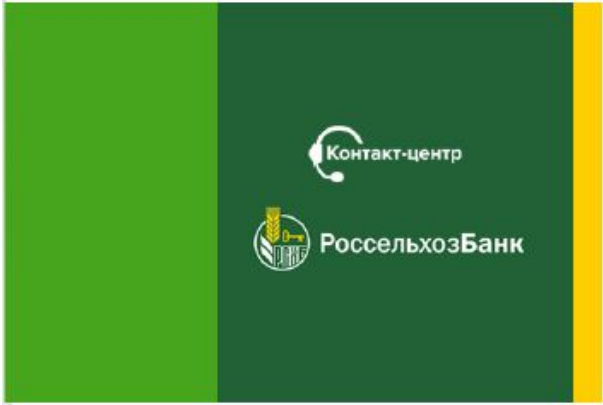


ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №8041

НОМИНАЦИЯ: ЛУЧШИЙ КОНТАКТНЫЙ ЦЕНТР (более 500 операторов)

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Россельхозбанк
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Петрозаводск, Воронеж, Челябинск
КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА	825
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	https://www.rshb.ru/
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Контакт-центр
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
ССЫЛКА на Youtube	https://m.youtube.com/watch?v=eQFmFPPrGvE&feature=youtu.be

ЭССЕ НОМИНАНТА

1. Описание контакт-центра (не более 3600 знаков с пробелами)

«Следуйте принципам»

Р.Далио

*американский миллиардер,
основатель инвестиционной компании*

Богатейший человек на планете, Рэй Далио, поделился своими принципами с миром. Мы разделяем его видение. Далио убежден: успех компании приносят правильные люди на правильных местах, здоровая корпоративная культура, четко выстроенные механизмы и системный подход к управлению. Мы с этим согласны. В нашем эссе мы поделимся с вами #СвоимиПринципами, обеспечивающими наш успех. А пока давайте знакомиться!

На связи КЦ РСХБ! Мы – часть команды Банка №1 в агропромышленном комплексе. Каждый второй литр молока, каждое третье куриное яйцо в России созданы с участием РСХБ! Мы помогаем

фермерам всей страны создавать Свою продукцию, которая ежедневно оказывается на столе каждой российской семьи. Возможно, именно сейчас вы пьете кофе с молоком, выпущенным при участии нашего банка! Именно поэтому наши сервисы «Свои»: «Свое фермерство», «Свое жилье, «Свои за городом»... Мы – КЦ – тоже с гордостью называем себя «Своими»: для клиентов, сотрудников и банка в целом.

Многие наши Клиенты – это фермеры, работники сельского хозяйства, пенсионеры. 70% отделений расположены в сельских пунктах и малых городах. Не секрет, что в удаленных уголках страны не всегда бесперебойный интернет, а наши Клиенты-пенсионеры больше доверяют общению с «живым человеком». Именно поэтому голосовой канал связи является для нас приоритетным. Вместе с тем мы – универсальный Банк, поэтому активно развиваем неголосовые каналы, чтобы связаться с Банком было удобно каждому.

Мы – это 3 площадки: в Петрозаводске, Воронеже и Челябинске. **865 человек** нашей команды круглосуточно находятся на связи с Клиентами Банка.

Чем мы занимаемся?

1. поддержка действующих клиентов физических лиц в голосовых и неголосовых каналах: консультации по действующим продуктам, в том числе по вопросам использования мобильного приложения и интернет-банка, предотвращение мошенничества по картам, решение сложных, нестандартных вопросов клиентов и обработка претензионных обращений на линии complaints;
2. исходящие звонки Клиентам с персональными предложениями от Банка, продажа продуктов и услуг, поступающих в голосовых и не голосовых каналах;
3. взыскание: урегулирование вопросов погашения просроченной задолженности во входящих звонках и исходящих звонках.

Петрозаводск – опорная площадка поддержки клиентов, а Воронеж – опорная площадка телемаркетинга. В Челябинске представлен функционал обоих направлений, что позволяет поддерживать высокую доступность и гибко управлять ресурсами. Линия complaints и взыскание – функционал, представленный только в Петрозаводске. Здесь же работают экспертные отделы, сопровождающие работу всех 3 площадок: операционные руководители, планировщики, контролеры качества. Тренеры присутствуют на всех локациях. Петрозаводск – старшая площадка, кузница кадров, пополняющая экспертные отделы новыми сотрудниками.

Как всё устроено внутри?

Главные люди КЦ – это операторы. Команда каждого отдела состоит из групп по **15 человек**, возглавляемых руководителями. Руководитель группы **80% времени** работает с командой, а **20% времени** поддерживает актуальность собственных знаний, работая на линии. Координирует работу руководителей групп супервайзер, который помогает начальнику выполнять цели, стоящие перед отделом. Возглавляет площадку начальник Управления.

Следование правильным принципам, стремление сделать клиентов и сотрудников счастливее, реализация прорывных идей делают нас «Своими» для Клиентов, Сотрудников и Банка в целом!

#Свои

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

«Оценивать себя объективно – задача не из простых, а потому вам следует полагаться на то, что говорят окружающие и другие факты»

Р.Далио

Как Контакт-центр влияет на результат компании?

1. Мы формируем положительный Клиентский опыт!

Как Клиенты оценивают нас? В первом полугодии 2021 наш CSI - **89,8%. 9 из 10 клиентов понравилась консультация в Контакт-центре!** В народном рейтинге «Банки.ру» мы входим в Высшую лигу. В 2020 мы занимали 39 место, а в 2021 мы поднялись **до 10-й позиции**. Также РСХБ был признан лучшим банком в части дистанционных и цифровых коммуникаций в 2021 по мнению Banki.ru! Высокие оценки получают не только наши операторы, но и технологии: чат-бот Россельхозбанка вошел в **топ-10 чат-ботов** банков, занял **1 место** в практике подбора клиентом вклада согласно исследованию Markswebb.

1. Мы делаем услуги Банка доступными 24/7 во всех уголках страны в голосовых и не голосовых каналах!

Мы повышаем доступность продуктов и услуг нашего Банка и оказываем заботу о Клиентах в условиях пандемии. В 2020, который прошел под влиянием эпидемии, **мы приняли ~4 млн. звонков!** Количество не повредило качеству. За первое полугодие 2021 наш FCR – **80,3%**. В 2021 мы заняли **2 место** в исследовании телефонного обслуживания NAUMEN, РСХБ был присвоен класс А. Мы эффективно решаем вопросы большинства Клиентов с первого обращения в Контакт-центр, оставаясь на связи 24/7. Все это не просто оказывает положительное влияние на деятельность Банка, но и влияет на выполнение его Миссии!

Мы прислушиваемся к Клиентам и Экспертам, это помогает нам становиться лучше. Благодарный Клиент остается в Банке, рекомендует его продукты и услуги своим знакомым и друзьям! Все это делает нас Своими для Клиентов!

#Свои_для_Клиентов

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

«Думайте как владелец компании и ожидайте этого от своих сотрудников».

Р.Далио

Председатель Правления Россельхозбанка Б.П. Листов сказал: «2021 – год трансформации, год прорыва, год обновления». Мы сделали 2021 прорывным для Контакт-центра. Как это было?

1. Прорыв поддержки действующих Клиентов

Весна 2020. Локдаун. Во 2 квартале поступило **в 2 раза больше** звонков, чем за аналогичный период 2019. Мы должны были «прирасти» на **50 человек** в Петрозаводске и скорее запустить новую площадку в Челябинске, чтобы выполнить амбициозные цели по доступности поддержки. Проблема. Петрозаводск – город с «кадровым голодом»: **160 тыс. человек** трудоспособного населения против **3 млн.** в соседнем Санкт-Петербурге. В условиях пандемии массовые собеседования проводить нельзя, и это препятствовало набору. Мы вооружились «холодной базой» HH и What'sApp, принялись за дело. В то же время повышали продуктивность операторов за счет снижения среднего времени обслуживания звонков. Работали с дисциплиной операторов и с

процессом. Внедряли шаблоны для заполнения данных, некоторые блоки консультации размещали в IVR.

Общими усилиями мы поставленные цели выполнили: приросли на 50 человек, запустили площадку в Челябинске, сократили среднее время обслуживания на 1,5 минуты. Эти меры позволили осуществить настоящий прорыв и добиться лучших результатов доступности за всю историю существования направления! **В 2021** мы принимали **97%** поступающих звонков с **ASA 22-25 сек.** В этом году по сравнению с 3 кварталом 2020 наши Клиенты получают ответ оператора в **6,5 раз быстрее**, а доля обработанных обращений **увеличилась на 13%**!

Значительное пополнение в команде требовало пристальной работы над качеством, долгое время цели достичь не получалось. Во 2 квартале 2021 все показатели качества поддержки были выполнены **на 100%**. FCR увеличился на 18% за год, а качество внутренней оценки – на **7%**.

2. Прорыв телемаркетинга

Опорная площадка телемаркетинга базируется в Воронеже, она заработала в полную силу в 2021. В Воронеже представлены КЦ нескольких крупных банков, поэтому набор в условиях такой конкуренции стал амбициозной задачей. Мы смогли сделать прорыв и «прирасти» на **270%**, увеличив численность сотрудников с 74 в январе до 274 человек октябре 2021. Укомплектование штата позволило поддерживать высокий уровень доступности – цели по ASA и доле обработанных обращений мы выполняем уже кварталом. А на исходящем телемаркетинге мы сделали настоящий прорыв, увеличив долю обрабатываемых заданий на **400%** в октябре по сравнению с январем 2021. Мы помогаем нашим Клиентам не только быстро, но и качественно: планы по CSI и FCR мы выполняем ежеквартально.

3. Прорыв взыскания

Ключевые цели отдела дистанционного взыскания: выполнение планов по взысканным суммам при поддержании высокого уровня качества консультаций.

Мы ожидали, что пандемия серьезно ударит по эффективности взыскания, но планку себе не снижали. Для достижения цели нам были необходимы прорывные методы. И мы приняли сложное решение – отойти от скрипта и использовать свободный стиль диалога. Используя скрипт, мы выполняли поставленные планы **на 100%**, а свободный диалог позволил нам добиться еще больших результатов. В 2021 отдел показал Лучшие результаты по эффективности взыскания за все существование отдела! План по качеству оба квартала 2021 выполнялся на 100%!

Наш прорыв обеспечило то, что каждый из нас «думает как владелец компании». Мы сокращаем издержки там, где это возможно, внедряем новые методы работы, вкладываем душу в результат. Это делает нас Своими для Банка!

#Свои_для_Банка

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

«Ищите нестандартные,
прорывные решения»

Р.Далио

Наши процессы и технологии

1. DPA

Модуль DPA анализирует информацию об использовании сотрудниками приложений, кнопок,

ссылок. DPA позволяет настраивать уведомления при разных событиях. Например, мы создали уведомление, появляющееся при блокировке карты. Когда оператор блокирует карту, появляется подсказка с верным алгоритмом действий. В этот момент руководитель группы тоже получает уведомление и может подключиться к звонку, проверить корректность действий оператора. Такая доработка позволила нам повысить качество по теме «блокировка карты» **на 33%**.

2. RTSA

У нас есть оффлайн и онлайн речевая аналитика. Модуль RTSA анализирует звонки в реальном времени. RTSA позволяет бороться с ошибками в режиме звонка. Например, наши операторы не всегда озвучивали адрес и режим работы офиса. Мы создали уведомление, которое появляется при подборе отделения, что позволило сократить количество ошибок **с 20% до 1%**. Сейчас мы разработали уведомление для повышения доли удержанных вкладчиков. Когда клиент сообщает о желании закрыть вклад, в системе появляется подсказка с верным алгоритмом действий.

3. Голосовой помощник

Голосовой помощник – это система маршрутизации звонков и сервисы самообслуживания. Сервис самообслуживания позволяет Клиентам самостоятельно получать информацию по действующим продуктам (баланс карты, платеж по кредиту и т.д.), восстанавливать доступ к интернет-банку, подбирать ближайший офис, банкомат. Мы достигли уровня автоматизации **15%**.

4. Performance management

Каждый сотрудник может ознакомиться со своими KPI в современном формате инфографики: FCR, CSI, АНТ, соответствие графику и т.д. В «личном кабинете» есть рейтинги, позволяющие ранжировать операторов, выводить ТОП-10, анти-ТОП-10 по каждому KPI.

5. Чат-бот

Сейчас чат-бот умеет подбирать продукт, исходя из потребности Клиента, рассказывает о готовности карты, учит формировать выписку и многое другое. Наш бот обрабатывает **~64%** запросов клиентов, а его база знаний насчитывает **1 102 статьи**. По результатам исследования Markswebb в 2021 чат-бот РСХБ был отмечен как **«Лучший подборщик вкладов»**.

Наша работа с персоналом

1. Мобильные тренинги

По данным исследования НАФИ россияне проводят за экраном гаджетов в среднем по 6 часов в день. Мы предлагаем нашим сотрудникам учиться в удобном для них формате. Наш первый мобильный тренинг - «Способы решения нетиповых задач и развитие новаторского мышления». Сейчас мы проводим такое обучение в What'sApp и Viber по различным темам: личная эффективность, принятие решений, продукты банка и так далее.

2. Геймификация

Поколения Y и Z хотят, чтобы на работе было весело и интересно. Поэтому каждый отдел старается геймифицировать рабочий процесс, придумывает самые неожиданные варианты. Мы «покоряли Эверест», бились в «Игре престолов», копили «РСХБ-бубли», собирали рингеры. Например, рингеры – это валюта, которая выдавалась за выполнение показателей. Приобрести за эту валюту можно было брендированную продукцию банка, убрать из показателей оцененный внутренним мониторингом звонок, получить кофе от начальника или даже поработать в его кресле.

3. «Голос»

Наши сотрудники учатся красивой речи у заслуженной артистки Республики Карелия Ольги

Портретовой! На занятиях команда развивает голосовые связи, работает над темпом, интонацией, выразительностью речи. Курс состоит из 10 уроков. Более **120 сотрудников** уже приняли участие в обучении!

Мы считаем, что выйти на качественно новый уровень можно только тогда, когда используешь нестандартные, прорывные решения!

#Свои_решения

5. Клиентоориентированность (не более 3600 знаков с пробелами)

«Для достижения цели руководите так, словно вы управляете механизмом»

Р. Далио

Клиентоцентричность – одна из наших корпоративных ценностей. Что она означает? Клиенты – в центре. Мы управляем клиентоориентированностью, как механизмом: собираем обратную связь, исследуем CJM, оптимизируем / создаем процессы. Мы заботимся обо всех клиентах, в том числе о внутренних: о соискателях и сотрудниках. Все они должны получить положительный опыт от взаимодействия с компанией.

Мы анализируем Клиентский опыт, смотрим на процессы и продукты глазами потребителем и пытаемся понять: «а что неудобно»? Ответ на этот вопрос даёт начало непрерывному развитию. Вместе с нами «проходят путь Клиента» и наши операторы, участвуя в калибровочных сессиях: мы развиваем эмоциональный интеллект наших сотрудников, учим их проявлять эмпатию и понимать потребности Клиента.

Как мы анализируем Клиентский опыт?

FeedBack

В 2021 **89%** Клиентов высоко оценили качество наших консультаций (**105%** от плана). **78%** Клиентов смогли решить вопрос с первого обращения в КЦ. Вместе с тем есть 22% Клиентов, которые решили вопрос не в первом обращении. Почему? Именно это мы выясняем, прослушивая оценки Клиентов. Дополнительно Клиент может оставить нам голосовое сообщение. В 2020 мы звонили Клиентам, оставивших негативную оценку, для прояснения ситуации. Среди прочих вопросов мы заметили частое предложение от клиентов – они хотели бы получить консультацию без переключения на другого специалиста, если после вопроса по поддержке возник вопрос по оформлению новых продуктов. Мы обучили более **80%** поддержки навыкам продаж, и теперь большинство операторов универсальные. Внедрение этого предложения и наша быстрая реакция на остальные предложения Клиентов помогли увеличить FCR на **18%** за год.

Онлайн-речевая аналитика

Если в разговоре с клиентом присутствуют фразы, говорящие о негативных впечатлениях Клиента или о его желании оставить жалобу, руководители групп получают уведомление – всплывающее окно с фамилией сотрудника и кратким описанием ситуации. Руководитель подключается к звонку и помогает оператору урегулировать ситуацию, при необходимости самостоятельно консультирует клиента. Иногда ситуация Клиента требует звонка в отделение Банка или анализа цепочки звонков. В результате такой работы в 2021 мы сократили количество жалоб на работу КЦ с 0,136 до 0,063 на 1000 звонков (**-116%**) или **в 2,5 раза** в абсолютном значении.

СJM кандидата

Мы внимательно относимся ко внутренним Клиентам компании. Например, мы проанализировали путь соискателя и выявили проблемные точки. Мы разработали анкету и опросили 60 «новичков». Выяснили, каким ресурсом они пользовались для поиска работы, легко ли нашли наше здание, какая продолжительность собеседования комфортна для них и многое другое. Мы поняли, что доставляло дискомфорт: кандидаты долго ждали в холле, пока остальные соискатели придут на групповое собеседование. Также они хотели бы заполнять документы для проверки дистанционно, потому что это удобно и экономит время на дорогу в наш офис. В результате мы повесили в холле плазму с трансляцией фото и видеороликов о КЦ, чтобы сформировать представление о команде и скрасить время ожидания. Также теперь кандидаты могут заполнить документы для проверки дистанционно.

Мы считаем, что системный подход является драйвером прогресса в управлении клиентоориентированностью. Мы не просто помогаем одному конкретному клиенту в отдельном звонке, а видим всю картину целиком, управляем процессом как большим механизмом.

#Свои_для_Клиентов

6. Вовлеченность (не более 3600 знаков с пробелами)

«Компания – это механизм, состоящий из двух основных элементов: корпоративной культуры и людей»

Р.Далио

Как мы развиваем корпоративную культуру?

1. Корпоративные ценности

Мы провели «Марафон ценностей», в котором сотрудники поделились, что для них значит государственный подход и лидерство, как в их жизни проявляется стремление к развитию, какой результат в своей жизни они считают самым важным, как они помогают клиентам и чего можно добиться, работая в команде. Мы использовали формат публикаций в Instagram, круглых столов, викторин.

2. Пульс команды

Мы всегда интересуемся мнением сотрудников по самым разным вопросам с помощью опроса «Пульс команды». В одном из опросов мы выяснили, что многие хотят узнать больше о работе других отделов КЦ, и организовали «День в чужой тарелке». Операторы смогли почувствовать себя в роли тренеров, контролеров качества, операционных руководителей. Также мы узнали, что операторы хотят калиброваться друг с другом с участием отдела мониторинга качества. Мы организовали такие встречи для всех трех площадок одновременно в онлайн-формате. Обратная связь от операторов делает нас лучше.

3. #Свои_родные

Мы создали инициативную группу #свои_родные, которая проводит разные активности на площадке и за ее пределами: киновечер, забег с колясками для сотрудников в декрете, организация участия КЦ в федеральном забеге Zebra Race и многое другое. Каждую пятницу мы проводим тематические мероприятия для сотрудников, приуроченные самым неожиданным праздникам: день банана, день сосиски, день рождения Якубовича. #Свои_родные принимают

активное участие в организации таких праздников.

4. Выездные награждения

Награждение лучших сотрудников - незабываемое и яркое мероприятие в жизни нашей команды. Например, во 2 квартале мы наградили лучших на берегу Онежского озера: катались на вэйкбордах и SUP-бордах, жарили шашлыки, загорали и купались. В 3 квартале мы провели время на природе в уютном домике у костра.

5. Корпоративный Instagram

У наших площадок КЦ есть страницы в Instagram. Здесь мы делимся фотографиями лучших сотрудников, мероприятий КЦ, рассказываем о хобби представителей разных отделов, проводим опросы и викторины.

Как мы продвигаем бренд Контакт-центра в регионах?

1. Сотрудничество с учебными заведениями

Мы сотрудничаем с учебными заведениями: проводим деловые игры для студентов, участвуем в экзаменационных комиссиях в качестве экспертов, проводим лекции для студентов, организовываем экскурсии в контакт-центр и учебную практику.

2. Участие в городских мероприятиях и конкурсах

Мы участвуем в городской жизни: проводили тренинг по самопрезентации на международном экономическом форуме, представляем площадку в различных спортивных мероприятиях. Наши менеджеры представляют Контакт-центр на региональном конкурсе Лидерства «Лидеры Карелии». Начальники отдела в Петрозаводске посадили деревья в городском парке в рамках проекта по благоустройству города.

Как обмениваемся опытом с другими подразделениями Банка?

Мы передаем успешный опыт дистанционных продаж коллегам из фронт-офиса, проводим экскурсии. Например, наши сотрудники проводили тренинги в Санкт-Петербурге и вместе с коллегами принимали боевые звонки. Подобное мероприятие прошло и для сотрудников других городов. Такой обмен опытом позволяет нам выстраивать более тесное взаимодействие.

Мы проводим на рабочем месте треть своей жизни, поэтому мы хотим, чтобы КЦ стал для наших сотрудников больше, чем просто «работой». Мы помогаем сотрудникам не только добиваться успеха, но и обретать настоящих друзей. Все это возможно благодаря здоровой корпоративной культуре.

#Свои_для_Своих

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

«Ищите лучшее решение,
а не лучшее решение, на которое вы способны»

Р.Далио

Одна из наших корпоративных ценностей – государственный подход и лидерство! В 2021 мы реализуем эту ценность в масштабах региона. **4** менеджера КЦ стали суперфиналистами регионального конкурса лидерства из 167 участников, **2** из них вошли в **ТОП-10**. На конкурсе мы представили проекты по развитию региона:

- создание тренажера «Антимошенники» для борьбы с преступлениями в финансовой сфере;
- запуск финансового консалтинг-центра в формате выделенной линии для повышения уровня финансовой грамотности населения;
- открытие школы SUP-бординга для развития туристического кластера;
- открытие «онлайн-школы начинающего банкира» для подготовки резерва кадров в КЦ и снижения уровня безработицы в регионе.

Идея создания онлайн-школы нашла отклик у федерального оператора нацпроекта «Демография» - РАХНХиГС, которые предложили нам сотрудничество. Реализация проекта позволит привлечь молодых специалистов Карелии на работу в Контакт-центр и сократить расходы Банка на обучение ~ **на 3 млн руб.!**

Как известно, для многих сотрудников КЦ становится началом карьерного пути. Многие руководители групп не имели в прошлом управленческого опыта. Где черпать знания и навыки для успешной работы? Мы развиваем менеджеров! Руководители групп перед началом работы с командой проходят обучение в **«Академии руководителей»**, где изучают темы управленческого цикла. Сейчас «Академия» проходит в онлайн-формате. Некоторые темы мы записали в формате видео. Выпускники «Академии» попадают в кадровый резерв руководителей и получают возможность в будущем возглавить собственную команду!

Прорывные результаты мы получали тогда, когда выходили за рамки привычного и бросали себе вызов!

#Свои_для_Своих #Свои_для_общества

8. Итоги (не более 1800 знаков с пробелами)

Нас высоко оценивают Клиенты, а клиенты – наше всё!

9 из 10 клиентов довольны качеством наших консультаций;
номер 1 в части дистанционных и цифровых коммуникаций по мнению Банки.ру;
в 6,5 раз быстрее наши Клиенты получают ответ оператора в этом году по сравнению с прошлым;
наш чат-бот в ТОП-10 чат-ботов банка по данным Marksw Webb.

Мы слышим сотрудников и помогаем им раскрыть свой потенциал, добиться успеха!

100% начальников отделов прошли путь от оператора КЦ;
8 сотрудников стали тренерами и контролерами качества в этом году;
120 сотрудников научились красивой речи у заслуженной артистки Карелии;
~162 сотрудника еженедельно делятся своим мнением в опросе «Пульс команды»
300 инициатив сотрудников были реализованы через «Фабрику идей»

Мы внедряем прорывные идеи для повышения эффективности бизнеса!

6 млрд мы взыскали за полгода – это примерно годовой доход бюджета нашего города;
3,9 млн звонков мы приняли в 2020, это на 80% больше, чем в 2019;
3 млн. руб. – сокращение расходов на обучение, которое возможно благодаря нашим разработкам.

Какие принципы обеспечивают наш успех?

1. Оценивать себя объективно – задача не из простых, а потому вам следует полагаться на то, что говорят окружающие и другие факты;
2. У каждого есть хотя бы одно серьезное слабое место, которое мешает ему добиться успеха.

- Найдите свое и научитесь с ним справляться;
3. Ищите нестандартные, прорывные решения;
 4. Воспринимайте болезненные проблемы как шанс что-то улучшить;
 5. Компания – это механизм, состоящий из двух основных элементов: корпоративной культуры и людей;
 6. Ищите лучшее решение, а не лучшее решение, на которое вы способны.

Мы - Лучший КЦ 2021!

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Кузьмин
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Дмитрий Анатольевич
ДОЛЖНОСТЬ	Заместитель начальника Управления организации и сопровождения работы контакт-центров