




ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №6916

НОМИНАЦИЯ: ПРОДАВЕЦ ГОДА

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Альфа-Банк
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Ульяновск
КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА	71
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	https://alfabank.ru
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Митина Елизавета
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
ССЫЛКА на Youtube	https://youtu.be/RyKcJqSVpk

ЭССЕ НОМИНАНТА

1. Краткое знакомство, роль, цели и задачи

Каждый день я начинаю новый путь, делаю новый шаг. Для меня жизнь – это движение, а лучшее начало дня – это спорт. Я сама выбираю дистанцию, которую сегодня пробегу в парке, и сама

определяю, насколько я сегодня перевыполню план продаж.

Я – Митина Елизавета, позитив в движении. В детстве я часто ходила с мамой к ней на работу в цветочный магазин. Воспоминания тех дней яркие, как бумага, в которую мама оформляла букеты, и теплые, как полные глаза радости и восхищения покупателей от собранных мамой композиций. Люди приходили разные; у каждого были свои предпочтения, и мама легко находила со всеми общий язык. И тогда я увидела и поняла, что общение и новые знакомства - это возможность развиваться, не бояться быть собой и по-настоящему вдохновляться своей работой. Особенно, когда она нравится. Теперь и я продавец! Я работаю в успешной компании Альфа-Банк старшим консультантом исходящей линии по продажам предодобренных кредитных продуктов отдела телемаркетинга г. Ульяновска.

Моя задача как специалиста отдела продаж показать клиенту открытые условия нашего продукта, подобрать выгодное предложение и наметить старт для реализации его целей и планов. Помогаю клиенту показать, что здесь и сейчас начинается его движение к мечте: предлагаю дорогу и прокладываю маршрут. Кредитная карта, кредит или рефинансирование – это для клиента новый путь, возможность двигаться дальше.

Моя цель заключается в улучшении личных результатов, улучшении показателей группы. Чем заметнее наш вклад в объемы продаж компании, тем больше удовольствия от работы и желания расти дальше.

2. Положительное влияние на деятельность организации

Моя миссия в спорте – это получать удовольствие, чувствовать прилив энергии. Бег – это легко и комфортно. Миссия нашего банка – это содействие людям и компаниям в улучшении жизни, предоставление простых и удобных решений от повседневных до самых важных сегодня и на годы вперед. Каждый день я принимаю более двухсот звонков. Результат каждого 5-го телефонного звонка – это согласие на приобретение продуктов Банка и дальнейшее сотрудничество. Я привлекаю новых клиентов и продлеваю работу с действующими.

Сейчас я всегда выполняю план по продажам кредитных продуктов. В нашем отделе 18 человек, значит в среднем каждый должен делать 5,5% от общего объема продаж. Мой вклад в результат группы в третьем квартале достиг 8,1% (см. слайд 1 инфографики)

В работе я использую 3 основных ценности нашей компании:

1. **inSync со своим клиентом.** Вместе с клиентом в любую минуту, нахожу оптимальное решение для клиента, ценю его время;
2. **Мыслю как предприниматель.** Всегда нахожу эффективное решение для клиента, в работе мыслю стратегически;
3. **Продвигаю цифровую жизнь.** Активно рекомендую наши цифровые клиентские пути, экономлю время клиента и компании.

Я не просто применяю эти ценности, они помогают мне завоевать лояльность клиента. Чем больше ценность - тем больше удовлетворения от покупки. Довольный клиент – лояльный клиент.

3. Операционная эффективность

Продажи – это также легко, как и бег.

Когда я выхожу в парк на пробежку, мне неважно, какая сегодня погода, как я выгляжу; я не ищу время или удобное место для старта, я просто начинаю бежать здесь и сейчас. Также и в продажах, я сама создаю свое позитивное настроение, с улыбкой приветствую каждого клиента, продаю в каждом звонке, поскольку любой клиент для меня «удобный».

Для оценки эффективности сотрудников в отделе используют следующие показатели:

1. Выполнение плана продаж. Один из главных показателей, по которому оценивается моя работа. Данный показатель я выполняю каждый квартал на 100% и более (см. слайд 2 инфографики)

2. Конверсия из состоявшихся звонков в согласия. Банк стремится к увеличению эффективности, поэтому плановый показатель конверсии в течение года увеличивается. Так в 4 квартале 2019 года он составлял 13% , 1 и 2 квартал 2020 года составлял 15%, а уже в 3 квартале 2020 года 17%. Все это время я всегда выполняла целевое значение конверсии, также на слайде 3 инфографики видно положительную динамику и рост. Мне удастся убедить все большую долю клиентов в преимуществах наших кредитных продуктов.

3. Качество диалога с клиентом. Это один из важнейших показателей KPI. Разговоры оцениваются отделом контроля качества по 100-бальной шкале. Также я сама слушаю и анализирую свои звонки. Для меня важно услышать себя со стороны: так проще увидеть моменты для улучшения. На слайде 4 инфографики видно, что мой средний бал 100, при норме 97, что подтверждает мою клиентоориентированность и заинтересованность выполнять свою работу качественно.

Мои высокие показатели позволяют мне быть примером для сотрудников действующих и новых:

- записи моих успешных диалогов часто звучат на демо-столах;
- я являюсь одним из успешных наставников группы;
- мои идеи берут в новые скрипты.

Для меня важно не просто продать кредит, а удовлетворить потребности клиента и заключить договор долгосрочного сотрудничества. Мой позитивный подход к жизни и работе помогает мне расти как личности и быть одним из лучших сотрудников, перевыполняющим показатели KPI на регулярной основе. И я делаю это легко. А продавать продукт, в который веришь и пользуешься - вдвойне легче и приятнее.

4. Инновации и креативность

Бег по новому маршруту всегда интереснее.

Свой путь в Альфа-Банке я начинала в департаменте поддержки клиентов, где долгое время придерживалась основной структуры в диалоге с клиентом. Перейдя в отдел телемаркетинга, я поняла, что при таком подходе мой результат зависит в значительной степени от скрипта и все в меньшей степени от меня самой. Поэтому я решила воспользоваться принятой в отделе возможностью вести так называемый свободный диалог с клиентами. Сейчас каждый мой диалог индивидуален. И вот как я этого достигла...

Так как я увлекаюсь изучением психологии, я решила узнать, как покупают мужчины и женщины, и выявить различия в их поведении при принятии решения. Я изучила учебные пособия, материалы

сети интернет, мнения психологов и ученых, которые считают, что именно природой обусловлено различие между мужчиной и женщиной в том, как они определяются с выбором. Борьба за выживание в первобытном мире сформировала среди нас разные восприятия, реакции, алгоритмы поведения, передаваемые на уровне генной памяти, которые до сих пор оказывают значительное влияние на наше поведение, в том числе и потребительское. Известно, что мужчины и женщины в корне отличаются друг от друга. Это разные типы покупателей. И нужно учесть интересы каждого, уделить должное внимание как покупателям мужчинам, так и покупателям женщинам в равной степени.

Исходя из этого, я выявила 5 фактов различий как чаще покупают мужчины и как это чаще делают женщины:

1. Приоритеты (М - важен результат, Ж - важен сам процесс);
2. Цель (М - ищет конкретный вариант, Ж - в поиске идеального варианта);
3. Помощь (М - о помощи не просит, Ж - просит о помощи: чем больше расспросов, тем меньше сомнений);
4. Выбор (М - факты и аргументы важны при выборе товара, Ж - прислушивается к мнению, анализирует отношение продавца);
5. Лояльность (М - делает акцент на товар, а не на личное взаимопонимание с продавцом, Ж - требует постоянной подпитки доверия).

Опробовав данные гипотезы в реальных диалогах я пришла к выводу, что это работает. Так в разговоре с мужчинами я использую четкие и предельно конкретные формулировки, подчеркивающие результат от покупки продукта: статус, безопасность, надежность. А разговоры с женщинами я всегда подпитываю картинками о семье, заботе о детях и близких, уверенности в себе.

Вторым ценным инструментом, который я использую в продажах является технология SNAP:

- **keep it Simple** - Будьте проще. Предложение продукта должно быть простым в понимании.
- **be iNvaluable** - Будь ценным. У покупателя всегда есть огромный выбор на рынке. Важно выделить уникальность и ценность именно нашего предложения.
- **always Align** - Всегда соответствуй целям и потребностям клиента.
- **raise Priorities** - Повышай приоритетность продукта. Наше решение должно соответствовать приоритетам и неотложным проблемам клиента.

Я не ограничиваюсь использованием выше перечисленных знаний для персонализации диалога. Я всегда внимательно слушаю клиента и презентую продукт уже в контексте его интересов и целей. А информирование о цифровых возможностях в нашем банке помогает мне закрыть продажу оформлением «здесь и сейчас» в нашем приложении.

Список изученной литературы:

- 1) Барлетта Марта //Как покупают женщины: чем маркетинг для женщин отличается от маркетинга для мужчин, 2004 г.
- 2) Блэкуэлл Д.У., Энджел Дж. Ф., Миниард П.У. //Поведение потребителей 2002 г.
- 3) Мужчины и женщины по-разному покупают - реклама для них разная// Исследовательское агентство «Bishelp».

5. Клиентоориентированность

Когда я бегаю, я не пытаюсь выглядеть лучше. Так и в работе с клиентами, я честно и открыто рассказываю о наших продуктах, доношу всю необходимую информацию. Я постоянно привожу различные примеры из жизни и работы, чтоб создать понятный образ для клиента. Не боюсь возражений, активно присоединяюсь, всегда доступным языком аргументирую. Прямой отказ клиента только подогревает мой интерес, поскольку нужно сформировать потребность.

Заинтересованность и нацеленность на удовлетворение того, что важно клиенту - это и есть клиентоориентированность. Для меня это - одно из самых приоритетных пунктов в работе. Основные принципы, которые помогают мне повысить лояльность клиентов очень просты:

1. **Знание потребности своего клиента.** Одно из основных правил – это знать, чего хочет клиент. Чтобы понять, я спрашиваю и активно слушаю, что отвечает клиент. Ставлю себя на его место и прорабатываю каждое возражение.
2. **Учусь слушать и слышать клиента.** Люди не любят, когда им продают, но любят покупать. Клиенту важно, чтобы сотрудник был искренне заинтересован в его потребностях. Поэтому я не продаю кредитные продукты я помогаю реализовать мечты клиента быстрее.
3. **Выхожу за рамки своих функций.** Когда клиенту нужна помощь, и у него есть вопрос, не касающийся моей компетенции, я всегда готова посодействовать ему здесь и сейчас, если это возможно.
4. **Внимание к деталям,** чтобы вовремя заметить потребности клиента.
5. **Добросовестность.** Я работаю на совесть, аккуратно и тщательно, чтобы клиент обязательно обратился к нам снова и посоветовал своим друзьям и знакомым наш Банк.
6. **Позитивный настрой и улыбка.** Что нужно сделать для того, чтобы, человек был доволен? Его нужно приятно удивить. Для этого хорошо подойдет комплимент. Мои комплименты – всегда искренние. Позитивный подход в течение всего диалога создает больше возможностей для покупки. Также приятно радуется, когда клиент доволен моей работой, подтверждая это оценкой, которую оставляет по итогу разговора. На слайде 5 инфографики отображена моя личная оценка VOC - голос клиента.

Завершить рассказ о моей клиентоориентированности мне бы хотелось словами идеолога Махатма Ганди, которые очень близки к моим принципам: «Клиент - это самый важный посетитель. Не он зависит от нас. Мы зависим от него. Он не прерывает нашу работу. Он – цель нашей работы. Он не по ту сторону нашего бизнеса. Он – его часть. Мы не делаем ему одолжение, обслуживая его. Он делает нам одолжение, давая возможность это сделать».

6. Вовлеченность

В спорте важно быть максимально вовлеченным. Когда решаешь похудеть и начинаешь бегать за пиццей вместо заказа доставки, то не стоит рассчитывать на результат. Также и в работе: отличные результаты возможны только при 100% вовлеченности.

История моей вовлеченности началась в 2013 году. Еще не закончив экономический факультет Ульяновской академии имени Столыпина, я записалась на собеседование в Альфа-Банк. Мне удалось заинтересовать работодателя принять меня на должность консультанта входящей линии с возможностью завершения обучения в ближайшие полгода.

Уже на стажировке я сразу поняла, насколько талантливо Банк умеет создавать возможность для командной работы. В условиях большого объема информации для изучения на старте работы было бы невозможно успешно закончить стажировку без взаимовыручки, поддержки и активного

участия со стороны каждого стажера в группе. Со многими из ребят этой группы мы по-прежнему общаемся, ведь они до сих пор работают в Банке.

С 2013 года и по сей день я – сотрудник лучшего работодателя. За это время не было ни одного дня, когда бы я пришла на работу без хорошего настроения. Это является моим правилом: должный настрой превращает хорошее рабочее место в великолепное, а меня – в луч света, который вдохновляет остальных.

Вовлеченность для меня означает понимание значимости своей работы и ее результата, когда каждый в команде считает своим долгом выполнять работу качественно. Мне приятно осознавать, что я – часть дружной и эффективной команды, а похвала руководства за созданный результат – заслужена.

Мы живем насыщенной корпоративной жизнью. Ежегодно банк для сотрудников проводит различные мероприятия: летний день, новогодний корпоратив, тимбилдинги. Это идеальная возможность познакомиться ближе, быть в команде не только на работе, но и за ее пределами. В ноябре 2020 банк открыл спортзал для своих сотрудников. Я как человек, ведущий здоровый образ жизни и любящий спорт, регулярно посещаю его и мотивирую это делать других. Это способ в любое свободное время набраться энергии и сил, переключиться и настроиться на победу.

Для того, чтобы сосредоточиться на результативной работе, важны комфортные условия, и Альфа-Банк отлично в этом преуспевает. Помимо спортзала, я пользуюсь страховой программой, рабочим транспортом, регулярно доставляющим меня до самого дома, уютной комнатой отдыха и столовой. Также наша компания предоставляет массу возможностей для саморазвития. У нас есть система дистанционного онлайн обучения на внутренней платформе Альфа-Академия, где каждый сотрудник может выбрать себе курс, семинар или тренинг. Из последних я прошла следующие видео курсы:

- Позитивный настрой
- Управляй временем - управляй собой
- Типология клиентов
- Индивидуальный подход в работе
- 7 правил по развитию лидерских качеств
- Как достигать своих целей

Регулярно я с группой участвую в синемалогии, это учит меня быть внимательней к своему образу мышления, оценивать со стороны, извлекать уроки из чужих ошибок.

Я и мои коллеги стараемся принимать активное участие во всех мероприятиях. Мы поддерживаем друг друга не только в спорте, а также в работе и в жизни. Наше общение построено на уважении, доброжелательности, принятии противоположных мнений. Мы всегда готовы соперничать и поддерживать соревновательный дух. А наш руководитель является примером эффективного работника и друга, готового оказать помощь каждому. Мы вместе делаем одно большое дело. Одна цель – одна команда.

7. Лучшие практики в индустрии

Любой спорт – ради побед.

Моя дистанция в Альфа-Банке началась с этапа в должности консультанта входящей линии. С помощью упорства и желания покорять новые вершины за 3 с половиной года работы в этом отделе я одержала следующие победы:

- Трижды получила звание «Мастера виртуозного обслуживания» в рамках мотивационной программы «Наши чемпионы». Данное звание присуждается только одному сотруднику по итогам квартала или года, который показал максимальные результаты в выполнении целевых показателей качества диалогов и плана продаж.
- Добилась повышения категории до старшего консультанта.
- Освоила и добилась возможности работать на всех существующих скиллах отдела.
- Получила роль наставника-экзаменатора при добавлении обучаемому сотруднику скилла.

Самой главной победой 2016 года для меня стало рождение дочки. После декрета я вернулась уже в отдел телемаркетинга, где с 2019 года продолжила совершать прорывы:

- Добилась повышения категории до специалиста.
- В первый месяц после декрета показала максимальные продажи среди направления (2 группы: 18 человек), выиграв мотивационный конкурс.
- Одержала победу во внутреннем конкурсе направления «Поднимись на кредитках», продемонстрировав максимальную конверсию в заключенные договоры от количества контактов с клиентами.

Помимо титулов и достижений, особое внимание я уделяю развитию своих навыков и профессиональных знаний, которые помогают мне в продажах. Я закончила 2-хмесячный курс мужской психологии, сейчас изучаю женскую. Но и конечно же не забываю о своих новых обязательствах: прохожу курс «5 шагов навстречу ребенку».

Мой главный принцип – каждый день добросовестно относиться к работе и профессионально выполнять свои обязанности, что подтверждается полученными мной благодарственными письмами от компании и начальника отдела.

8. Итоги

Подводя итоги, хочу сказать, что это не финиш. Дорог и путей множество, и у меня целая дистанция длиною в жизнь. Источником моей мотивации и вдохновения является моя семья. Они – моя энергия, наполняют и подпитывают своей любовью и поддержкой.

Участие в конкурсе «Хрустальная гарнитура» – важная дистанция в моей жизни, которую я готова пройти и получить звание «Продавец года».

Хорошие продавцы выполняют план большую часть года. Я не просто регулярно выполняю план, а перевыполняю его, увеличивая показатели и результат для любимой компании. Хорошие продавцы стараются заслужить доверие клиента, а я веду себя настолько уверенно, что получаю кредит доверия в самом начале диалога. Хорошие продавцы работают с возражениями, а я превращаю их в потребности. Хорошие продавцы знают продукт, а я знаю, пользуюсь и верю в его ценность. А причина №1 на победу – это моя искренняя любовь к работе и достижению результатов.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Митина
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Елизавета Валерьевна
ДОЛЖНОСТЬ	Специалист Отдела телемаркетинга и продаж