CCGuru Awards

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №8961

НОМИНАЦИЯ: ЛУЧШИЙ ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖЕР

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Tele2
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Саранск
КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА	550
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Митяшенкова Яна
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
ССЫЛКА на Youtube	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

ЭССЕ НОМИНАНТА

1. Краткое знакомство, роль, цели и задачи (не более 1800 знаков с пробелами)

Добрый день, друзья и коллеги! Меня зовут Яна Митяшенкова, и я расскажу вам, как моя любовь к работе помогает завоевать любовь клиентов к компании. 14 лет назад я начала свой путь в

телеком-отрасли в качестве оператора справочной службы. За эти годы я прошла путь от оператора небольшого контактного центра до руководителя направления по обслуживанию массового сегмента в Департаменте дистанционных продаж и сервиса Tele2 в г. Саранск. Мой карьерный путь был разнообразен: помимо должности оператора, я работала на позиции специалиста по обслуживанию клиентов офисе, была менеджером по обслуживанию VIP, а затем корпоративных клиентов. С уверенностью могу сказать, что я знаю много о клиентском сервисе и о том, как построить успешную команду, которая приносит пользу бизнесу. Мои задачи сейчас – это системная деятельность, включающая в себя решение стратегических и операционных задач, предоставление высокого уровня сервиса и выполнение стратегических целей бизнеса. Я занимаюсь развитием персонала, управлением изменениями и рисками, оптимизацией системы обучения. Также в мои обязанности входит кросс-функциональное взаимодействие со смежными подразделениями и проектная деятельность. Передо мной и моей командой ежедневно стоит задача качественно и искренне помогать клиентам, выполняя при этом основной набор ключевых показателей, таких как CSI, продажи, среднее время разговора, Service Level и другие.

Справляться этими непростыми задачами мне помогает преданность бренду. Могу смело сказать, что я фанат своей компании, ее продукта, принципов управления и ценностей, каждая из которых близка мне и вне рабочего кабинета.

2. Положительное влияние на деятельность организации (не более 1800 знаков с пробелами)

Чтобы прийти к большому результату, нужны маленькие шаги. Лучше всего о моем положительном влиянии на деятельность организации расскажут мои проекты.

- Сертификация. Мы всегда были полны уверенности в том, что наш сервис по праву может считаться лучшим в мире. Так, в 2017 году мы первыми в России и вторыми в мире подтвердили соответствие международному стандарту качества ISO18295. А в 2019 и 2021 году успешно прошли ресертификацию. Все это время я лидировала подготовку площадки к визиту аудиторов. В мои задачи входило выстраивание и приведение к требованиям стандарта процессов, подготовка персонала и организация аудитов. Процесс подготовки к сертификации позволил нам устранить недочеты и посмотреть на свою работу под совершенно другим углом.
- Переход на удаленную работу. В марте 2020 года мы с коллегами впервые столкнулись с такой задачей. И сперва мне показался невозможным тот факт, что 350 сотрудников будут работать из дома. Опыт организации удаленного формата работы был новым для всех. Но спустя две недели 100% сотрудников были переведены на работу из дома с соблюдением всех технических и юридических требований. Нам удалось сохранить не только безопасность сотрудников, но и стабильность рабочих процессов. Для клиентов наш переход на удаленную работу остался незамеченным.
- Проект «Революция». В 2019 году был запущен пилот новой управленческой структуры Департамента. С помощью пилота мы выявили оптимальную структуру альянса и все 350 сотрудников направления были грамотно распределены между управленцами. В результате, пилот, у истоков которого я стояла, лег в основу структуры Департамента.

Труд кончается, но хорошо выполненная работа не пропадает. – Марк Порций Катон.

3. Операционная эффективность (не более 3600 знаков с пробелами)

На мой взгляд, самое страшное в любом деле – это быть абсолютно довольным собой. Себя, безусловно, надо хвалить и поощрять, но твой вчерашний успех сегодня уже история. Рынок телекома постоянно меняется и ставит перед нами новые задачи. И мы всегда должны быть на шаг впереди, чтобы удовлетворить интересы современного потребителя и достичь целей бизнеса.

За последние несколько лет мы сознательно подняли среднее время разговора почти на 50 секунд. В чем же заключается эффективность этого решения?

А эффективность в следующем:

Проект «Pro_активный сервис» стал своего рода культурой отношения к клиенту, позиционированием его не как одного из 1000 клиентов, а как уникального человека со своим индивидуальными потребностями и проблемами, которые мы можем решить, даже если они не касаются сотовой связи. Разговор на одном языке с клиентом в прямом и переносном смысле, подбор индивидуального решения для каждого. Внедрение такого подхода показало свою эффективность. CSI вырос с на 2 п.п., уровень NPS на 3 п.п.

Еще вчера перед нами стояла задача продать клиенту услугу, которая бы радовала его дешевизной один день. Сегодня мы делаем ему предложение, выгодой которого он будет наслаждаться долгое время. Так появилась система продаж Capmpaign Management, которая ежегодно приносит компании прибыль (продажи увеличились с 2% до 5,5%). При этом CSI в звонках с продажами выше на 4 п.п.

Одним из основных показателей эффективности оператора сотовой связи является рост клиентской базы. В 2020 году из-за пандемии мы остались без основного канала продаж – офисов. В тот момент нужно было найти способ продолжить увеличивать базу без необходимости обращения клиента в офис. И решение было найдено – мы стали продавать SIM-карты на первой линии. Наши специалисты начинали делать первые неуверенные шаги в этом направлении, ведь для них было странным предлагать клиенту купить новую SIM-карту, зная, что он уже пользуется нашей связью. Но, благодаря операционной работе, обучению и верной мотивации, на сегодня мы выполняем годовой план более чем на 120%, которые сделали наши специалисты на входящей линии.

Да, мы потеряли в секундах разговора, но как много мы приобрели.

Все результаты, которых мы достигли, не были бы возможны без наших сотрудников. Беречь, развивать и поощрять их в работе – вот ключевое действие по достижению любых операционных задач. Непрерывная работа с вовлеченностью персонала, умение слышать сотрудников и постоянное улучшение условий труда дало свои результаты. Отток персонала снизился на 20%, а индекс внутреннего роста по итогам года составил 94%. Я, как руководитель, должна создавать условия для успеха своих людей. Работая на достижение операционных целей, мы увеличиваем успешность сотрудников (совокупность выполнения поставленных мотивационных целей). При таком подходе успешность сотрудников выросла на 9% и составляет 92% на конец 2022 года, при том, что цели перед нами стоят крайне амбициозные. Инвестиции в знания сотрудников всегда приносят наибольший доход.

4. Инновации и креативность (не более 3600 знаков с пробелами)

Учёные и маркетологи выяснили, что человеческий мозг лучше всего хранит информацию в формате историй. И сейчас уже недостаточно просто обучать людей. Преподаватель или руководитель компании должен воодушевлять, удивлять и восхищать. В этом случае сторителлинг является идеальным инструментом для визуализации идей и достижения максимального эффекта.

Эта тема мне показалась интересной и перспективной. Так родился проект «Совместно».

«Совместно» – это серия управленческих митапов на заданную тему, с разбором реальных кейсов из практики спикеров-экспертов и участников, рассказа историй из опыта спикера, совместное прочтение литературы на выбранную тему. Цель проекта – развить необходимые компетенции у молодых управленцев.

Как я говорила ранее, индекс внутреннего роста на площадке составляет 94% и все позиции мы закрываем собственными сотрудниками, крайне редко обращаясь к внешнему рынку. Часто на управленческие позиции стажируются молодые амбициозные ребята с активной жизненной позицией, горящими глазами, но с полным отсутствием как управленческого, так и житейского опыта. Безусловно, давно и прочно в нашу жизнь вошла программа при вводе в должность и управленческие тренинги, однако это теоретическая база, которая дает основы понимания процессов. Проект «Совместно» имеет принципиальные отличия.

Во-первых, управленцы сами выбирают тему митапа, попадающую в их текущую потребность. Спикер-эксперт заранее готовит кейсы на выбранную тему, которые реально встречались в его практике, рассказывает яркие живые личные истории, которые подходят к выбранной тематике. Мы запустили опрос для управленцев, чтобы понять какие темы для них актуальны, какие навыки они хотят прокачать и в каких ситуациях им сложнее всего принять нужное решение.

Во-вторых, важной задачей было подготовить спикеров и контент. Не каждый эксперт в той или иной теме мог стать спикером. Помимо богатого опыта, экспертизы и правильного личного бренда, спикер должен обладать отличной коммуникацией и вдохновляющим лидерством. Каждый спикер готовит контент по своей теме, формирует реальные кейсы. Группа обсуждает варианты решения кейса, далее спикер озвучивает развязку истории, то как он поступил, почему это было правильно, какой был результат. Мы обсуждаем несколько таких историй за встречу. Дальше участники делятся своими историями, и мы совместно ищем решение. Спикер рассказывает не только о своих успехах, но и о своих ошибках, неудачах. Важно показать аудитории, что никто не становился опытным и успешным сразу. Все проходили свой путь, и он не всегда был гладким. Также на встречах мы обсуждаем книги. Читали ли участники что-то на эту тему, если да, то что могут посоветовать, если нет, то спикер дает литературу, которую мог бы порекомендовать он. Важно обсуждать не столько книгу, сколько свою компанию, проецируя написанное на реалии своей организации.

За время существования проекта мы успели обсудить много тем, поделюсь несколькими из них:

- что самое сложное в управлении людьми;
- мотивация сотрудников;
- публичные выступления: импровизация vs подготовка;
- жизнестойкость. Где черпать энергию.

Несмотря на то, что проект новый, у нас уже есть первые результаты. Проект сразу получил популярность. Руководители, побывавшие на встречах, пересказывают истории тем, кто там не был. Истории становятся своего рода легендами, передающимися от одного потока управленцев к другому. Изначально проект был направлен для начинающих руководителей, но и опытные сотрудники, работающие много лет, также выражают желание принять в нем участие.

5. Клиентоориентированность (не более 3600 знаков с пробелами)

Работая в клиентском сервисе довольно долго, я замечала, как существенно изменился рынок и потребности клиентов. Когда-то высшей степенью профессионализма считалась «речь робота»,

строжайшее следование стандартам разговора, а за шутливое общение с клиентом специалист мог получить выговор. Сейчас все иначе. Клиент — это партнёр с которым нужно говорить на одном языке.

На протяжении многих лет в нашем Департаменте практикуется проект «Реальные полномочия», сутью которого является возможность сотрудника помочь клиенту на линии не только по вопросам сотовой связи: все эти годы наши сотрудники спасали жизни людей, мирили влюблённых и помогали в других непростых ситуациях.

В 2019 году мы с моим руководителем стояли у истоков проекта «Неформальное общение» и в буквальном смысле нащупывали границу между уместной неформальностью и фамильярностью, и нам это удалось. Итогами проекта стало общение с клиентом по другим правилам. Теперь сотрудник может говорить с клиентом на отвлеченные темы, пока загружается информация по основному вопросу. Мы обсуждаем с клиентом погоду в его регионе, результат вчерашнего матча по футболу, можем пошутить, когда это уместно. С момента запуска проект плотно вошел в жизнь каждого сотрудника и его инструменты широко используются в работе.

Сегодня клиенты привыкли получать высокий уровень сервиса почти во всех компаниях и как мы знаем, именно сервис сейчас является дифференциатором и конкурентным преимуществом. Я поняла, что имеющимися инструментами мы уже не удивляем клиента. Так родился проект «Pro_активный сервис». Первое, что мы сделали в рамках проекта – это отменили время разговора для пилотной группы и поставили им задачу подробно и максимально лояльно ответить на вопросы клиента. «Pro_активный сервис» – это всесторонняя забота о клиенте. Консультируя, мы обращаем внимание не только на основной вопрос, но и изучаем потребности клиента, анализируя данные на его номере. Проводя анализ, мы заботимся о нем, рассказывая о плюсах его тарифа и привилегиях в партнерских сервисах.

Вот наиболее успешные инструменты персонализации, использованные в рамках концепции:

Если в процессе консультации специалист дает клиенту рекомендации, которые помогут решить вопрос, он договаривается о времени перезвона. В результате перезвона специалист уточняет, помогли ли предложенные рекомендации, если нет, то продолжает решать вопрос. Таким образом, клиент чувствует, что о нем беспокоятся.

Руководители групп в режиме реального времени следят за оценками клиентов. В случае оценки «1» звонок прослушивается в первые 2 часа, руководитель перезванивает клиенту для того, чтобы выяснить причину оценки. Все неприемлемые оценки отрабатываются с сотрудником в течение 24 часов. Когда клиент понимает, что его мнение важно для нас, видит, что мы не игнорируем его «сигнал» о недочетах в ответе специалиста, он получает уверенность в том, что он важен и услышан компанией.

Фокус на заботе о клиенте. Персонализированное подсвечивание ранее неизвестных ему возможностей. Если видим, что клиент не расходует весь пакет интернета, обязательно рассказываем ему о возможности продать трафик другим клиентам или бесплатно поделиться им с близкими. Мы дарим подарки клиенту на день его рождения или на день рождения его Sim-карты и на иные персональные праздники. Рассказываем, как обменять минуты на кино или пить бесплатный кофе по понедельникам с партнерской программой «Больше». Это дает клиенту понимание что он уникален для нас.

6. Вовлеченность (не более 3600 знаков с пробелами)

Я рассматриваю вовлеченность в 3х аспектах:

- Люди должны получать достойное вознаграждение своего труда.
- Люди должны чувствовать себя нужными и важными.
- Люди должны получать удовольствие от своей работы.

Расскажу подробнее, как я обеспечиваю реализацию каждого пункта.

1.Люди должны получать достойное вознаграждение своего труда.

Это касается грамотного управления KPI показателями, обучения, обратной связи и поиска инструментов для постоянного улучшения KPI. Я стала автором внедрения цикла управления изменениями. Изменения в продукте компании, как правило, влекут всплеск обращений и не всегда позитивных. До запуска изменений мы решаем, как обучать людей, корректируем стандартные фразы, выстраиваем алгоритмы, опираясь на удобство сотрудников и клиентов. Далее мы запускаем контроль качества изменений. Сотрудники контроля качества ежедневно прослушивают консультации по новой тематике, руководители дают обратную связь специалистам, составляют опросники по ТОПу ошибок. Изменения становятся частью нашей жизни, когда на протяжении недели процент ошибок по ним не выше 19%. Все это обеспечивает гарантию того, что сотрудник комфортно чувствует себя при любых изменениях и не теряет свой бонус. Уровень ошибок в консультациях с тематиками по изменениям снизился на 7%.

2. Люди должны чувствовать себя нужными и важными.

Одно из главных правил нашей компании и мое личное – не наказывать за ошибки, а учиться на них. Я пришла к этому не сразу. Раньше мне казалось проще сделать все самой, не тратя время на объяснения. Теперь я уверена – каждый должен пройти свой путь, а моя задача – помочь и подсветить риски. По моей инициативе на нашей площадке появился проект «Совместно», о нем я рассказала ранее.

Мы активно применяем принципы краудсорсинга. Специалисты личной поддержки привлекаются к созданию алгоритмов разговоров, тестированию нового продукта. При решении любого вопроса я всегда спрашиваю мнение команды, слушаю их предложения, аргументы и только потом принимаю решение.

3.Люди должны получать удовольствие от своей работы.

Быть несерьезным иногда полезно, и на мой взгляд важно быть на одной волне со своей командой. Еженедельно я знакомлюсь с новыми сотрудниками, пришедшими в компанию. Знакомство проходит в неформальной обстановке: за чаепитием ребята рассказывают о себе, своих впечатлениях, а я делюсь с ними своей историей в компании, честно подсвечиваю сложности и открыто отвечаю на вопросы. После таких встреч они видят во мне товарища, который всегда готов их поддержать. Для меня они раскрываются как уникальные личности. В жизнь дистанционного сервиса давно вошли праздники и тематические дни. Я искренне считаю, что сам факт проведения праздника не окажет большого влияния на сплочение коллектива. Сплотить команду помогает совместная подготовка к мероприятию и их лидер, энтузиазм и энергия которого способны зарядить всех вокруг и вовлечь в происходящее. Будь то украшение офиса, подготовка выступления на конкурс или день домашнего уюта в пледах и с чашкой чая.

Я всегда поддерживаю праздничное настроение в коллективе, обожаю наши походы в театр и кино, в которых участвуют более 100 сотрудников площадки. По итогам года процент вовлеченности на площадке составляет 86%.

Мы систематически проводим благотворительные мероприятия в детских домах, домах престарелых и в местах чрезвычайных ситуаций. Мы помогаем городу в уборке общественных территорий. Мои коллеги с энтузиазмом поддерживают эти инициативы. А я счастлива осознавать, что меня окружают близкие по духу люди!

7. Лучшие практики в индустрии (не более 1800 знаков с пробелами)

14 лет работы в телеком-отрасли – это бесценный опыт для меня. В эссе я рассказала о самых эффективных инструментах, которые использую, и о лучших решениях, выгодных и бизнесу, и клиенту.

Для себя я выделила самые важные практики в каждой сфере. Ты будешь успешен, если:

1. Разделяешь ценности своей компании.

2. Веришь в свою команду.

3. Помнишь о результате. Цель любого бизнеса – прибыль.

4. Развиваешься. Секрет успеха – быть лучше, чем вчера.

Я - амбассадор корпоративного тренинга Tele2Way. Ценности компании близки мне по духу и я пропагандирую это сотрудникам. За время работы я провела 12 тренингов и зарядила более 190 человек.

Развитие команды – ключевое для руководителя. Важно помнить, что цифры делают люди. К команде нужно прислушиваться, уважать ее и ценить. Тогда люди будут выполнять работу хорошо и с удовольствием, открыто говорить о проблемах и помогать сделать бизнес лучше.

Собственное развитие всегда для меня в приоритете. Я являюсь выпускником президентской программы подготовки управленческих кадров и эффективно внедряю полученные знания в работу. Имею сертификаты об прохождении тренингов: «Foundations of Everyday Leadership», «Оперативное управление», «Управление проектами» и другие.

Подтверждением того, что я двигаюсь в верном направлении, являются премии и награды:

- 2019 – 2020: «Хрустальная гарнитура». Номинация «Лучший большой контактный центр». Высокая оценка жюри.
- 2021: «Contact Centre World». Номинация «Best Contact Centre». Серебро.
- 2021: «Contact Centre World» (этап 2). Номинация «Best Contact Centre». Бронза.
- 2022: «CX World Awards». Номинация: «Лучший персонализированный клиентский опыт». Высокая оценка жюри.

Как сказал Илон Маск, нельзя изменить мир, работая по 40 часов в неделю.

Соглашусь, работать нужно над собой, ради команды и результата.

8. Итоги (не более 1800 знаков с пробелами)

Если бы меня попросили в двух словах описать себя как руководителя, я бы сказала, что я играющий тренер. Я убеждена в том, что невозможно заставить людей любить свою работу, если не умеешь делать этого сам. При этом действовать всегда в интересах команды и работать ради достижения поставленной цели, но с удовольствием. Также, я уверена, что не стоит пренебрегать своим собственным развитием, нужно постоянно учиться, читать и заниматься тем, что приносит удовольствие помимо работы. Я читаю много бизнес литературы и увлекаюсь документальными фильмами о великих управленцах.

В заключении я хочу поблагодарить свою сильную команду и всех, кто поддерживает меня все это время. Я надеюсь, что мой опыт будет полезен для многих.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Митяшенкова
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Яна
ДОЛЖНОСТЬ	Руководитель направления по обслуживанию массового сегмента