




ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №7153

НОМИНАЦИЯ: ПРОДАВЕЦ ГОДА

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Промсвязьбанк
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	г. Орел
КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА	128
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	https://www.psbank.ru/
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Отрадина Любовь Евгеньевна
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
ССЫЛКА на Youtube	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

ЭССЕ НОМИНАНТА

1. Краткое знакомство, роль, цели и задачи

Приветствую Вас, уважаемое жюри!

Меня зовут Любовь Отрадина, я специалист Отдела продаж физическим лицам Службы дистанционного обслуживания клиентов. Как и у любого целеустремлённого человека, у меня есть своя жизненная цель – развиваться в карьере, сопровождая это личностным ростом. Свою карьеру в банке я начала с должности Специалиста по обработке кредитных документов. Функционал никак не подразумевал общения с клиентами и на тот момент мне казалось, что это

самый лучший выбор. Моя должность обеспечила хороший старт. Но подобная работа не предусматривает каких-либо сложностей или задействования мыслительных процессов, поэтому вскоре мне наскучила. А мне хотелось развития, роста, поэтому, я начала искать для себя новые возможности. И дорога привела меня в КЦ – неожиданно, правда? Несмотря на то, что изначально я была уверена, что от клиентов нужно держаться подальше, вскоре изменила свое мнение. Я стала заниматься обработкой интернет-заявок, помогая клиентам в их заполнении для получения кредита или платежных карт. **Чувство, что ты помогаешь клиентам – бесценно.** Оно было моим драйвером для дальнейшего развития. Именно в КЦ я получила первые навыки общения с клиентами в формате телефонного разговора. Ежедневное раскрытие своего потенциала, непрерывная помощь клиентам, признание коллег стали отправной точкой для личностного развития и моего карьерного роста. Сейчас я часть Отдела продаж. Уже более шести месяцев я занимаюсь продажей банковских продуктов. Каждый звонок – это победа для меня и успех моей команды. Моя задача – не «впарить» клиенту то, что он не хочет, а предложить то, что обеспечит ему более комфортную жизнь. **Достиженные результаты позволяют смело заявить себя в номинации «Продавец Года». Моя цель – довольный клиент, процветающий Банк, успешная Я.**

2. Положительное влияние на деятельность организации

Моя работа — это тонкая игра слов, за которой скрывается мысль: клиент должен почувствовать себя счастливым и довольным.

Отдел продаж является одним из ключевых. Ведь мы привлекаем огромное количество новых клиентов в Банк, а также знакомим действующих клиентов с новыми выгодными предложениями. Каждый сотрудник нашего отдела делает свою работу по максимуму, стараясь выполнить план продаж, мы работаем на общие цели и результат Банка. Например, я, выполняя план на 120+%, помогаю Банку меняться и достигать своих целей, становиться эффективнее и надежнее.

Начиная с апреля, я показываю отличные результаты. Уже в первый месяц работы в ПСБ, не имея опыта в продажах, я выполнила план на 132%. В этот показатель включены основные продукты, с которыми я работаю каждый день: потребительские кредиты, кредитные и дебетовые карты. **За II квартал мой средний показатель по продажам составил 152%, а за 3 квартал – 192%. Моя эффективность в среднем 173%.** Не собираюсь останавливаться на достигнутом и **планирую завершить год с результатом продаж 200%.** Если взять продажи всего отдела за 100%, то доля каждого сотрудника должна быть 4-4,5%, **мой результат 6-7% от общего плана** и, это позволяет банку получить сверхприбыль. Чтобы достигать таких результатов своей работе я обязательно опираюсь на другие основные стратегии ПСБ – качественное обслуживание и операционная эффективность. Подробнее, далее.

3. Операционная эффективность

Для достижения результатов необходимо эффективно и качественно обрабатывать контакты. Индивидуальный подход к каждому клиенту, умение слышать и визуализировать потребности, ежедневная работа над качеством, позволяют мне увеличивать мой индекс качества, Quality Index, или Qi. **Во II квартале мой показатель достиг планки в 0,88, в III квартале – 1,07 при целевом 1.**

Расскажу подробнее про метрики, заложенные в индекс качества.

Плановая оценка звонков – специалист Группы оценки и контроля качества ежемесячно слушает мои звонки и оценивает их по чек-листу. Чек-лист состоит из трех блоков: навыки ведения диалога, продажа продукта, профессиональные навыки. Навыкам ведения диалога отведено 30% в чек-листе – известно, что клиентам важно не что мы предлагаем, а как мы это делаем.

Продажам продукта отведены 55% — здесь оценивается то, как я презентую продукт, отрабатываю возражения, фиксирую сделку и, конечно, результат продажи.

Профессиональным навыкам, т.е. соблюдению методик и процессов отведены 15% в чек-листе. В этом блоке оценивается, корректность предоставленной информации по продукту, для нас важно, чтобы клиент не понес ни временных ни финансовых потерь. Я соблюдаю все инструкции к каждому блоку, обращаю внимание на свой диалог с клиентом, в процессе разговора контролирую этапы, применяю рекомендации. Это помогает быть всегда в таргете.

Мой средний результат оценки по чек-листу за последние шесть месяцев составляет 93%, что соответствует таргету - это значит, что я все делаю правильно.

Аттестация — ежемесячное мероприятие, в котором я подтверждаю свой высокий уровень квалификации. Я отвечаю на ряд вопросов в форме тестирования, связанных непосредственно с работой. **Мой средний результат за последние шесть месяцев составляет 96%** при таргете 93%. В этом мне помогает внимательность к постановке вопроса, знание продуктовой линейки и схем действий в той или иной ситуации.

Отсутствие претензий — **за все время моей работы не было ни одной жалобы либо плохого отзыва от клиентов.** Я люблю своих клиентов, всегда корректно консультирую, стараюсь оперативно решить волнующие их вопросы.

Одним из важных показателей является продуктивность – количество контактов, обрабатываемых мною в час. На протяжении двух кварталов я нахожусь в таргете. **Моя продуктивность 15 контактов в час**, что соответствует целевому показателю. 15 счастливых и довольных клиентов каждый час. **Моя амбициозная цель - 20.** И поверьте, я ее достигну.

Для повышения продуктивности я работаю над сокращением длины диалога. За период с июня по октябрь **мне удалось сократить этот показатель на 52 секунды, при этом не жертвуя качеством и уровнем удовлетворенности клиентов.** В первую очередь благодаря навыкам эффективного общения, использованию простых и понятных для клиента фраз, грамотных вопросов. Проанализировав свои диалоги, я пересмотрела структуру и исключила все лишнее, что не влияет на итог продажи.

Также на мою эффективность влияет длина поствызовной обработки. Во II квартале мне требовалось 15 секунд на фиксацию, **сейчас, при таргете 10 секунд, я фиксирую результат за 8 секунд.** Это возможно благодаря тому, что уже в процессе разговора с клиентом я начинаю фиксировать результат продажи. В этом мне помогает опыт, выстраивание алгоритма действий, умение импровизировать в нужный момент.

Немаловажным показателем в моей работе является процент перезвонов. Я выявляю все скрытые возражения клиентов, отрабатываю сопротивление контакту. Во II квартале мой процент перезвонов составил 26%, в III квартале снизила его на 2% и в IV квартале планирую достичь показателя в 20%. **Мои достижения - моя гордость!**

4. Инновации и креативность

В процессе освоения профессии специалиста Отдела продаж я поняла, что необходимо

быть более креативной, чтобы осуществить сделку.

Очевидно, что сотрудники Отдела продаж зачастую в ответ на их предложения слышат отказ клиента. **Чтобы найти подход к клиенту и поднять его доверие я использую технику программирования. Она дает мне возможность управлять временем и динамикой разговора.** Получив одобрение моего руководителя, я включила в диалог с клиентом фразу: «Давайте поступим следующим образом: «Я задам Вам несколько вопросов и объясню суть моего предложения и, мы сможем обсудить его». Очень важно получить согласие клиента. Наличие неких договоренностей между мной и моим собеседником – залог успеха. Возможно, такой подход может показаться жестким. Поэтому я применяю его **вместе с техникой «да-да/нет-нет», она заключается в том, что я предлагаю клиенту сценарий разговора в форме вопроса.** Если клиент не согласен, уточняю, что именно не устраивает, устанавливаю другие договоренности, успешно завершаю сделку.

Творческий подход – неотъемлемая часть моей работы и это прослеживается в выполнении каждой задачи. Я научилась мыслить нестандартно, визуализировать потребность клиента и преподносить предложение банка с позиции альтернативных решений и сценариев, чтобы клиент смог извлечь выгоду из лавины новых продуктов и технологий. Приведу пример: стандартный звонок, цель которого предложить платежную карту. Клиент дает мне понять, что он ищет вариант как выгодно вложить денежные средства, склоняется в пользу открытия вклада, а карта, как инструмент хранения денег, его не устраивает. Я помогла ему сформировать текущую потребность, используя техники, описанные выше, на цифрах мы вместе просчитали выгоду и оказалось, что дебетовая карта с начислением процентов на остаток и возможностью получать кэшбэк, намного интереснее для него, чем другие предложения. Узнав о выгодных условиях обслуживания, сервисах и бонусных привилегиях нашего банка, он сразу согласился выпустить карту. Естественно, я хочу, чтобы мой собеседник был в курсе самых лучших и выгодных предложений.

Я стала фанатом клиента, для того, чтобы понимать своих клиентов максимально глубоко. Регулярно наблюдаю за клиентами в их обычной жизни и их проблемами, потребностями, которые клиенты решают или могут решить с помощью нас продавцов. В повседневной жизни можно научиться эффективным продажам. Я часто бываю в крупных торговых центрах и наблюдаю совершенно пассивную позицию сотрудников магазинов: нет ни интереса в покупателе, ни уверенности в продукте. Потухший взгляд и полное равнодушие продавца отталкивают, даже если на товар в этом магазине есть максимальная скидка. Благодаря таким наблюдениям, я учусь на чужих ошибках и готова с уверенностью заявить, что главное мое «оружие» в работе – это улыбка в голосе, позитивный настрой и клиентоориентированность.

Нередко, я и сама оказываюсь клиентом, звонящим в контакт-центр. Такие звонки хорошо отпечатываются в памяти. Особенно те примеры, которые можно отнести к разряду «как не надо делать», конечно, есть операторы, у которых даже хочется поучиться. Я анализирую консультацию и делаю выводы, как бы пропуская разговор через некий чек-лист. Что позволяет мне не только постоянно совершенствовать свои навыки общения, но и заряжаться новыми эмоциями и идеями

5. Клиентоориентированность

В своей каждодневной практике я веду диалог абсолютно с разными людьми по темпераменту, настроению и характеру. Мне важно сформировать положительное мнение клиентов о нашем банке, максимально увеличить продажи различных банковских продуктов и привлечь новых клиентов.

При личном контакте чувство симпатии проявляется в получении дружелюбных импульсов, причем

сразу по нескольким каналам. Помимо речи собеседника, я обращаю внимание на манеру держать себя, мимику, внешний облик и жесты. Если рассматривать звонок клиенту, то я ограничена лишь аудиальным способом донесения информации. Именно поэтому возрастает роль того, о чем и как он говорит. **Важно сделать все возможное для создания взаимной симпатии, которая появляется в первые секунды общения и воспринимается на интуитивном уровне.** В моем звонке всегда слышна «улыбка» и доброжелательность, именно они помогают мне расположить к себе собеседника. **Позитивный и естественный диалог без скриптов, можно построить только прислушиваясь к клиенту и уважая его мнение, что я активно практикую.**

Мне важно, чтобы клиент всегда мог получить ответ на свой вопрос. Для этого я внимательно слежу за всеми обновлениями банковских продуктов, выделяю их преимущества, чтобы клиент смог получить только все самое лучшее и пользоваться новыми возможностями. **Я продаю клиенту не продукт, а выгоду - ориентируюсь исключительно на его потребности.** Именно этот девиз помогает мне добиться не только самых высоких результатов по продажам в своем Отделе, но и получать от моих клиентов искренние слова благодарности: «Спасибо, Люба, вы мне помогли найти для себя выгодное предложение!», «Приятно разговаривать с человеком, видно, что вы с душой относитесь своей работе», «До нашего разговора, даже думать не хотел о кредите, вы развеяли мои сомнения на этот счет».

Итак, чек-лист моего клиентоориентированного подхода: доброжелательность, вежливость, позитивный настрой, хорошее знание продукта, умение простым языком рассказать о его свойствах и преимуществах, поставить себя на место клиента, желание быть полезным, помогая ему. Приведу пример, по одному из направлений в отделе продаж, операторам требуется найти ИНН организации со слов клиента по базе в Excel. Казалось бы, ничего сложного, но достаточно часто клиенты не помнят полное название или вообще некорректно его называют, поэтому поиск в базе значительно затягивал продолжительность разговора. Я неоднократно попадала в такую ситуацию и вышла с предложением к руководству изменить этот порядок. Я предложила по средствам сети интернет искать ИНН организаций, различные поисковые системы сразу предлагают несколько вариантов, а значит упрощают поиск. Начальник отдела полностью поддержал мою идею и согласовал, сейчас мы активно пользуемся моей наработкой. Тем самым нам удалось повысить лояльность клиентов и сократилось время на оформление заявки, в среднем на 10 секунд.

6. Вовлеченность

Я бесконечно люблю то, чем занимаюсь сейчас. Еще недавно я работала с сухими цифрами и не представляла, что личные продажи могут так увлечь. Сейчас же убеждена, продажи- это драйв, эмоции и новые вершины.

У меня всегда в запасе есть подборка бизнес литературы к прочтению. Активно погружаясь в тему продаж, читаю много интересных статей и работ, одна из последних «Чемпионы продаж» Мэтью Диксона. Для себя из прочитанного взяла на вооружение шпаргалку для «чемпионской» презентации. У которой шесть этапов: Разогрев ? Переосмысление ? Рациональное погружение ? Эмоциональное воздействие ? Предложение ценности ? Ваше решение и план его внедрения.

Меня все больше волнуют нынешние тенденции, и я хочу всегда быть в курсе событий. Интересно не только быть частью процесса, но и делать все возможное для его улучшения. Поэтому я одна из первых **совместно с моим руководителем участвовала в разработке индивидуального плана развития для новых сотрудников.** Мне нравится делиться своим видением, предлагать идеи экспериментировать. Я всегда готова получать обратную связь не

только по навыкам продаж, но и по коммуникативным навыкам общения в коллективе, в этом мне очень помогают мои старшие коллеги. А я в свою очередь **охотно помогаю новичкам и делюсь с ними своим опытом, наработками**. Понимая насколько сложно влиться в рабочий процесс, так как он достаточно интенсивен, **я предложила разработать для каждого нового сотрудника "Welcome pack" или другими словами "Комплект новичка"**. В него входят: корпоративный сувенир, канцелярский набор, скрипты, телефонный справочник, памятка с полезными ссылками. С одной стороны, это возможность продемонстрировать внимание и заботу о новом сотруднике, создать ощущение, что его здесь ждали и ему здесь рады. А с другой стороны, это способ предоставить сотруднику информацию, необходимую для начала работы в компании. Мое предложение приняли и внесли в план по адаптации сотрудников.

Чтобы рабочий процесс был ярким и запоминающимся, помимо моей основной деятельности в отделе, я являюсь фан-агентом нашей Службы. Мы с единомышленниками организовываем различные мероприятия и активности, направленные на сплочение коллектива и снятие эмоционального напряжения от общения с «сложными» клиентами. Недавно, мы отмечали День рождения нашей Службы, я принимала активное участие в подготовке и проведении. **Для сплочения нашей команды придумываю активности, конкурсы, готовлю интересные поздравления, собираю лайфхаки, которые могут быть полезными в работе и дома, с удовольствием делюсь ими**.

Хочется больше усилий прилагать для формирования самой настоящей «дримтим», помимо текущих задач, хочется отвлекаться, заряжать и заряжаться энергией от окружающих.

Из достижений, которые подтверждают мою вовлеченность в процессы банка могу отметить то, что по итогам второго квартала я была признана «Лучшим сотрудником Службы», в третьем квартале я стала «Лучшим сотрудником Отдела», и на этом останавливаться не стану.

7. Лучшие практики в индустрии

За период работы в продажах я поняла **то, что эффективно работает и дает результат с одним клиентом, может быть полным провалом с другим**. Поэтому в моей работе нет традиционного процесса продаж. Наиболее оптимальным инструментом считаю «Систему продаж Сэндлера». Исторически продажи вращались вокруг идеи о том, что продавец должен преследовать и убеждать потенциальных клиентов. Согласно методологии продаж Сэндлера обе стороны заинтересованы в продаже продукта или услуги. Я рассматриваю себя и потенциального клиента, как равноправных участников сделки, при этом в приоритете всегда стоит установление взаимного доверия между нами. Чтобы выявить потребности, желания, возможности клиента в процессе общения, необходимо принять позицию советника, задавая вопросы, чтобы выявить проблемы в процессе общения. При таком поведении клиент глубоко убеждается в том, что это он, а не я, иницирует, контролирует и ведет процесс продаж. Работая по этому принципу, я уверенно показываю хороший результат.

В последнее время мне стала **интересна универсализация данных**. Я предложила идею объединить скрипты по одному из направлений и сделать удобный и конструктивный отчет. Это позволило сократить время на поиск информации. Время диалога уменьшилось на 4 секунды. **Продуктивность нашей команды увеличилась на 3 дополнительных контакта в час**. Коллеги это восприняли на «ура», тем самым мы смогли сократить настолько ценный ресурс в нашей работе – время.

Я готова учиться и развиваться в сфере дистанционных продаж, ведь этот год показал, что за ними

будущее. Если хочешь стать успешным сотрудником, необходимо идти в ногу со временем, учитывая текущие тенденции. Для освоения новых практик, методов в моем календаре намечено прохождение тренингов по асертивному поведению, эмоциональному интеллекту.

8. Итоги

В заключение хочу сказать, что моя дорога в мире контакт-центра еще только начинается и все же смело хочу заявить, что обладаю самыми важными качествами продавца, потому что умею жонглировать множеством речевых модулей, и при этом отходить от традиционных скриптов и техник. С большим вдохновением и трепетом я отношусь к своей работе, всегда стараюсь проживать с клиентом каждый момент. Персональный подход при общении с клиентом позволяет мне работать наиболее эффективно, а клиентам это воспринимается как индивидуальное решение, предложенное именно им. Благодаря вышеперечисленному **я являюсь лидером среди коллег, мой результат выполнения плана продаж 173%.**

Порой меня посещают мысли, как могла сложиться моя жизнь не выбери я тогда работу в контакт-центре? Сложно ответить, но одно я могу сказать точно: как хорошо, когда у человека есть возможность выбрать себе интересную профессию, которая позволяет постоянно развиваться и с удовольствием начинать день, а не просто работу по необходимости. Я благодарю судьбу, что, прислушавшись к внутреннему зову, могу заниматься любимым делом, а значит быть счастливой.

С каждым днем я все отчетливее понимаю, что несколько месяцев назад я сделала правильный выбор и то, что работа в Отделе продаж не только помогает мне упорно идти к цели, но и добиваться новых вершин. **Сейчас моя цель покорить вершину под названием «Продавец Года». Для меня участие в конкурсе огромная ответственность и большая честь представлять ПСБ - Банк сильных людей!**

Надеюсь, мне удалось доказать вам, что я достойна победы в номинации «Продавец Года»!

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Отрадина
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Любовь Евгеньевна
ДОЛЖНОСТЬ	Специалист отдела продаж физическим лицам