ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №6895

НОМИНАЦИЯ: ЛУЧШИЙ МЕНЕДЖЕР ПО УПРАВЛЕНИЮ КАЧЕСТВОМ

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Банк Русский Стандарт, АО
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Казань
КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА	150
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	http://rsb.ru
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Каримов Тимур Ринатович
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
ССЫЛКА на Youtube	https://youtu.be/iqmrxZCI91k

ЭССЕ НОМИНАНТА

1. Краткое знакомство, роль, цели и задачи

2020 год для многих стал годом испытаний и серьёзных решений в бизнесе. Конечно же, эти события не смогли обойти стороной команду Телемаркетинга, крупнейшую торговую гильдию из города Казани. Деятельность команды заключается в проведении дистанционных диалогов с покупателями на территории всей Великой Руси с целью продажи продуктов и услуг от имени торговой крепости, именуемой Русским Стандартом.

Пандемия оказала негативное влияние на экономику, изменился рынок и изменились основные потребности купцов. Гильдии, занимающиеся торговой деятельностью, пытаются приспособиться к произошедшим вынужденным изменениям, сохранить конкурирующие позиции и выбиться в лидеры рынка. Основным приоритетом и целью бизнеса торговой гильдии в 2020 году стала работа над повышением уровня качества.

За эту задачу в торговой гильдии отвечаю Я, меня зовут Тимур и я эксперт в области управления качеством, наставник и лидер с большим управленческим опытом и личным опытом взаимодействия с покупателями.

Качество, в моём понимании – это:

- Коллектив, каждый сотрудник которого является амбассадором Банка и на своём личном примере может рассказать обо всех преимуществах продаваемого продукта.
- Довольные покупатели, которые понимают продукт торговой гильдии, видят в нём выгоду для себя и с удовольствием пользуются его преимуществами.
- Ёмкий, честный и лаконичный диалог, собирающий в себе все основные преимущества продаваемого продукта с обратной связью от покупателя и ответом на все интересующие его вопросы.
- Грамотно построенная схема обучения и развития персонала.

2. Положительное влияние на деятельность организации

У торговой гильдии на 2020 год выставлена масштабная и амбициозная задача по увеличению прибыли, несмотря на трудности, созданные общей экономической обстановкой в стране. Я традиционно следую миссии торговой крепости «Продукты для всех и для каждого» и готов бросить все усилия в развитие своего персонала и их более качественной подготовки к коммуникации с клиентом. К развитию сотрудников я привлекаю недавно созданный «Центр Магии слова» во главе с Магистром обучения. Совместно, они решают самую главную задачу по адаптации прибывших в торговую гильдию новобранцев и активно занимаются усовершенствованием коммуникационных навыков у уже действующих торговцев. Как следствие, мы получаем более качественный диалог при меньших временных затратах. Торговцы становятся ещё более компетентными в виду дополнительных обучений, инициированных главным экспертом в области управления качеством. Благодаря чётко построенной схеме обучения, проведению корпоративных сессий и командообразующих тренингов, в моей команде формируется своего рода «Кадровый резерв» торговцев. Их подготовленность, желание работать и общая лояльность к гильдии находятся на высоком уровне, что позволяет мне рассчитывать на них в работе с более сложными слоями населения, где требуются особые коммуникационные навыки и качественный не перегруженный диалог. Как следствие, торговцы легко адаптируются в общении с разными слоями населения, и мы получаем не только повторные обращения за новыми приобретениями, а также и рост количества активных пользователей, проданных нашей гильдией продуктов, что напрямую влияет на осуществление ранее описанной амбициозной задачи по увеличению прибыли торговой крепости.

3. Операционная эффективность

Для максимально успешной продажи, важно, чтобы торговец изнутри понимал продукт, то есть пользовался им сам. Благодаря личному опыту, можно привести самый реальный пример извлечения максимальной выгоды. В перечень моих повседневных дел входит проведение централизованных ассесментов, в которых я отдельным пунктом проговариваю обо всех преимуществах пользования продуктами гильдии будущим торговцам. Особо выгодные условия для сотрудников и индивидуальный подход к предоставлению торговцам продуктов торговой крепости делает внутренний продукт очень привлекательным. Сотрудники пользуются этим преимуществом и охотно делятся своим опытом с покупателями.

Ряд инициированных мною изменений и добавлений в корпоративной жизни команды, среди которых: появление корпоративных тренинговых мероприятий с увлекательными играми, активная работа ящика вовлечённости, формирование нескольких спортивных команд внутри торговой гильдии, огромное количество увлекательных конкурсов с брендированными призами и не только,

а также общая лояльность коллектива к продаваемым продуктам позволяет поддерживать благоприятный климат внутри коллектива на высоком уровне.

Схема обучения, которую нам удалось построить совместно с «Центром Магии слова», чёткий алгоритм адаптации персонала,а также наполненность трудовых будней увлекательными тренинговыми мероприятиями послужила ростом для основных бизнес-показателей подразделения. «Центру магии слова» была поставлена задача по созданию простого, ненагруженного сложными торговыми терминами диалога, с акцентом на качестве проработки ключевых преимуществ продаваемого продукта для покупателя в опоре на его «психологический портрет» при общем сокращении длительности диалога. Восприимчивость к информации и уровень доверия клиента значительно подросли, что напрямую отразилось на увеличении количества активных пользователей наших продуктов. В данном случае – это показатель Take Rate, показатель по забранным продуктам.

Детальный анализ диалога, проведение совместных с «Центром магии слова» стенограмм коммуникаций,непосредственное их обсуждение с руководителями торговых рядов и с наиболее успешными торговцами, а также поощрение за использование навыков, подаренных Центром магии слова на пройденных обучениях, позволило мне сопоставить временные затраты на коммуникацию с качеством и наполнением презентации продукта.Презентация становилась гораздо более качественной, когда клиент получал не просто перечисление абсолютно всех условий продукта, а индивидуальный подход с акцентом на ключевых и значимых для клиентов свойствах продукта и, конечно же,финансовых рисках. Таким образом, моей команде удалось сократить количество затрачиваемого времени на коммуникацию, что также является одной из моих KPI задач в 2020 году.

В условиях пандемии, важно, чтобы покупатель, который купил единожды, обратился к нам повторно. Благодаря методикам, наработанным за многие годы, а также участию «Центра Магии Слова» и детальному анализу диалога, я обратил своё внимание на качество«Выхода из контакта» и дальнейшего сопровождения клиентов. Таким образом, в торговой гильдии стали совершенно по-другому прощаться с покупателями и заработал проект «Сопровождение», что позволило клиентам чувствовать постоянную поддержку торговца на всех этапах пользования продуктом торговой крепости.

4. Инновации и креативность

Перед началом рабочего дня, при входе в торговые ряды, купцы слышат бодрую пробуждающую музыку, таким образом, они сразу же получают заряд позитивной энергии и настраиваются на рабочий день. А демонстрируемые на пробковых досках последние новости, фамилии лидеров дня предыдущего, наиболее успешные коммуникационные практики и установки на день со всеми активностями создают и поддерживают рабочую атмосферу. Ежедневная работа над совершенствованием коммуникационных навыков, постоянный анализ диалога и поиск более качественного решения требует развёрнутого шаблона оценки. Согласно установленным мною требований к оценке качественного диалога, был создан оценочный лист, по которому можно посмотреть на зоны развития торговцев и запланировать с ними учебно-тренинговые мероприятия.

При оценке качества диалогов, я обращаю внимание на большое количество деталей:

- Установление контакта.
- Готовность покупателя к коммуникации с торговцем.
- Умение торговца проводить анализ психотипа клиента и вариативность диалога.
- Формат подачи информации по продукту, а именно насколько ясна и лаконична презентация

продукта.
- Уровень вовлечённости в беседу покупателя.
- Присутствие обоюдной поддержки, как со стороны покупателя, так и со стороны торговца.
- Корректно идентифицированное сопротивление клиента, его грамотная, не перегруженная отработка.
- Присутствие вопросов, их содержание и качество ответа.
- И, Конечно же, мотивация покупателя на скорейшее пользованием нашим продуктом с использованием реальных примеров зачастую из жизни самих торговцев.

По итогам учебно-тренинговых мероприятий, Я с большим желанием поощряю купцов, у которых есть большая тяга к знаниям. По факту их прохождения в «Центре Магии Слова», особо активный торговец, который взял в реализацию несколько практических навыков, полученных из обучения и соблюдающий все рекомендации тренеров по наполнению диалога – получают внеочередное повышение и более продвинутую торговую лицензию.

Иногда самые неожиданные решения, благодаря которым удаётся сделать коммуникацию более качественной, исходят от самих торговцев, которые благодаря своей регулярной практике и активному поиску решений в диалоге, находят идеальные решения. Я поддерживаю инициативу торговцев к творчеству, самореализации и изменениям. Каждый участник моей команды имеет возможность выступить с 15-минутным мастер-классом на коллектив.Таким образом, торговцы получают определённый лимит доверия, развивают свои ораторские способности, берут на себя ответственность и делятся своей успешной практикой. Наиболее успешные выступления отмечаются подарками из категории брендированной продукции торговой гильдии.

Самостоятельным способом проработки своих коммуникационных навыков и усовершенствованием качества служит недавно созданный проект «Библиотека». Суть заключается в самостоятельном прочтении книг в свободное время, изученных прежде автором проекта и направленных на совершенствование диалогов. По факту прочтения книги, мною направляется основная тематическая выжимка с главными мыслями, которая обсуждается на непродолжительной встрече.

А сотрудники, чей оценочный лист отмечался наибольшим количеством позитивных оценок на протяжении месяца, попадают на доску почёта, которая помимо признания и славы, позволяет им зарабатывать «звёзды», благодаря максимальному количества которых можно заслужить статус «лучшего торговца». А как говорится, героев нужно знать в лицо, поэтому информация о лучших транслируется в корпоративных новостях, а в телефонном справочнике сотруднику «присваивается звезда».

5. Клиентоориентированность

Клиентоориентированность – обязательное условие высокого уровня качества созданной коммуникации.

Большой многолетний опыт взаимодействия с покупателями разных сословных иерархий научил меня самому главному правилу «Наши покупатели – наше всё».Моя команда продаёт через «большой эмоциональный плюс» несмотря на состояние и настроение покупателя и самого торговца. Каждый разговор начинается с правила «5 секунд». Вне зависимости от эмоционального состояния обоих участников диалога – очень важно качественно начать коммуникацию, а именно, поздороваться так, чтобы потенциальный покупатель захотел тебя слушать и дальше. Я работаю над тем, чтобы показатель состоявшихся диалогов с покупателями имел постоянно позитивную динамику.

Таким образом, мои подопечные держат в тонусе не только себя, но и заряжают позитивом самого покупателя. Я учу торговцев быть чуткими ко времени покупателя и быть внимательными к его потребностям. Это значит, что сотрудники анализируют покупателей с первых секунд, используя анкетные данные, опираясь на голос, скорость речи и интонацию покупателя. Таким образом, я абсолютно точно могу прогнозировать, сколько времени уйдёт на диалог уже на самом его старте. В опоре на финансовый и поведенческий портрет покупателя, можно чётко для себя определить из чего должна собираться презентация продукта, каким аспектам и деталям нужно уделить большее внимание. Следуя миссии торговой крепости «Продукты для всех и для каждого», я учу своих подопечных не только минимизировать любые банковские, зачастую не понятные простым покупателям, термины, а также доступным языком разбирать варианты пользования продуктами гильдии на личном примере. Конечно же, завершение диалога. Во-первых, это нужно сделать вовремя, не перегрузив информацией и не вызвав раздражение. Если покупателя всё устраивает, нужно остановиться и завершить диалог. Всю остальную информацию покупатели получат при личном визите в торговую крепость Русского Стандарта. Главное – это идея, с которой покупатель поедет за получением. К тому же завершение диалога должно быть не менее ярким, нежели само приветствие. Так что в каждом диалоге вне зависимости от итогов, мы оставляем покупателю светлые наставления и делаем это крайне искренне.

Первый контакт с покупателем – бесценный. Благодаря нешаблонному диалогу, покупатели запоминают торговца, кто им звонил и, зачастую, посещая торговую крепость,разыскивают того торговца, ктос ним разговаривал впервые. Это служит высокой оценкой качества нашей первой коммуникации.

Я также активно прорабатываю аспект личности в диалогах своих подопечных. Команда научилась разговаривать с покупателем на понятном для него языке, «от имени человека», а не «от имени гильдии». Уровень ответственности в этом случае у покупателей значительно подрос, ведь они разговаривали и договаривались с обыкновенным человеком, который точно так же как и сам покупатель пользуется такими же продуктами.

В некоторых случаях, мы делаем повторный звонок в рамках проекта «Сопровождение», напоминаем о договорённостях и отвечаем на возникшие за это время вопросы. В самой торговой крепости каждый из торговцев, выдающих проданные продукты, уже предупреждён и будет ждать нашего покупателя.

Удивительно слаженная клиентоориентированная работа торговцев на всех этапах взаимодействия с покупателями позволяет нам рассчитывать на лояльность и дальнейшее сотрудничество.

6. Вовлеченность

Самое главное в работе – это чёткое осознание своей роли, ценности для организации,понимание стратегии, миссии самой торговой крепости и, конечно же, абсолютно прозрачное взаимодействие со всеми членами коллектива.

В этом случае очень важна оценка твоих действий. На своём примере могу сказать, что для меня ценно, что мои руководители дают мне регулярную обратную связь. Они выступают в роли наставников и вносят корректировки. Для оценки уровня удовлетворённости принятыми решениями, я установил правила «открытой гласности», а это значит, что мнение каждого из торговцев имеет определённый вес, обязательно будет проговорено лично или же публично в зависимости от канала обращения, которых на текущий момент несколько:

- Письма, размещённые в ящике гласности,комментируются публично. На обсуждение личных

вопросов я еженедельно выделяю вечер четверга, в который каждый из торговцев может подойти на обсуждение любых интересующих вопросов.
- Регулярные опросы по различным темам.
- Встречи, на которых я рассказываю своим подопечным последние новости и планируемые изменения в деятельности торговой гильдии. Важно, что на таких встречах действует несколько правил:«Нет не удобных вопросов», «Вопросы не несут за собой последствий». Все максимально открыты к разговору, ведётся протокол, по итогу которого либо принимаются, либо отвергаются предложения торговцев по инициации различных изменений, в том числе бытового характера.
- Каждый сотрудник может внести предложения абсолютно по любому аспекту, касающегося его работы, продуктов или других процессов банка, в которых он заметил возможность модернизации. Успешно работает проект Банк Идей NEW, где за реализованные идеи сотрудники получают баллы и имеют возможность обменять их на брендированную продукцию.

Важно, что пандемия не остановила ремонтные работы в торговых рядах, и они были завершены в первый месяц весны. Из предложенных торговцами идей по усовершенствованию территории, которых было 14, реализовано 12.

Пандемия также и не стала причиной для отмены регулярно проводимых конкурсов в торговой гильдии. Чувство азарта при выполнении своей повседневной работы всегда имело место быть, поэтому в моей команде появился «Золотой Сундук», который ежемесячно пополняется сувенирной продукцией и золотом из рук основателей и руководителей торговой гильдии. Среди наиболее известных конкурсов стоит отметить конкурс, который проводится на ежемесячной основе «Довольный покупатель», а также «Важность каждого звонка», на котором мы отмечаем качество коммуникации уже с первых секунд диалога. Стоит отметить, что этот конкурс был командным и торговый ряд с лучшим результатом получил брендированные мантии торговой крепости.

Конечно же, С целью сохранения здоровья коллектива, мне приходится отменять крупные празднования, а командообразующие мероприятия, когда купцы торговой гильдии превращаются на время в пиратов отменить просто невозможно. Да и к тому же, по итогам лета, была выбрана лучшая команда, которая отличилась наибольшим количеством успешно реализованных продуктов гильдии. Её призом стал поход в местный трактир с полноценной развлекательной программой.

Участие во Внешних конкурсах и, особенно в международной программе номинирования «Хрустальная гарнитура», позволяет мне развиваться и делиться своей успешной практикой с коллегами различных торговых крепостей по всей России.

7. Лучшие практики в индустрии

Я прошёл огромный путь, длиной практически в 8 лет с позиции стажёра торговой крепости через руководящие посты разного уровня. Я был руководителем направления кросс-продаж и занимался обучением своего коллектива, уделяя особое время сотрудникам на этапе их стажировки.

Мною был разработан проект по адаптации персонала, а также несколько оценочных листов на всех этапах развития. Они позволяют мне оценивать уровень готовности торговца к самостоятельным продажам, но также и уровень качества диалога с его постоянной доработкой и усовершенствованием.

Все этапы моего профессионального роста были отмечены большим количеством грамот и дипломов как внутри банка, так и за его пределами.

Проект «Библиотека», а также находящейся на стадии реализации проект «Кинотеатр» позволит моей команде набраться профессиональных навыков на основании знаний ведущих спикеров и магистров слова со всего мира. Таким образом, мы будем использовать различный опыт в поисках и разработке идеального с точки зрения качества диалога.Мы продолжим строить коммуникацию с клиентами, насыщая диалог большим присутствием продавца, а не компании,и я абсолютно уверен, что наши оценочные листы изо дня в день будут претерпевать различные изменения, которые будут позитивно сказываться на клиентском опыте и результатах команды.

В моих планах продолжить развивать проект наставничество и давать больше возможностей торговцам для самореализации. Текущие 15-минутные мастер-классы планирую развить в проект «Школа Продаж», учителями которой станут торговцы разного уровня подготовленности,и проект будет носить цикличный еженедельный характер.

А книга истории подразделения, реализация которой запланирована на позднюю весну 2021 года станет настольным пособием для каждого вошедшего в торговые ряды члена команды.

8. Итоги

У торговой крепости есть несколько ключевых ценностей, а именно:

- Созидание. Мы создаём ценности, а не перераспределяем их.
- Доверие. Мы работаем честно и нам доверяют.
- Совершенство. Всё, что мы создаём, - надёжно и красиво.
- Опыт. Мы строим будущее, помня уроки прошлого.

Важно чётко понимать стратегию бизнеса, которым управляешь, и понимать каждую из ключевых ценностей торговой крепости. За время пандемии, произошло огромное количество изменений внутри подразделения. Мне приходится быть вдвойне, втройне решительнее и активнее, чтобы не потерять настроение командного духа коллектива и поддерживать уровень «семейных» внутрикорпоративных ценностей на высоком уровне. Наши диалоги стали ещё более доступными открытыми для наших покупателей, как и взаимоотношения в коллективе, которые переросли в целую культуру «Паса на доверие». Идеология о том, что все между собой равны, при должном уважении и понимания субординации среди членов команды позволяют каждому чувствовать себя комфортно. Пандемия послужила для нас новым витком истории в развитии и понимании качественного диалога, а также поиска новых продуктовых решений для покупателей. Таким образом, количество реализуемых продуктов, в зависимости от особенностей рынка и потребностей покупателей пополнилось двумя новыми продуктами. «Выгодный», ровно, как и «Привлекательный» выглядят одинаково красиво и надёжно.

Конечно же, опыт участия в проекте «Хрустальная гарнитура» в прошлом году и выход в финал вдохновил меня на очередной проект, с которым я принимаю участие сейчас. Комментарии коллег учтены, презентация и эссе переработаны с учётом всех нюансов, недосмотренных годом ранее. Я строю будущее и верю в свою победу, помня уроки прошлого.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Каримов
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Тимур

ДОЛЖНОСТЬ	Начальник Отдела