաճախորդի հետ հաղորդակցվելիս

6. The majority of customers perceive the Company based on the overall quality of the services provided i.e., how they were treated, what they witnessed and heard, what they felt during their visit. Customers' first impressions about an insurance company are often based on nearly subconscious perceptions. If customers are not assisted in locating or are not guided towards appropriate specialists, they form an impression not about the professional skills of the particular employee, but about the quality of the overall service. Our employees are the first line of communication with the Company and this communication must be most pleasant for the customer. For this reason, while communicating with the customer, it is necessary to:

անհրաժեշտ է.

• շփումը սկսել հայերեն, եթե հաճախորդը հաղորդակցման այլ լեզու չի ընտրել,

• խոսել հանգիստ, բարյացակամ և վստահ՝ ձայնի բարձրությունը մեկ տոն ցածր պահելով հաճախորդի ձայնի բարձրությունից,

• հարցնել հաճախորդին. «Ինչպե՞ս դիմեմ Ձեզ»,

• պատրաստակամությամբ պատասխանել հաճախորդի հնչեցրած բոլոր հարցերին:

7. Ընկերությունը կառուցում է հարաբերությունները հաճախորդների հետ՝ հիմնվելով հարգանքի, վստահության, արդյունավետ համագործակցության վրա:

8. Անթույլատրելի է վարկաբեկել այլ ֆինանսական կազմակերպությանը՝ ձևավորելով բացասական վերաբերմունք սպառողի մոտ ֆինանսական համակարգի և դրա կարգավորումների նկատմամբ:

9. Ընկերությունը չի կարող չափազանցեցնել իր կողմից մատուցվող ծառայությունների կարևորությունը՝ տրամադրելով կեղծ, ոչ հավաստի տեղեկատվություն:

10. Մինչև պայմանագրի կնքումը հաղորդակցության ընթացքում անհրաժեշտ է հաճախորդին բանավոր պարզաբանել հետաքրքրող ծառայության բնույթը, էական պայմանները, ներկայացնել մտածելու ժամանակից օգտվելու և իր այդ իրավունքի ընթացակարգի վերաբերյալ, եթե, համաձայն Հայաստանի Հանրապետության օրենքների, նա իրավունք ունի տվյալ պայմանագրի շրջանակներում օգտվել մտածելու ժամանակից: Ապահովագրության

• start the communication in the Armenian language, unless the customer has chosen another language of communication;

• speak in a quiet, friendly and confident manner by keeping your voice a pitch lower than that of the customer;

• ask the customer, “How should I address you?”;

• eagerly answer all questions raised by the customer.

7. The Company builds its relationships with customers based on respect, trust, and productive cooperation.

8. It is unacceptable to discredit another financial organization, thereby forming a negative impression in the consumer about the financial system and its regulations as a whole.

9. The Company cannot exaggerate the significance of its services through provision of false or unreliable information.

10. Prior to the conclusion of the contract, it is necessary, during communication with the customer, to verbally explain: the nature and essential terms and conditions of the service they are interested in; and inform them about their right to and procedure for deliberation if, according to the RA legislation, they are entitled to time for deliberation within the given contract. While presenting insurance terms and conditions, prior to the conclusion of the contract, it is necessary to

պայմանների ներկայացման ժամանակ՝ նախքան պայմանագրի կնքումը, պետք է մանրամասն նկարագրել պրոդուկտի առանձնահատկությունները՝ ապահովագրական գումարը, չհատուցվող գումարը՝ եթե կիրառելի է, ապահովագրավճարը, վճարման կարգը, ապահովագրվող ռիսկերը՝ բերելով հատուցվող պատահարների օրինակներ և ներկայացնելով ծածկույթից հաճախ հանդիպող բացառությունները, պատահարի ժամանակ հաճախորդի քայլերը, հատուցում ստանալու կարգը և գործընթացը, ապահովագրավճարի չվճարման հետևանքները և պրոդուկտի այլ էական պայմանները: Նախքան պայմանագրի կնքումը հաճախորդին ընձեռվում է հնարավորություն և բավարար ժամանակ պայմանագրի դրույթներին ծանոթանալու համար: Հաճախորդին ներկայացվում են իրեն հասանելի զեղչերը և բոնուսները, տեղեկացվում է բոնուսային ծառայությունից հրաժարվելու իրավունքի մասին:

11. Պայմանագրի կնքման դեպքում ապահովագրության պայմանագիրը և պայմանագրին կից պայմանները պետք է ներառեն ապահովագրության տեսակը, դասը և (կամ) ենթադասը, ապահովագրավճարի վճարման կարգը, ապահովագրի վերաբերյալ, ինչպես նաև ապահովագրված անձի (անձանց) և շահառուի վերաբերյալ տվյալներ, լրացուցիչ փաստաթղթեր պահանջվելու դեպքում՝ նշում այդ մասին, հաճախորդի կողմից իր պարտականությունները չկատարելու կամ ոչ պատշաճ կատարելու հետևանքները, մտածելու ժամանակից օգտվելու իրավունքի մասին տեղեկատվություն, պայմանագրի

present in detail the details of the insurance product (the sum insured; deductible amount, if applicable; the insurance premium; the payment procedure; the risks insured citing examples of events subject to indemnity and presenting frequently encountered exclusions from the cover; the steps to be taken by the customer in case of insurance accident; the procedure and process for receiving the indemnity; and the consequences of not paying the premiums and other relevant terms of the product. Prior to the conclusion of the contract, the customer should be provided an opportunity and sufficient time to familiarize themselves with the provisions of the contract. The customer is to be informed about available discounts and bonuses, and their right to waive access to bonus services.

11. When concluding a contract, the insurance contract and the terms and conditions attached thereto must include: insurance type, class and(or) subclass; the procedure for premium payment; data on the insured, as well as on the insured person(s) and beneficiary; if additional documents are required – a notice thereon; the consequences of non-performance or improper performance by the customer of their obligations; information on the right to have time for deliberation; and data for identification of conditions (if applicable) which are an inseparable part of the contract. If the insurance contract stipulates that the

անբաժանելի մաս կազմող պայմանների նույնականացման տվյալներ (նման պայմանների առկայության դեպքում): Եթե ապահովագրության պայմանագրում նշվում է, որ պայմանագրի պայմանները կարող են միակողմանիորեն փոփոխվել, ապա նշվում են նաև այդ մասին սպառողին նախապես տեղեկացնելու կարգը և ժամկետները, ինչպես նաև տվյալ փոփոխության հետ համաձայն չլինելու դեպքում պայմանագիրն անմիջապես լուծելու ապահովագրի իրավունքը:

12. Պայմանագրի գործողության ընթացքում Ընկերությունը պարտավոր է ապահովագրական հատուցում ստանալու վերաբերյալ դիմումը ներկայացնելու պահին հաճախորդին տրամադրել հատուցման դիմումի, ինչպես նաև կից ներկայացված փաստաթղթերի ստացման փաստը հավաստող փաստաթուղթ՝ թղթային կամ էլեկտրոնային, հատուցման մասին որոշումը՝ որոշումն ընդունելու օրվանից սկսված 5 աշխատանքային օրվա ընթացքում: Ընդ որում, հատուցման մասին որոշումն առնվազն պետք է պարունակի հետևյալ տեղեկատվությունը.

- նշում հատուցման որոշման մասին,
 - ապահովագրության պայմանագրի համարը և հատուցման դիմումի համարը,
- ապահովագրի, ապահովագրված անձի, շահառուի վերաբերյալ տվյալներ,
 - դիմումատուի տվյալները,
 - պատահարի տեղի ունենալու ամսաթիվը, պատահարի մասին տեղեկացման ամսաթիվը,
 - ներկայացված պահանջի չափը, հատուցման ենթակա գումարը, մերժված

terms of the contract can be unilaterally amended by the Company, the procedures and timeframes for informing the consumer in advance thereon, as well as the right of the insured to immediately terminate the contract in case of irreconcilability with the given amendment, shall be outlined.

12. During the validity of the contract, the Company must provide to the customer at the time of making a claim for insurance compensation: a document, in hard or soft copy, confirming the receipt of the compensation claim and the attached documents; and the decision on compensation within 5 working days from the day of the adoption of the decision. Moreover, the decision on compensation shall contain at least the following information:

- a note pertaining to the compensation decision;
 - the insurance contract number and the compensation claim number;
- data on the insured, the insured person, and the beneficiary;
 - the claimant's data;
 - the date of the accident, the date of its notification;
- the amount claimed; the sum to be compensated; and the amount of the sum

գումարի չափը (առկայության դեպքում), մերժման պատճառը (հիմնավորումները), այդ թվում հղում ապահովագրության պայմանագրի և/կամ պայմանների համապատասխան կետ(եր)ին,

- հատուցման վճարման ձևը, ժամկետները,
- նվազող ապահովագրական գումարի պարագայում, ապահովագրական գումարի վերջնական մնացորդը,
- կոնտակտային անձի հեռախոսահամարը, որով դիմումատուն կկարողանա լրացուցիչ տեղեկություններ ստանալ իր հատուցման որոշման վերաբերյալ,
- Որոշումը կարող է պարունակել նաև այլ տեղեկություններ:

13. Հատուցման վերաբերյալ որոշումը պետք է հաճախորդին տրամադրվի փոստային կապի միջոցով կամ սպառողի ցանկության դեպքում՝ սպառողի կողմից տրամադրված գործող էլեկտրոնային փոստով կամ կապի այլ միջոցով: Ընդ որում, ապահովագրական ընկերությունը չի կարող ուղղորդել սպառողին ծանուցման որևէ եղանակ ընտրելու հարցումը կամ սահմանափակել ծանուցման եղանակ ընտրելու հնարավորությունը, բացի օրենքով կամ այլ իրավական ակտերով նախատեսված դեպքերի:

14. Պայմանագրի գործողության դադարեցման դեպքում՝ պայմանագրի գործողության ավարտից 5 աշխատանքային օր առաջ Ընկերությունը ծանուցում է ապահովադիրին (այդ թվում՝ ապահովագրված անձանց) պայմանագրի ավարտի վերաբերյալ, իսկ ապահովագրության պայմանագրով

rejected (if applicable); the reason (substantiation) of rejection, including reference to the corresponding paragraph(s) of the insurance contract and/or terms and conditions;

- the method and timeframe for paying the compensation;
- in the case of a decreasing sum insured, its final balance;
- a contact person's phone number through which the claimant can obtain additional information on the decision pertaining to their compensation;
- Other information and conditions.

13. The decision on indemnity must be provided to the customer via postal communication or, if the consumer desires, via the consumer's active email address or another means of communication. In addition, the insurance company cannot direct the consumer in selecting a method of notification or limit the means of notification, unless specified otherwise by law or other legal acts.

14. If the contract is about to expire, the Company shall notify the insured (including the insured persons) 5 working days before the expiration of the contract, and if the contract has expired due to the depletion of the sum insured defined by the insurance contract – within 2 working days from the day of the depletion of the sum

նախատեսված ապահովագրական գումարի սպառվելու հիմքով ապահովագրության պայմանագրի գործողության ավարտի դեպքում՝ ապահովագրական գումարի սպառվելու օրվանից հետո 2 աշխատանքային օրվա ընթացքում: Սույն կետից բացառություն են կազմում այն պայմանագրերը, որոնք ավարտվում են որոշակի պայմանների ի հայտ գալու պարագայում (օրինակ՝ եթե աջակցության ապահովագրության պայմանագիրը դադարում է բնակության երկիր վերադառնալու օրը և այլն): Ծանուցումը հաճախորդին կարող է տրամադրվել էլեկտրոնային փոստով կամ կապի այլ միջոցներով:

insured. The present paragraph excludes the contracts that expire due to the emergence of certain conditions (e.g. if the assistance insurance contract expires on the day of the return to the country of residence, etc.). Customer notifications can be sent via email or other means of communication.

15. Հաճախորդների հետ հաղորդակցման ընթացքում անթույլատրելի է.

15. During communication with the customers, it is unacceptable to:

- Օգտագործել խոսակցական, փաղաքշական կամ ժարգոնային բառեր (օրինակ՝ ընկեր, կյանք, ջան, ազիզ, եղբայր, անուշիկ և այլն),

- use colloquial, diminutive or jargon words (e.g. “enker” /dude/, “kyanq” /love/, “jan” /darling/, “aziz” /cutie/, “yexbayr” /brother/, “anushik” /sweetie/, etc);

- Ներկայանալ աշխատանքի վառ (երեկոյան) դիմահարդարմամբ և մատնահարդարմամբ (սա վերաբերում է հատկապես հաճախորդների հետ անմիջականորեն շփվող աշխատակիցներին),

- come to work in bright (evening) make-up and manicure (this especially applies to those employees who are in direct contact with customers);

- Օծանելիքը չափից շատ օգտագործել. ուժեղ բույրը միայն վանում է շրջապատի մարդկանց,

- excessively use perfume: heavy fragrances only repel those near you;

- Ներկայանալ աշխատանքի առանց սափրվելու. թույլատրելի է միայն խնամված մորուքը,

- come to work unshaved: only groomed beards are acceptable;

- Անհարկի կիրառել ժխտական արտահայտություններ (օրինակ՝ «Զգիտեմ», «Զեմ կարող», «Դուք սխալ եք», «Զեմ անի»,

- unnecessarily use negating expressions (e.g. “I do not know”, “I cannot”, “You are wrong”, “I will not do that”, “Refer to the

«Դիմեք համապատասխան բաժնին կամ բանկ», «Կարող եք դադարեցնել Ձեր պայմանագիրը» և այլն),

- Դժգոհություն արտահայտել հաճախորդի հարցերի բովանդակության շուրջ,
 - express displeasure with respect to the content of the customer’s questions;
- Նյութին չվերաբերող հարցեր քննարկել հաճախորդների ներկայությամբ:
 - discuss in customers’ presence issues irrelevant to the subject-matter.

ԳԼՈՒԽ 4. ՀԱՃԱԽՈՐԴԻ ՀԵՏ ԱՌԵՐԵՍ ՀԱՂՈՐԴԱԿՑՈՒՄ
CHAPTER 4: FACE-TO-FACE COMMUNICATION WITH THE CUSTOMER

16. Ընկերության աշխատակցի կամ գործակալի կողմից շարժումների լեզվին՝ ժեստերին և միմիկային տիրապետելը, կարող է էականորեն հեշտացնել հաճախորդի հետ առերես շփումը: Ուստի հաճախորդի հետ շփվելիս անհրաժեշտ է.

- կանգնել կամ նստել հաճախորդին դեմ առ դեմ,
 - stand or sit face-to-face with the customer;
- հաստատել տեսողական կապ՝ թողնելով ընթացիկ գործերը. խոսակցության ընթացքում հաճախորդին չնայելն անուշադրության և անտարբերության նշան է,
 - maintain eye contact while putting aside current work; it is a sign of neglect and indifference not to look at the customer while conversing;
- դիմավորել հաճախորդին թեթև, բնական ժպիտով՝ ցուցաբերելով նրան սպասարկելու պատրաստակամություն,
 - greet the customer with a slight, natural smile displaying readiness to service them;
- սպասարկման ողջ ընթացքում պահպանել դեմքի բարեհամբույր արտահայտություն,
 - maintain a friendly facial expression during the entire span of service provision;
- օգտագործել բաց ժեստեր՝ ուղիղ մեջք, դեպի կողք տարածած ձեռքեր, ձեռքի բաց ափ և այլն,
 - use open gestures: a straight posture, hands with open palms spread apart, etc.;
- հաճախորդին ուղղորդելիս ուղղությունը ցույց տալ ձեռքի բաց ափով, այլ ոչ թե մատով:
 - guide the way to the customer with an open palm and not with a finger.

17. Հաճախորդի հետ առերես 17. During face-to-face communication

շփման ընթացքում անթույլատրելի է.

- Հաճախորդի ներկայությամբ միմյանց հետ խոսել բարձր ձայնով,
- Քննարկել հաճախորդին կամ նրան դիտել գնահատող կամ քննող հայացքով,
- Հաճախորդի ներկայությամբ դժգոհություն արտահայտել որևէ երևույթի վերաբերյալ՝ հոգոցներով կամ դեմքի դժգոհ արտահայտությամբ,
- Հաճախորդի հետ համբուրվել կամ գրկախառնվել, անգամ եթե նրա հետ ձևավորվել են մտերիմ, բարիդրացիական հարաբերություններ,
- Հաճախորդի ներկայությամբ ողջունել միմյանց համբույրներով կամ գրկախառնություններով,
- Հաճախորդի ներկայությամբ ոչ գործնական բնույթի հեռախոսազրույցներ ունենալ,
- Հաճախորդի ներկայությամբ միմյանց դիմել մականուններով:

with the customer, it is unacceptable to:

- speak to each other in a loud voice in the customer's presence;
- discuss the customer or look at them appraisingly and judging;
- express discontent with anything in the customer's presence, through sighs or displeased facial expressions;
- kiss or embrace the customer, even if close, friendly relations have been established with them;
- greet colleagues with hugs and kisses in the customer's presence;
- have informal telephone conversations in the customer's presence;
- address each other with nicknames, in the customer's presence.

ԳԼՈՒԽ 5. ՀԱՂՈՐԴԱԿՑՈՒՄ ՀԵՌԱԽՈՍՈՎ CHAPTER 5: TELEPHONE COMMUNICATION

18. Առաջին շփումը, որը հաճախորդները սովորաբար ունենում են ապահովագրական ընկերության հետ, հեռախոսի միջոցով է: Հեռախոսազրույցից ստացած տպավորությունը մեծապես կարող է նպաստել հաճախորդի մոտ Ընկերության մասին դրական կարծիքի ձևավորելուն:

19. Հեռախոսազանգ ընդունելիս անհրաժեշտ է.

- վերցնել խոսափողն առավելագույնը երրորդ զանգից հետո,
- հեռախոսազանգին պատասխանել հանգիստ ձայնով՝ անկախ զբաղվածության աստիճանից կամ սպասասրահում

18. The first contact that customers usually have with an insurance company is over the telephone. The impression from telephone communication can greatly facilitate formation of positive opinion of the company.

19. While answering a call, it is necessary to:

- pick up the phone after a maximum of three rings;
- answer the phone in a calm voice, regardless of the level of busyness or the number of customers waiting in the reception

կուտակված հաճախորդների քանակից,

- ձայնի բարձրությունը մեկ տոն ցածր պահել հաճախորդի ձայնի բարձրությունից,

- հանգիստ ու բարեհամբույր ձայնով ասել «Էֆես ապահովագրական, Թագուհին լսում է»,

- ձայնի տոնով ցույց տալ, որ հասկանում եք զանգողին,

- եթե հաճախորդի հարցին պատասխանելու համար ստիպված եք սպասեցնել հաճախորդին մոտավորապես 1-2 րոպե, ասել՝ «Ձեր հարցին պատասխանելու համար ինձ անհրաժեշտ է 1-2 րոպե ժամանակ: Կարո՞ղ եք սպասել կամ նշեք հեռախոսահամար, ես հետ կզանգահարեմ Ձեզ 1-2 րոպեից, եթե հարմար է»,

- եթե անհրաժեշտ է ավելի երկար ժամանակ, ասել՝ «Թողե՛ք Ձեր համարը, ես հետ կզանգահարեմ (օրինակ՝ 5 րոպեից)»,

- պահպանել հետ զանգելու համար Ձեր կողմից նշված ժամանակահատվածը,

- եթե հաճախորդը չի ցանկանում թողնել հեռախոսահամար, ասել՝ «Խնդրում եմ նորից զանգահարել 5-10 րոպե հետո: Սիրով կպատասխանեմ Ձեր հարցերին»:

20. Զանգն ընդունած աշխատակիցը պատասխանատու է հաճախորդի բարձրացրած հարցին լուծում գտնելու և նրան այդ մասին տեղեկացնելու համար:

21. Եթե այդ ընթացքում որևէ պատճառով աշխատակիցը ստիպված է լքել աշխատավայրը, անհրաժեշտ է տեղեկացնել փոխարինող աշխատակցին ակնկալվող զանգի և դրա բովանդակության մասին: Խնդրի լուծումը գտնելու պարագայում այդ մասին պետք է տեղեկացնել փոխարինող

area;

- keep your voice a pitch lower than that of the customer;

- answer in a calm and friendly voice by saying, “Efes Insurance, (Taguhi) is speaking”;

- show with your voice that you understand the caller;

- if to answer the customer’s question you have to keep them waiting for about 1-2 minutes, say, “I need 1-2 minutes to answer your question. Would you mind waiting? Or you may wish to provide a phone number, and I will call you back in 1-2 minutes, if it’s more convenient for you”;

- if you need more time, say to the customer, “Please, provide your phone number, I shall call you back (for example, in 5 minutes)”;

- adhere to the time you indicated for calling back;

- if the customer is reluctant to provide a phone number, tell them, “Would you mind calling back in 5-10 minutes? I will gladly answer your questions”.

20. The employee who answers the phone is responsible for finding and communicating to the customer a solution to the issue raised by the latter.

21. If during that time the employee has to leave their workplace for any reason, it is necessary to inform the employee who replaces them about the expected call and its nature. If the solution to the issue is found, the replacing colleague must be informed about it, or otherwise, the employee must

գործընկերոջը, հակառակ դեպքում՝ գործը փոխանցել փոխարինողին՝ ներկայացնելով խնդրի էությունը և ձեռնարկված քայլերը: Աշխատավայր վերադառնալուց հետո անհրաժեշտ է տեղեկանալ գործի ընթացքի մասին՝ լուծվել է խնդիրը, թե՞ ոչ:

22. Խնդրի լուծումը և այն հաճախորդին հայտնելը Ձեզ հանձնարարվելու դեպքում անհրաժեշտ է զանգահարել հաճախորդին և բարեհամբույր ձայնով ասել՝ «Բարև Ձեզ: Ձեզ հետ Թագուհին է խոսում ԷՖԵՍ-ից: Ռուզաննան խնդրել է Ձեզ փոխանցել, որ (հաղորդեք հարցի պատասխանը)»: Խոսակցությունը պետք է ավարտել «Շնորհակալություն, ցտեսություն» բառերով:

23. Հեռախոսազանգ կատարելիս անհրաժեշտ է.

- Ներկայանալ «Ձեզ հետ (Թագուհին) է խոսում «ԷՖԵՍ»-ից» բառերով,
- Նշել զանգի նպատակը,
- Խոսակցությունն ավարտել «Շնորհակալություն: Ցտեսություն» բառերով:

24. Հեռախոսազանգ կատարելիս անթույլատրելի է.

- Հեռախոսազանգի ընդունումը սկսել «Ալլո», «Այո», «Դա» կամ սպասարկման ստանդարտներով չսահմանված այլ բառերով,
- Հեռախոսազանգն ավարտել «Առայժմ», «Պոկա», «Հաջող» կամ սպասարկման ստանդարտներով չսահմանված այլ բառերով,
- Խոսել նյարդայնացած կամ կոպիտ տոնով,
- Խոսել չափազանց արագ,
- Խոսել չափազանց դանդաղ,
- Ընդհատել կամ շտապեցնել

hand over the case to the replacing colleague telling them the essence of the issue and the steps taken. After returning to the workplace, it is necessary to inquire about the course of the case – whether the issue has been resolved or not.

22.If you are tasked with resolving an issue and communicating it to the customer, it is necessary to call the customer and tell them in a friendly voice, “Hello! (Taguhi) from EFES is speaking. (Ruzanna) asked me to advise you that (tell them the answer to the issue)”. You must end the conversation with, “Thank you. Good-bye.”

23.While making the call, it is necessary to:

- introduce yourself by saying: “(Taguhi) is speaking to you from EFES”;
- indicate the purpose of your call;
- end the conversation by saying, “Thank you. Good-bye.”

24.When making a phone call, it is unacceptable to:

- start answering the call with “Hello”, “Yes”, “Yep” or with other words not prescribed by the service standards;
- end the call with “So long”, “Bye-bye”, “Take care” or other words not prescribed by the service standards; or
- speak in an angry or harsh tone;
- speak too quickly;
- speak too slowly;
- interrupt or rush the interlocutor.

գրուցակցին:

<p>Դուք գիտե՞ք, որ.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ երբ լսափողը վերցնելիս ժպտում են, ձայնը հնչում է ավելի բարեհամբույր, ✓ երբ ներկայանալիս անունը վերջինն են ասում, զանգահարողն այն հիշում է, ✓ երբ նշում են անունը, զանգահարողն ասում է նաև իր անունը, և անմիջապես ստեղծվում է փոխըմբռնման մթնոլորտ, ✓ հաճախորդի համար շատ հաճելի է, երբ շփվելիս արտասանում են նրա անունը (ցանկացած մարդու համար հաճելի է լսել սեփական անունը): 	<p>Do you know that?</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ when you smile while picking up the phone, your voice sounds more friendly; ✓ when you introduce yourself by indicating your name at the end, the caller remembers it; ✓ when you indicate your name, the caller indicates theirs, thus establishing an atmosphere of mutual understanding; ✓ it is very pleasant for the customer when their name is uttered during the communication (people are pleased to hear their own name).
---	---

ԳԼՈՒԽ 6. ՀԱՃԱԽՈՐԴՆԵՐԻ ՍՊԱՍԱՐԿՈՒՄ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅԱՆ ԳՐԱՍԵՆՅԱԿՈՒՄ
CHAPTER 6: PROVISION OF SERVICES TO CUSTOMERS IN THE COMPANY OFFICE

25. Ընկերությունում հաճախորդների հրականացվում է երկուշաբթիից հինգշաբթի՝ ժամը 9:00- 18:00, և ուրբաթ՝ 09:00 – 17:00:

25. In the Company, services are provided to customers Monday to Thursday from 9:00-18:00, and Friday from 09:00-17:00.

26. Հաճախորդին ողջունում է ընդունարանի աշխատակիցը, որը կատարում է հետևյալ գործողությունները՝

26. The customer is greeted by the employee at the reception who does the following:

- 1) բարձրացնում է գլուխը և հաստատում տեսողական կապ՝ թողնելով ընթացիկ գործերը,
- 2) ժպտում և ողջունում է հաճախորդին՝ «Բարև Ձեզ» խոսքերով,
- 3) միաժամանակ այցելած մի քանի հաճախորդներին հրավիրում է նստել սպասարահում,
- 4) հաճախորդին հրավիրում է նստել և հարցնում է՝ այցելություն նշանակված է, թե ոչ,
- 5) եթե հաճախորդի այցելությունը գրանցված է, պարզում է՝ արդյոք համապատասխան աշխատակիցը կարող է

- 1) raises their head and establishes eye contact, putting aside current work;
- 2) smiles and greets the customer by saying, “How do you do?”;
- 3) asks customers who come in simultaneously to take a seat in the waiting area;
- 4) invites the customer to have a seat and asks them whether they have an appointment or not;
- 5) if the customer has an appointment, finds out whether the corresponding employee can serve the customer;

նրան ընդունել,

6) եթե աշխատակիցն ազատ է, հրավիրում է այցելուին համապատասխան աշխատակցի մոտ,

7) հաճախորդի այցելությունը գրանցված չլինելու և այդ պահին սպասարկման անհնարինության դեպքում նրան տալիս է ընտրության հնարավորություն՝ սպասել (նշելով մոտավոր ժամանակը) կամ այցելել ավելի ուշ (նշանակելով հաճախորդին հարմար այցելության ժամ/օր),

8) եթե այցելուն առաջին անգամ է եկել Ընկերություն, ընդունարանի աշխատակիցը ժպտալով հարցնում է «Ինչո՞վ կարող եմ օգտակար լինել».

- եթե նա ցանկանում է հատուցման դիմում գրել, անհրաժեշտ է հրավիրել նրան նստել և ուղղորդել՝ կատարելու համապատասխան գործողությունները,

- եթե՝ ոչ, անհրաժեշտ է պատասխանել նրա հարցերին և տրամադրել տեղեկատվական նյութեր Ընկերության մասին, ընդ որում՝ տրամադրված տեղեկատվությունը պետք է լինի հնարավորինս պարզ և ըմբռնելի, առանց նեղ մասնագիտական տերմինաբանության:

27. Ընկերության գրասենյակում հաճախորդին սպասարկելիս անթույլատրելի է.

- Քննարկել հաճախորդի արտաքին տեսքը մեկ այլ հաճախորդի ներկայությամբ,

- Վարել երկարատև հեռախոսային խոսակցություններ հաճախորդի ներկայությամբ,

- Խմել, ուտել կամ ծամել այդ թվում՝ մաստակ, հաճախորդի ներկայությամբ,

6) if the employee is free, guides the visitor to them;

7) if the customer does not have an appointment and if it is impossible at the moment to serve the customer, provides the customer with an option to either wait (indicating the approximate waiting time) or visit later (making an appointment for the customer for a time and day convenient for the latter);

8) if there is a first time visitor to the Company, the employee at the reception asks with a smile “Can I be of any help to you?”.

- if the customer wants to make compensation claim, it is necessary to invite them to have a seat and guide them through the corresponding steps;

- if not, it is necessary to answer their questions and provide them with informational materials about the Company. Moreover, the provided information must be as clear and comprehensible as possible, without any terminology pertaining to narrow areas of expertise.

27. When serving the client in the Company's office, it is unacceptable to:

- discuss the customer's looks in another customer's presence;

- have lengthy telephone conversations in the customer's presence;

- drink, eat or chew, including a chewing gum, in the customer's presence;

- Անձնական թեմաներով զրույցներ վարել հաճախորդի կամ միմյանց հետ:

28. Ընկերության աշխատակիցները պետք է ուշադիր լսեն, թե ինչ է իրենց ասում հաճախորդը, պատասխանեն հաճախորդի հարցերին: Օտարալեզու հաճախորդի դեպքում անհրաժեշտ է խոսել այն լեզվով, որով խոսում է հաճախորդը (անգլերեն կամ ռուսերեն), իսկ վերջինիս չտիրապետելու դեպքում՝ խնդրել, որպեսզի մոտենա նման հմտություններ ունեցող աշխատակից, որը կապահովի սպասարկող աշխատակցի և հաճախորդի միջև արդյունավետ հաղորդակցություն:

29. Օգնե՛ք հաճախորդին արտահայտելու իր մտավախությունները: Ուշադիր լսելով ու մանրամասն հարցեր տալով՝ սպասարկողը խրախուսում է հաճախորդին արտահայտելու իր անհանգստությունը: Օրինակ՝ «Դա կարևոր է. կարո՞ղ եք ավելի մանրամասն պատմել», «Ե՞րբ ու ինչպե՞ս դա տեղի ունեցավ»:

30. Հաճախորդի համար պետք է լինել ակտիվ ունկնդիր, որը ենթադրում է.

- հաճախորդին լսելու ընթացքում դադարել այլ աշխատանք կատարելը, օրինակ՝ գրելը կամ փաստաթղթեր դասավորելը,
- համբերատար լսել այնքան ժամանակ, քանի դեռ հաճախորդը ամբողջությամբ չի արտահայտվել. ընդհատել հաճախորդին միայն պարզաբանում տալու անհրաժեշտության դեպքում,
- հետևել հաճախորդի ձայնի տոնին և բառերին, որոնք բացահայտում են նրա պահանջները,
- հետևել հաճախորդի շարժումներին,

- speak on personal matters with the customer or with each other.

28. Company employees must listen attentively to what they are told by the customer and answer the customer's questions. If the customer is speaking a foreign language, it is necessary to speak the language (English or Russian) spoken by the customer; in case of lack of language proficiency, employees should ask a colleague with the required skills to attend to ensure efficient communication with the customer.

29. Help the customer express their concerns. By listening to them attentively and asking in-depth questions, the employee providing services encourages the customer to express their concerns. For example, "That is important. Would you mind providing more details?", "When and how did it happen?"

30. You must be an active listener for the customer, which implies that you should:

- while listening to the customer, put aside any other work, e.g. writing or arranging documents;
- listen patiently until the customer fully expresses themselves; interrupt the customer only if clarifications are needed;
- take into consideration the customer's tone of voice and words that reveal their needs;
- take into consideration the customer's

որոնք կարող են հուշել նրա զգացմունքների մասին (օրինակ՝ հաճախորդը նայում է ներքև, թե՛ ժպտում է Ձեր խոսելու ընթացքում),

- տալ հարցեր և համոզվել, որ ամբողջությամբ հասկացել եք հաճախորդի խնդիրը,

- վերաձևակերպել հաճախորդի ասածը և հարցնել, արդյո՞ք ճիշտ եք հասկացել:

movements that reveal their emotions (e.g. whether the customer is looking down, or smiling while you speak);

- ask questions and make sure you have completely understood the customer’s problem;

- reformulate what the customer has said and ask whether you have understood them correctly.

ԳԼՈՒԽ 7. ՀԱՃԱԽՈՐԴՆԵՐԻ ՀԵՐԹԻ ԿԱՌԱՎԱՐՈՒՄ CHAPTER 7: MANAGEMENT OF CUSTOMERS' QUEUE

31. Երկարատև սպասելը և այլ անհարմարություններ հաճախորդների մոտ կարող են ստեղծել տպավորություն, որ իրենց ժամանակը չի գնահատվում կամ որ ապահովագրական ընկերության աշխատանքը վատ է պլանավորված ու կազմակերպված:

32. Աշխատակցի դերը կարևոր է հաճախորդների հերթի գոյացումը կանխելու և կառավարելու հարցում: Ստորև բերված են տարածված իրավիճակների որոշ օրինակներ և դրանց արդյունավետ լուծման ձևեր:

Եթե հաճախորդի հետ խոսակցության ընթացքում այլ հաճախորդ խախտում է հերթը և կանգնում կամ նստում ընդունարանում արդեն սպասարկվող հաճախորդի կողքին, կամ միջամտում է խոսակցությանը, անհրաժեշտ է.

- Երկուսի հետ տեսողական կապ պահպանելով՝ ճշտել «Ներեցեք, Դուք միասին եք»: Դրական պատասխան ստանալու դեպքում՝ ժպտալ և շարունակել սպասարկումը,

- Բացասական պատասխանի դեպքում

31. The customer, when obliged to wait for a long time or face any other discomfort, can form an impression that their time is not valued or that the operations of the Company are poorly planned and organized.

32. An employee’s role is important in preventing the formation of customers’ queue and its management. Below are examples of different common situations and the ways of their resolution.

If during a conversation with the customer, another customer cuts in line and stands or sits in the reception area next to the customer that is already being served, or interferes with the conversation, it is necessary to:

- by maintaining eye contact with both customers, clarify by saying, “Excuse me, have you come together?”. In case of an affirmative reply, smile and continue the service;

- in case of a negative reply, excuse

ներողություն խնդրել առաջին հաճախորդից՝ տեսողական կապ հաստատելով միջամտած հաճախորդի հետ, բարյացակամ տոնով ասել՝ «Խնդրում եմ սպասեք, մինչև ես ավարտեմ խոսակցությունը հաճախորդի հետ: Շնորհակալություն»,

- Չշարունակել սպասարկումը, մինչև միջամտած հաճախորդը հետ չկանգնի,

- Անդրադառնալ առաջին հաճախորդին, ժպտալ և շարունակել խոսակցությունը:

Միաժամանակ երկու հաճախորդի սպասարկման դեպքում (մի հաճախորդի հետ առերես և մեկ այլ հաճախորդի հետ միաժամանակ հեռախոսազանգի միջոցով) անհրաժեշտ է՝

- դիմել առաջին հաճախորդին՝ ասելով «Ներեցեք, ես պետք է պատասխանեմ հեռախոսազանգին», վերցնել հեռախոսափողը, ողջունել զանգահարողին՝ ընդունված ստանդարտներին համապատասխան, հեռախոսային խոսակցության ընթացքում պահպանել տեսողական կապ առաջին հաճախորդի հետ,

- ներքին հեռախոսազանգի (աշխատակցից) դեպքում, ասել՝ «Այս պահին ես հաճախորդ եմ սպասարկում», լսել պատասխանը (եթե հարցը հրատապ չէ, նա ինքը կառաջարկի ավելի ուշ զանգահարել), արագ պայմանավորվել նորից զանգահարելու մասին և անդրադառնալ հաճախորդին,

- դրսից հեռախոսազանգի (հաճախորդից) դեպքում լսել հարցը և մոտավորապես հաշվարկել խոսակցության տևողությունը: Եթե խոսակցությունը կտևի 1 րոպեից պակաս, պատասխանել հարցին:

yourself to the first customer, and by establishing eye contact with the intervened customer, say in a friendly tone, “Please, wait until I finish the conversation with the customer. Thank you”.

- not to proceed with providing the service until the intervened customer steps back;

- turn to the first customer, smile and continue the conversation.

If two customers are being served simultaneously (face-to-face and over the phone), it is necessary to:

- address the first customer by saying, “Excuse me, I must answer the phone”, pick up the phone, greet the caller according to the adopted standards. During the telephone conversation, maintain eye contact with the first customer;

- in case of an internal call (from an employee), say, “I am serving a customer right now”, listen to the reply (if the issue is not urgent, the employee themselves will suggest calling back later), quickly arrange for an additional phone call and return to the customer;

- in case of an external phone call (from a customer), listen to the issue and estimate the approximate duration of the conversation. If the conversation is likely to last less than 1 minute, answer the question. If the

Եթե խոսակցությունը կտևի ավելի երկար, ասել՝ «Ներեցեք, այս պահին ես խոսում եմ հաճախորդի հետ: Խնդրում եմ թողեք Ձեր հեռախոսահամարը, ես կգանգահարեմ 5-10 րոպեից»,

• Եթե զանգահարողը չի ցանկանում թողնել հեռախոսահամար, անհրաժեշտ է ասել՝ «Խնդրում եմ նորից զանգահարել 5-10 րոպե հետո: Սիրով կպատասխանեմ Ձեր հարցերին»

Հաճախորդի հետ շփման ընդհատումը

Եթե հաճախորդի սպասարկման նպատակով անհրաժեշտ է ժամանակավորապես բացակայել, պետք է հաճախորդին ասել՝ «Ձեր հարցին սպառիչ պատասխանելու համար ես պետք է 2-3 րոպեով բացակայեմ: Խնդրում եմ սպասել: Շնորհակալություն»: Վերադառնալուց հետո ժպտացեք, ասելով՝ «Շնորհակալություն սպասելու համար» և հաղորդեք պատասխանը: Համոզվեք, որ հաճախորդը հասկացել է ձեզ, անհրաժեշտության դեպքում պատասխանեք նրա լրացուցիչ հարցերին:

conversation is likely to last longer, say, “Excuse me, I am speaking to a customer at the moment. Please, leave your phone number, I will call you back in 5-10 minutes”;

• if the caller is reluctant to leave a phone number, it is necessary to say, “Would you mind calling back in 5-10 minutes? I would be more than happy to answer your questions”.

Interruption of communication with the Customer

If, for serving a customer, it is necessary to temporarily leave, you must tell the customer, “I have to leave for 2-3 minutes to obtain a full answer to your question. Would you mind waiting? Thank you.” Once you return, smile by saying: “Thank you for waiting” and advise the answer. Make sure that the customer has understood you, and, if necessary, answer their additional questions.

ԳԼՈՒԽ 8. ԿՈՆՖԼԻԿՏԱՅԻՆ ԻՐԱՎԻՃԱԿՆԵՐԻ ՀԱՐԹՈՒՄ
CHAPTER 8: CONFLICT RESOLUTION

33. Ընկերության աշխատակիցները ժամանակ առ ժամանակ ստիպված են լինում գործել ոչ ստանդարտ իրավիճակներում: Նման դեպքերում անհրաժեշտ է պահպանել չեզոք կեցվածք, օգտագործել չանձնավորված բառեր, զուսպ ձայնի տոն և հավասարակշռված վերաբերմունք ողջ ընթացքում: Ստորև բերված են տարածված իրավիճակների որոշ օրինակներ և դրանց արդյունավետ լուծման ձևերը:

33. From time to time, Company employees have to act under non-standard circumstances. In such cases, it is necessary to maintain a neutral demeanor, use impersonalized words, speak in a restrained voice and display a balanced attitude during the whole situation. Below are some examples of common situations and ways to deal with them effectively.

Իրավիճակ 1

Եթե հաճախորդն ապահովագրական ընկերության վերաբերյալ դժգոհություն կամ վրդովմունք է արտահայտում, անհրաժեշտ է կիրառել «բարդ իրավիճակի հարթման տեխնիկա» հետևյալ սխեմայով՝

Քայլ 1՝ Ներածական խոսք

Ներողություն խնդրե՛ք. «Ներողություն եմ խնդրում պատճառված անհարմարության համար»:

Քայլ 2՝ Ունկնդրում

Թույլ տվե՛ք հաճախորդին արտահայտել իր զայրույթը, մի՛ ընդհատեք նրան,

Լսելու ընթացքում պահպանե՛ք տեսողական կապ և դրական կերպով գլխի շարժումով արտահայտե՛ք Ձեր համաձայնությունն ու կարեկցանքը,

Ասե՛ք՝ «Հասկանում եմ, Դուք վրդովված եք: Հավաստիացնում եմ, որ այս խնդրի էությունը հասկանալը նույնքան կարևոր է ինձ համար, որքան Ձեզ համար»:

Քայլ 3՝ Վերլուծում

Տվե՛ք հարցեր դժգոհության մանրամասներն իմանալու համար, դիմե՛ք հաճախորդին ճշգրտող հարցերով. օրինակ՝ «Ես ճի՞շտ հասկացա Ձեզ...», ապա հակիրճ վերաշարադրե՛ք նրա խոսքերը՝ դժգոհության առաջացման պատճառների մասին,

Վերջում ևս մեկ անգամ ամփոփե՛ք հաճախորդի խնդիրը միմյանց ճիշտ հասկանալու համար:

Քայլ 4՝ Գործողությունների պլանի առաջարկ և համաձայնեցում

Հնարավորության դեպքում առաջարկե՛ք խնդրի լուծման մի քանի տարբերակ. օգտագործե՛ք այսպիսի

Scenario 1

If a customer expresses discontent or indignation due to some reason regarding the Company, it is necessary to apply “the technique of resolution of a complex situation” in the following pattern:

Step 1: Making opening remarks

Say you are sorry, “I am sorry for any inconvenience caused”.

Step 2: Hearing out

Let the customer express their anger, do not interrupt them;

While hearing out the customer, maintain eye contact and affirmatively nod your head, expressing your agreement and sympathy;

Tell them, “I understand, you are frustrated. I assure you that to understand the essence of the issue is as important for me as for you”.

Step 3: Analyzing

Ask questions to find out the details of their complaint, including clarifying questions, for example, “Did I understand you correctly...?”, then briefly restate the customer’s words regarding their complaint;

At the end, summarize once more the customer’s issue to understand each other correctly.

Step 4: Suggesting and coordinating a plan of actions

- If possible, suggest several options to resolve the issue: use expressions, such as: “You can proceed this way (solution options)”,

արտահայտություններ՝ «Կարող ենք այսպես անել (լուծման տարբերակներ)», «Եթե դա Ձեզ կգոհացնի, կարող ենք...»,

Եթե հաճախորդը մերժում է առաջարկված բոլոր տարբերակները, ասե՛ք՝ «Առաջարկում եմ կրկին անդրադառնանք խնդրին» (սկսեք քայլ 2-ից):

Քայլ 5՝ Եզրափակում

Շնորհակալություն հայտնե՛ք. «Շնորհակալություն, որ արտահայտեցիք Ձեր դժգոհությունը: Ձեր կարծիքը կարևոր է մեզ համար»:

Իրավիճակ 2

Հաճախորդը ծայրաստիճան զայրացած է, և Դուք չեք կարող վերահսկել/հարթել իրավիճակը.

Պահպանե՛ք դեմքի բաց արտահայտություն, հանգիստ ձայն և տեսողական կապ հաճախորդի հետ,

Ասե՛ք՝ «Ներեցեք, այս հարցը իմ իրավասություններից դուրս է: Խնդրում եմ մեկ րոպե սպասել, ես կհրավիրեմ իմ ղեկավարին»,

Մոտեցե՛ք ղեկավարին, ներկայացրե՛ք իրավիճակը,

Ղեկավարին մոտենալու և իրավիճակը ներկայացնելու անհնարինության դեպքում անմիջապես վերադարձե՛ք հաճախորդի մոտ և ասե՛ք՝ «Ներեցեք, տվյալ պահին ղեկավարս զբաղված է: Խնդրում եմ մի փոքր սպասել, նա կմոտենա մի քանի րոպեից»,

Հաճախորդի կողմից անպարկեշտ վերաբերմունքի դեպքում հանգիստ և վստահ տոնով ասե՛ք՝ «Խնդրում եմ հանգստացե՛ք, այլապես ստիպված կլինեմ կանչել անվտանգության աշխատակցին»:

34. Կոնֆլիկտային իրավիճակների

“If this appeals to you, we can...”;

If the customer declines all the suggested options, tell them, “I suggest we discuss the issue once more” (start with Step 2).

Step 5: Concluding

Thank the customer, “Thank you for expressing your complaint. Your opinion is important to us”.

Situation 2

The customer is furious and you cannot control/resolve the situation:

Maintain an open expression of the face, a calm voice and eye contact with the customer;

- Tell them, “I am sorry, this issue is above my competence. Would you mind waiting for a minute? I will call my manager”;

Approach the manager, describe the situation to them;

- If it is impossible to approach the manager and describe the situation, immediately return to the customer and say, “I am sorry, right now my manager is busy. Would you mind waiting a little bit? The manager will be here in a few minutes”;

- If the customer behaves inappropriately, tell them in a quiet and confident voice, “Please, calm down, or else I will have to call security”.

34. During conflicts, it is unacceptable to:

Ժամանակ անթույլատրելի է.

- եզրակացություններ անել և բացառել հարցի դրական լուծումը, նախքան հաճախորդի տեսակետը լսելը,
- ասել՝ «Այս պահին հարմար չէ այդ մասին խոսել»,
- ասել՝ «Դա Ձեր մեղքով է», «Ձեր պատճառով է» կամ «Ձեր սխալն է»,
- տալ բացասական հիմնավորումներ, ինչպիսիք են՝ «Այստեղ դա չեն անում» կամ «Ներեցեք, բայց մենք չենք կարող Ձեզ օգնել», «Մեզ մոտ այդպես է ընդունված»,
- պատասխանել Ձեր իրավասություններից դուրս հարցերի,
- ձայնը բարձրացնել հաճախորդի վրա,
- վիճաբանել հաճախորդի հետ, հակաճանաչել նրան,
- արհամարհական վերաբերմունք դրսևորել հաճախորդի նկատմամբ,
- հաճախորդին հասցնել անձնական վիրավորանքներ,
- ֆիզիկապես դիպչել հաճախորդին:

- draw conclusions and exclude positive outcome to the issue until you hear the customer’s opinion;
- say: “Right now it is inconvenient to speak about that”;
- say: “It is your fault”, “It is because of you” or “It is your mistake”;
- give negative reasoning, such as, “That is not done here” or “I am sorry, but we cannot help you”, “That is how we do it here”;
- answer the questions beyond your competence;
- raise your voice at the customer;
- argue or disagree with the customer;
- ignore the customer;
- personally insult the customer;
- physically touch the customer.

<p>Դուք գիտե՞ք, որ.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Նոր հաճախորդ գրավելը վեցից տասն անգամ ավելի թանկ է նստում, քան արդեն եղած հաճախորդին պահպանելը, ✓ Միայն մեկ գոհ հաճախորդն այդ մասին պատմում է ևս 5 հոգու, ✓ Մեկ դժգոհ հաճախորդն այդ մասին պատմում է մոտավորապես 20 հոգու, ✓ Միայն 30 վայրկյան է պետք հաճախորդին կարծիք կազմելու համար: 	<p>Do you know that?</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ It is six to ten times more expensive to attract a new customer than to keep an existing customer; ✓ Merely 1 pleased customer speaks of this to 5 others; ✓ 1 displeased customer speaks of this to approximately 20 others; ✓ It takes the customer only 30 seconds to form an opinion.
---	---

ԳԼՈՒԽ 9. ՇՓՈՒՄ ՀԱՃԱԽՈՐԴՆԵՐԻ ՀԵՏ ԷԼԵԿՏՐՈՆԱՅԻՆ ՆԱՄԱԿԱԳՐՈՒԹՅԱՄԲ
CHAPTER 9: COMMUNICATION WITH CUSTOMERS VIA ELECTRONIC
CORRESPONDENCE

35. Ընկերությունն ապահովում է հաճախորդների հետ շփվելու ընդհանուր 35. The Company provides a common electronic platform for

Էլեկտրոնային հարթակ՝ info@efes.am էլեկտրոնային հասցեի միջոցով, որի հիմնական նպատակը սպասարկման, մարքեթինգի, վաճառքների բաժինների համակարգված կապն է առկա և պոտենցիալ հաճախորդների հետ: Այն օգնում է բարձրացնել հարցումներին պատասխանելու և տեղեկատվության շրջանառության արագությունը, ապահովել հարմար և մատչելի շփում Ընկերության աշխատակիցների և հաճախորդների միջև: Ընկերության պաշտոնական էլեկտրոնային հասցեից բացի, հաճախորդների հետ շփումն իրականացվում է նաև աշխատակիցների էլ.հասցեների, կայքէջի չաթի և հաճախորդներին ուղարկվող ծանուցումների միջոցով, որոնց նկատմամբ կիրառվում են նույն պահանջները (սույն կանոնների 37-րդ կետ):

36. Եթե որևէ համակարգի գործաձուլության ընթացքում էլեկտրոնային սարքավորումների պատճառով որոշ գործարքներ ձախողվել են կամ ընդհատվել է էլեկտրոնային կապը հաճախորդների հետ, Ընկերությունը պարտավոր է ձեռնարկել բոլոր հնարավոր օրինական միջոցները՝ անսարքությունները վերացնելու և հաճախորդների անձնական տվյալները պաշտպանելու համար:

37. Քանի որ, ի տարբերություն առերես շփմանը կամ հեռախոսի միջոցով հաղորդակցմանը, էլեկտրոնային նամակագրությամբ շփվելիս հաճախորդը չի տեսնում ժպիտ և չի լսում Ձեր բարեհամբույր խոսքը, ուստի անհրաժեշտ է էլեկտրոնային շփման ընթացքում ապահովել մաքսիմալ սիրալիր և հավասարակշռված, համբերատար ու պատասխանատու

communication with customers via the email address info@efes.am the main goal of which is the coordinated communication of service, marketing, and sales departments with existing and potential customers. It helps increase the speed of answers to inquiries and the circulation of information, and ensures convenient and accessible communication between the Company's employees and customers. Besides the Company's official email address, communication with customers is also conducted via employees' email addresses, website chat and notifications sent to customers: the same requirements are applied thereto (paragraph 37 of the Code).

36. If, while using any system, some transactions fail due to electronic devices or the electronic communication with customers is interrupted, the Company must take all necessary, legitimate measures to recover proper system operation and to protect customers' personal data.

37. In contrast to face-to face or telephone communication, the customer does not see your smile and does not hear your friendly voice while communicating via email. Therefore, while using electronic communication it is necessary to ensure the maximum friendly and balanced, patient and responsible demeanor to make the customer (user) feel that you are ready to answer to all

վերաբերմունք, որպեսզի հաճախորդը (օգտատերը) զգա, որ պատրաստ եք պատասխանել նրա բոլոր հարցերին և անել ամեն հնարավորը՝ նրա խնդրին լուծում տալու համար: Դրա համար անհրաժեշտ է.

- հաճախորդի էլեկտրոնային նամակին արձագանքել հնարավորինս շուտ,
- նամակագրության ողջ ընթացքում (չաթերում, հանրային ծանուցման տեքստերում) հաճախորդին դիմել բացառապես «Դուք»-ով,
- հարցնել հաճախորդին. «Ինչպե՞ս դիմեմ Ձեզ»,
- հաղորդակցության ժամանակ օգտագործել նրա անունը՝ 3-4 անգամից ոչ ավելի,
- եթե հաճախորդի հարցի պատասխանը տեղադրված է կայքում, կարելի է նրան տրամադրել համապատասխան հղումը՝ պայմանով, որ հաճախորդին հարմար է այդ տարբերակը,
- հաճախորդի հարցերին պատասխանել գործնական գրելաճով՝ միաժամանակ խուսափելով նեղ մասնագիտական տերմինաբանությունից,
- մի քանի հաճախորդի նույն բովանդակությամբ էլեկտրոնային հաղորդագրություններ ուղարկելիս օգտվել «Պատասխանել բոլորին» (reply all) եղանակից,
- համոզվել, որ հաճախորդը ճիշտ է հասկացել Ձեզ, բավարարված է Ձեր պատասխանից,
- եթե հաճախորդի հարցին պատասխանելու համար անհրաժեշտ է ինֆորմացիա փնտրել կամ նրա հարցը դուրս է Ձեր իրավասության շրջանակներից և պետք է կատարեք որևէ հավելյալ ճշտում,

their questions and do your best to resolve their issue. For that, it is necessary to:

- respond to the customers's email as soon as possible;
- address them, during the span of the correspondence (in chats, in public notification texts) in the most respectful and courteous manner;
- ask the customer, “How should I address you?”;
- use the customer's name not more than 3-4 times during the communication;
- if the answer to the customer's question is posted on the Company website, you can provide them the corresponding link only if it is a suitable option for the customer;
- write answers to the customer's questions in a business communication style, at the same time avoiding terminology pertaining to narrow areas of expertise;
- use the “Reply all” feature while sending emails of similar content to several customers;
- make sure that the customer has understood you correctly, and is satisfied with your answer;
- if it is necessary to search for some information to answer the customer's question or if their question is beyond your competence and you have to make additional clarifications, advise, “I need 5-10 minutes to

պատասխանել. «Ձեր հարցին ճշգրիտ պատասխանելու համար ինձ անհրաժեշտ է 5-10 րոպե, կարո՞ղ եմ Ձեզ գրել քիչ հետո»,

- եթե հաճախորդի համար հարմար կլինի, կարելի է առաջարկել տրամադրել հեռախոսահամար՝ զանգի միջոցով նրա հարցին պատասխանելու համար,

- խոսակցությունն ավարտելուց առաջ ճշտել՝ արդյոք հաճախորդի մոտ մնացել են անհասկանալի հարցեր, կարելի է հարցնել՝ «Ուրիշ ինչո՞վ կարող եմ Ձեզ օգնել» կամ «Եթե ունեք այլ հարցեր, սիրով կպատասխանեմ»,

- հաճախորդի հարցին պատասխանելուց հետո շնորհակալություն հայտնել, լավ օր մաղթել,

- եթե էլեկտրոնային հաղորդակցության ավարտից հետո նկատել եք հարց, որին պատասխան չի տրվել, անհրաժեշտ է զանգահարել հաճախորդի նշած հեռախոսահամարով, նշել զանգի նպատակը և պատասխան տալ բաց մնացած հարցին,

- եթե նամակագրության ընթացքում առաջացել է կոնֆլիկտային իրավիճակ, անհրաժեշտ է կիրառել սույն կանոններով սահմանված «բարդ իրավիճակի հարթման տեխնիկան»,

- էլեկտրոնային հաղորդակցության բոլոր ձևերում պահպանել ճիշտ շարադրված, ճիշտ կետադրությամբ և ուղղագրությամբ գրագետ խոսք (սա նույնպես վկայում է Ընկերության պրոֆեսիոնալ թիմի մասին),

- էլեկտրոնային նամակագրություններում պահպանել պատշաճ էլեկտրոնային ստորագրություն:

38. Հաճախորդների հետ գրավոր շփման ընթացքում անթույլատրելի է.

obtain the correct answer to your question. Would you mind my responding to you a little later?”

- if it is convenient for the customer, you may suggest providing a phone number to answer their question through a phone call;

- before ending the conversation, clarify whether the customer has any unanswered questions. You can ask, “Is there anything else I can help you with?” or “If you have any other questions, I will be more than happy to answer them”;

- after answering the customer’s question, thank them and wish them a good day;

- if after electronic communication, you have noticed a question left unanswered, it is necessary to call the phone number indicated by the customer, advise the purpose of the call and give an answer to the question;

- if during the correspondence, a conflict situation has emerged, it is necessary to implement the “technique of resolving a complex situation” defined by the Code;

- maintain a well-formulated, correctly punctuated and correctly spelled literate speech in all the forms of electronic communication (this also testifies to the Company’s professional team);

- maintain a proper electronic signature in electronic correspondence.

38. During written communication with customers, it is not acceptable to:

- հաճախորդի հետ էլեկտրոնային նամակագրության ժամանակ օգտագործել ժարգոնային, ոչ գործնական արտահայտություններ՝ OK, Bye և այլն,

- հաճախորդին պատասխանել «Դուք սխալ հասկացաք», «Ես կրկնում եմ ևս մեկ անգամ», «Ոչ, այդպես չէ» և այլ ժխտական արտահայտություններով, նույնիսկ եթե հաճախորդն իրոք սխալ է հասկացել որևէ բան,

- արհամարհական վերաբերմունք դրսևորել նամակագրության ընթացքում՝ չպատասխանել, ուշացումներով պատասխանել նամակների,

- պատասխանել շատ հակիրճ, տրամադրել թերի տեղեկատվություն կամ էլեկտրոնային նամակը (ծանուցման տեքստը) ծանրաբեռնել ավելորդ տեղեկատվությամբ՝ մեծ տեքստերով:

- use jargon, or informal expressions, such as “OK”, “Bye”, etc.;

- reply to the customer by saying, “You understood me incorrectly”, “I repeat once more”, “No, it is not like that” and other negating expressions, even if the customer has indeed misunderstood something;

- display dismissive treatment during the correspondence, by not replying, or replying to correspondence with delay;

- give very brief answers, provide incomplete information or overload the email (notification text) with excessive information containing long texts.

ԳԼՈՒԽ 10. ՀԱՃԱԽՈՐԴՆԵՐԻՆ ՀՐԱԺԵՇՏ ՏԱԼԸ CHAPTER 10: FAREWELLING CUSTOMERS

39. Հաճախորդներին հրաժեշտ տալիս անհրաժեշտ է.

1) ժպտալ և հաստատել տեսողական կապ (առերես հաղորդակցման դեպքում),

2) անհրաժեշտության դեպքում տեղեկացնել հաճախորդին նրա հետագա այցելության օրվա և ժամի մասին,

3) հրաժեշտ տալ սիրալիր կերպով՝ ասելով (գրելով) «Շնորհակալություն: Ցտեսություն»:

39. While farewelling customers it is necessary to:

1) smile and establish eye contact (in case of face-to-face communication);

2) if necessary, advise the customer about the date and time of their next visit;

3) farewell in a pleasant manner, saying (or writing): “Thank you. Goodbye”.