

عنوان سایت:	آدرس URL:	نام متولی:	رتیف	عنوان	وزن	امتیاز
۱ عمومی:						
۱-۱	پرچم کامل و رسمی جمهوری اسلامی ایران	۵	۹۰			
۲-۱	وجود نقشه سایت ^۱ یا فهرست موضوعی ^۲	۵				
۳-۱	جستجوی ساده	۵				
۴-۱	جستجوی پیشرفته (در این امکان فیلترگذاری برای کل محتوای وبسایت انجام می‌شود، این امکان در برخی وبسایت‌ها می‌تواند با فیلد بعد ترکیب شود)	۵				
۵-۱	فیلترگذاری اختصاصی (در بخش‌هایی که تعدد اسناد و اطلاعات وجود دارد - مانند قوانین و مقررات - براساس دسته‌بندی مناسبی که در بخش "اخبار و اطلاعات" - رتیف ۳ معیارها - آمده است، در جهت سهولت دسترسی به اطلاعات امکان فیلترگذاری قرار داده شود. تفاوت فیلتر با جستجوی پیشرفته در این است که فیلتر فقط اطلاعات همان بخش را نمایش می‌دهد)	۵				
۶-۱	امکان نسخه قابل چاپ کلیه صفحات	۱۰				
۷-۱	وجود نسخه انگلیسی (حداقل محتوا در نسخه انگلیسی، باید شامل بخش "معرفی و ارتباط" - رتیف ۲ معیارها - باشد)	۱۰				
۸-۱	شمارشگر مراجعان برای هر صفحه	۵				
۹-۱	مکان فضای میزبانی سایت در داخل کشور	۵				
۱۰-۱	اختصاص آدرس با پسوند .ir	۵				
۱۱-۱	تناسب نام دامنه با حوزه فعالیت و نیز کوتاه بودن آدرس	۵				
۱۲-۱	سازگاری با مرورگرهای مختلف به صورتیکه وبسایت در همه مرورگرها به یک شکل واحد مشاهده شود (حداقل چهار مرورگر (Google Chrome), (Fire Fox), (Opera), (Internet Explorer))	۵				
۱۳-۱	در دسترس بودن وبسایت و خدمات آن به صورت ۲۴ ساعت شبانه‌روز، ۷ روز هفته و ۳۶۵ روز سال	۱۰				
۱۴-۱	عدم وجود تبلیغات نامرتب، پنجره‌های بازشونده خودکار ^۳ و تبلیغات ناخواسته	۵				
۱۵-۱	فعال بودن کلیک راست (این قابلیت امکان کپی کردن متن را به بیننده خواهد داد)	۵				
۲ معرفی و ارتباط:						
۱-۲	معرفی کامل شامل: آرم، شرح وظایف کلی، تشکیلات و ساختار سازمانی (ساختار به صورت ابرمتنی ^۴ یا فرایپوند ^۵ درج شده باشد و حتی‌المقدور از تصویر چارت استفاده نگیرد)، هدف، سیاست، خط مشی، ماموریت، چشم انداز، نوع فعالیت، خدمات مرتبط با موضوع وبسایت و معرفی واحدهای وابسته	۱۰				
۲-۲	اطلاعات تماس موارد زیر (با رعایت شرح موجود در بندهای A، B و C): I. شرکت ارزیابی شونده (۵) II. مدیران صاحب مسئولیت و پاسخگوی شرکت و چگونگی تعیین وقت ملاقات (۵) III. مسئول بارگذاری محتوای وبسایت (۵) IV. سازمان‌های بالادستی، زیرمجموعه و همکار (۵) A. اطلاعات تماس فردی شامل: نام و نام خانوادگی، سمت، موضوع پاسخگویی (بازدید کننده باید بداند در چه موضوعی می‌تواند با فرد مورد نظر تماس بگیرد) آدرس پستی (آدرس پستی باید کامل و شامل کدپستی، نام ساختمان، پلاک، طبقه، شماره یا عنوان	۲۰				

^۱ Site map
^۲ Site index
^۳ Popup
^۴ Hypertext (لینک به مطالب مرتبط)
^۵ Hyperlink (لینک به آدرس‌های مرتبط)

	<p>اتاق باشد)، شماره تلفن مستقیم و داخلی (اعلام کد یا پیش‌شماره شهرستان) ، پست الکترونیک سازمانی، نامبر B. اطلاعات تماس شرکت شامل: شماره تلفن‌خانه، گویا، نامبر، آدرس پستی، پست الکترونیک (e-Mail)، ساعات کار و ایام تعطیلات دستگاه، تصویر نقشه دسترسی به آدرس، تصویر ساختمان و سردرورودی، نحوه دسترسی به حمل و نقل عمومی و یا پارکینگ‌ها، آدرس الکترونیکی وبسایت (اعلام آدرس وبسایت در این بخش جهت تکمیل اطلاعات ارائه شده به بازدید کننده بوده و ارتباطی به بخش پیوندها ندارد)</p> <p>C. درجهت جلوگیری از هجوم ایمیل‌های تبلیغاتی و اسپم، اعلام پست الکترونیک باید با فرمت غیر قابل شناسایی توسط رباتهای الکترونیک باشد – مثال: name(at)site.ir</p>	
۳-۲	وجود فرم الکترونیک جهت ارتباط با مدیران شرکت و نیز مسئول وبسایت، با حفظ محرمانگی (محرمانگی در اینجا به معنای اجباری نبودن تکمیل فیلدهای مشخصات شخصی است)	۱۰
۴-۲	وجود دو عنوان "تماس با ما" و "دربارۀ ما" با محتوای موارد فوق	۵
۵-۲	مشاهده دو عنوان "تماس با ما" و "دربارۀ ما" در بخش مشخصی از وبسایت (بعضاً مشاهده شده در برخی وبسایت‌ها این دو عنوان در دو بخش متفاوت – یکی در منوی بالا و دیگری در منوی سمت راست- درج شده‌اند و بیننده به راحتی قادر به مشاهده آنها نیست)	۵
۳	اطلاع‌رسانی و اخبار:	(۹۰)
۱-۳	مجزا بودن وبسایت خبری از وبسایت اصلی شرکت (در جهت استفاده بهتر بازدیدکننده از امکانات وبسایت اصلی، وبسایت خبری به صورت یک زیرسایت با فرمت http://news.site.ir ایجاد شود)	۱۰
۲-۳	اخبار، رویدادها و اطلاعیه‌ها با ذکر مرجع و تاریخ درج و وجود نسخه RSS (RSS فقط برای بخش خبر)	۵
۳-۳	فعالیت‌ها و تصمیم‌های مسئولان دستگاه، با ذکر تاریخ رخداد	۵
۴-۳	اطلاعات آماری مربوط به آن دستگاه در بخش مستقل با ذکر تاریخ استخراج	۱۰
۵-۳	مجموعه قوانین، مقررات، آئین‌نامه‌ها، بخشنامه‌ها و ضوابط، با ذکر تاریخ تصویب سند (در صورت تعدد عناوین، اسناد این بخش در دو دسته‌بندی موضوعی و نوع سند ارائه گردند)	۱۵
۶-۳	وجود بخش‌هایی مانند نشریه، مقاله، گزارش و برنامه‌های جاری و آتی، با ذکر تاریخ تولید (در صورت تعدد عناوین، اسناد این بخش در دو دسته‌بندی موضوعی و نوع سند ارائه گردند)	۱۰
۷-۳	وجود بخش گالری تصاویر با ذکر تاریخ (دسته‌بندی مناسب، انتخاب عناوین کلی و نیز توضیح مختصر برای هر عکس در این بخش از اهمیت خاصی برخوردار است)	۵
۸-۳	درج شناسنامه خدمات الکترونیک، غیرالکترونیک و واگذار شده به دفاتر پیشخوان	۱۰
۹-۳	فهرست خدمات قابل ارائه در دفاتر پیشخوان دولت و لیست دفاتر ارائه دهنده آن خدمات	۱۰
۱۰-۳	درج راهنمای نحوه تکمیل فرم‌های الکترونیکی موجود در وبسایت	۱۰
۴	پیوندها:	(۳۰)
۱-۴	معرفی آدرس وبسایت‌های اینترنتی دستگاه‌های بالادستی، زیرمجموعه، وبسایت‌های همکار و مرتبط (سازمان‌های غیروابسته) با دسته‌بندی مناسب و مجزا	۵
۲-۴	لینک به فهرست وبسایت‌های صنعت آب و برق - موجود در پرتال وزارت نیرو به آدرس www.moe.gov.ir (به دلیل تغییرات مستمر آدرس شرکت‌های مرتبط با صنعت آب و برق لینک به پرتال وزارت نیرو به عنوان مرجع دارای امتیاز است)	۱۰
۳-۴	درج تیتیر مناسب از آدرس پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر مقام رهبری، ریاست جمهوری، پرتال ملی و استانی و سایر لینک‌های بخشنامه‌ای، در نقطه‌ای مناسب در صفحه اصلی سایت	۵
۴-۴	عدم وجود لینک‌های غیرفعال	۵
۵-۴	لینک‌های خارجی (بجز صفحات داخل خود وبسایت) در صفحه جدید باز شوند (این امکان باعث می‌شود تا بیننده از صفحه مورد بازدید خارج نشود)	۵
	نکته: کلیه URL‌های درج شده در این بخش باید لینک به همان آدرس بوده تا بیننده نیاز به کپی کردن آدرس در مرورگر نداشته باشد.	

۵	پرسش و نظر:	(۲۰)
۱-۵	وجود بخش ارسال نظر به دو صورت متن ^۶ و رای ^۷	۵
۲-۵	بخش پرسش‌های متداول ^۸ FAQ	۱۰
۳-۵	امکان طرح پرسش جدید (خارج از لیست FAQ) از طرف بازدید کننده، توسط فرم الکترونیک	۵
۶	جلوه‌های ویژه:	(۱۰)
۱-۶	عدم استفاده از نوشتارها و گرافیک‌های متحرک، موسیقی و Pop Up	۵
۲-۶	در صورت استفاده از تصاویر و جلوه‌های رسانه‌ای (Flash)، با ابعاد مناسب، کم حجم و نیز مرتبط با موضوع فعالیت وبسایت استفاده شده باشد	۵
۷	متن:	(۲۰)
۱-۷	استفاده از فونت‌های با استاندارد Unicode و خوانا (مانند Tahoma) با سایز مناسب (در سایز Small و یا ۱۲ Point و یا ۱۳px)	۵
۲-۷	رنگ متن باید متناسب با موضوع وبسایت بوده و از تعدد رنگ متن در یک صفحه پرهیز شود	۵
۳-۷	از Bold و Italic نمودن فقط برای عناوین کوتاه استفاده شود	۵
۴-۷	عدم استفاده از واژگان بیگانه برای کلماتی که معادل فارسی آن وجود دارد و عدم اشتباه تایپی	۵
۸	صفحه اصلی:	(۲۰)
۱-۸	سرعت مناسب بارگذاری (بالا آمدن) صفحه اصلی وبسایت (۱۵)	۱۵
۲-۸	طراحی صفحه اصلی به یکی از دو روش زیر: I. ستنی: بدون عرض و ارتفاع اضافی باشد (بدون اسکروول - بدون نیاز به لغزاندن صفحه) (این مورد برای مانیتورهای ۱۷ اینچ به بالا و رزولوشن حدود ۱۰۲۴*۱۲۸۰ بررسی می‌شود) (۵) II. جدید: براساس آخرین استاندارد سئو ^۹ ، صفحه اصلی می‌تواند اسکروول ارتفاعی داشته باشد مشروط بر استفاده از آیکن‌های و کادرهای بزرگ، عناوین و منوهای مناسب جهت استفاده ساده‌تر و کلیک در موبایل‌های لمسی، فبلت، تبلت و مانیتورهای لمسی (در این حالت عدم وجود اسکروول افقی همچنان مدنظر است) (۱۵)	۲۰
۳-۸	امکان دسترسی به صفحه اصلی سایت از همه صفحه‌ها، حداقل به یکی از شیوه‌های زیر: I. مشاهده عنوان "صفحه اصلی" در همه صفحات و در یک جای واحد II. لینک بودن آرم شرکت (موجود در بنر) به صفحه اصلی	۵
۴-۸	ناوبری مناسب در همه صفحات (مشخص بودن مکان بازدیدکننده در هر نقطه ^{۱۰} و وجود پیوند به یک صفحه بالاتر)	۵
۵-۸	دسترسی مستقیم به صفحات و بخش‌های مهم وبسایت از صفحه اصلی، خصوصاً خدمات الکترونیکی (بیننده به راحتی بتواند به خدمت مورد نظر خود برسد این امر فرای از منوی اصلی بوده و می‌تواند توسط آیکن‌های مشخص و یا طراحی مناسب تحقق پذیرد)	۵
۶-۸	عدم استفاده از کدهای آماده وبسایت‌های دیگر، جهت حفظ امنیت و یکپارچگی کدهای وبسایت (مانند اوقات شرعی، آمار بازدید، وضعیت آب و هوا و...)	۱۰
۷-۸	درج شعار سال در صفحه اصلی (شعار سال می‌تواند در MasterPage - مثلاً بنر سایت - قرار داده شود تا در کلیه صفحات قابل مشاهده باشد، همچنین درج شعار سال در زیرسایت‌های شرکت اجباری نیست)	۱۰
۹	حقوق معنوی:	(۲۰)

^۱ Poll
^۷ Vote
^۸ Frequently Asked Questions
^۹ SEO (Search Engine Optimization)
^{۱۰} Bread Crumbs

۱-۹	قانون کپی رایت: اعلام مجاز (با ذکر شرایط) یا غیرمجاز بودن استفاده از مطالب وبسایت	۵
۲-۹	حریم خصوصی: اعلام به بازدیدکنندگان (مانند تکمیل کنندگان فرم‌های الکترونیکی) که اطلاعات خصوصی آنها در اختیار عموم قرار نمی‌گیرد	۵
۳-۹	رعایت حقوق معنوی پدیدآورندگان مطالب مندرج در وبسایت و ذکر نام، آدرس وبسایت و لینک به مرجع مطالب	۵
۴-۹	وجود اطلاعات مربوطه به نویسندگان و ویرایش کنندگان صفحات وبسایت	۵
۱۰	محتوا:	(۱۵۰)
۱-۱۰	پوشش و جامعیت اطلاعات و مطابق بودن محتوا با هدف و مأموریت وبسایت (این بند متون و محتوا را در حالت کلی ارزیابی می‌کند و به انشاء متون کاری ندارد)	۱۰
۲-۱۰	گویا و واضح بودن متون و محتوای مطالب (در این بند انشاء متون مورد ارزیابی قرار گرفته به صورتی که ابهامی برای بیننده باقی نماند و بدون نیاز به تماس تلفنی یا مراجعه حضوری به هدف خود برسد)	۱۰
۳-۱۰	استفاده از عناوین مرتبط، گویا و قابل فهم (گروه‌بندی و دسته‌بندی مناسب منوها، مطالب و موضوع‌های موجود در وبسایت جهت هدایت بهتر بیننده)	۱۰
۴-۱۰	تطابق عنوان با محتوای هر صفحه	۱۰
۵-۱۰	سلسله مراتبی بودن محتوا (زیرعنوان‌ها و زیرمنوها کاملاً مرتبط با عنوان اصلی بوده و بیننده به راحتی بتواند پیش‌بینی عناوین زیرین را بنماید)	۱۰
۶-۱۰	عدم وجود موارد زیر: I. صفحات بدون محتوا و مطالب تکراری (۵) II. لینک‌های داخلی غیر فعال (۵) III. صفحات و لینک‌های تکراری (۵) IV. مطالب (اخبار، مقاله، ارائه مطلب و...) سایر وبسایت‌های نامرتب (کپی کردن مطالب نامرتب با موضوع وبسایت و بدون ذکر منبع و بارگذاری فایل‌های تولید شده توسط سایر وبسایت‌ها در وبسایت شرکت، از مصادیق این بند است) (۵)	۲۰
۷-۱۰	به‌روزرسانی مستمر وبسایت با درج تاریخ به‌روزرسانی (بیننده با یک نظر، پویایی و به روز بودن وبسایت را متوجه شود)	۵
۸-۱۰	بیننده به راحتی، بدون فکر و تحلیل باید به مطلب مورد نظر دست یابد (این عبارت برگرفته از کتب معتبر بین‌المللی بوده و عبارت "بدون فکر و تحلیل" در وبسایت‌های معروف دنیا کاملاً موضوع جافته‌ای است)	۱۰
۹-۱۰	تناسب عمق وبسایت (بازدیدکننده حداکثر با سه کلیک به صفحه مورد نظر دست یابد)	۱۰
۱۰-۱۰	عناوین اصلی منو حداکثر می‌توانند دارای دو زیرمنو باشند (این بند، مربوط به بررسی ظاهر منوها بوده و ارتباطی با بند "تناسب عمق وبسایت" ندارد)	۱۰
۱۱-۱۰	ارائه مطالب توسط متن (html) بوده و در صورت لزوم امکان دانلود فایل (با فرمت Doc, pdf) در کنار متن (برای مثال در صورت عدم نیاز به استناد، از تصویر متن استفاده نگردد)	۱۰
۱۲-۱۰	برای هر فایل قابل دانلود، فرمت، حجم و تاریخ فایل‌های قرارداده شده قید شده باشد و در جهت استفاده بهتر بیننده، تا آنجا که ممکن باشد حجم فایل‌ها کم باشد	۱۰
۱۳-۱۰	هر مطلبی که در وبسایت قرار می‌گیرد باید دارای تاریخ باشد (بیننده به راحتی باید از تاریخ درج مطالب وبسایت آگاهی یابد، حتی مطالبی که گذر زمان از اهمیت و اعتبار آنها کم نمی‌کند)	۱۰
۱۴-۱۰	عدم استفاده از عناوین "بایگانی" یا "آرشیو" (قدیم یا جدید بودن مطالب امری نسبی بوده و چه بسا مطالبی که از دید شرکت قدیمی شده و باید در آرشیو قرار گیرد، از دید بازدید کننده سایت کاملاً جدید باشد. بنابراین استفاده از این دو عنوان فقط در شرایط خاص که جایگزینی ندارد توجیه خواهد داشت)	۱۰
۱۵-۱۰	ایجاد قسمت‌های جدید، ابتکار و خلاقیت (این بند می‌تواند در تمامی بندها، مانند طراحی نیز ارزیابی گردد)	۵
۱۱	فرم‌های الکترونیکی:	(۵۰)

۱-۱۱	مشخص بودن فیلدهای اجباری (مشخص بودن فیلدهای اجباری با ستاره یا ذکر کردن)	۵
۲-۱۱	توضیح متنی نحوه تکمیل هر فیلد و پیغام خطای مجزا برای هر فیلد، در صورت تکمیل اشتباه فیلد توسط بازدیدکننده (مثال: در صورت اشتباه وارد کردن شماره تلفن یا ایمیل نامعتبر، اعلام خطا نماید)	۵
۳-۱۱	امکان پر کردن فیلدها با لغات پیشنهادی خودکار برای یکپارچگی پایگاه داده‌ها (استفاده از لیست کشویی، رادیویی و یا چند گزینه‌ای)	۵
۴-۱۱	امکان اصلاح اطلاعات پر شده در فرم (این حالت عمومیت نداشته و برای موارد خاص از جمله پروفایل شخص قابل تعریف است)	۵
۵-۱۱	امکان مشاهده فرم تکمیل شده قبل از ارسال نهایی (جهت اطمینان بازدیدکننده از صحت اطلاعات)	۵
۶-۱۱	امکان اخذ خروجی فایل از فرم تکمیل شده	۵
۷-۱۱	وجود راهنما و نمونه فرم پر شده قبل از ورود به فرم اصلی	۵
۸-۱۱	احراز هویت افراد، مکان و آدرس از طریق ^{۱۱} GSB (اتصال به دیتابیس‌های ثبت احوال، پست و غیره)	۱۵
۱۲	طراحی:	(۶۰)
۱-۱۲	کاربرپسندی و جذابیت دیداری (ترکیب رنگ‌های متناسب با موضوع و عنوان سایت، جداول، اشکال، متون، تصاویر)	۱۰
۲-۱۲	طراحی واکنش‌گرا ^{۱۲} برای قالب ^{۱۳} ، در جهت نمایش صحیح سایت در نمایش‌گرهای با سایز مختلف (مانیتور، موبایل، تبلت و فیلِت)	۱۰
۳-۱۲	طراحی یک قالب ثابت در کل وبسایت (در صورت استفاده از مدل Tabular در صفحه اصلی، حداقل سرصفحه (Banner) و پاصفحه در کلیه صفحات یکسان باشد)	۱۰
۴-۱۲	بنر وبسایت می‌تواند شامل نام کامل شرکت، آرم و URL باشد (این موضوع شامل کلیه زبان‌های وبسایت است و عبارت کامل لاتین حروف اختصار استفاده شده در URL یا نام انگلیسی شرکت نیز می‌تواند در بنر درج گردد)	۱۰
۵-۱۲	تغییر چیدمان اجزای اصلی وبسایت مانند بنر و منوها برای زبان دوم (برای مثال منوی اصلی برای زبان فارسی، سمت راست و برای انگلیسی، سمت چپ قرار گیرد)	۵
۶-۱۲	استفاده از طرح و شمای مشابه در وبسایت‌های چند زبانه	۵
۷-۱۲	استفاده مناسب از آیکن‌های زیبا و با کیفیت جهت راهنمایی بهتر بازدیدکنندگان	۵
۸-۱۲	فرمت تصاویر استفاده شده باید png, Jpg, gif بوده و با حجم بسیار پایین درج شوند	۵
۱۳	مدیریت مصرف:	(۲۰)
۱-۱۳	وجود بخش مدیریت مصرف با محتوای زیر: I. محاسبه هزینه مصرف، هم به صورت اطلاع رسانی و هم محاسبه الکترونیکی (این مورد ممکن است برای برخی از شرکت‌ها -مانند آب- عدم مصداق باشد) (۱۰) II. متون راهنمایی کننده راجع به نحوه مدیریت مصرف از جمله طراحی منزل یا محل کار و نیز راهنمای انتخاب کالاهای مرتبط با آب و برق (۱۰)	۲۰
۱۴	زیرسایت: (گسترده‌گی مطالب و نیاز به وبسایت تخصصی، سازمان را به سمت ایجاد زیرسایت سوق می‌دهد که در این صورت باید موارد زیر لحاظ گردد)	(۵۰)
۱-۱۴	آدرس زیرسایت باید با فرمت http://subdomain.site.ir باشد (فرمت مذکور به دلیل سهولت اعلام عمومی و استفاده آسانتر کاربران، بر فرمت http://www.site.ir/subdomain اولویت دارد)	۱۰
۲-۱۴	انتخاب آدرس زیرسایت (URL) متناسب با موضوع، کوتاه و ساده	۱۰
۳-۱۴	لینک به پرتال اصلی شرکت از هر زیرسایت به صورت آیکن واضح و مجزا (درج شعار سال، لینک‌های اجباری و امتیازدار مندرج در بند ۴، برای زیرسایت‌ها نیاز نیست)	۱۰

۴-۱۴	وجود بخش پیوندها جهت معرفی سایت‌های مرتبط با موضوع تخصصی همان زیرسایت	۵
۵-۱۴	کلید زیرسایت‌ها باید از یک قالب با چارچوب واحد استفاده نمایند (رنگ زیرسایت‌ها می‌تواند با یکدیگر متفاوت باشد)	۱۰
۶-۱۴	کلید مطالب و محتوای هر زیرسایت باید کاملاً تخصصی و صرفاً پیرامون موضوع وبسایت باشد (از پرکردن بی‌مورد محتوای زیرسایت و کپی مطالب از پرتال سازمان یا سایر سایت‌ها جداً پرهیز شود) توضیح: در شرکت‌های دارای زیرسایت، سایت اصلی شرکت می‌تواند به مثابه ویتترین عمل کرده و در طراحی قالب، تفاوت‌های عمده‌ای با زیرسایت‌ها داشته باشد.	۵
۱۵	امنیت: (دو مورد زیر در صورت صلاحدید ارزیاب با هماهنگی مسئول سایت انجام می‌شود)	(۷۰)
۱-۱۵	اعمال استانداردهای امنیتی بر روی سرور (اعم از فایروال، آنتی ویروس، بستن پورت‌های غیرمجاز و...)	۲۵
۲-۱۵	CMS مورد استفاده باید دارای حداقل استانداردهای امنیتی باشد	۲۵
۳-۱۵	اخذ گواهینامه SSL ^{۱۴} و آدرس دارای پروتکل ^{۱۵} HTTPS	۱۰
۴-۱۵	استفاده از فیلد کد کپچا ^{۱۶} در کلید فرم‌های الکترونیکی	۱۰
۱۶	خدمات الکترونیکی:	(۵۰۰)
۱-۱۶	امکان ثبت و پیگیری شکایت (این امکان در این مقطع فقط برای شرکت‌های مادر تخصصی الزامی و برای سایر شرکت‌ها الزامی نیست با این حال راه‌اندازی آن برای شرکت‌هایی که در شهرهای بزرگ فعالیت می‌کنند می‌تواند در کاهش مراجعه حضوری مردم مفید باشد): (این امکان با هدف جلوگیری از مراجعه حضوری مردم به شرکت‌ها جهت مطرح نمودن شکایت ایجاد شده و با ارائه کدرگیری امکان پیگیری اینترنتی مراحل انجام کار را به مشترک خواهد داد)	۵۰
۲-۱۶	معرفی، اطلاع‌رسانی و ارتباط: I. معرفی خدمات (وجود یک لینک واضح و مشخص با عنوان خدمات الکترونیکی در صفحه اصلی وبسایت با محتوای فهرست کلید خدمات ارائه شده، براساس عناوین مصوب هر شرکت، در وبسایت و لینک بودن هر عنوان به صفحه اختصاصی ارائه خدمت) (۱۰) II. مشخص بودن مراحل انجام کار و معرفی فرایند ارائه هر خدمت در راهنما یا صفحه ارائه هر خدمت (راهنما می‌تواند شامل متن، نمودار، فلوجارت، فیلم آموزشی و الگوریتم اجرای فرایند باشد) (۱۰) III. فهرست شناسنامه خدمات به تعداد خدمات قابل ارائه توسط شرکت (مشخصات، نحوه ارائه و شرح هر خدمت و امکان ذخیره و چاپ اطلاعات) (۵) IV. اعلام زمان (۱- در صورتی که خدمت به صورت ۲۴ ساعته ارائه نمی‌شود، زمان ارائه خدمت اعلام شود. ۲- در صورت لزوم مراجعه حضوری کاربر، ساعات و مکان ارائه خدمت در صفحه ارائه خدمت مشخص باشد. ۳- اعلام حداکثر مدت زمان مورد نیاز برای تحویل خدمت) (۵) V. اعلام نحوه و مکان تحویل خدمت (وب، حضوری، تلفنی، پست، ایمیل، موبایل یا پیشخوان) (۵) VI. پاسخگو بودن سازمان (اعلام شیوه دسترسی به کارکنان پاسخگوی هر خدمت، امکان تعامل و تماس بازدیدکننده با مسئول ارائه خدمت {تلفن، ایمیل، چت آنلاین} یا وجود تلفن گویا) (۱۰) VII. اعلام آخرین وضعیت انجام خدمت در هر مرحله و در نهایت، نتیجه درخواست خدمت به درخواست کنندگان از طریق وب، پیام کوتاه و ایمیل (به این معنی که درخواست دهنده، بعد از ارسال فرم‌ها و مدارک از طریق وبسایت، از وضعیت درخواست خود مطلع شود) (۱۰) VIII. اعلام مشخصات واجدین شرایط و ضوابط دریافت هر خدمت (۵) IX. اعلام هزینه و شیوه واریز (رایگان بودن و یا میزان هزینه خدمت و همچنین نحوه پرداخت {الکترونیکی یا حضوری} به همراه اطلاعات حساب) (۵) X. اعلام فهرست مدارک مورد نیاز جهت اخذ هر خدمت (۵)	۳۸۰

		<p>XI وجود بخش "مشاهده قبض" صرفاً برای شرکت‌های توزیع برق و آبفای شهری و روستایی (۳۰)</p> <p>XII خدماتی که فقط اطلاع رسانی شده (به ازای هر خدمت ۱ امتیاز) (۶۰)</p> <p>XIII خدماتی که بصورت تعاملی (قابل پیگیری توسط کد رهگیری) ارائه شده (به ازای هر خدمت ۳ امتیاز) (۱۰۰)</p> <p>XIV خدماتی که بصورت تراکنشی ارائه شده (به ازای هر خدمت ۶ امتیاز) (ملاک، صحت ارائه خدمات است) (۱۲۰)</p>	
۳-۱۶	۲۰	<p>قابلیت پیگیری درخواست خدمت (وجود حداقل یکی از روش‌های معرفی شده: ۱- ارائه کارتابل جهت پیگیری و اطلاع از روند کلیه درخواست‌ها و عدم نیاز به ثبت‌نام مجدد و مجزا برای استفاده از سایر خدمات. ۲- امکان ارائه کد پیگیری الکترونیکی از طریق وبسایت، پیام‌کوتاه یا ایمیل ۳- امکان بازبازی رمز عبور و کد پیگیری به صورت کاملاً الکترونیکی بدون نیاز به تماس با اپراتور. ۴- از طریق رایانامه و پیام کوتاه) ۴- ارائه رسید قابل چاپ به بازدیدکننده بعد از انجام فرایند تراکنش</p>	
۴-۱۶	۱۰	<p>قرار داشتن کلیه خدمات در یک وبسایت (برای دریافت خدمت، از صفحه خدمت خارج نشود و تمام سامانه‌ها در یک آدرس قرار داشته باشند. بهتر است کلیه خدمات به صورت SSO^{۱۷} باشد)</p>	
۵-۱۶	۴۰	<p>کامل بودن فرایند انجام الکترونیکی خدمت از شروع تا اتمام (برای مثال نیاز به مراجعه حضوری برای انجام بخشی از فرایند مانند تحویل مدارک، نباشد)</p>	
جمع کل:			۱۳۰۰

تبصره: منظور از کلمه "شرکت"، کلیه شرکت‌های زیرمجموعه وزارت نیرو است و این شامل مراکز پژوهشی و آموزشی نیز است.

منابع:

- بخشنامه‌های ارزیابی وبسایت‌ها از طرف ریاست جمهوری
- بخشنامه‌های ارزیابی وبسایت‌ها از طرف وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات
- مصوبات کمیسیون فناوری اطلاعات و ارتباطات صنعت آب و برق
- دستورالعمل ضوابط وبسایت‌ها و پرتال‌های دستگاه‌های حاکمیتی جمهوری اسلامی ایران
- ضوابط و استانداردهای بین‌المللی وبسایت‌ها از جمله سئو^{۱۸} SEO
- معیارهای ارزیابی شرکت‌های مادر تخصصی وزارت نیرو

تعریف خدمت:

- ۱- اطلاع رسانی: اطلاعات راجع به فرآیند و روند کار و قابل دسترس بودن فایل قابل چاپ فرم‌های مورد نیاز برای انجام خدمت
- ۲- تعاملی: وجود فرم‌های الکترونیکی مرتبط با خدمت و امکان تکمیل و ارسال آن (ارتباط یکسویه)
- ۳- تراکنشی: ارائه خدمت به صورت کاملاً الکترونیکی از ابتدا تا انتها (ارتباط دوسویه - رفت و برگشت)