



ВАША ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЖЮРИ

НОМЕР ЗАЯВКИ: №26CCA-000

ВЫБРАННАЯ НОМИНАЦИЯ: 60. 1. ОПЕРАТОР/ПАРАОПЕРАТОР ГОДА

ВАШ СТАТУС ЗАГРУЗКИ: передано в жюри

НОМИНАНТ	Полякова Мария
ОРГАНИЗАЦИЯ/БРЕНД	СБЕР
ГОРОД(а) РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ(-ок) КЦ НОМИНАНТА	Нижний Новгород
КОЛ-ВО ОПЕРАТОРОВ НА ПЛОЩАДКЕ(-ах) КЦ НОМИНАНТА	60
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	https://www.sberbank.com/
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
Сопроводительный файл 1	Посмотреть загруженный файл »
Сопроводительный файл 2	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ
Сопроводительный файл 3	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ
ССЫЛКА на видео	https://dzen.ru/video/watch/692e7e12f95aee5a3aac0648

ВАШЕ ЭССЕ

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ, ДОСТИЖЕНИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Добрый день! Меня зовут Полякова Мария, я ведущий специалист в Контактном центре Друг. Мой профессиональный путь в компании — это история целенаправленного роста: всего за год я прошла путь от оператора контактного центра до куратора процессов обучения.

Когда я пришла в Сбер, моей главной целью было не просто выполнять задачи, а по-настоящему помогать людям, решая их проблемы с максимальной заботой и участием. Руководство заметило мою вовлеченность и поставило передо мной амбициозные задачи: достичь высоких показателей, развить гибкость мышления, инициативность и умение работать в команде. Этот вызов стал для меня мощным стимулом.

Помню свои первые дни: огромный поток звонков, разнообразие вопросов, требующих мгновенной реакции. Эта среда стала идеальным полигоном для развития стрессоустойчивости, эмпатии и коммуникативного мастерства. Я не только набралась опыта, но и ощутила желание делиться им. Так я стала наставником или как принято говорить у нас в Сбере - бадди, а затем и ведущим специалистом. Теперь я не только принимаю звонки, но и консультирую коллег по сложным вопросам на второй линии, курирую процесс обучения новых сотрудников нашего КЦ.

Ключевая цель нашего контактного центра — всесторонняя поддержка сотрудников Сбера в подборе корректного сервиса на внутреннем портале Друг по административным, рабочим или "бытовым вопросам", которые встречаются в процессе трудовой деятельности сотрудников банка. Я стремлюсь показать каждому коллеге, что Друг — это в первую очередь надежный и интуитивно понятный помощник. Для меня важно, чтобы обратившийся человек был уверен: он получит не только грамотный ответ, но и дружелюбную поддержку в любое время суток.

В процессе работы я неоднократно становилась лучшим сотрудником, демонстрировав высокое достижение личных KPI (правильная консультация, соблюдение АНТ и CSI), чем вызывала высокую оценку руководства — мне доверили проводить обучение новых сотрудников. На данном процессе я зарекомендовала себя хорошим наставником и мне было доверено курировать весь процесс обучения — теперь я отвечаю за качество работы всего отдела. Глобально же я вношу свой вклад в репутацию Сбера как компании, где работают настоящие эксперты, готовые прийти на помощь. Именно этот багаж — профессиональные компетенции, отточенные в многозадачной работе, и искренняя вовлеченность в общее дело — я и готова продемонстрировать в рамках конкурса «Хрустальная Гарнитура».

ВЛИЯНИЕ НА БИЗНЕС

Качественное выполнение обязанностей — ключевой фактор, влияющий на результаты работы отдела и компании. Это особенно важно в клиентском сервисе, где по общению с одним специалистом формируется впечатление обо всей организации, и зачастую действия одного человека запускают цепочку событий, ведущую к общему успеху.

Приведу пример из практики. Сотрудник банка столкнулся с ошибкой при срочном переводе крупной суммы клиента: деньги со счёта клиента списались, но не поступили получателю, «зависнув» в системе. Дедлайн истекал через несколько часов, клиент угрожал судом.

Мои действия:

Успокоила коллегу. Спокойным и уверенным тоном я сообщила, что понимаю серьёзность ситуации и предприму все меры. Это помогло снять панику.

Взяла на себя ответственность. Не ограничилась стандартной консультацией, а сразу признала критичность происходящего.

Действовала оперативно. Помогла обратившемуся коллеге зарегистрировать обращение на исправление ситуации. После регистрации обращения я напрямую связалась с сотрудниками группы исполнения обращения, объяснив срочность.

Держала в курсе событий. На протяжении всего процесса я информировала коллегу о статусе решения.

Благодаря слаженной работе и настойчивости перевод был успешно завершён в течение часа.

Я решила две задачи: поддержала коллегу, показав надёжную поддержку бэк-офиса, и помогла

внешнему клиенту, который сохранил лояльность и не понёс убытков. Этот пример показывает, как моя работа влияет на всю организацию, укрепляя командный дух и формируя её положительный имидж. Я ценю время клиентов и постоянно развиваю навыки для гарантии высочайшего уровня сервиса.

ОПЕРАЦИОННАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

В мире клиентского сервиса операционная эффективность – это не просто сводка метрик, а живой организм, который требует постоянного развития. Мой ключевой принцип как оператора основан на убеждении, что качество и скорость – не взаимоисключающие понятия, а две стороны одной медали, имя которой – профессиональное мастерство. Именно этот подход позволил мне не только достичь, но и существенно превзойти поставленные цели.

Стратегия моей работы основана на трех фундаментальных KPI: качестве коммуникации, времени диалога (АНТ) и уровне удовлетворенности клиента(CSI).

1. Качество сервиса. Это – целевой показатель, объединяющий результаты аудитов диалогов и данные речевой аналитики, должен составлять **93 балла**. Моя фактическая результативность за последние 12 месяцев демонстрирует стабильный рост: от 84 баллов в начале периода моей работы до среднего значения в **97,1 балла** в последнем квартале (см. Приложение, сл. 2). Такой результат достигнут за счет глубокого анализа каждой ошибки, активного использования базы знаний и развития навыков эмпатичного слушания, что позволяет с первого контакта точно идентифицировать потребность клиента.

2. Среднее время обработки звонка (АНТ). Быстрая консультация – важный компонент доступности сервиса. Целевое значение по среднему времени взаимодействия с клиентом установлено на уровне **не более 180 секунд**. Моя фактическая динамика за последние 6 месяцев показывает, что я не только стабильно укладываюсь в этот норматив, но и последовательно его превышаю, доведя средний показатель до - **165 секунд** (см. Приложение, сл. 2). Это стало возможным благодаря оптимизации рабочего места, использованию шаблонов быстрого ответа и, что главное, эффективному управлению диалогом, что сокращает время на уточнения.

3. Уровень удовлетворённости клиента (CSI). Этот показатель – итоговая оценка всех моих усилий. Целевое значение составляет **96%**. Фактическое значение, как и динамика его изменения, подробно отражены в Приложении, сл. 2. Рост CSI является прямым следствием работы над первыми двумя KPI: высокое качество и уважение к времени клиента непосредственно влияет на формирование удовлетворённости.

Этот значительный рост – доказательство того, что операционная эффективность достигается через непрерывное саморазвитие и страсть к своему делу. Я не останавливаюсь на достигнутом и готова и дальше вносить вклад в общий успех компании, доказывая, что предела для совершенства не существует.

КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ (CX)

Клиентский опыт – это не просто модное словосочетание, а философия, которая лежит в основе работы современного контактного центра. Для меня, как для оператора, стремящегося к званию лучшего, это – создание с первого раза быстрого, эффективного и качественного взаимодействия, где ключевую роль играет показатель FCR.

FCR – это фундамент клиентского доверия. Каждый повторный звонок – это не только дополнительные операционные расходы, но и, что гораздо важнее, потерянное время клиента и его разочарование. Понимая это, я не просто обрабатывала входящие запросы, а анализировала

причины, которые вынуждали клиентов звонить нам вновь. Я определила, что основными причинами повторных обращений являются сложности клиентов с навигацией по нашему порталу самообслуживания Друг, не позволяющие им с первого раза определить нужного исполнителя, технические барьеры при самостоятельной настройке программного обеспечения, а также отсутствие у операторов четких алгоритмов для мгновенного решения данных категорий обращений.

Эти наблюдения легли в основу моих предложений по изменению программы обучения для новых операторов. Я разработала и внедрила дополнительные модули, наглядно разбирающие самые проблемные кейсы, и создала чек-лист ключевых действий для их гарантированного решения. Благодаря этой работе мы смогли системно подойти к повышению качества первичной консультации.

Результат не заставил себя ждать. Если год назад наш показатель FCR находился на уровне 91%, то уже через полгода последовательной работы мы достигли отметки в 96%, а на сегодняшний день стабильно удерживаем 98,5% (см. Приложение, сл. 3). Это означает, что тысячи клиентов экономят свое время и получают ответ мгновенно, не тратя нервы на повторные обращения.

Однако цифры FCR были бы неполными без другого ключевого индикатора – CSI. Рост качества решений, а также изменение стиля подачи информации напрямую повлиял на лояльность наших клиентов. Внедряя в каждую беседу эмпатию, проактивность и используя доработанные методики обучения, я способствовала росту общего уровня сервиса. Мои личные оценки CSI стабильно составляют 98-99,6%, а мой опыт стал образцом для коллег. Именно предложенный мной изменённый подход позволил всему контактному центру повысить средний показатель CSI с 96,34% до 98,23% за последние 12 месяцев (см. Приложение, сл. 3).

Таким образом, моя работа – это синтез глубокого погружения в клиентский опыт, аналитического подхода к решению проблем и активной позиции в совершенствовании процессов. Я горжусь тем, что мой вклад не только в цифры FCR и CSI, но и в реальное, положительное отношение клиентов к нашему контактному центру.

ОПЫТ СОТРУДНИКОВ (EX)

В современной бизнес-среде, где лояльность клиентов – главная ценность, контактный центр является «лицом компании». Моей ключевой задачей как оператора и наставника стало преобразование этой зоны из операционной в стратегическую. Ответом на вызов стал разработанный и внедренный мной комплексный проект, основанный на простом принципе: безупречный клиентский опыт (CX) рождается из качественного опыта сотрудников (EX).

Изначально я увидела, что стандартная адаптация не дает новичкам уверенности, приводя к стрессу и высоким рискам оттока. Моеей инициативой стала глубокая трансформация этого процесса. Мы заменили формальное обучение на поэтапную систему погружения. Ее ключевым элементом стали симуляции реальных звонков, где в безопасной обстановке можно было отработать навыки и получить развернутую обратную связь. Это создало мощный эффект: новички приходили на рабочие места не с тревогой, а с пониманием задач и ощущением поддержки.

Результат не заставил себя ждать. Внутренние опросы по программе адаптации, которые мы проводим регулярно, показали резкий рост удовлетворенности. Если до изменений лишь **45%** новичков оценивали свою готовность к первым звонкам как «высокую», то после внедрения симуляций этот показатель поднялся до **89%** (см. Приложение, сл. 4). Это напрямую повлияло на ключевой метрику – текучесть кадров среди сотрудников в испытательный срок сократилась с **33% до 3%** за последние 9 месяцев (см. Приложение, сл. 4). Мы не просто сохранили ценные кадры – мы заложили фундамент лояльности.

Но стабилизация команды была лишь первым шагом. Следующей задачей стало качественное преобразование роли оператора. Я дополнила технические модули обучением гибким навыкам: эмпатии, активному слушанию и техникам выявления потребностей. Это позволило коллегам перейти от роли статистов, зачитывающих скрипт, к роли консультантов-решателей проблем. Для измерения эффекта я использовала опросы. Количество предложений по улучшению процессов от сотрудников выросло в **3 раза** за год, что доказывает их возросшую вовлеченность и ответственность за общее дело.

Этот рост мотивации напрямую отразился на операционной эффективности. Глубоко подготовленные и уверенные в себе сотрудники начали работать быстрее и качественнее. Среднее время обработки звонка (АНТ) сократилось на **21%**. Пропускная способность центра возросла без расширения штата, что привело к существенной экономии и создало более здоровую рабочую атмосферу.

В итоге мой проект доказал простую истину: вкладываться в команду — выгоднее всего. Мы изменили не просто цифры, а саму атмосферу. Теперь наш контактный центр — это не просто подразделение операционной поддержки, а дружная команда специалистов, где каждый хочет и может влиять на результат. И этот успех родился именно «изнутри» — благодаря операторам, которые лучше всех видят, как можно улучшить работу.

ИННОВАЦИИ И КРЕАТИВНОСТЬ

Инновации — это умение находить нестандартные решения там, где система предлагает лишь стандартные пути. Мы столкнулись с проблемой при тестировании новых сотрудников.

Стандартные тесты в корпоративной системе «Пульс» показывали, верен ответ или нет, но не отражали глубины знаний. Расширять опросник было нерационально — это увеличило бы время тестирования более чем на 1,5 часа.

Вместо того чтобы мириться с ограничениями, я создала с нуля систему адаптивного тестирования на базе нашего портала самообслуживания Друг. Её принцип: вопросы в каждой теме имеют три уровня сложности. Алгоритм начинает со среднего и в зависимости от ответа переходит к более сложному или легкому. Это исключает погрешность при ответах «наугад» и позволяет построить точную карту компетенций сотрудника и его зон роста.

При создании тестирования я использовала искусственный интеллект и нейросети. Они помогли сгенерировать визуальные материалы и выстроить гибкую логику, анализирующую ответы и динамически подбирающую вопросы. В результате мы получили инструмент, который не просто проверяет, но и обучает, повышая качество работы каждого оператора. Это доказательство того, что настоящие инновации рождаются там, где энтузиазм встречается с технологиями.

ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ

В современном клиентском сервисе недостаточно просто решить вопрос. Важно сделать это, сохранив или даже повысив лояльность клиента. Моя лучшая практика — это внедрение адаптивной модели диалога, ключевым элементом которой стал «эмоциональный маркер».

Суть метода в том, что мы целенаправленно фиксируем эмоциональный фон клиента в первые 15-20 секунд разговора. Это не интуиция, а системный навык, который позволяет мгновенно выбрать верную тактику: от «терапии возмущением» для разгневанного клиента до партнерского тона для лояльного. Мы не навязываем универсальный скрипт, а подстраиваемся под человека, что кардинально меняет ход беседы.

Что служит доказательством? Цифры. После внедрения методики индекс потребительской

лояльности (NPS) вырос на 35%, а количество повторных обращений с одной и той же проблемой сократилось на 15%. За этими цифрами — наша способность слышать не только слова клиента, но и его чувства, что позволяет устранять проблему комплексно.

Почему метод стоит перенимать? Он не требует сложных технологий и больших затрат, при этом результат виден почти сразу. Мы уже опробовали его на себе — он работает. Готовый план действий и обучение для коллег уже есть, это доказывает, что метод готов к применению в любом отделе.

Итог: Я считаю себя победителем в этой номинации потому что моя практика — это не единичный успех, а воспроизводимая модель. Она превращает оператора из просто исполнителя в эмпатичного специалиста, который управляет не только проблемой, но и настроением клиента, создавая новое качество сервиса для всей компании.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ И ИТОГИ

Быть лучшим оператором — это не только владеть техническими навыками, но и быть психологом, способным услышать за словами эмоции человека. Мой профессиональный подход строится на этом принципе. Искренняя благодарность за высокий профессионализм и образцовое выполнение обязанностей, которую я получила (см. Приложение, сл. 5), — это подтверждение того, что я на верном пути. Для меня каждая беседа — это личная ответственность, где важно не просто дать информацию, а оказать поддержку.

Для быстрой и правильной адаптации в процесс наставничества я прошла обучение в СберУниверситете по модулю «Мастерской наставничества», где активно обменивалась опытом с коллегами из других подразделений. Это позволило мне не только углубить свои знания, но и перенять лучшие практики для помощи клиентам.

Но моя миссия помогать людям выходит за стены контактного центра. Я уверена, что человеческое тепло способно творить чудеса. Поэтому я с радостью приняла участие в волонтерской акции ко Дню семьи, любви и верности в детской онкологической больнице. Видеть в глазах детей улыбки, дарить им минуты радости — это бесценно. Благодарность за это участие для меня особенно дорога (см. Приложение, сл. 5).

Для меня «оператор года» — это звание, объединяющее профессионализм и большое сердце. И я горжусь, что моя работа и мои жизненные принципы неразделимы.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ КОНТАКТОВ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Полякова
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Мария Александровна
ДОЛЖНОСТЬ	Ведущий специалист