




ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №7150

НОМИНАЦИЯ: ЛУЧШАЯ КОМАНДА ПО ОБСЛУЖИВАНИЮ КЛИЕНТОВ

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Промсвязьбанк
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	г. Ярославль
КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА	549
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	https://www.psbank.ru/
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Команда особого назначения Полины Халяпиной
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
ССЫЛКА на Youtube	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

ЭССЕ НОМИНАНТА

Кол-во сотрудников

28

1. Краткое описание команды

«Успешные команды верят в то, что делают, готовы и не боятся рискнуть», Елена Дубинкина, директор по персоналу ООО «Универсальная Финансовая Система»

В одиночку мы можем сделать так мало, зато сколько можем сделать все вместе!

Приветствую вас, уважаемое жюри. Меня зовут **Полина Халяпина**, и я **лидер команды лучших**

экспертов по продажам банковских продуктов и услуг в отделе по обслуживанию физических лиц. Я с гордостью представляю вам мою команду в номинации «Лучшая средняя команда».

Мы группа особого назначения, **фундамент банка по привлечению новых клиентов и сопровождению ипотечного кредитования.**

Наша команда состоит из **28 опытных специалистов** - лучших из лучших в своем отделе. Они живое олицетворение того, чего может добиться оператор отдела по обслуживанию физических лиц в профессиональном и карьерном развитии.

Чтобы попасть в нашу команду, сотрудник должен набраться опыта, вырасти внутри отдела и иметь искреннее желание делать клиентов нашего Банка счастливей.

Главные принципы нашей работы:

- Мы понимаем наших клиентов, ценим их и стремимся к комплексному удовлетворению его потребностей
- Мы смотрим на свои задачи широко и думаем на шаг вперед
- Мы не боимся перемен и внедряем новые решения
- Мы единое целое
- За нами ПСБ, поэтому только вперед!

2. Положительное влияние на деятельность организации

- *«Самая большая роскошь на свете – это роскошь человеческого общения», А. Экзюпери*

Недостаточно просто слушать клиента, важно уметь читать между строк. Чтобы не просто удерживать результаты, а показывать уверенный рост мы находимся в **непрерывном поиске** новых методов и решений, изучаем подходы и продукты конкурентов, повышаем качество общения.

Для развития навыков продаж, наша команда сформировала **переговорный клуб**, где мы постоянно тренируемся работать с манипуляциями, сложными клиентами, а также искать компромиссные решения. С начала года мы **повысили качество продаж на 16%**. Такой рост заинтересовал другие отделы Службы дистанционного обслуживания клиентов (далее Служба).

Спустя 4 месяца мы открыли двери всем желающим, а еще через месяц перевели клуб в дистанционный формат. Это отличная возможность сплотиться с коллегами из других городов.

За 8 месяцев существования клуба, его участниками стали 112 человек, это 13% от численности Службы. **За проект мы получили благодарность от руководителя и отмечены грамотой «Драйвер перемен».**

Что помогает держать такую высокую планку? Ответ прост: мы не просто продаем – **мы повышаем финансовую грамотность клиентов.** Рассказываем обо всех возможностях наших продуктов. Учитываем индивидуальные запросы, цели, оформляем и помогаем в дальнейшем обслуживании.

Звонки в отделе выстраиваются таким образом, что к нам идет основной поток потенциальных клиентов. А значит **на нас ответственность заслужить доверие клиента** и сформировать желание к долгосрочному сотрудничеству. Нас всего 28 человек, а наша **доля продаж свыше 60%.**

Нашу работу высоко оценили профессионалы в работе с контактными центрами. По исследованию компании Naumen **в 2020 году ПСБ вошел в тройку лидеров по доступности и качеству**

сервиса контактных центров среди крупнейших банков России.

3. Операционная эффективность

«Самая главная форма успеха – знать, как общаться с людьми», Теодор Рузвельт, 26-й президент США

Мы живем в мире информационных технологий и высоких скоростей, и этот год показал всю актуальность оптимизации процессов в операционной эффективности.

Для повышения результативности работы наша команда решила **выстраивать внутреннюю коммуникацию с помощью SCRUM**. Использование спринтов позволило формировать повестку дня и фокусы для каждого сотрудника. Это создало очень мотивирующую атмосферу, когда каждый сотрудник четко понимает дальнейшие шаги и легко справляется с задачами.

Одним из показателей, который обеспечивает рост продаж, является скорость решения вопросов клиентов. Ведь для того, чтобы перейти к продаже нужно максимально быстро их закрыть. Именно поэтому особое внимание в 2020 году мы уделили показателю АНТ (длина разговора) и **ускорили решение вопроса клиента на 18 секунд**.

С момента выбора фокуса до получения целевых результатов прошло 3 спринта (1спринт=2 недели). Были определены тематики обращений клиентов с детализацией до вопросов. По каждому вопросу мы разложили действия сотрудников и провели хронометраж. Таким образом, родился **план повышения операционной эффективности** на 17 пунктов: от изменения структуры разговора до внедрения доработок в системы банка.

Чтобы максимально оперативно и эффективно внедрить изменения, наработать навык и экспертность сотрудников, наша команда ввела новые инструменты в практику отдела:

- **Квесты для углубленного изучения продуктов.** Теперь это самое популярное и любимое мероприятие у ребят. Например, квест по ипотечному кредитованию позволяет с лёгкостью обучить сотрудников процессу оформления ипотеки. Участники квеста, выполняя задания, проходят все этапы оформления ипотечного кредитования: от накопления первоначального взноса до въезда в квартиру.
- **Дуэли для поддержания знаний** с помощью приложения Skill Cup (пилотный проект 2020 г.)
- **Домашние групповые задания.** Сотрудники объединяются в группы, четко разделяют роли в команде и решают какой-то реальный бизнес-кейс компании, а потом совместно защищают свое решение.

В нашей команде сейчас 40% сотрудников работают удаленно. Самое важное, что удалось сохранить, это общее информационное поле и вовлеченность в процессы. Мы ежедневно встречаемся в ZOOM для поддержки и генерации идей, благодаря этому все участники команды мотивированы к работе и готовы приложить все свои силы для достижения цели.

4. Инновации и креативность

«Опережайте ожидания своих клиентов. Дайте им то, чего они хотят, и еще чуть-чуть больше», Сэм Уолтон

Конкуренция в банковской среде очень высокая. Каждый день появляются новые продукты или

услуги. **Мы должны оперативно и четко реагировать на любые изменения в своей сфере, искать новые решения и улучшать действующие процессы.**

20% от всех обращений мы получаем по ипотечному кредитованию. С учетом карантинных мер 2020 года, для ускорения решения вопросов клиентов, наша команда **вышла с инициативой к бизнес-подразделению по расширению наших полномочий.**

Нами было реализовано **три основных проекта** в течение года:

1. Заявка на оформление ипотеки под ключ.

В нашей команде были выделены два сотрудника, которые в кратчайшие сроки обучились проверке документов для подачи заявки на ипотеку. Благодаря этому новому функционалу **мы сократили срок обработки документов с 10-ти рабочих дней до 2-х.** Теперь мы оказываем помощь нашим коллегам из ипотечных центров и радуем клиентов быстрыми сроками рассмотрения. С начала запуска проекта в сентябре мы уже **получили и обработали более 1200 заявок на ипотечное кредитование** и не планируем останавливаться на достигнутом.

2. Расширение полномочий для решения вопросов по военной ипотеке.

В 2019 году в банке была запущена программа военной ипотеки.

Так как продукт специфичный, в КЦ осуществлялась только общая консультация. Проводя анализ обращений клиентов, мы поняли, что этого недостаточно и расширили экспертизу. Помимо получения теоретических знаний, чтобы лучше понимать клиентов, мы организовали ряд стажировок «в полях» ипотечных центров. Это позволило **повысить долю решенных вопросов в КЦ по военной ипотеке с 60% до 88%. Результат клиентских впечатлений** после наших консультаций по данной тематике **увеличился с 90% до 96%.**

3. Централизация звонков из ипотечных центров на нашу линию.

Мы реализовали возможность консультации по ипотечному кредитованию в любое удобное для клиента время, даже если он звонит напрямую в ИЦ. Если в настоящее время сотрудник ипотечного центра занят и не может ответить, то звонок после двух гудков будет переведен на нашу линию. Для того, чтобы как можно больше вопросов закрывать в режиме звонка, мы **расширили тематику консультаций по ипотечному кредитованию и увеличили процент обработанных обращений с 70% до 90%.** Объем принимаемых звонков растет, и мы тем самым оказываем положительное влияние на сервис сопровождения ипотечного кредитования.

В нашей команде разработано информационное поле идей. Каждый сотрудник может выдвинуть свою идею, предложить варианты оптимизации и ознакомиться с предложениями коллег. Все идеи размещаются на стенде группы.

За 2020 год было рассмотрено 312 идей, 60 из которых были одобрены к реализации, и 42 уже реализованы.

5. Клиентоориентированность

«Клиентское обслуживание – это не отдел, это работа каждого», неизвестный.

В бизнесе с помощью клиентоориентированности формируется поток лояльных покупателей, что позволяет увечить продажи. Банк и сотрудник должны вовремя определить потребность клиента,

чтобы удовлетворить ее своими продуктами или услугами. Если клиент доволен «после», а не только «сейчас», шансов, что он вернется, становится больше.

Навык клиентоориентированности – это непрерывный процесс работы. Важно, чтобы сотрудники фокусировались на клиенте не только с точки зрения достижения своих целей любой ценой, а **работали над проявлением эмпатии и постоянным совершенствованием бизнес-процессов.**

Чтобы поддерживать клиентоориентированность внутри команды мы используем проектную работу. В данную активность вовлечено 90% состава группы. Изначально мы часто сталкивались с шаблонными решениями, поэтому для раскрытия творческого потенциала, при работе над проектами мы **внедрили обязательное использование инструмента скрайбинг.** Это позволило не только получить целевой результат, но и развить внутри команды навыки визуального мышления.

Лучшим доказательством правильности выбранного вектора является позитивная обратная связь от клиентов. За 2020 год мы достигли исторического максимума в клиентских впечатлениях: **95% клиентов удовлетворены качеством решения вопросов.**

По итогам исследования клиентских впечатлений **официальных благодарностей** в адрес нашей команды **пришло на 15% больше**, чем в прошлом году. Мы получили 59 отзывов клиентов и для нас это лучшая награда.

6. Вовлеченность сотрудников

«Сердца успешной команды бьются в унисон», Майкл Гоктурк.

Наша команда заинтересована в результатах своего труда и достижении стратегических целей банка. Мы участвуем в развитии корпоративной культуры, вносим свои идеи, поддерживаем командный дух и добрые рабочие отношения.

Эмоциональное состояние каждого сотрудника влияет на результативность и вовлеченность всей команды. **Я как руководитель уделяю особое внимание позитивной атмосфере.** Когда делаешь для себя на этом акцент, то видишь потребности ребят: кому нужна помощь, кому поддержка, когда нужно включить соревновательные элементы. Ведь я, как коуч, должна чувствовать своих сотрудников и раскрывать их потенциал. Я всегда держу в голове вопрос: «Что я могу сделать для моей команды, чтобы получить максимальный результат?»

Вовлеченность сотрудников — это лояльность плюс активные действия. **Хорошая команда думает вместе с руководителем и идет в одну ногу с ним.** Отмечу, что каждый член команды заинтересован в выполнении своих KPI и саморазвитии. Наша команда неоднократно показывает лидирующие позиции в разных направлениях.

Работая в сфере финансовых услуг, ребята не могли упустить шанс и **придумали свою внутреннюю валюту - ГПВЗешки.** Через свои достижения сотрудники зарабатывают себе капитал, а потом покупают привилегии: право завершить рабочий день на 15 минут раньше; билеты в кино; индивидуальный график работы; стажировка и многое другое. Таким образом нематериальная мотивация повышает заинтересованность ребят в выполнении своих KPI.

Наша команда сплочена на работе и в жизни. Многие все чаще стали задумываться об экологии. Для каждого из нас важно, в каком мире мы живем. И мы организовали сбор использованных батареек и пластиковых крышек не только на рабочем месте, но и в подъездах наших домов. Мы участвуем в благотворительных мероприятиях: собираем средства для приюта животных и участвуем в днях донора. **Мы искренне верим, что даже маленькие шаги могут сделать мир**

чище и лучше!

Вовлеченность каждого сотрудника из команды, признание его вклада в работу, его роли в достижении успеха - вот источник эффективной работы. И мы горды Банком, в котором работаем!

7. Лучшие практики в индустрии

- «Смело идите туда, где еще не ступала нога человека. А иначе стоит ли вообще начинать?»,
Марк Стивенс

Телефонные продажи в сфере банковских услуг всегда были классическим каналом продаж. А что самое главное в продажах? Это правильно определить свою целевую аудиторию. Мы заинтересованы не только в привлечении новых клиентов, а и в удовлетворении потребностей действующих.

Мы подумали, что **было бы очень удобно добавить подсказки по продуктам для индивидуального предложения.** Чтобы при обращении клиента, сотрудник видел подсказку с указанием продукта, сформированную исходя из его, клиента, предпочтений. И бизнес-подразделение **реализовало эту идею в программе CRM.**

Благодаря этой технологии клиент чувствует свою значимость и что мы стремимся подобрать для него лучшее финансовое решение. Например, клиенты стали эффективнее пользоваться картами, а **мы увеличили их долю продаж с начала 2020 года на 19%.**

8. Итоги

Наша команда - это группа единомышленников. Мы открыто общаемся и доверяем мнению друг друга. В обсуждениях и дискуссиях мы можем взглянуть на поставленную цель под разными углами и найти оптимальный способ ее достижения. Мы все разные: кто-то логичен и прямолинеен, кто-то пытается подойти к решению с творческой стороны - **мы дополняем друг друга.** И это работает на нашу эффективность как команды. Вместе мы сильны и новые задачи только разжигают азарт. **Чем амбициознее поставленная задача, тем с большим рвением нам хочется ее решить.** Поддерживая друг друга, мы можем достигнуть большего!

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Халяпина
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Полина Романовна
ДОЛЖНОСТЬ	Старший специалист отдела по обслуживанию физических лиц