ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №7096

НОМИНАЦИЯ: ЛУЧШИЙ КОНТАКТНЫЙ ЦЕНТР (до 500 рабочих мест)

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Самсунг Электроникс Рус Компани, ООО
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Москва, Киев
КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА	321
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	http://www.samsung.com
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Контактный Центр
ИМИДЖ НОМИНАНТА	SAMSUNG
ССЫЛКА на Youtube	https://www.youtube.com/watch?v=993j6QxwMQU

ЭССЕ НОМИНАНТА

Кол-во сотрудников

321

1. Описание контакт-центра

Контактный Центр компании-лидера обязан быть на высоте. Поэтому наша миссия – улучшаться, чтобы превосходить ожидания клиентов каждый день. Не просто запускать интересные проекты с красивыми названиями. А обеспечить совершенство в каждой детали.

Структура Службы Поддержки Samsung была создана именно для этого.

2 офиса в Киеве и Москве обеспечивают бесперебойную работу **24/7.**

281 консультант помогает клиентам из **12 стран**, общаясь с ними на родном языке, а **29 менеджеров** помогают создавать уникальный опыт для них.

Клиент выбирает удобный канал связи: телефон, e-mail, чат, мессенджеры, приложение, социальные сети, и список расширяется.

В месяц поступает до **200 тысяч вопросов.** Причем агент поможет не только настроить, организовать ремонт, а даже удаленно починить технику! Для этого База Знаний насчитывает **23**

тысячи статей, которые легко найти с системой поиска собственной разработки.

Обеспечена **возможность работы дома**, теперь офис находится в любой точке 2-х стран, где есть стабильный интернет.

Агенты разделены на **12 групп,** за каждой закреплен свой **супервайзер и тренер**.

Супервайзеры 80% времени работают с командой. При этом в каждой смене есть «**мониторящий**» - он следит за показателями доступности и реагирует на всплески нагрузки. Даже удаленно у него все KPI на виду в реальном времени. Это позволяет проходить пики без очередей, незаметно для клиентов.

Итак, 1 – быстрый ответ – готово.

Обучение и контроль объединены в должности специалиста по качеству, что позволяет анализировать отзывы клиентов, работу агентов и сразу же их улучшать: давать обратную связь в общем чате в ту же минуту, обучать. Так агенты ежедневно улучшают свои навыки и эмпатию.

2 – отзывчивый сотрудник, стремящийся помочь – готово.

Тренеры следят за трендами, меняют процессы или критерии КЛН*, если они не вызывают восторг у клиентов. Решения основаны на данных – опросов, контроля качества, статистике обращений по темам и оценках клиентов по каждой из них.

Если агент не находит ответа, он задает вопрос прямо в Базе Знаний, и **5 контент-менеджеров** создают **90% новых статей** в течение **24 часов,** в том числе для страниц поддержки на сайте, следят за откликом от клиентов и агентов.

3 – компетентность на всех уровнях – готово.

Для сложных ситуаций есть команда **VOC*, 19 специалистов** которой способны разрешить любой конфликт, а после – донести голос клиента до каждого отдела компании.

4 – индивидуальный подход и работа с негативом – готово.

Команда IT обеспечивает бесперебойность и внедряет современные решения. Именно эти специалисты помогли перевести агентов на работу из дома всего за несколько недель. Их фишка – скорость. Нужен новый отчет? Можно в тот же день обсудить его с разработчиком и сразу получить. Каждый понимает, как важно реагировать на изменения быстро.

У нас все на виду: более 100 отчетов доступны, чтобы отследить любые отклонения и предотвратить их, поэтому **3 аналитика и 2 операционных менеджера** знают о текущей ситуации на любом участке работы.

А **собственная видеостудия** уже создала 220 полезных роликов для клиентов и сотрудников!

3 руководителя и директор ежедневно мотивируют команду развиваться, находить новые пути превзойти ожидания.

5 – понимать и превосходить ожидания – готово.

Миссия выполняется.

Такая структура и сильные операционные процессы позволили удержать сервис на высоте в период пандемии и даже улучшить его, не смотря на экстренный переход к новой модели КЦ.

- *VOC - Voice of Customer: Голос Клиента (зд. название отдела)*
- *КЛН – Контрольный Лист Наблюдений*

См. сопроводительный файл, слайд 2.

2. Положительное влияние на деятельность организации

Что КЦ дает компании:

1. Обеспечение инновационного сервиса для клиентов.

Любое сервисное решение требует участия КЦ, например, дистанционные сервисы: **Скороход, Премьер Сервис, выездной ремонт** - чтобы с учетом новых реалий клиент мог решить свою проблему быстро, комфортно и безопасно. А поддержка сервисной акции «5 лет гарантии» позволила повысить уровень продаж на **10%**.

Когда назрела угроза пандемии, мы сразу обеспечили безопасность сотрудников в офисе и подготовили все для удаленной работы. Но даже в этих условиях мы улучшали сервис: учитывая рост спроса со стороны клиентов, был расширен перечень онлайн-каналов связи, доля решенных вопросов выросла почти на **30%**, а скорость ответа – **в 1,5 раза**.

2. Эффективность затрат.

Высокие показатели и эффективность позволяют нам оставаться одним из немногих **внутренних КЦ**. В результате сравнения с аутсорсингом, решение по-прежнему принимается в пользу КЦ в составе компании, а значит – ближе к клиенту.

3. КЦ – «Голос клиента» в компании.

Ежедневно Back-Office следит за мнением клиентов в режиме реального времени, проводит опросы сотрудников: как оценивают клиенты решения их вопросов. Итоги анализа еженедельно обсуждаются с руководством других отделов, особенно после запуска новых сервисов. Во время разговора сотрудник может внести пожелание клиента в CRM. Такая информация передается напрямую в Центр Исследований и Разработки и другие отделы Samsung. Так, голос клиента действительно слышат и учитывают.

4. Повышение лояльности клиентов.

Клиенты это ценят, и подтверждают – **NPS** (Net Promoter Score) **– 70 в 2020г.**, что на **2.8 пункта выше**, чем в прошлом году. Признание клиентов доказывает: КЦ не оставляет сомнений, что выбор Samsung является единственно верным.

См. сопроводительный файл, слайд 4

3. Операционная эффективность

Мы не снижали цели в этом году, невзирая на локдаун. Ожидания клиентов растут, мы адаптируемся. И вновь их превосходим.

Наш КЦ укрепил позицию лидера среди других центров Samsung по доступности: **SL* составил 86.2% при цели 85% за 20 секунд, а CAR*– 97.4% при цели 96%.**

Разумеется, мы столкнулись со сложностями, но благодаря невероятным усилиям со стороны команды, SL опустился только на 2% ниже цели на 2 месяца, затем сразу вернулся на прежний уровень. Ради того, чтобы поприветствовать клиента в течение 20 секунд, агенты выходили на связь из любого подходящего места: с балкона, из детской, с дачи. **Мобильный Центр управления** позволяет видеть данные по каждому агенту, группе, KPI онлайн.

Дважды в день автоматически направляется письмо руководству со сводкой, чтобы убедиться, что

минимум 85% клиентов получают ответ за 20 секунд. **CAR был и остаётся в цели в течение всего года**, что в таких реалиях является достижением.

Более того, был **з**авершен переход на единую платформу телефонии, что позволяет управлять двумя площадками как единым КЦ, эффективно распределяя нагрузку, и это подтверждают результаты в части доступности. (*См. графики 1, 2 на слайде 5)*

Выросла роль онлайн-каналов для клиентов. Мы были готовы: **средняя скорость ответа в чате ниже 30 секунд и около 90% решается при первом обращении** в чат или через мобильное приложение (*См. графики 3, 4 на слайде 5)*

Учитывая рост обращений, был сделан упор на повышение качества обслуживания. **Результат – улучшение показателей на 2%.**

Мы как можно раньше сводим к минимуму любое недовольство клиентов, и вот тому подтверждение: лишь **0,3 %** от всего количества обращений попадает в группу VOC специалистов. Но если клиент передан, значит ситуация точно требует особого внимания, и VOC в этом деле на высоте: даже негативно настроенные клиенты после их заботы готовы рекомендовать Samsung, порядка 50% остаются счастливыми. Это высокий показатель, учитывая, что 100% приходят с жалобой (С*м. график 1 на слайде 6),*

Лучшее подтверждение эффективности – оценка клиентов. В 2020 г. уровень эмпатии составил более **99%**, решение с первого обращения – **95%,** а общая удовлетворенность – **96%**! И это вновь один из лучших результатов в мире (*См. графики 2, 3, 4 на слайде 6)*

Чтобы превзойти ожидания клиентов, нужно превзойти ожидания сотрудников. Регулярная работа руководителей – анализ удовлетворенности сотрудников и результатов exit-интервью*, чтобы понять мнение агентов и определить приоритеты улучшения условий. Так, после перехода на удаленную работу был проведен мозговой штурм с участием агентов и руководителей, составлена «**Дорожная Карта Новичка**», чтобы улучшить адаптацию новых сотрудников в первые месяцы работы. В результате доработана программа менторинга, созданы группы в мессенджерах, изменена логика направления вызовов на новичков, а супервайзеры были на связи 24/7 для поддержки стажеров. Это позволило снизить отток на треть. И это один из примеров постоянных улучшений.

С начала пандемии приоритетом стала безопасность сотрудников и клиентов.

Чтобы обезопасить персонал, **КЦ с нуля был полностью переведен на удаленную работу**. Обеспечены тестирование сотрудников, средства индивидуальной защиты, поддержка в случае лечения, такси. Сотрудники высоко оценивают и поддержку компании в сложные моменты, а удовлетворенность поддержкой супервайзера – **96%**.

Такие высокие результаты показали эффективность КЦ и готовность к переходу к новому формату.

- *SL – Service Level: уровень сервиса*
- *CAR – Call Answer Rate: соотношение отвеченных звонков к поступившим*
- *Exit-интервью: собеседование с сотрудником перед увольнением*

4. Инновации и креативность

Задача оператора – быстро и эффективно решить любой вопрос клиента. А задача нашего оператора – сделать это лучше, чем ожидает клиент. И вот инструменты для этого:

Рабочее место агента:

Собственные разработки Samsung создали **уникальный интегрированный портал:** почта, чат, календарь, где назначены тренинги и встречи, CRM*, База Знаний и отлаженные алгоритмы обработки данных – таких нет нигде в России. Каждое рабочее место оборудовано двумя широкоформатными мониторами, чтобы вся информация была перед глазами *(см. слайд 7),* внедрена **единая телефония для площадок КЦ в разных странах**. Добиться высокой скорости и точности в сочетании со строгими мерами безопасности, особенно в удаленном режиме, помогает выделенная IT-поддержка.

Рабочее место менеджеров:

Интерактивная база данных с отчётами и Мобильный Центр Управления – 16 дашбордов – ещё одна собственная разработка, которая позволяет в несколько кликов получить любые данные и найти ответы на любые вопросы о работе КЦ, быстро находить проблемные точки или пути для улучшения. Так, сейчас мы более внимательно наблюдаем за показателем **SL Consistency***, что стало нововведением после **тренинга COPC** *(см. слайд 8).*

- Инструменты для постоянного обучения, где угодно:

После быстрого перехода на удаленную работу тренерам приходилось проявлять невероятную креативность, чтобы продолжать качественно обучать и поддерживать операторов. Были оперативно разработаны и внедрены **методики дистанционного обучения, веб-симуляторы топ-продуктов** (когда оператор видит на экране интерфейс модели ТВ или смартфона и может перемещаться по меню, направляя клиента), **чат-боты в Telegram** для тренировки и тестирования. В итоге срок обучения и качество не снизились, несмотря на новый формат.

- Инструменты для ежедневного роста:

Гордостью наших разработчиков является **Личный Кабинет Сотрудника,** где агент в удобном формате и в реальном времени может видеть свои результаты по KPI, прогнозируемый бонус, свой карьерный путь, возможности обучения и развития. Благодаря этой разработке, бонус сотрудников теперь рассчитывается автоматически, а тренеры и супервайзеры могут обсуждать с агентом его результаты и план развития, наблюдая тренд за последний год.

Кроме того, на портале сотрудники могут делиться новостями, добавлять информацию о себе, видеть свою позицию в рейтинге лучших сотрудников.

Это помогает поддерживать мотивацию и позитивную атмосферу в коллективе даже без физического присутствия в офисе *(см. слайд 9).*

- Инструменты для изумления клиентов

Сейчас мы сосредоточились на том, чтобы дать клиентам самое необходимое в текущих условиях: возможность решить вопрос без визитов в сервисный центр и … даже без визита инженера домой. Одна из разработок – **Visual Support* - система видеосвязи с клиентами.** Клиент дает доступ к камере своего смартфона нашему оператору, чтобы тот мог оценить ситуацию не только со слов, но и визуально**.** Это позволяет лучше разобраться в проблеме и быстрее найти решение.

Провести удаленную диагностику и решить вопрос клиента помогает ещё один инструмент – **Remote Management*.** Оператор подключается к устройству напрямую и выполняет операции для помощи клиенту, который в это время наблюдает за действиями сотрудника на экране гаджета. Опросы показывают, что такой способ обслуживания клиенты оценивают выше, чем обычную консультацию по телефону *(см. слайд 10).*

- *CRM – Customer Relationship Management: Система Управления Взаимоотношениями с Клиентами*
- *SL Consistency – системность SL*
- *Visual Support – визуальная поддержка*
- *Remote Management – удаленное управление*

5. Клиентоориентированность

«Превосходя ожидания» – именно такие впечатления о нашем сервисе мы хотим оставлять у наших клиентов. Как это сделать? - Предложить решение любого вопроса и быть на шаг впереди во всем: быстрее, чем ожидает клиент, предусмотрительнее, с большей эмпатией и с полезным советом на тот случай, о котором клиент пока и не думает.

Каждое совещание начинается с вопроса **«Как мы можем улучшить опыт клиента?».** А в каждом отчете руководителей есть раздел «улучшение недели», где указано, какое улучшение для клиента было сделано им или его командой. Так каждый сотрудник ежедневно ищет пути оптимизации.

Система управления качеством начинается с анализа ожиданий клиентов. Ряд опросов показывают, на что сделать фокус, какие критерии наиболее важны для клиентов. Далее они добавляются в стандарты для сотрудников, программы обучения и КЛН*.

Дополнительно к Базе знаний, которая постоянно пополняется, сотрудники системно проходят тренинги. **Была создана база видеоуроков,** что позволило проходить обучение в удобное время и где угодно.

Тренеры ежедневно анализируют обращения, где клиент поставил немаксимальную оценку, чтобы оперативно предупредить повторные ошибки в обслуживании и предпринять действия на агентском или программном уровне: дайджест ошибок, обучение сотрудников, улучшение процессов итд.

Сопереживание и желание помочь делает нашу команду по-настоящему сильной. Наш агент ответит не только на вопросы в рамках его компетенции, но и подскажет контакты мобильного оператора или поможет разобраться с непонятной биркой на одежде. А чтобы лучше услышать клиента, проводится обучение эмпатии, с пост-тренинговой поддержкой со стороны тренеров.

Не только это стимулирует сотрудников: в бонусе основной вес занимает **показатель удовлетворенности клиентов**. Поэтому интересы сотрудника и счастье клиента тесно связаны.

Чтобы поощрять лучших, проходит **ежеквартальное награждение “CC Awards”**. В течение квартала агенты направляют лучшие обращения для участия. Back Office голосованием выбирают лучшего, и их звонки/письма направляются сотрудникам, чтобы каждый мог вдохновиться примером, а новички – поучиться у гуру.

Агентам помогает **CRM**, в которой можно увидеть полную историю обращений. Клиенту не приходится повторять дважды: даже если требуется ремонт, агент организует, клиент получит смс-подтверждение, а инженер сервисного центра увидит сразу же информацию о неполадке, подготовит нужные запчасти для ремонта. Причем это произойдет за считанные секунды: ведь агент работает в базе знаний, которая интегрирована с CRM. Так, сотрудник ищет статью по конкретной неполадке, и когда она выбрана, детали по неполадке добавляются в форму заказа ремонта, остается внести адрес и дату ремонта.

Такая система позволяет и решить вопрос, когда клиент его еще не задал, ведь мы получаем

оперативные данные по частоте обращений по типам вопросов. И если происходит массовый сбой, мы не заставляем клиента связываться с нами в поисках ответа, а проактивно направляем push-уведомление о сложности и сроке исправления.

В этом году мы следили за изменением ожиданий клиентов. А на первое место в списке потребностей для них вышли безопасность и присутствие в онлайн. Поэтому был сделан упор на возможности решить любой вопрос, не выходя из дома: удаленная диагностика, настройка техники, вызов мастера домой или отправка устройства в сервисный центр с помощью курьера – все это помогает клиентам Samsung получать безопасный, быстрый и надежный сервис. И все это может быть организовано в любом канале коммуникации: звонок, чат, письмо, мессенджеры – мы доступны 24/7 и там, где клиенту удобно.

6. Вовлеченность

Журнал Forbes назвал Samsung лучшим работодателем в 2020 г., так что превзойти ожидания сотрудников непросто. Как и с клиентами, начинаем с анализа ожиданий: опрос КЦ проводится минимум раз в полгода: получаем ключевые драйверы, NPS и мнения сотрудников. Сейчас, помимо оплаты и графика, на пике важности для них - профессиональное и карьерное развитие.

Мы ушли от традиционной структуры Back-Office–агент и уполномочили агентов лично участвовать в проектах развития КЦ:

Подготовка:
1. Знакомство с бизнесом: агенты получили доступ к данным, посетили отделы компании, сервисный центр и даже Центр Исследований и Разработки. Тезисы с любых конференций направляются всем, чтобы были в курсе мировых трендов.
2. Мозговые штурмы – так была создана миссия КЦ, разработан план улучшения Базы Знаний.

Теперь проектной командой стал весь КЦ, и началось:
1. Для повышения эффективности: менторы организовали визиты в магазины для знакомства новичков с техникой, когда офис был закрыт. Агенты описывают процессы и участвуют в их улучшении, сами проводят обучение, участвуют в подборе персонала.

2. Для создания лучшего места работы: реализованы идеи сотрудников: комната отдыха, настольный футбол, стенка для спины, «Озеленение» офиса.

3. Для клиента: после получения письма клиента с просьбой поздравить его сына, фаната Samsung, с Новым Годом, команда агентов собрала посылку для мальчика и громко радовалась, когда получила восторженный ответ.

4. Для общества: традицией стало участие сотрудников КЦ в помощи детям из онкоцентра, к чему они привлекли всю компанию.

В итоге каждый сотрудник понимает, что выполнение миссии КЦ – его **личная задача**. Теперь и менеджеры, и агенты ведут проекты по улучшению эффективности или клиентского опыта. Сейчас **50%** сотрудников регулярно направляют свои предложения. Роль менеджеров в этом процессе – направлять, учить мыслить с позиции собственника компании и давать инструменты для реализации инициатив.

В КЦ есть **программа развития** для специалистов любого уровня. Новички получают ментора, а менторы – план развития подопечных с еженедельным отчетом супервайзеру.

Сотрудники могут пройти курсы менторинга, курсы старших смен, обучение Excel, улучшить знания

английского, а еще каждый получает доступ к огромной библиотеке онлайн-курсов от мировых компаний.

Так сотрудники готовятся к карьерному росту. На данный момент **16 менторов и 18 сотрудников Back-Office – это бывшие операторы КЦ**. Более того, любая вакансия в компании сначала направляется сотрудникам КЦ и только после этого публикуется.

Чтобы сотрудники получали удовольствие от работы, проводятся витаминные и дни пиццы, костюмированные вечеринки. В офисе есть кофемашины и чай, а если кофе не помогает – кабины для сна. К праздникам офис преображается: его украшают сами сотрудники, на столах появляются горы сладостей. Тимбилдинги проходят в каждой команде, а 2 раза в год КЦ собирается в полном составе. После перехода на удаленную работу игры в «Мафию», конкурс «Угадай коллегу по столу», поздравления с днем рождения и другие активности укрепляют командный дух.

Ежемесячно проходит награждение **CC Awards**, где лучшие получают дипломы и подарки, а в Личном Кабинете выделяются специальными рамками.

Чтобы команда не теряла связь, проводятся **Check-in***: зарядить настроем и рассказать о новостях. У каждой команды есть чат, где ежедневно супервайзер интересуется, как сотрудники себя чувствуют, чтобы коллеги могли «выговориться» и пообщаться. В тех же чатах сотрудники активно делятся лайфхаками и поддерживают коллег. Так и остаются единой семьей.

- *Check-in – короткие групповые онлайн-встречи*

7. Лучшие практики в индустрии

Чтобы довести процессы до совершенства, руководители КЦ прошли обучение и сертификацию **COPC.** Это позволило внедрить ряд передовых практик:

- перестроить **формат КЛН,** сделав упор на ключевые драйверы удовлетворенности, ввести анализ по критическим ошибкам, что еще повысило % решений с первого запроса: **с 95.2 до 97.3**.;
- разработать матрицу навыков и план для кадрового резерва;
- запустить **Monthly Business Review*.** Для развития менеджеров встреча проводится на английском языке;
- внедрить **подход CUIKA*** и повысить качество решений;
- повысить операционную эффективность, работая с **SL Consistency**, который более точно показывает доступность КЦ.

Высокое признание клиентами новых сервисов показала **победа в Международной Премии CX WORLD AWARDS 2020** в номинациях «Инновация в клиентском опыте», «Команда взаимодействия с клиентами офлайн» и высокая оценка в номинации «Практика использования обратной связи» за ряд инструментов предупреждения рисков: системное решение для отслеживания потенциальных претензий клиентов и технически сложных случаев. **Умное Дерево Решений** помогает агентам быстро отреагировать на обращения в режиме онлайн.

Мы следуем трендам: видеоконтент на пике, поэтому наша **видеостудия** создаёт ролики, которые помогают зрителям разобраться с настройками и узнать новое о продуктах Samsung, предвосхищая потенциальные вопросы и сложности. У нашего Youtube-канала уже более полумиллиона подписчиков. В 2020 г. студия стала выпускать видео для агентов КЦ, помогая быстрее изучать новые фишки девайсов, а новичкам быстрее адаптироваться.

- *Monthly Business Review – ежемесячная встреча-обсуждение результатов*
- *CUIKA – термин COPC, способ оценки надежности данных и как они используются для управления бизнесом.*

8. Итоги

КЦ Samsung создан, чтобы превосходить ожидания. Мы стремимся к совершенству в каждом процессе. И достигаем его, что показал 2020 год, когда мы не только выполнили 100% KPI, но и повысили ключевые показатели.

Вы увидели, какой это сложный механизм – КЦ Samsung. Зато, как удобно и легко с нами клиенту:

Легко связаться:

- **24/7,** в любом канале, быстро (**SL 86%**).

- **2 офиса** для стабильности, удаленные сотрудники. Мобильный Центр Управления не спит: мы следим за каждым KPI также **24/7**.

Легко общаться:

И пусть человечный сервис становится роскошью. Мы обеспечиваем его нашим клиентам, предоставляя личного консультанта, который использует мощные инструменты (CRM, База Знаний, Личный Кабинет), а не шаблонные скрипты. Агенты обучены понимать клиентов, проявлять эмпатичную поддержку. А Back-Office ежедневно следит, как себя при этом чувствуют клиенты. Итог – **96%** максимальных оценок.

Легко получить помощь, не выходя из дома:

Ведь прямо по телефону или в чате проведут диагностику, подключатся по видеосвязи, а если нужно, организуют ремонт дома, отправку техники курьером или даже приедут на автомобиле и сделают ремонт прямо в нем!

Легко прийти в восторг:

Ведь КЦ сам сообщит о массовом сбое, новые фишки своего продукта можно изучить на видео (**19 млн** просмотров!), а каждый агент пытается вас изумить. Он ведь менеджер по улучшениям и не только бонусом мотивирован, хотя оценка клиента в нем – главный показатель.

96% клиентов дают КЦ самую высокую оценку, 19 из 20 вопросов решаются с первого контакта, NPS 70, признание сервиса Samsung на CX World Awards – все показывает, что мы на правильном пути. Мы обеспечиваем лояльность клиентов Samsung и подтверждаем репутацию компании-лидера. Наша миссия создана сотрудниками лучшего контактного центра. Поэтому мы ее выполняем – превосходим ожидания клиентов!

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Подвойский
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Андрей Андреевич
ДОЛЖНОСТЬ	Руководитель Информационного Центра Samsung