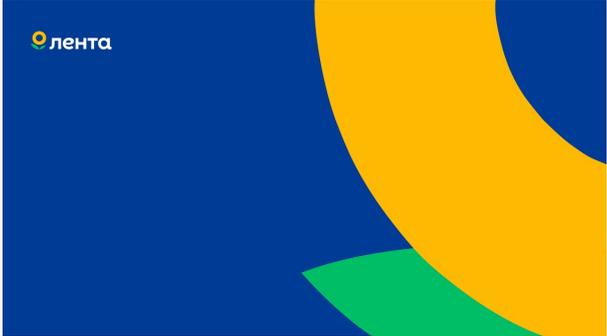


## ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

**ID:** №9939

**НОМИНАЦИЯ:** ЛУЧШАЯ ПРАКТИКА СНИЖЕНИЯ КЛИЕНТСКИХ УСИЛИЙ

<b>НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА</b>	Лента
<b>ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА</b>	Санкт-Петербург
<b>КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА</b>	300
<b>ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ</b>	<a href="https://lenta.com/">https://lenta.com/</a>
<b>НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА</b>	Волонтерский проект доставки пожилым Центра Поддержки Клиентов
<b>ИМИДЖ НОМИНАНТА</b>	
<b>ССЫЛКА на Youtube</b>	<a href="https://youtu.be/x20wqeMOBos">https://youtu.be/x20wqeMOBos</a>

## ЭССЕ НОМИНАНТА

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

В апреле 2020-го года торговая сеть «Лента» запустила волонтерский проект по бесплатной доставке продуктов пожилым людям «Время проявить заботу». Проект задумывался как временная помощь жителям Санкт-Петербурга, оказавшимся в изоляции в пандемию. Основным драйвером проекта стал Центр поддержки клиентов, куда стекались потоки информации от волонтеров и подопечных.

Наша основная цель – объединить нуждающихся в помощи пожилых людей и волонтеров, которые готовы бесплатно доставить продукты из «Ленты». Чтобы о проекте узнали, мы разместили информацию на официальном сайте, в социальных сетях и своих магазинах, сделали sms-рассылку с предложением присоединиться и стать волонтером «Ленты».

Через три месяца мы расширили географию: к проекту присоединились два города-миллионника – Новосибирск и Екатеринбург. Таким образом, во время изоляции (2020-2021 гг.) мы приняли около 18 000 звонков и выполнили 11 110 заказов, с нами сотрудничали более 1 000 волонтеров. В прил. 1, рис. 1 отображена динамика принятых звонков и оформленных заказов в период пандемии.

«У нас в городе проживает очень много пожилых людей и, как оказалось, среди них много

одиноким. Порой, когда слушаешь слова благодарности на автоответчике, слёзы наворачиваются на глаза», — говорит дивизионный менеджер по маркетингу в «Ленте» Анна Дердиенко.

Во время реализации проекта выяснилось, что многие подопечные не могут ходить по магазинам не только из-за пандемии. Пенсионерам тяжело ходить, и помощь волонтеров стала для них глотком свежего воздуха. Проект «Время проявить заботу» мы решили продлить, потому что поняли, как люди нуждаются в поддержке.

## **Влияние (не более 3600 знаков с пробелами)**

Сегодня движение объединяет более 300 волонтеров и 4 500 бабушек и дедушек в трех городах. Всего за 3,5 года было принято более 30 000 звонков и доставлено 19 000 заказов.

В поддержку «Единого номера для заказа продуктов» команда «Ленты» запустила сайт [zabota.lenta.com](http://zabota.lenta.com), объединяющий все значимые социальные инициативы и проекты компании. Также на сайте размещаются рецепты от благодарных пользователей сервиса и варианты практической помощи. Каждый желающий может присоединиться к движению, сделать пожертвование, купить продукты для социально незащищенных граждан или просто поделиться информацией о проекте.

Директор по связям с общественностью и государственными органами «Ленты» Мария Филиппова отмечает: «Тема пандемии и помощи людям, находящимся в группе риска, остается актуальной и важной – «Лента» по-прежнему продолжает обрабатывать заявки от пожилых, а наши волонтеры – доставлять необходимые товары. Мы благодарны всем, кто день ото дня совершает простые, но важные добрые поступки. Своим примером участники проекта вдохновили и наших сотрудников – в рамках проекта было организовано движение «Лента Друг», в котором почти 400 работников компании стали волонтерами: они помогали своим заболевшим коллегам в 100 городах России. Многие из них продолжают активную благотворительную деятельность и разделяют социальную ответственность компании «Лента» в рамках других инициатив».

Таким образом удалось объединить участников волонтерского движения, проявить реальную помощь и заботу пожилым людям, привлечь сотрудников к волонтерской деятельности и стать первым ритейлом, взявшим на себя роль проводника между покупателем и нуждающимся в помощи человеком.

## **Эффективность (не более 3600 знаков с пробелами)**

Поскольку в 2022 году доля выполненных заказов составила 69%, в начале 2023 года мы приняли решение привлечь к проекту «Время проявить заботу» на 5% больше волонтеров и обучить собственных сотрудников call-центра в Санкт-Петербурге, Новосибирске и Екатеринбурге. Выполнение плана позволило увеличить долю проведенных консультаций на 10% и выполненных заказов на 13%, сократив время с момента получения заказа до его доставки с 12 до 8 часов (прил. 1, рис. 2).

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

Мы заботимся о безопасности наших подопечных: перед тем, как присоединиться к проекту, каждый волонтер подписывает договор и соглашение о неразглашении персональных данных.

Когда операторы передают заказ в чат волонтеров, они не пишут номер квартиры и контакты пенсионера, а только номер заказа, район и улицу. Чтобы получить заказ, волонтер сообщает о желании помочь в общем чате и приходит на стойку информации «Ленты», где забирает лист с заказом. Эта система позволила обезопасить участников проекта.

Волонтеры тщательно отбирают продукты и звонят пенсионерам из магазина, чтобы привезти именно то, что любят наши подопечные, доставляют заказы в выходные и праздники. Относятся к пожилым людям с вниманием и заботой. Операторы call-центра всегда остаются на связи, предупреждают бабушек и дедушек о том, что скоро приедет курьер, а после доставки узнают, все ли понравилось. Так мы проявляем заботу и всегда знаем мнение наших покупателей, что позволяет в реальном времени скорректировать работу проекта и магазинов.

Наш call-центр инициирует поздравления и дарит подарки пожилым в значимые для них праздники (день пожилого человека, новый год, 8 марта, 23 февраля, 9 мая).

Бабушки и дедушки нередко благодарят помощников как через операторов, так и лично. Своей историей первой доставки поделилась волонтер Ирина: «Самая первая бабушка за доставку продуктов подарила мне 2 конфетки. Ей 88 лет, не может выходить из дома, очень милая. Я могу их себе сама купить легко, а они мне так дороги были, я как ребенок им была рада. И запомнила их на всю жизнь»

Волонтеры дарят заботу, а взамен получают тёплые слова. Отзывы пожилых людей, которые передали администраторы чатов нашим волонтерам, можно увидеть в прил. 1, рис. 3.

Так в течение года к нам за помощью обратилось 505 постоянных покупателей. Диаграмма с уникальными подопечными за 12 месяцев изображен в прил. 1, рис. 4.

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

За время существования проекта в нем приняли участие 400 сотрудников «Лента». Именно члены команды «Лента» были первыми, кто принимал и доставлял заказы, консультировал пожилых людей, изолированных в период пандемии, по разным социальным вопросам и даже помогал по дому. Своей историей поделился координатор проекта нашего call-центра Дарья: «Я работаю координатором в проекте, знаю очень хорошо наших подопечных. Я очень ценю, что они доверяют мне. Часто они делятся историями из своей жизни. Многие из них одиноки. Зачастую их дети и внуки находятся далеко, и они не успевают навестить своих бабушек и дедушек. Однажды на линию позвонила "наша" бабушка. Рассказала, что живет одна, плохо ходит, и что ей давно хотелось помыть окна у себя дома, но сделать ей это уже почти невозможно. Она была очень расстроена, что теперь такое простое дело ей не по силам. Я просто не смогла остаться равнодушной и решила помочь ей. Мы договорились с подругой и в свой выходной поехали к бабушке. Помыли окна, навели порядок в квартире и уехали с чистой совестью. Бабушка была нам очень благодарна, а мы были рады, что хоть немного сделали пожилого человека счастливее. Никогда не забуду ее добрый взгляд, которым она нас провожала. Это бесценно.»

Большинство волонтеров не бросают дело после первого заказа, поэтому чаще всего продукты привозит один и тот же человек. Многие участники проекта уже в дружеских отношениях. Операторы call-центра и волонтеры оказывают большую эмоциональную поддержку, они стали ниточкой, связывающей одинокого человека с внешним миром. Мы все узнаём многое от старшего поколения — за каждым пожилым человеком стоит своя история. Рассказы об их прошлом делают наше взаимодействие ещё более близким.

Среди менеджеров и участников проекта царит солнечная и доброжелательная атмосфера.

Каждый день администратор чата желает волонтерам доброго утра и хорошего вечера, дарит позитивный настрой и благодарит за помощь. Сами волонтеры устраивают встречи, чтобы познакомиться, попить чай и вместе погулять.

Даже горячая линия отличается от типичного call-центра, менеджеры не просто принимают заказы, а помогают и поддерживают пожилых людей: внимательно слушают и с чуткостью проговаривают, как оформляется заказ, а также по возможности самостоятельно доставляют продукты. Статистика доставленных заказов сотрудниками call-центра за последние 12 месяцев изображена в прил. 1, рис. 5.

## **Инновации и креативность (не более 1800 знаков с пробелами)**

Когда проект только начал работу, возникли трудности с обработкой заказов. Пожилой человек звонил на горячую линию, и заказ принимал голосовой бот Voximplant, который затем отправлял расшифровку разговора на почту «Ленты». Менеджеры вручную собирали данные и вносили их в Google-таблицу. Затем сотрудники инфостойки в гипермаркетах вручную формировали лист заказа, чтобы волонтер смог его собрать. Расшифровка ботом не всегда была достаточно точной, а обработка данных вручную приводила к ошибкам и потере данных. Заказы принимались с 9:00 до 17:00 и звонки в другое время пропадали. Пожилые люди не понимали, что заказ принимал бот, и ждали обратной связи.

Было принято решение автоматизировать работу, для этой цели была выбрана CRM система RetailCRM. Теперь бот принимает телефонные звонки, сам формирует заявки, заполняя поля с фамилией, именем. Таким образом оператор видит данные клиента, перезванивает пенсионеру, уточняет адрес, детали доставки и заказа. С адресом доставки теперь ошибиться невозможно. Встроенный сервис Geohelper подсказывает, как точно называется улица или переулок, который произносит пожилой человек, и помогает правильно занести данные.

После обработки заказы передаются в волонтерские чаты WhatsApp по районам города. Сами заказы теперь не теряются, всё контролируется на уровне статусов, например, «Отправлено в чат волонтеров» и «Закреплен за волонтером». Так операторы всегда знают, на каком этапе находится выполнение заказа. Пример со статусами заказов изображен в прил. 1, рис. 6.

Благодаря новой системе заявка пожилого человека, обратившегося в нерабочее время не останется без внимания, все фиксируется в программе RetailCRM, а выделенные для проекта операторы перезванивают утром и принимают заказы, чтобы бабушки и дедушки не остались без продуктов.

## **Лучшие практики (не более 1800 знаков с пробелами)**

«Время проявить заботу» - это волонтерский проект, ведением которого занимаются собственные сотрудники call-центра компании «Лента». Оператор выполняет не только роль специалиста контактного центра, но и является экспертом волонтерского движения. Он напрямую общается с держателями проекта и занимается начислением бонусных баллов волонтерам. Контактный центр не тратит экономические ресурсы на привлечение дополнительных сотрудников, развивая потенциал собственных работников в данном направлении.

Помимо «Время проявить заботу» компания «Лента» по сей день развивает общественные программы разных направлений, поддерживаемых работой call-центра. Операторы выделенной

горячей линии могут предоставить информацию по разным социальным проектам «Ленты». Благодаря консультациям и работе магазинов удалось достичь внушительных результатов. Например, в рамках проекта «Дари Еду!» наши покупатели и сотрудники компании передали нуждающимся 368 600 кг продуктов за период с 2019 г. по 1 полугодие 2023 г.. Также в фонд помощи животных «РЭЙ» было передано 5 673 кг корма с 2021 г. по 1 полугодие 2023 г.. В рамках акции «Лента добрых дел» и «Помоги собрать ребенка в школу» 109 134 воспитанника социальных учреждений получили подарки от покупателей в течение 2015–2023 гг..

Благодаря такому подходу «Лента» ассоциируется у покупателей не только с магазином, где можно приобрести товары, но и с компанией, для которой социальное направление является одним из приоритетных, что позволяет получать большую лояльность и узнаваемость бренда.

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

Изначально проект планировался как пилотный в сфере волонтерской деятельности компании. Сейчас мы гордимся нашими результатами, нам удалось сплотить сотни людей, желающих творить добро, и помочь тысячам одиноких пожилых людей получить продукты с бесплатной доставкой и специальной скидкой.

Волонтеры получают от «Ленты» 100 бонусных баллов за каждый доставленный заказ. Компания разработала персональную скидку волонтера 10% по карте лояльности «Лента» на все покупки, чтобы пожилые люди могли сэкономить на приобретении продуктов. Благодаря корпоративному волонтерству мы смогли улучшить показатели вовлеченности сотрудников, раскрыть их новые способности, помочь в продвижении по карьерной лестнице. Например, наши специалисты проекта заняли должности девизионного менеджера, старшего оператора call-центра.

К волонтерскому движению присоединилась сеть супермаркетов «Монетка», которая вошла в структуру «Ленты» в октябре. Сейчас на стадии разработки находится дополнительная программа лояльности для участников. В 2024 году мы планируем расширить географию проекта в других городах нашей страны.

Волонтерская деятельность call-центра может стать примером для других организаций, желающих внести свой вклад в улучшение общества и заявить о себе с новой и полезной стороны. Мы надеемся, что как можно больше людей станут участниками нашего проекта и ни один пожилой человек, который обратился к нам, не останется без внимания, понимания и помощи в короткие сроки. «Время проявить заботу» – это проект о неравнодушных людях, о супергероях, которые есть среди нас. Наша суперсила – быть важными и нужными, и в этом мы лучшие.

## **ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:**

<b>ФАМИЛИЯ</b>	Подусов
<b>ИМЯ ОТЧЕСТВО</b>	Алексей Андреевич
<b>ДОЛЖНОСТЬ</b>	Руководитель публичного направления