




ВАША ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЖЮРИ

НОМЕР ЗАЯВКИ: №26ССА-000

ВЫБРАННАЯ НОМИНАЦИЯ: 60. 1. ОПЕРАТОР/ПАРАОПЕРАТОР ГОДА

ВАШ СТАТУС ЗАГРУЗКИ: передано в жюри

НОМИНАНТ	Русинова Арина
ОРГАНИЗАЦИЯ/БРЕНД	Лайм-Займ, МФК
ГОРОД(а) РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ(-ок) КЦ НОМИНАНТА	Новосибирск
КОЛ-ВО ОПЕРАТОРОВ НА ПЛОЩАДКЕ(-ах) КЦ НОМИНАНТА	60
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	https://www.lime-zaim.ru/
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
Сопроводительный файл 1	Посмотреть загруженный файл »
Сопроводительный файл 2	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ
Сопроводительный файл 3	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ
ССЫЛКА на видео	https://rutube.ru/video/private/0570648f489c2307470d5d3400134afe/?p=i9yhSw2EsJWRostMDLCUPw

ВАШЕ ЭССЕ

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ, ДОСТИЖЕНИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Моя история в отделе — это история трансформации. Как сейчас помню свой первый рабочий день: гарнитура казалась чужой, скрипты — сложными, а голос дрожал от волнения. Одним из первых клиентов была пожилая женщина Светлана, она была в ужасной панике из-за списания денег с ее карты. Я могла бы просто сказать, что это списание не относится к нашей компании, и завершить звонок, но я чувствовала свою ответственность: и как сотрудника, и как человека, более адаптированного к технологиям.

Я проверила всю информацию и уточнила, что в нашей компании у Светланы нет не только каких-либо услуг, но даже личного кабинета. Однако паника в ее голосе не утихала. Поэтому я не остановилась и продолжила свое небольшое расследование в режиме звонка: нашла в интернете, что это могло быть за списание, и подробно, шаг за шагом объяснила ей, как отказаться от этой подписки. Ее искреннее «спасибо» стало моментом истины. Я осознала: моя работа — это не просто обработка звонков, а настоящая помощь людям в сложной ситуации.

Когда меня повысили до старшего специалиста, я получила доступ к прослушиванию не только своих диалогов, но и моих коллег. Тут-то и началось мое исследование, и его результаты были неутешительны: оказалось, что многие операторы стремились закрыть обращение побыстрее и отработать его строго в рамках скрипта, не задумываясь о конечном результате для клиентов. Было понятно: что-то точно нужно менять, и делать это как можно быстрее.

Моей главной целью стало превратить голосовую поддержку из затратного центра в ключевой актив компании, который, с одной стороны, укрепляет лояльность клиентов и долгосрочное доверие к бренду, с другой — помогает каждому сотруднику чувствовать себя экспертом и партнером клиента. И ключевая задача на этом пути — изменить систему ценностей.

Моим главным достижением после анализа и переосмысления процесса общения с клиентами стала отмена одного из устоявшихся KPI. Изучив сотни диалогов, я доказала, что показатель среднего времени ответа (далее — CBO) заставляет операторов торопиться, чтобы просто выполнить показатель, а не решать проблемы. В результате мы полностью отказались от показателя CBO для линейных сотрудников, сместив фокус на FCR (доля решений с первого обращения) и CSI (индекс удовлетворенности).

Этот смелый шаг стал катализатором и других преобразований:

- Разработанная и внедренная мной модульная система обучения, где каждый день адаптации посвящен отработке самого частого запроса, позволила новым сотрудникам выходить на плановые показатели на 2 недели раньше.
- Созданная мной внутренняя экосистема знаний — живая база с лайфхаками, скриптами и разборами сложных кейсов, — применяется в работе 100% специалистов команды клиентской поддержки.

Результаты от таких изменений не заставили себя ждать:

- Я стала лидером по ключевым показателям: мой персональный CSI стабильно держит уверенные позиции — 4,9 за последние три месяца, а FCR вырос до 88%.
- Горжусь и ростом показателей всего отдела: благодаря внедренным инициативам FCR по отделу за год вырос с 79% до 82%, а уровень CSI остается стабильно высоким — 4,87.

Участие в «Хрустальной Гарнитуре» для меня — логичный шаг на пути становления и роста. Это вызов и возможность доказать, что оператор — это сердце компании. Мой успех — это не просто статистика, а благодарные клиенты, сильная команда и выстроенная система, которая ежедневно доказывает, что человеческий голос, подкрепленный данными и эмпатией, — самый ценный актив компании в цифровую эпоху.

Я уверена, что именно такой — осознанный, клиентоцентричный и лидерский — подход и должен отличать «Оператора года».

ВЛИЯНИЕ НА БИЗНЕС

В условиях жесткой конкуренции на микрофинансовом рынке выбор клиента чаще определяется

уровнем клиентского сервиса, скоростью и качеством решения его проблемы. Мое влияние на бизнес заключается в системном повышении операционной эффективности и клиентской лояльности, что напрямую отражается на ключевых финансовых показателях.

Индекс удовлетворенности (CSI) стабильно составляет 4,87. Для сферы, где клиенты часто находятся в стрессе, это не просто цифра — это ключевой показатель удержания клиентов. Удовлетворенный клиент, чью проблему решили быстро и эмпатично, с гораздо большей вероятностью вернется за повторным займом и порекомендует компанию своим знакомым.

Доля решенных обращений с первого звонка (FCR) увеличилась с 79% до 82%. Для бизнеса это означает сокращение повторных обращений на тысячи звонков в год. Для нашего отдела это прямое снижение нагрузки и высвобождение ресурсов, что позволяет экономить до 15% рабочего времени и перенаправлять его на проактивный сервис и сложные кейсы.

Кроме того, мои цели по созданию клиентоцентричной экосистемы и обеспечению безупречного сервиса полностью соотносятся со стратегическими целями компании по росту масштаба, устойчивости и доходности, а также обеспечивают укрепление деловой репутации компании. Ведь успешные консультации и проактивные решения не только стимулируют клиентов возвращаться в компанию снова и снова, но и превращают их в представителей и адвокатов бренда.

Каждый случай, подобный истории с пожилой женщиной, которого нет в скриптах, но который остается в благодарной памяти клиента, — это кирпичик в фундаменте доверия к бренду. В эпоху социальных сетей и отзывов такая репутация является конкурентным преимуществом, которое напрямую влияет на приток новых клиентов.

ОПЕРАЦИОННАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Мой подход доказывает, что эффективность — это не скорость, а точность и качество.

Я коренным образом изменила подход к операционной эффективности, сознательно сместив фокус с количественных показателей скорости на качество конечного результата.

Помимо этого, в отделе были реализованы следующие проекты:

- Фокус на первом контакте. После отмены KPI по скорости запустили проект, направленный на снижение повторных обращений, с ежедневным разбором звонков-перезвонов. Операторы перестали бояться «затяжных» разговоров и стали глубже погружаться в проблемы.
- Оптимизация маршрутизации. Мой анализ работы голосового робота (IVR) и сокращение ошибочных маршрутизаций привели к тому, что клиент на 40% быстрее стал попадать к нужному специалисту, что напрямую повлияло на рост SL.
- Инструменты в один клик. Проанализировав скрипты, внесла множество корректировок в существующую базу знаний, что сократило время на поиск решения нестандартного вопроса с 5 до 2 минут, так как это давало простые и понятные для всех участников инструкции к действию, что также позволило удерживать рост среднего времени ответа под контролем, несмотря на углубление в проблемы.

Достижения последних 12 месяцев наглядно демонстрируют успешность этой стратегии и повлиявших изменений.

Ключевые метрики отдела показывают значительный прогресс:

- Решение при первом обращении (FCR): рост с 79% до 82% по отделу.
- Уровень потерянных звонков (LCR): снижение с 19% до 3%.

- Уровень сервиса (SL20): улучшение с 54% до 89%.
- Индекс клиентской удовлетворенности (CSI): сохранение стабильно высокого показателя 4,87.
- Среднее время ответа: увеличение с 187 секунд до 205 секунд.

Особого внимания заслуживает динамика среднего времени ответа — его увеличение с 187 до 205 секунд является не ухудшением показателя, а прямым следствием сознательного отказа от KPI по скорости в пользу глубины и качества решения проблем клиентов.

Мои личные результаты за последние три месяца работы служат убедительным доказательством эффективности нового подхода:

- FCR 88% — эталонный показатель даже по мировым стандартам.
- CSI 4,9 — абсолютный максимум удовлетворенности клиентов.

Эти цифры не просто демонстрируют высокую личную эффективность — они доказывают, что установленные нами новые стандарты качества не только достижимы, но и представляют собой новый уровень операционной эффективности для всей индустрии. Каждое из этих улучшений имеет конкретное бизнес-обоснование: рост FCR напрямую снижает операционную нагрузку, снижение LCR и улучшение SL показывают доступность сервиса для клиентов.

Такой сбалансированный подход, где качество обслуживания превалирует над скоростью, позволил нам создать устойчивую систему, которая одновременно обеспечивает и высочайший уровень клиентского опыта, и операционную эффективность в долгосрочной перспективе.

КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ (CX)

Мое влияние на клиентский опыт выходит далеко за рамки обработки отдельных звонков. Я выстроила целостную систему, где каждый элемент — от первого контакта до финального решения — работает на создание безупречного клиентского впечатления. Эта система основана на трех ключевых принципах: проактивность, эмпатия и технологическая эффективность.

Одной из значимых инициатив, предложенных мной, стало **кардинальное изменение подхода к уведомлениям**. Я заметила, что некоторую информацию клиентам удобнее было бы не записывать в ходе диалога, а получать после разговора в виде текста. Я разработала и внедрила систему информирования клиентов по их запросам через уведомления в их же личном кабинете, которая не просто решала проблему, а превратила ее в конкурентное преимущество, создав новый более удобный канал коммуникации.

Результаты:

- Снижение количества повторных обращений после получения клиентом информации в уведомлении на 47%.
- Рост положительных отзывов, отмечающих «легкость получения информации», на 10%.

Эмпатия как измеримый инструмент сервиса. За время работы ко мне обращались разные клиенты с разным настроением, и, конечно, к ним необходимо применять разные подходы. Интуитивно в работе я использовала данный инструмент, но решила попробовать такой подход и в обучении новых сотрудников. Так появилась разработанная мной **«Карта эмоционального состояния»**, которая стала настоящим прорывом в обучении новых сотрудников. Этот инструмент, основанный на анализе более 500 диалогов, позволяет точно распознать, в каком настроении клиент обратился, более точно выбрать присоединение клиенту и в полной мере решить его вопрос, ведь иногда из-за настроения клиентам сложно сформулировать свой вопрос.

Результаты:

- На 22% снижена доля эскалаций конфликтных ситуаций у новых операторов.
- До 70% (+12 п.п.) увеличена доля клиентов, которые после решения проблемы отмечали «понимание и человеческое отношение».

Оптимизирован клиентский путь от первого контакта до решения. Моя работа по **анализу и перестройке голосового робота** привела к революционным изменениям в навигации. Через тщательное исследование путей 1000+ клиентов мной были выявлены и устранены ключевые точки отказа и запутанности маршрутизации.

Результаты:

- На 40% сократили ошибочные маршрутизации.
- На 45 секунд уменьшили среднее время до соединения с нужным специалистом.
- До 3% (-16 п.п.) снизили количество «тупиковых» обращений, когда клиент вешал трубку, не дойдя до специалиста.
- Создали внутреннюю базу знаний для обеспечения стабильного качества, которой ежедневно пользуется каждый сотрудник на смене.
- До 2 месяцев (-33%) сократили время адаптации новичков до выхода на плановые показатели.

Каждый из этих элементов работает в единой системе, создавая клиентский опыт, который не просто решает проблемы, а формирует лояльность. Мы перешли от реагирования на запросы к созданию такой сервисной среды, где клиент чувствует себя услышанным, понятым и ценным на каждом этапе взаимодействия. Это доказывают не только цифры, но и десятки положительных отзывов от клиентов, которые отмечают индивидуальный подход и реальную помощь в ситуациях, выходящих за рамки стандартных процедур.

ОПЫТ СОТРУДНИКОВ (ЕХ)

Я глубоко убеждена: невозможно создать выдающийся клиентский опыт без сильной, уверенной и мотивированной команды. Поэтому я инвестирую в рост команды, и моя работа с каждым сотрудником выстроена как комплексная система развития, где каждый элемент усиливает другой, создавая среду для профессионального и личностного роста.

За время работы я лично подготовила и выпустила 19 сотрудников, что составляет 48% от максимального штата отдела в 42 человека. Но важнее цифр методология этого обучения и те проекты, которые помогли достичь рекордных результатов.

Разработанная и внедренная мной **модульная система адаптации**, где каждый день посвящен изучению отработке конкретных, самых частых сценариев обращений, позволила:

- Сократить до 2 месяцев время выхода новичков на плановые показатели KPI.
- На 40% снизить текучесть специалистов после адаптации.
- Помочь 85% моих выпускников сохранять позитивную динамику роста через 6 месяцев работы.

Внедренная мной **система регулярной обратной связи «Голос сотрудника»** превратилась в мощный инструмент организационного развития. Еженедельные опросники и ежемесячные встречи один-на-один (тет-а-тет) с каждым сотрудником позволяют не просто собирать идеи, а создавать дорожную карту улучшений.

За последние 12 месяцев эта система позволила создать среду психологической безопасности и профессионального роста, а также:

- Реализовать 27 конкретных улучшений рабочих процессов по предложениям сотрудников.

- На 3 часа в неделю сократить административную нагрузку на операторов за счет оптимизации отчетности.

Отмена KPI по скорости стала переломным моментом в формировании новой культуры общения. Была выработана система индивидуального подхода к контролю качества диалогов, и операторы получили возможность проявлять подлинную эмпатию и творчески подходить к решению проблем взамен слепому следованию скриптам.

Результаты:

- До 29% (-39 п.п) снизили уровень эмоционального выгорания по данным ежегодного опроса.
- До 45% (+30 п.п.) выросла доля сотрудников, желающих участвовать в кросс-функциональных проектах.
- До 18 месяцев (+60%) увеличилась средняя продолжительность работы в отделе.

Созданная мной **внутренняя экосистема знаний** — это не статичный архив, а постоянно обновляемый ресурс, который включает в себя базу разборов сложных кейсов с методическими рекомендациями, библиотеку скриптов с вариантами для разных типов клиентов, аудиотеку успешных кейсов с методическими разборами и базу знаний по использованию клиентоцентричных подходов к ведению диалогов.

Результаты:

- В 2,5 раза сократили время на поиск информации для решения нестандартных вопросов.
- На 45% повысили уверенность новичков при работе со сложными запросами (по данным внутреннего опроса).

Запустили **программу кросс-обучения**, в которой каждый сотрудник может провести день с коллегой из смежного подразделения, чтобы понять его контекст и цели. Это ? позволило операторам первой линии лучше понимать специфику и глубину работы смежных направлений, а потому — проще, понятнее и доступнее доносить информацию до клиентов по их обращениям.

Каждый из этих элементов работает в единой системе управления опытом сотрудников. Мы не просто обучаем процедурам — мы воспитываем экспертов, способных создавать сервис мирового уровня, которые понимают философию сервиса, имеют инструменты для роста и верят в свою значимость.

ИННОВАЦИИ И КРЕАТИВНОСТЬ

Работа в голосовой поддержке часто кажется рутинным исполнением скриптов. Но мой подход строится на ином принципе: я вижу в каждом звонке не запрос, а возможность для диалога. Философия осознанного общения стала моим главным инструментом для достижения результатов. Суть в проактивном анализе потребности, скрытой за прямым вопросом. Мы внедрили метод полного информирования, где детализация превращает консультацию в заботу, с контекстом: почему это важно и как это работает.

Внедрение новшеств часто встречает сопротивление. Мне нужно было быстро обучить команду, привыкшую работать по шаблону. Преодолеть это удалось благодаря созданию гибкой системы обучения. Мы трансформировали обучение, сместив фокус с механического заучивания на глубокое вовлечение. Для этого была создана комплексная практическая среда: тренинги с видеокейсами, геймифицированный конкурс и, конечно, безопасное пространство для экспериментов, где в учебной обстановке без страха ошибки можно отрабатывать и оттачивать новые подходы до реальных звонков. Это позволило не просто обучить команду, но и раскрыть ее внутренний потенциал, превратив коллег в единомышленников. Для меня этот опыт стал ключевым: я

осознала, что настоящая эффективность рождается там, где инновации подкрепляются ростом и вовлеченностью людей.

Я намерена и дальше развиваться по этой траектории, расти внутри компании, развиваясь от специалиста-практика к роли наставника и архитектора клиентского опыта. Первый приоритет — масштабирование подхода. Главное — это создание кросс-функциональных команд, чтобы принцип «клиент в приоритете» стал основой для всех направлений в нашей компании. Для меня это также возможность передать наш успешный опыт и реализовать проекты, которые будут ориентированы на клиента, команду и бизнес.

ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ

Мой опыт является эталонным по трем причинам.

Данные — во главе угла. Я не действую интуитивно. Каждая инициатива, от отмены KPI до изменений в IVR, основана на глубоком анализе цифр и обратной связи.

Системность. Я не просто «хорошо учу» или «хорошо разбираюсь с жалобами». Я выстраиваю целостную экосистему (обучение, метрики, знания, обратная связь), которая самовоспроизводит качество.

Смелость менять устои. Моя главная победа — это убеждение руководства отказаться от «священной коровы» в виде показателя «среднее время ответа». Это пример лидерства, которое готово оспаривать индустриальные догмы ради подлинного клиентоцентризма.

Я достойна звания «Оператор года», потому что мой вклад измерим, масштабируем и оказал преобразующее влияние на бизнес-метрики, клиентский опыт и корпоративную культуру. Я не просто представляю нашу компанию — я демонстрирую, как должна выглядеть поддержка нового поколения в финансовом секторе: умная, чуткая и по-настоящему эффективная.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ И ИТОГИ

В заключение хотелось бы сказать, как важно делиться знаниями и опытом. Я думаю, что, когда не только руководитель открыто транслирует идеи и ценности клиентского сервиса, вдохновляются все вокруг, делая клиентский опыт взаимодействия с компанией разнообразнее, а впечатления — ярче.

У меня пока еще не было опыта публикаций в СМИ, участия в конференциях и других подобных мероприятиях, и, по сути, участие в «Хрустальной Гарнитуре» для меня — первый значимый внешний проект, особый вызов как для оператора.

Вся моя работа до этого момента была «за кадром»: я была сосредоточена на живом диалоге с клиентом, на решении его вопросов здесь и сейчас. «Хрустальная Гарнитура» впервые выводит меня и мою экспертизу на публичный, отраслевой уровень. Это совершенно новый этап осмысления своей работы. Важно не просто хорошо делать свое дело, но и суметь показать его ценность, проанализировать и презентовать свои кейсы так, чтобы они стали примером и вдохновением для других. Это вызов быть не просто исполнителем, а стать автором и представителем самой профессии.

Для меня ключ к успеху — в отношении к сложностям. Они не должны пугать или угнетать. Напротив, трудности — это топливо для роста! Преодолевая их, я приобретаю бесценный опыт,

становлюсь сильнее и профессиональнее. Ставьте амбициозные цели, находите вдохновение в рутине, верьте в свои силы — и у вас все получится.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ КОНТАКТОВ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Русинова
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Арина Николаевна
ДОЛЖНОСТЬ	Старший специалист отдела голосовой поддержки

КОМАНДА:

Фамилия	Имя	Должность	Email	Телефон
Шмакова	Екатерина	Руководитель операционного управления департамента клиентской поддержки	e.shmakova@lcgs.ru	(не задано)