




## ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

**ID:** №6917

**НОМИНАЦИЯ:** ЛУЧШИЙ ОПЕРАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖЕР

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

## 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 звонке

**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:

<b>ФАМИЛИЯ</b>	Шиян
<b>ИМЯ ОТЧЕСТВО</b>	Кристина Сергеевна
<b>ДОЛЖНОСТЬ</b>	Начальник отдела телемаркетинга и продаж