

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №10053

НОМИНАЦИЯ: ЛУЧШАЯ КОМАНДА КОНТРОЛЯ И ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	МегаФон
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Новосибирск
КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (ФТЕ) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА	3200
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	https://www.megafon.ru/
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Команда развития качества сервиса Ирины Дейснер
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
ССЫЛКА на Youtube	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

ЭССЕ НОМИНАНТА

Описание, цели и достижения (не более 3600 знаков с пробелами)

С чего начинается ваше утро? С приготовления завтрака для семьи, тренировки или чашки горячего кофе? **А может со смартфона?** Зачастую телефон – это первое, что мы берём в руки в начале каждого нового дня. Просмотр новостей, сообщений, ленты в социальных сетях – **мы держим в руках связь с миром**, как чашку бодрящего кофе. **Оставаться на связи**, в сети, **оперативно получать любую информацию** нам помогают сотовые операторы, которые прочно вошли в нашу жизнь.

МегаФон поддерживает клиентов 24 на 7 и оказывает высокий уровень сервиса. А команда развития качества сервиса (РКС), как тёплое объятие, **сопровождает клиентов** и помогает им чувствовать себя важными и ценными.

Наша команда состоит из 51 сотрудника. Оцениваем более 20 дистанционных каналов обслуживания: КЦ, телемаркетинг, продажи и обслуживание B2B сегмента, сохранение клиентов, работа с претензиями, интернет-магазин, техническая поддержка, соцсети и другие. **Лидером и идейным вдохновителем** для команды является наш руководитель Ирина Дейснер – человек, который **знает о клиентах всё и делает ставку на инновации**.

Команда РКС состоит из шести направлений:

- речевой анализ;
- голосовое обслуживание в КЦ и чаты;
- исходящие продажи B2C и B2B клиентам;
- отчётность и аналитика;
- обработка претензий на обслуживание;
- КЦ фиксированной связи и клиентов Yota.

Одна из целей Компании – **стать лидером телекома по показателю NPS** (индекс лояльности на основе внешнего исследования рынка).

NPS лежит в основе стратегии МегаФона. Нам важно **быть оператором №1**, а значит мы должны превосходить конкурентов и **самих себя каждый день**.

Для выполнения этой цели ключевыми задачами РКС являются выстраивание сервиса от клиента, а также внедрение инноваций для автоматизации процессов оценки качества в пользу развития сотрудников кураторами РКС.

Работа РКС выстроена по двум основным векторам: **Голос клиента** и **Голос сотрудника**. Для анализа голоса клиента используются инструменты речевой и текстовой аналитики (РА и ТА).

Голос клиента: Анализ речи клиента = Улучшение клиентского пути

- **Отслеживаем** реакцию на инициативы компании.
- **Анализируем** клиентский опыт использования продуктов с момента запуска.
- **Изучаем** отзывы о качестве связи.
- **Сравниваем** себя с конкурентами.
- **Учитываем** пожелания и идеи абонентов.

Голос сотрудника: Анализ речи сотрудника = Развитие работы персонала

- **Анализируем** качество решения вопросов по ТОП-темам обращаемости.
- **Отслеживаем** работу с эмоциями клиента, инициативность специалиста.
- **Проверяем** соблюдение стандартов обслуживания.
- **Оцениваем** проявление клиентоориентированности.
- **Выявляем** грубые ошибки и критические события в обслуживании.
- **Оцениваем качество** продаж.
- **Развиваем сотрудников** через кураторство.

Ежемесячно мы оцениваем более **3200 сотрудников**, проводим индивидуальную работу с более чем 800 из них. Удаётся нам это благодаря оценке специалистов при помощи РА и ТА.

Основные достижения команды РКС:

Разработана полная автоматическая оценка сотрудника (далее АО) для крупных каналов, включая сложные многоуровневые скрипты обслуживания.

Внедрён системный комплексный подход по работе с компетенциями специалистов. Его суть заключается в работе с системными (повторяющимися) ошибками и подбором сегментированных инструментов для развития.

Запущена витрина с визуализацией данных по оценке качества. Самостоятельно освоили инструмент аналитики и создания дашбордов – Qlik Sense, собрали сложные данные в простую и понятную витрину, с которой работают все заинтересованные подразделения клиентского сервиса.

Освоены инновационные инструменты: технологии машинного обучения (ML-модель), онлайн-

суфлёр, суммаризация, ChatGPT.

Влияние (не более 3600 знаков с пробелами)

Анализируем голос клиента и меняем процессы компании:

1. **Держим руку на пульсе и отслеживаем всплески запросов клиентов** через РА. Это позволяет реагировать на темы с высокой обращаемостью и выявлять единичные, но резонансные обращения, и своевременно **находить решения для клиентов**. Например, недавно абонентам российских операторов заблокировали доступ к сети в Канаде. Мы сразу обнаружили рост обращаемости в РА, выявили основные запросы и предложили решения. Быстро обучили сотрудников и отследили рост **FCR** (решение вопроса) по этой теме на **4,3 п.п.** (процентных пункта).

2. **Повышаем tNPS** (готовность рекомендовать компанию в точке контакта) благодаря аналитике процедур обслуживания через **коллораацию РА и ручного мониторинга звонков**. Через РА выявили процедуры с перенаправлением клиента в другие каналы. Методом ручного мониторинга проанализировали факторы, препятствующие решению вопроса здесь и сейчас. Основываясь на двухсторонних выводах, переработали процедуры с фокусом на решение вопроса во время звонка. Получили прирост в tNPS по тематикам: «Мобильные подписки» на 8 п.п., «Отключение услуг» на 8 п.п., «Отсрочка платежа» на 18 п.п.

3. **Сократили объём претензий в 1,5 раза** (см. слайд 4) через трансформацию работы с жалобами клиентов:

- **выявили сложности**, не позволявшие решить вопрос на первой линии;
- **расширили матрицу полномочий** сотрудников.

4. **Инициировали проект «Эволюция обслуживания»:** изменение формы и тональности общения с клиентами, с фокусом на решение вопроса и проактивность. Мы **исследовали**, как работают разные службы поддержки: банки, маркетплейсы, службы доставки и т.д. Совместили это с лучшими практиками сотрудников. На основе этого **создали Кодекс клиентского сервиса**. Пилотный запуск показал воодушевляющие результаты: дельта tNPS пилотных групп в сравнении с контрольными составила 3 п.п. Проект на стадии масштабирования. Прогнозируемый эффект в tNPS КЦ: **плюс 4 п.п в голосовом канале и плюс 6 п.п в чатах**, без отрицательного влияния на АНТ.

Совершили прорыв в эффективности и качестве продаж с помощью системного анализа в РА:

1. На основе анализа ошибок и лучших практик совершенствуем скрипты и позитивно влияем на **Take Rate** (доля продаж от количества контактов, далее TR). Например, мы проработали самый продаваемый тариф – «Персональный». Изменили скрипт, сформировали learning box (обучающий курс) для сотрудников, после чего замеры эффект: **TR вырос на 16 п.п.** Масштабировали подход на остальные продукты.

2. Постоянно **выявляем токсичные приёмы продаж**, прорабатываем их с сотрудниками. Это позволяет нам **удерживать рекордно низкую претензионную обращаемость** после ТМ (телемаркетинга) – **0,35%** от объёма продаж.

Анализируем голос сотрудника и формируем план развития:

1. **Нарастили объём оцениваемых контактов до 100%** благодаря переориентации с ручной оценки на РА. Теперь выявляем системные ошибки у специалистов в РА и ТА. Сотрудники РКС **перепрофилировались** с операционной деятельности по оценке **на аналитический подход** по

развитию специалистов.

2. Внедрили системный комплексный подход по работе с компетенциями сотрудников. Суть: работа с системными ошибками и подбором сегментированных инструментов для развития.

Замеряем рост KPI после работы с куратором РКС и ставим цели по росту % сотрудников с положительной динамикой.

В результате, положительный эффект показывают 70% сотрудников ТМ по росту продаж и 65% – КЦ по tNPS.

Контроль качества совместно с другими направлениями клиентского сервиса внесли вклад в удержание лидерских позиций в NPS – второе место в BIG 4.

Эффективность (не более 3600 знаков с пробелами)

В цифровом мире ценится скорость. РКС всегда находится в непрерывном развитии и ускорении. Объёмы задач растут с каждым днём, при этом требования к качеству не снижаются. Мы сохраняем гибкость и **повышаем требования к своей эффективности**.

Наши успехи:

1. Развили скорость по выполнению задач в РА:

- **В два раза сократили ТТМ** (Time to Market – срок выполнения) для сложных аналитических задач в сравнении с 2022 г. Сейчас он достигает от нескольких часов до трёх дней за счёт обширной базы наработанных словарей, применения нейросетей для их обогащения, введения скоринга для приоритизации задач, постоянного обмена инсайтами с вендорами.
- **В три раза увеличили продуктивность** по количеству выполняемых фокусных задач в РА по запросам от разных каналов: маркетинга, клиентского опыта и т.д. в сравнении с 2022 г.

2. Повысили продуктивность ручной оценки экспертами контроля качества:

- Несмотря на переход на АО, оставили в ручной оценке процедуры, требующие диагностики в интерфейсах и анализа работы сотрудника в системах.
- Проводим **регулярную оцифровку всех операций наших экспертов** по разному типу задач. Выстроили хронометраж по всем микрооперациям и на основании этого выставили планы по оценке в единицу времени. Нормы в час могут составлять от 2 до 12 контактов в зависимости от канала оценки и сложности задач. Это позволяет гибко управлять ресурсом и быть сверхэффективными. **Продуктивность** по среднему объёму эфиров на одного куратора в месяц выросла января по ноябрь **на 16%**.

3. Поддерживаем высокое качество оценки:

Каждый руководитель направления экспертов контроля качества проводит ежемесячную калибровку оцененных ими контактов. **У опытных сотрудников** качество экспертизы в среднем достигает **98%**. Доля апелляций при переходе с ручной на АО практически сошли на нет – их доля составляет **не более 0,001%** от всего трафика в оценке.

4. Показываем рост эффективности от проведенной работы куратора с сотрудниками:

Для оценки успешности работы кураторов отслеживаем долю сотрудников с положительной динамикой относительно себя по KPI канала. При запуске сегментированного обучения с индивидуальным подходом к сотрудникам, рост эффективности наблюдается и в каналах продаж,

и в каналах обслуживания.

Продажи:

- доля сотрудников с положительной динамикой по показателю эффективности продаж с июня по ноябрь составила 70%, средний прирост по эффективности – 24 п.п.;
- доля сотрудников с положительной динамикой по показателю токсичности продаж с июня по ноябрь составила 70%, среднее снижение по доле претензий после продаж – в два раза.

КЦ: доля сотрудников с положительной динамикой по tNPS с мая по ноябрь составила 65%, средний прирост – 6 п.п.

5. Провели рекордную оптимизацию штата и трансформацию бизнес-процессов оценки качества:

Благодаря выстроенной системе АО каналов сервиса, автоматизации процессов и повышению продуктивности нам удалось **оптимизировать численность** сотрудников по процессам оценки и контроля качества: с января по ноябрь оптимизация составила 40%. За счёт высокого уровня компетенций наши сотрудники востребованы во всех отделах. Они не уходят из компании, а вносят свой вклад в адаптации и обучении, роботизированном обслуживании, техническом блоке и т.д.

При этом **масштабы нашей оценки** колоссально **выросли** с 1 440 000 до 3 399 600 эфиров в месяц относительно 2022 года.

Клиентский опыт (CX) (не более 3600 знаков с пробелами)

РКС делает всё, чтобы клиент получал приятные впечатления от взаимодействия с компанией и решал свой вопрос с одного обращения.

1. Развиваем сотрудников обслуживания и продаж:

- Ежедневно **отслеживаем качество обслуживания на 100% эфиров на витрине АО** по параметрам: инициатива, перебивание, тишина в эфирах, неклиентоориентированные фразы, эмпатия, работа с эмоциями клиента, **соблюдение инструкций** по темам массовой обращаемости, недопустимые события. Через РА оцениваем реакцию клиента: понятность информации, триггеры отсутствия решения вопроса.
- В зависимости от уровня оценки качества **сегментировали специалистов каналов** для назначения им **развивающих активностей и индивидуальных встреч с кураторами РКС**. Они являются персональными коучами для сотрудников обслуживания и продаж. Проводят персональные онлайн встречи, **используют разные форматы взаимодействия:** видео в Telegram, викторины, визуалы для постов и мессенджеров. Делаем **максимум для специалистов**, чтобы они **предоставляли лучший сервис**.

Отслеживаем эффекты от таких коммуникаций: в среднем **65 - 70% показывают положительную динамику после работы с куратором** (см. слайд 5).

Ежеквартально проводим опрос всех оцениваемых каналов по удовлетворённости кураторством и прозрачностью оценки качества. В течение года получали **CSI** (показатель удовлетворённости) по кураторству: 1Q – 76; 2Q – 73; 3Q – 78; понятность оценки качества: 1Q – 73; 2Q – 77; 3Q – 79.

Счастливый сотрудник – довольный клиент!

2. Развиваем процессы обслуживания и улучшаем продукты для клиента.

Все запуски продуктов и инициативы маркетинга проходят через контроль качества. Мы выстроили

идеальную **коллаборацию РА и ручного мониторинга звонков**.

Во время ручной оценки видим все действия специалистов КЦ на экранных формах. Это позволяет дорабатывать интерфейсы и процедуры, оценивать удобство и скорость использования инструментов, отслеживать наличие информации в базе знаний.

Проверяем **масштаб гипотез через РА**. Эксперты речевого анализа формируют **полную картину обращаемости и реакцию клиентов**. На основе всестороннего анализа предлагаем изменения процессов под клиента, расширяем инструменты КЦ.

Коллеги из маркетинга оперативно реагируют на такие инициативы. Следим **за показателями на старте и после их реализации**. Например, при запуске изменений тарифов мы выявили непонятность информации для клиента и оперативно её устранили. Это дало прирост tNPS на 6 п.п. по тарифам.

3. Проводим Эволюцию обслуживания - смотрим на сервис глазами клиента.

В смартфоне каждого из нас **десятки приложений**. Поэтому нужно оглядываться не только на конкурентов, но в целом **смотреть шире на сервис**.

РКС совместно с направлением по адаптации и развитию, а также всеми площадками КЦ исследовали тренды обслуживания и успешный опыт сотрудников. Запустили проект «Эволюция обслуживания», который преследует 2 цели: трансформация того, **как мы общаемся с клиентом** и трансформация того, **что мы говорим клиенту** – как решаем его вопрос.

Сформулировали Кодекс клиентского сервиса и провели изменение процедур с фокусом на решение вопроса. Результаты пилотного запуска показали, что клиенты позитивно оценили наши инициативы: дельта tNPS пилотных групп в сравнении с контрольными составила **3 п.п.** Проект перешёл на стадию масштабирования на весь КЦ.

Мы всегда в поиске улучшений для клиентов и готовы к изменениям. Ведь **быть оператором номер один** – это не просто слово, **это образ жизни**.

Опыт сотрудников (ЕХ) (не более 3600 знаков с пробелами)

РКС - крутая команда, в которой каждый разделяет ценности МегаФона:

- действуем как единая команда;
- делаем так, чтобы гордиться результатом;
- создаем лучший клиентский опыт;
- становимся лучше каждый день.

Наша работа нацелена на то, чтобы каждый продукт был на высоком уровне качества. **Эксперты РКС** отличаются **проактивным подходом**, предлагают способы улучшения процессов, всегда **нацелены на развитие**.

1. Стимулируем вовлечённость внутри команды

- По итогам каждого квартала проводим собрания, где делимся достижениями за период, рассказываем о будущих планах и **отмечаем сотрудников за выдающиеся результаты**.
- Запустили активность «**Сами себе геймификация**». Цель: **поощрение экспертов и менеджеров РКС за реализованные проекты и идеи**. Каждая инициатива имеет свой вес в баллах, на основании которых формируем рейтинги и награждаем лучших. Каждый квартал тройка победителей получает денежные сертификаты.

- В 4-м квартале 2023 г. запустили **Speakers Club** среди кураторов. Основные цели: **развитие навыков публичных выступлений** и **предоставления развивающей обратной связи** в безопасной среде (ты среди равных). Проект оказал позитивный эффект на качество проведения ВКС кураторами, что отмечают в опросе сотрудники каналов обслуживания и продаж.

2. Активно участвуем в кросс-функциональных проектах

- РКС является обязательным участником всех кросс-функциональных проектов с коллегами из дирекции по воспринимаемому качеству, управления нагрузкой и мониторингом, маркетинга и клиентского опыта.
- В первом полугодии проходил проект **«Агенты клиентского опыта»**, объединивший представителей разных функций компании. Две команды участников изучали один продукт и генерили решения для улучшения клиентского опыта. Наши сотрудники **Жанна Земляникова** и **Валентина Ахмедова** активно предлагали идеи по доработке продукта, СМС-нотификации, ЛК, IVR и др. В итоге, более десяти идей были взяты в реализацию.

3. Проявляем активность в федеральных конкурсах компании

- Второй год подряд сотрудники нашей функции с энтузиазмом участвуют в конкурсе **«Предпринимай»** – проекте по сбору идей и внедрению изменений, приносящих **компании** положительный **экономический эффект**. Наш эксперт **Валентина Ахмедова** оставила рекордное количество идей на платформе – 15 идей за год!
- В 4-м квартале этого года подали заявку в федеральную программу признания достижений сотрудников **«Лучшие из лучших»** в номинации **«Становимся лучше каждый день»**. Наши лидеры по развитию качества сервиса и речевой аналитики **Ирина Дейснер** и **Кристина Круглова** будут презентовать уникальную методику АО качества и эффекты от её внедрения.
- Каждый год РКС обязательно участвует и занимает призовые места в премиях **«Хрустальная гарнитура»** и **CX World Awards**. Подготовка к участию – это сплоченная и интересная работа всей команды. Так, в 2023 году мы одержали победу в номинации **«Эффективное внедрение технологий в CX»**, на котором показали нашу работу с РА и уникальные проекты на основе этих данных.
- Совместно с коллегами из МегаАкадемии для экспертов РКС разработаны **индивидуальные планы развития** (ИПР), которые помогают в их деятельности. Применение новых подходов благотворно сказалось на курируемых каналах: CSI по результатам опроса всех каналов 3-го квартала прирос на 4 п.п. по сравнению с 1-м кварталом.
- Высокий уровень вовлечённости и лояльности сотрудников контроля качества отражается в результатах опроса Happy Job: за 1-е полугодие 2023 года eNPS (индекс удовлетворённости персонала) составил 57%. Это выше среднего уровня в компании более, чем на 13 п.п. Вовлечённость достигла 98% (см. слайд 6).

Инновации и креативность (не более 1800 знаков с пробелами)

В 2023 году мы пропилотировали ряд инновационных проектов.

Специально для нас компания **SberDevices** разработала **онлайн ML-модели с уникальными инструментами:**

1. Прогнозирование CSI и вероятности решение вопроса ML-моделью без запроса оценки tNPS и FCR, что даёт нам:

- Экономия времени клиента на оценку и оказание WOW-сервиса при оперативной реакции на негатив.
- Охват «серой зоны» клиентов, которые не ставят оценки.
- Онлайн реакцию на обратную связь по продуктовым запускам.

2. Суммаризация диалога с помощью генеративной модели GigaChat: краткое изложение обращений клиента, которое позволит, например, снизить АНТ при повторных обращениях.

3. Полноценная ЭМО-оценка каждой фразы диалога (негативная/нейтральная/позитивная) позволит выявлять проблемные места в обслуживании и сценариях.

Совместно с коллегами из SberDevices мы **провели пилот ML-моделей**.

- Передавали в большом объёме эфиры без оценки клиента для распознавания и маркировки CSI и FCR.
- Получали диалоги, размеченные по уровню негатива и вероятности решения вопроса.
- Проводили работу на рост CSI и FCR в трёх направлениях:
 - верифицировали данные;
 - работали с сотрудниками;
 - перезванивали клиентам и решали вопросы.

По результатам пилота точность модели составила более 80%, а работа кураторов с сотрудниками привела к росту tNPS на 5 п.п, снижение АНТ на 7 сек, рост FCR на 7.4 п.п. (слайд 7)

С коллегами из группы компаний ЦРТ **тестируем суфлёра по продажам:** на основе онлайн РА клиента и сотрудника специалисты получают подсказки по работе с возражениями и презентации продукта, повышая TR продаж. Далее планируем перейти к масштабированию суфлёра для КЦ, что позволит сократить АНТ.

В 2024 году **расширим возможности РА внедрением ML-моделей**, что даст нам больше возможностей для улучшения клиентского опыта и повышения точности оценки.

Лучшие практики (не более 1800 знаков с пробелами)

Компания стремится **стать лидером в сердцах клиентов и сделать жизнь проще и лучше**. На это направлены все проекты и инициативы контроля качества.

1. Передовой опыт использования РА

Многие компании применяют РА. И мы используем её с 2020 года. За это время наши **методики анализа развиваются, повышается сложность задач и скорость их выполнения**.

Наша ОФ – это **уникальная методика по оценке стандартов обслуживания и соблюдения сложных вариативных скриптов:** диагностика по качеству связи и интернета, подбор тарифа и др. ОФ имеет 100-балльную шкалу оценки и состоит из 4-х блоков. В каждом блоке есть свои параметры оценки, влияющие на итоговый балл. РА оценивает весь объём эфиров – при превышении порогового значения, баллы вычитаются. Есть параметры с повышающими коэффициентами.

Чтобы оценка сотрудника была всесторонней, в ОФ есть параметр на основе ручной оценки. Нам важно **оценивать не только речь**, но и качество диагностики в системах, корректность выполняемых действий и соответствие выводов информации на экране.

2. Уникальность подхода к работе с компетенциями

Выделили ТОП-темы с наибольшим влиянием на KPI, которые периодически прорабатываем с сотрудниками с учетом «кривой забывания». Формируем персональные развивающие активности на основании системных ошибок из РА.

Внедрили в свою работу **нейросети**: расширение словарей в РА и ТА через GPT, формирование фраз для Кодекса клиентского сервиса, помощь кураторам в рекомендациях для сотрудников.

Разработали витрину и личный кабинет сотрудника в Qlik Sense, чтобы сделать сложный алгоритм оценки качества простым для восприятия специалиста КЦ.

Реализованные проекты 2023 года и **понимание целей** развития на **2024** говорят о том, что мы имеем исключительный опыт в области контроля и оценки качества (см. слайд 8).

Дополнительная информация и итоги (не более 1800 знаков с пробелами)

2023 год – год прорыва и трансформации для нас.

1. Продолжили вектор развития от клиента

Выстроили аналитику процессов от восприятия клиента, перестроили стандарты и процедуры под его ожидания, включили реакцию клиента в оценку специалистов.

2. Провели работу по автоматизации 12 каналов обслуживания:

КЦ мобильного и фиксированного бизнеса, продажи B2C и B2B клиентам, сохранение клиентов, работа с претензиями, поддержка B2B клиентов, центр клиентской лояльности, поддержка розницы, персональные менеджеры, обработка заявок по финансовым и медиа услугам, направление по работе с детракторами NPS.

3. Глобально трансформировали все процессы контроля и оценки качества

Поддерживаем вектор **«от контроля к развитию»** сотрудников, от работы с единичными ошибками к работе с системными западающими факторами. Внедрили новую модель кураторства: **куратор РКС – коуч для сотрудников КЦ и продаж.**

4. Пилотировали ряд инноваций для развития процессов обслуживания

Провели масштабные пилоты: суммаризация, онлайн-суфлёр, ML-модели CSI и FCR. Выработали курс развития на 2024 год.

Команда РКС – высококлассные эксперты, с сильной аналитикой и передовыми практиками по развитию сотрудников.

Среди наших сотрудников есть 6 человек, которые **входят в федеральную программу признания TOP Performers** и отмечены наивысшей оценкой за достижения. Они были награждены золотыми знаками отличия и внутренней валютой.

Сотрудники получают именные награды от кросс-функций: от директоров КЦ и ТМ за вклад в развитие каналов.

Руководитель и менеджеры РКС прошли **диагностическое тестирование** от компании ЭКОПСИ. **70%** всей управленческой команды **получили высшую оценку – золото.**

Контроль качества – неотъемлемая часть МегаФона. **Философия нашей команды – сохранить**

лидерство в телекоме и оставаться для клиентов выбором номер 1.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Дейснер
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Ирина
ДОЛЖНОСТЬ	Руководитель направления по развитию качества сервиса