



ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №6917

НОМИНАЦИЯ: ЛУЧШИЙ ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖЕР

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Альфа-Банк
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Барнаул
КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА	180
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	https://alfabank.ru
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Шиян Кристина
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
ССЫЛКА на Youtube	https://youtu.be/KlibrkcPeSg

ЭССЕ НОМИНАНТА

1. Краткое знакомство, роль, цели и задачи

Здравствуйте, уважаемые члены жюри конкурса Хрустальная Гарнитура. Меня зовут Кристина, я возглавляю Отдел телемаркетинга и продаж Альфа-Банка в г. Барнаул.

Как говорила знаменитая Элеонора Рузвельт **«Чтобы управлять собой, используйте голову. Для управления другими используйте сердце».**

Именно такой подход я использую в работе. Я дорожу своими сотрудниками. Благодаря этому я создала сильную, эффективную и дружную команду, результатами которой горжусь.

Отдел телемаркетинга входит в состав Управления телефонных продаж Альфа-Банка. Располагается наш отдел на площадке Регионального операционного центра в г. Барнаул. Сотрудники моего отдела не просто продают продукты банка, мы сохраняем наших Клиентов и привлекаем новых с помощью продажи уникальных продуктов, сформированных на основе потребности клиента. Отдел включает в себя два больших самостоятельных направления:

- Онлайн-дистрибуция – приобретаем новых клиентов путем обработки анкет клиентов с сайта.
- Сохранение клиентов – сохраняем действующих клиентов путем исходящего обзвона и удержания.

В направлении онлайн-дистрибуции на домашней площадке работает 90 сотрудников. Так же у нас есть партнеры – это аутсорсинговые контакт-центры, в которых на нашем проекте трудится порядка 350 человек.

В направлении сохранения клиентов у нас задействовано 85 сотрудников на домашней площадке.

Мы спешим быть впереди и в век технологий внедряем роботизацию на исходящих звонках. Три гениальных специалиста, обучающих наших роботов вести эффективный диалог с клиентами, работают в нашем отделе.

В Телемаркетинг мы приходим не только работать - это целая жизнь, в которой каждый сотрудник играет главную роль. Мы дружим, развиваемся, любим, воплощаем свои мечты в реальность и с помощью всего этого достигаем отличных результатов в работе.

2. Положительное влияние на деятельность организации

Как сердце в организме занимает главное место – место двигателя, место поддержания жизни, так и наш отдел для Альфа-Банка играет не менее важную роль.

Мы содействуем людям и компаниям в улучшении жизни, предоставляя простые и удобные решения от повседневных до самых ключевых в жизни клиентов. Сегодня и на годы вперед.

В основу успеха моих результатов заложены следующие ценности Альфы:

1.#СМЕЛЕЕ. Действую как лидер

Открыта для нового и готова к изменениям. Достигаю амбициозных целей. Вдохновляю своим примером.

За 6 лет работы в Альфа-Банке я работала в 3-х целевых направлениях. С позиции консультанта я выросла до начальника отдела за три года. Невероятный период в моей жизни, дающий ценный опыт.

2.InSync со своим клиентом

Вместе с клиентом в любую минуту. Нахожу оптимальные решения для клиента. Ценю время клиента.

Мы строим диалоги с клиентами, учитывая их типологию по методике DISC, ищем особый подход, что дает нам возможность создавать максимально эффективный диалог. Мы даем клиентам

возможность получить самые выгодные продукты нашего банка.

3.Делюсь идеями открыто

Доверяю своей команде – открыто делюсь идеями. Уважаю и слышу идеи других, всегда стремлюсь помочь. Выражаю свою идею, сотрудничаю для достижения общего результата Банка.

Моя команда — это мое вдохновение, именно с них я черпаю идеи и делюсь с ребятами своими. Работая в таком ключе, мы получаем максимальный результат в своей эффективности. В 2018 году я и моя команда направления сохранения клиентов активно работали с **McKinsey & Company** над улучшением и оптимизацией наших процессов. Мы запускали новые продукты и проекты, идею которых черпали именно, основываясь на обратную связь моей группы.

Далее предлагаю ознакомиться с динамикой наших результатов в 1Q-3Q 2020 года.

3. Операционная эффективность

Как и в спорте, к наилучшему результату нас приводят стабильные тренировки, верность своей цели, вовлечение в процесс.

Таким образом за три первых квартала 2020 года нам удалось достигнуть, следующих результатов:

Сохранение Клиентов:

1. Выполнение плана 127%, это на 3 процентных пункта выше чем в 2019 году
2. Более 250 000 сохраненных клиентов
3. Мы получаем более 40% согласий клиентов на звонках
4. Более 30% клиентов снова начали активно пользоваться продуктами нашего Банка

Продажи по заявкам с сайта (Онлайн-дистрибуция):

1. Выполнение плана 110%, это на 9 процентных пункта выше чем в 2019 году
2. Более 400 000 новых клиентов
3. Мы получаем 80% согласий клиентов на звонках
4. 80% клиентов получают свою карту в течение 24 часов с момента подачи заявки

Коэффициент стабильности персонала растет от года к году, в Q1 - Q3 2020 года он составил 94,3%, при средних ~ 80% на исходящем обзвоне в банковских КЦ нашего города.

В концепцию наших результатов заложено следующее:

1.Используем свободный диалог. Быть «заскриптованными» - не наш метод. Нам помогает высокий уровень профессионализма операторов и два принципа:

- Свободный диалог
- Слышим клиента

2.Мы учитываем потребность клиента на этапе подбора предложения. Исходя из активности клиентов в социальных сетях, мы подбирали им ко-брендовые карты (карты для геймеров линейки Wargaming, карта путешественника Alfa Travel, Cash Back). Это вызвало настоящий «wow» эффект и высокий отклик.

3.Гуру продаж и мастер-классы. Лучшие продавцы ежемесячно проводят мастер-классы для всех операторов направления, делятся практиками и идеями по следующим направлениям:

- Увеличение продаж
- Повышение сервиса обслуживания
- Рост эффективности
- Рост вовлеченности персонала

Это и многое другое позволяет нам достигать поставленных целей в работе и успешно развиваться.

4. Инновации и креативность

Сердце — это там, где рождаются идеи и совершаются поступки.

Отдел телемаркетинга славится индивидуальным подходом к каждому сотруднику. Мы не останавливаемся на достигнутом и постоянно находимся в поиске новых идей. Расскажу о нескольких примерах.

Геймификация «Игра престолов». Конкурс, предполагающий неденежную мотивацию, благодаря которой операторы могут получить свой заветный приз за заработанные баллы.

- Визуализация результатов
- Здоровая конкуренция
- +5% конверсии в согласие на звонок

Alfa Students. Одна из инициатив, которая была реализована нами в 2020 году, - это программа A.Students. Она помогает нам создавать кадровый резерв из ребят, заканчивающих обучение в высших образовательных учреждениях. Мы не просто приходим к ребятам в учебные заведения, презентуя свои вакансии, а учим сотрудников основам банковских процессов, помогаем развивать навыки и компетенции, которые важны как на работе, так и в жизни.

- Кадровый резерв
- Повышение узнаваемости бренда на рынке
- Кандидаты, владеющие знаниями и навыками
- +3% сотрудников, успешно прошедших испытательный срок

Приведи друга. С помощью данной акции наш коллектив становится еще более сплочённым. При прохождении кандидатом испытательного срока мы получаем в команду надежного друга и ответственного сотрудника, а ребята, порекомендовавшие своего друга, получают в награду 4 000 рублей, что является приятным бонусом к ежемесячному доходу.

- +2% сотрудников в команду лучших друзей
- Повышение вовлеченности персонала

В силу сложившихся условий в 2020 году мы проверили себя на гибкость.

- Мы внедрили систему гибких графиков для сотрудников, теперь каждый может выбрать удобное для себя расписание смен.
- Мы даем сотрудникам возможность остаться дома и перенести рабочий день при необходимости.
- Мы обеспечиваем сотрудникам удаленную работу в связи с карантинными мерами, а также по другим причинам.

В 2020 году мы столкнулись с ситуацией. В августе наша сотрудница оказалась дома с переломом ноги, но очень хотела работать. Мы обеспечили ее всем необходимым, и она продолжила приносить пользу для Банка и клиента.

Мы ценим своих сотрудников, а они ценят гибкость Банка.

5. Клиентоориентированность

Мы за открытость, прозрачность и любовь. Эти основополагающие принципы заложены в наши сердца, которые каждый из сотрудников отдела открывает своему клиенту.

Хочу поделиться разработанной нами методикой по эффективному взаимодействию с клиентами, которая помогает нам ежемесячно сохранять в банке более 1.5 тыс. клиентов.

Для начала я озвучу причины, которые подтолкнули нас пересмотреть свои подходы к общению. Каждый день мы с вами получаем большое количество звонков с предложениями от разных организаций. Сценарий разговора из раза в раз один и тот же, в связи с чем теряется заинтересованность клиентов в продолжении диалога.

Мы нашли путь к изменению, решив общаться с клиентами свободно, предоставляя им не только высокий уровень сервиса, но и учитывая их предпочтения, исходя из их психотипов.

Операторы выстраивают свое общение с клиентами в рамках «цветного диалога», который основан на методике DISK и делении клиентов на 4 основных цвета: красный, зеленый, желтый и синий.

Разговаривая по телефону, каждый из нас ненамеренно дает своему собеседнику определенные маркеры, с помощью которых можно вычислить наш психотип и мотивы нашего поведения.

Как же определяют операторы клиентов по цветам? Все просто.

Красный клиент прямолинеен, ценит время, любит указывать другим. В своем разговоре он обязательно подчеркнет свою значимость. В разговоре с ним важно быть компетентным и говорить о выгодах, которые он получит.

Синий клиент любит цифры, четкость, он практичен. Ему нужны веские измеримые аргументы и гарантии.

Желтый клиент импульсивен, нестандартен, активен. Он оценит ваши шутки и возможность выделиться из толпы.

Зеленый клиент осторожен, стабилен. Проявляйте к нему интерес как к личности, не забудьте рассказать об удобстве использования вашего продукта.

Введение и масштабирование цветного диалога заняло у нас по времени около года, но это того стоило. Благодаря этой коммуникативной технологии произошли качественные изменения в следующих показателях:

1. Конверсия в согласия клиентов на звонке увеличилась на 12% от нашего целевого значения в Q1 - Q3 2020 года. Это значит, что мы стали слышать слово «ДА» чаще.
2. Транзакционная активность наших клиентов выросла на 13% за этот период, т.е. клиенты не просто соглашались, они стали в большем объеме пользоваться нашими продуктами после их получения.
3. Ежемесячный рост выполнения плана по сохранению на 1,5-2%.

Если перевести эти цифры в деньги, то могу сказать, что с помощью цветного диалога мы заработали на \$150 тыс. больше, чем если бы работали без него.

Помимо финансовых выгод я вижу рост своих сотрудников как профессионалов. У них стали чаще

появляться креативные идеи, которые мы воплощаем в жизнь, отталкиваясь в первую очередь от клиента и его потребностей.

6. Вовлеченность

Говорят, важно слушать свое сердце. Наше сердце – это каждый сотрудник, и слаженно работать и питать всю систему оно будет только, если мы будем слышать каждого из них.

Четыре раза в год мы проводим масштабный опрос всех сотрудников Альфа-Банка, и отдел телемаркетинга дает лучшее значение в отрасли. По итогам первого полугодия 2020 года вот что мы выяснили:

1. Уровень заинтересованности в прохождении опроса 80%. Это говорит о заинтересованности в жизни Банка и отдела, в котором ребята работают.
2. Высокий уровень вовлеченности – 85,9%, что говорит нам о правильно выбранной стратегии управления. По итогам данных опросов мы видим достаточно высокие результаты, но мы не останавливаемся и продолжаем работать над собой, ведь совершенству нет предела, а развитие для нас очень важно.

Для того чтобы поддерживать высокие результаты вовлеченности персонала, у нас существует «ящик обратной связи» для сотрудников, куда каждый сотрудник отдела может написать свое предложение, видение и в целом дать нам feedback. Да, это не новейший инструмент в мировой практике КЦ, но именно он позволил нам создать копилку идей и реализовать такие как:

- Массажные кресла
- Спортивный зал
- Удобные и доступные coffee point
- Тематические дни
- Батлы между отделами по настольному теннису
- Соревнования между крупными организациями города по боулингу и волейболу

В нашем Банке есть такое понятие как Альфа-ДНК. Название говорит само за себя. Это когда Альфа – твоя жизнь, и все, что происходит с Альфой, ты полностью проживаешь вместе с ней. Как уже писала выше, я росла и развивалась с позиции консультанта до начальника отдела телемаркетинга и продаж в Альфа-Банке. Оглядываясь на пройденный путь, я искренне могу сказать "Альфа – это я!"

7. Лучшие практики в индустрии

Открой свое сердце, и люди в ответ откроют свое. Я привыкла быть открытой. Для меня это стало неким правилом, это дает отличный результат в истории моего успеха, и тому подтверждение — мои достижения:

- Модернизация направления сохранения клиентов совместно с компанией McKinsey (выполнение плана продаж и целевой транзакционной активности по итогу 2017 года более чем на 100%).
- Успешный запуск направления онлайн-дистрибуции на площадке (выполнение плана продаж, конверсии в согласие на звонок, доставка карт в течение 24 часов, обработка заявок в течение 60 минут по итогу 2018 года).
- Более 45 000 клиентов по итогам 2018 года возобновили свою активность, в результате

проделанной работы направлением по сохранению клиентов.

- Прирост 20 % эффективности конверсии в согласие на звонок по направлению сохранения клиентов по итогам 2018.
- Успешное масштабирование направления онлайн-дистрибуции в аутсорсе (выполнение плана продаж, конверсии в согласие на звонок, доставка карт в течение 24 часов, обработка заявок в течение 30 минут по итогу 2019 года).
- Разработка новой системы обучения для сотрудников домашней площадки и аутсорсинговых компаний-партнеров по итогам первого полугодия 2020 года.

Полученный опыт за последние три года позволяет мне на сегодняшний день демонстрировать свои управленческие навыки и компетенции на уровне ролевой модели. Мои награды:

- Победа в программе «Наши Чемпионы» по итогу 2017 года.
- По системе Performance manager оценка «В» по итогам 2017/2018 года.
- Победа в номинация «The best Boss» по итогу первого полугодия 2020.

8. Итоги

В заключении моего эссе хочу сказать, что для меня и моей команды бизнес — это сочетание любви и спорта. Любовь живет в моем сердце, которое лежит в основе моего подхода в управлении.

В результате такого подхода я получаю отличную, вовлеченную, высокоэффективную команду, которая двигает Альфу вперед, помогает быть на первом месте для наших клиентов. Мне удастся делать наши результаты достойными для каждого участника процесса: для клиента, для банка и для сотрудников.

А наша спортивная мотивация, трудолюбие, вовлеченность совместно с креативом позволяют достигать целей и быть первыми.

Самое главное в управлении – сконцентрироваться на самом важном. Я просто всегда работаю над тем, чем бы мне хотелось пользоваться. Над командой, в которой мне бы хотелось работать. Над условиями труда, о которых я когда-то мечтала.

Все это позволяет мне быть лучшей в своем деле.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Шиян
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Кристина Сергеевна
ДОЛЖНОСТЬ	Начальник отдела телемаркетинга и продаж