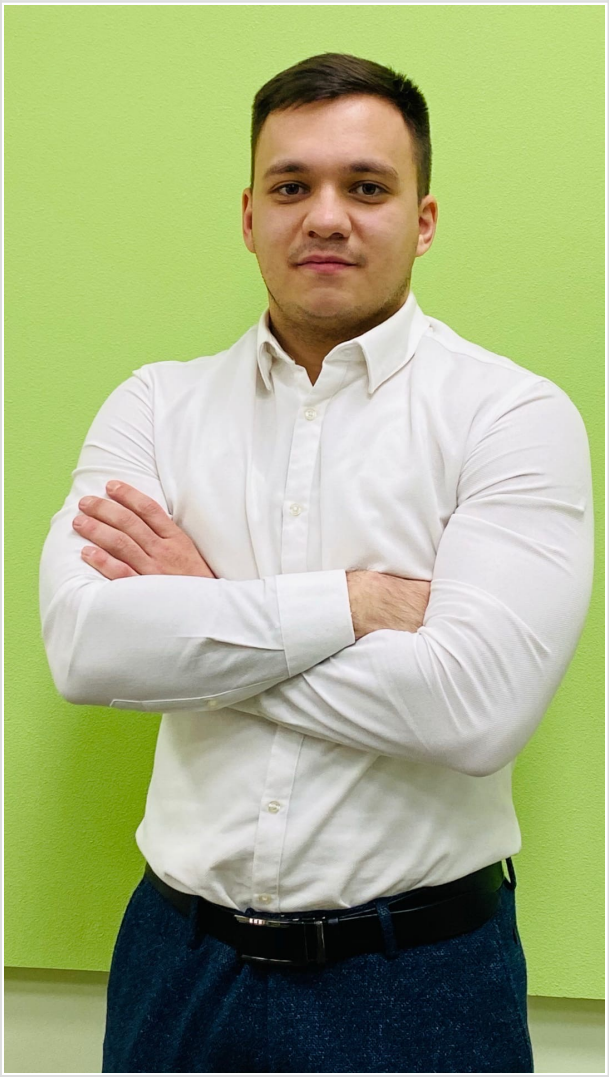
ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №7490

НОМИНАЦИЯ: ПРОДАВЕЦ ГОДА

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Центр корпоративных решений, Сбер
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Ставрополь
КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА	1200
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	https://www.sberbank.ru
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Фахразеев Никита Валерьевич
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
ССЫЛКА на Youtube	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

ЭССЕ НОМИНАНТА

1. Краткое знакомство, роль, цели и задачи

Добрый день, уважаемые члены жюри! Меня зовут Никита. Я клиентский менеджер управления удаленных продаж Центра Корпоративных Решений Сбера.

Центр корпоративных решений (ЦКР) – уникальный для банковской отрасли опыт обслуживания корпоративных клиентов, включает в себя 7 площадок, 8 функциональных направлений и 4500 сотрудников. Работает в формате 24/7, осуществляя поддержку и продажи 2,7 млн корпоративных клиентов Сбера.

Управление удаленных продаж ЦКР обеспечивает 1/3 всех продаж банка малому и микро бизнесу, 45% продаж в цифровых и удаленных каналах проходят именно в ЦКР. 90% всех вопросов клиентов решается при первом обращений. 73 из 100 TRI*M (measuring, management, monitoring) индекс общей удовлетворенности и лояльности клиентов, в мире в среднем среди банков он 70.

Я работаю на площадке регионального центра Ставрополь. Моя клиентская база – это 4000 человек из 74 городов России.

Мой основной функционал – продажа продуктов на исходящей линии по закрепленной клиентской базе.

Ранее я говорил, что работаю в должности клиентского менеджера. Цель моей работы – выстраивание долгосрочных партнерских отношений с клиентами и конечно, как номинант в роли «Продавец года», приносить прибыль банку, продавая продукты и услуги. Для меня главное не просто продать продукт, а показать новые возможности развития клиентского бизнеса.

Каждый день я прихожу на работу на 45 минут раньше. Это время я использую для изучения всех изменений и анализа выполнения бизнес-показателей. Благодаря этому я могу оставаться лидером, всегда быть в курсе нововведений и помогать коллегам. Я точно знаю на каком этапе сейчас нахожусь, и что мне необходимо делать для достижения цели.

2. Положительное влияние на деятельность организации

Стратегия развития банка 2017-2020 включает в себя разноплановые цели. В своей ежедневной работе я могу влиять на 4 из них:

- Кредитование;
- Зарплатные продукты;
- Онлайн открытие расчетного счета;
- Дистанционные подключения продуктов и услуг.

Наверняка у вас возникает вопрос, каков же мой вклад в эффективность работы нашего центра и банка в целом?

Как продавец, я в первую очередь влияю на финансовый результат компании. Среднее выполнение моего плана продаж, который включает кредитование, зарплатные продукты, открытие расчетного счета, составляет 127%.

Согласно аналитическим данным сайта Voximplant.ru за 2020 год на дистанционные каналы приходится около 66% всех обращений клиентов! Мне же удалось достичь доли дистанционных продаж – 90% при плане 83%.

При этом я стабильно удерживаю оценку качества обслуживания клиентов в 100 %.

Так что же такое моя ежедневная работа? В день - это 50 контактов, 3 часа живого диалога и 7 продаж, а в год - 12 400 контактов, 744 часа живого диалога и более 1 500 продаж, что на 52% выше, чем у среднего менеджера.

Для увеличения количества закрытых сделок я оформляю продажи в диалоге. После каждого согласия сопровождаю клиента на всех этапах оформления сделки.

И все это позволяет сэкономить нашим клиентам их главный ресурс – время!

---

3. Операционная эффективность

В ЦКР мы предлагаем более 100 продуктов и услуг. В среднем на 1 клиента приходится порядка 4 оформленных, активных сервисов.

Основные продукты, которые я продвигаю - это зарплатный проект (~40% продаж), бизнес карта (~30%), кредитование (~20%), торговый эквайринг (~10%).

У меня есть 4 основных показателя:

- Выполнение плана продаж - 100%;
- Доля дистанционных продуктов – 83%;
- Доля согласий – 30%;
- Качество обслуживания – 90%.

Мой старт: по результатам первых 3 месяцев работы выполнение плана продаж составило 119%!

И я бросил себе вызов – смогу ли я повышать свою результативность каждый квартал?

Я стал ежедневно разбирать свои ошибки и ошибки других менеджеров, изучать «фишки» не просто опытных менеджеров, а лучших из лучших.

В результате спустя 6 месяцев я смог выполнить план продаж уже на 121%. Вместе с тем, были менеджеры, которые продавали больше меня. И теперь я поставил себе цель не просто перевыполнить свои показатели, а стать лучшим! Над этим я и начал работать!

Так, спустя 12 месяцев я все же добился своей цели и стал лучшим в отделе. Выполнение показателей составило:

- План продаж: факт 145, при плане 114. Выше среднего по отделу на 7%;
- Доля продуктов, подключенных дистанционно: факт 100% при плане 83%. Выше среднего по отделу на 5%;
- Доля согласий: факт 47% при плане 30%. Выше среднего по отделу на 14%;
- Качество обслуживания: факт 100 при плане 90. Выше среднего по отделу на 9%.

При этом количество закрытых сделок составило 128 штук, а среднее по отделу 120.

Кроме этого, для консультации клиента теперь мне требуется в 2 раза меньше времени, так как я научился в 2 раз быстрее находить необходимую информацию на ресурсах банка. Теперь выполнение моего KPI составляет 127%!

Хочу отметить, что работать мне довелось в непростой период пандемии. Время, когда моя помощь клиентам была особенно необходима. Сбербанк один из первых реализовал программы государственной поддержки предпринимателям, такие как: «Кредит под 0% для выплаты заработной платы», «Господдержка под 2%» и «Реструктуризация».

За период пандемии Сбер реализовал 43% от всего объема выдачи кредитов с государственным участием, что вдвое больше, чем у других банков.

Я внес свой вклад в этот результат - только за первые 2 недели оформил на 19% больше заявок – это 160 программ, при среднем значении 130 программ на 1 менеджера. Всего благодаря моей работе выдано более 15,0 млн.руб в рамках данных программ.

Как же все-таки это приятно, осознавать значимость своей работы! Ведь более 100 клиентов сегмента малого и микро бизнеса смогли продолжить свою предпринимательскую деятельность, а порядка 240 их сотрудников не потеряли свои рабочие места.

4. Инновации и креативность

Однажды в журнале Forbes я прочитал интервью с генеральным директором международной рекрутинговой копании Hays Алексея Штейнгардта. Из него следовало, что сегодня в мировой практике все больше набирает популярность новое понятие «Job consumption» (от англ. потребление работы). Сотрудники теперь «потребляют» работу: не удовлетворила эта – найду другую. И тогда, мое внимание привлекла проблема текучести кадров и профессионального выгорания в ЦКР.

Я придумал и предложил провести конкурс под названием **«Black Friday».**

Условия конкурса просты: на протяжении недели менеджер должен был выполнить показатели (время в линии, дистанционные продажи, кредит в диалоге, количество продаж, качество обслуживания).

Мотивация: сотрудники, которые выполнили все пять показателей, могли уйти домой в пятницу в 16:45.

Результаты конкурса не заставили себя ждать! Уже в первую неделю из 100 сотрудников нашего управления, победителями стали 13 человек. Вторая неделя принесла еще более успешный результат: 21 победитель. Пошла цепная реакция, количество участников росло каждую неделю. Но самое главное, что за период проведения конкурса, нам удалось увеличить количество продаж на 17% за 3 месяца! Добавив ~1600 продажи к выполнению плана. А главное свое достижение я считаю в том, что теперь этот конкурс регулярно используется в качестве нематериальной мотивации для всех сотрудников нашего управления.

Кроме этого, проанализировав свои звонки, я разработал новую технику, которую назвал «**Техника памяти клиента».**

Суть её проста: в начале диалога необходимо говорить клиенту то, что ты уже о нем знаешь, какие-то конкретные факты. Например, «Звоню по Вашему салону красоты в Мытищах», или «Звоню по Вашей службе доставки, у Вас уже установлен торговый эквайринг нашего банка и у меня есть для Вас интересное предложение». Данная техника помогает привлечь внимание клиента и расположить его к себе. Он становится не одним из массы, а уникальным, которого ты помнишь и знаешь!

Результат Техники памяти клиента в том, что она позволила мне на 19% исключить отказы клиентов от диалога, а соответственно, и увеличить продажи на 14%. В моей базе добавилось порядка 680 активных клиентов, вместо тех, кто не желал говорить.

Основной ресурс, который используют сотрудники нашего управления в работе это - База знаний. Клиенту важно понимать, что с ним работает компетентный сотрудник, который может решить его

вопрос и верно проконсультировать, а самое главное - предложить продукт, который будет действительно необходим клиенту! Менеджеру важно оперативно найти нужную информацию в диалоге с клиентом, чтобы не потерять ту тонкую связь, которая выстраивалась в течение всего периода общения с ним. Поэтому я с радостью **принял участие в пилотном проекте по доработке Базы знаний**, который длился 1 месяц.

Уже в первую неделю я предложил более 6 инновационных решений, из которых 4 были приняты:

- Быстрый поиск во всех пространствах;
- Панель самых популярных разделов;
- Изменение дизайна;
- Оптимальное расположение блоков.

По истечению месяца, все предложения были внедрены, протестированы и программа была запущена в ежедневное использование.

Как следствие: среднее время на поиск необходимой информации сократилось с 2-х минут до 1 минуты! Быстрое, уверенное и индивидуальное предложение от банка внушает доверие клиенту! И клиенты стали более открытыми и честными. В каждом 5 диалоге они стали задавать дополнительные вопросы по сервисам банка, а в каждом 8 диалоге были подобраны и проданы продукты необходимые для клиента. Общее количество продаж за квартал выросло на 14%.

5. Клиентоориентированность

Клиентоориентированность – это одна из основных ценностей Сбера. Звучит она кратко и емко «Все для клиента!».

Эта ценность в нашем управлении дополняется следующим – долгосрочное сотрудничество и помощь клиенту.

Правильность выбранных целей подтверждают обращения клиентов. Я работаю на исходящей линии. В среднем в нашем отделе менеджер получает в день около 3 входящих звонков, из которых 1 завершается продажей. У меня этот показатель составляет 8 входящих звонков, из которых 3 завершаются продажей, а это на 30% результативнее.

Кроме этого, верность выбранных мною профессиональных принципов подтверждают и ежедневные оценки клиентов. CSI по каждому сотруднику начали анализировать с ноября 2020 года. В течении двух недель клиенты оценивают каждый мой звонок по 10-ти бальной шкале. И 97% из них оценили мою работу на высший балл!

Для повышения продаж я использовал фразу для выявления истинного сомнения клиента: «Скажите, что Вас не устраивает в нашем предложении, нам важно получать обратную связь, чтобы в будущем мы могли подбирать только полезные сервисы для Вас». После того, как я начал использовать эту фразу мне удалось увеличить количество согласий с 210 до 250 в месяц, ведь узнавая истинные причины отказа, можно правильно презентовать продукт. Далее я инициировал добавление этой фразы в скрипт. Видели бы Вы, какая у меня была гордость и радость, когда мой метод заработал во всем ЦКР! Такой подход дал нам дополнительно порядка 58 продаж и позволил увеличить выполнение плана в среднем со 110 до 120% в квартал на 1 клиентского менеджера.

Знаком ли Вам термин Customer Retention Rate (коэффицент удержания клиентов)? Он означает способность компании поддерживать долгосрочные отношения с клиентом. За 1 год работы я возобновил сотрудничество более чем с 200 клиентами, а это 5% от всей моей клиентской базы. Так, например, при взаимодействии с клиентом, я столкнулся с негативным отзывом в адрес

нашего банка. Оказалось, клиент открыл в Сбере счет специально для кредитования по программе «Господдержка под 2%». Ему важно было быстро получить финансирование для сохранения бизнеса. Было остановлено производство, срочно требовались косилки для уборки зерна. Но в городе, где он открыл счет, заявку на кредит принять не могли (в тот период онлайн выдача еще не была реализована). Мне понадобилось потратить 4 часа, чтобы найти решение для клиента в его непростой ситуации. В итоге я подобрал офис банка для подачи заявки клиента, предупредил менеджера о его визите, проконсультировал клиента об адресе офиса, времени работы и перечне необходимых документов. Заявка была одобрена, оборудование закуплено, а производство восстановлено. И знаете, ту радость от благодарности клиента, которую я получил, невозможно передать словами! А главное, что этот кейс - пример и доказательство того, что я иду верным путем!

6. Вовлеченность

Вовлеченность! Что для Вас означает этот термин? Да, это очень глубокое и емкое понятие. Точнее я бы сказал, что лично для меня, вовлеченность – это больше сопричастность.

В бизнесе важно не стоять на месте и постоянно развиваться. Развиваться самому и помогать окружающим. В моей работе сопричастность проявляется в следующем.

Уже на протяжении года я являюсь амбассадором Банка и всегда положительно отзываюсь о нем. По моей рекомендации в нашем управлении работает 9 сотрудников. 7 из них, уже успешно прошли аттестацию для вступления в должность и получили доступ к самостоятельным звонкам. Каждый из новичков уже сделал первые продажи и внес свой вклад в наше общее дело. Ведь на 1 КМ приходится порядка 7% плана. Мой вклад по итогам 2 квартала составил 9%. Несмотря на личные планы, только работая единой командой можно добиться цели, которую мы определили для себя – отдел продаж №1 в России! Я поставил перед собой цель выполнить не менее 15% командного плана. И уже сейчас думаю о том, как буду реализовывать задуманное.

Кроме этого, я думаю, как помочь всей команде. За прошедший год мне довелось быть в роли опытного менеджера у 2-х новичков, которые успешно сдали зачет. Ребята самостоятельно «вышли» в линию уже на 12-й день, хотя по плану адаптации должны были начинать со второго месяца стажировки.

Добиться такого результата помог придуманный мною метод «Работа в 4 руки». Как я ранее говорил, мы работаем более чем со 100 продуктами и услугами. Кроме этого, менеджеру необходимо уверенно владеть 4 программами, в которых мы выполняем порядка 120 операций ежедневно.

Работает он так: в первых звонках новый сотрудник ведет лишь диалог с клиентом, в это время рядом с ним находится опытный менеджер, который сам проводит работу в программах. Дополнительно разъясняет верный порядок, нюансы, навигацию. Так, уже с первых звонков, новичок запоминает правильный алгоритм работы, используя при этом весь функционал программ. Я разделил самые популярные операции на 4 группы (1 - ответы на вопросы, 2 - оформление, 3 - информация о клиенте, 4 - нестандартные ситуации). На освоение каждой группы было отведено 3 дня.

По истечению 12 дней, принятый сотрудник уже сам выполнял всю работу. Сокращение времени обучения составило 14 дней, что дало нам 12 продаж. Сейчас этот метод работает во всем управлении, и я в качестве опытного менеджера уже с другими новичками думаю, как его можно усовершенствовать. Наша цель – чтобы каждый новый менеджер уже с первого квартала мог

выполнять все показатели на 100%!

7. Лучшие практики в индустрии

Почему тяжело быть продавцом? И нужно ли им быть? Я думаю немного иначе, нужно быть экспертом! Американские продавцы уже давно используют этот метод в продажах.

И что я начал делать? Развивать омниканальность. Я начал изучать базовые вопросы из других периметров ЦКР: технической поддержки, операционной поддержки. Изучать с какими трудностями может столкнуться предприниматель.

Благодаря тому, что я могу решить незначительный для банка вопрос клиента, который находится в периметре других служб, у меня открывается уже новый диалог с клиентом. Я становлюсь не продавцом, который хочет навязать, а помощником. Помощником, с которым можно посоветоваться и подобрать оптимальное решение. Продажа в таком диалоге, могла отличаться от цели звонка, клиент уже сам озвучивал проблему, и мы подбирали индивидуальное предложение.

Этот метод помог мне увеличить количество кросс-продаж со 100 до 130 в месяц. Дополнительные 30 продаж, помогли мне добавить 10% к выполнению квартального плана.

Честно говоря, я люблю наблюдать за другими и учиться чему-то у окружающих. Я наткнулся на интересную статью в интернете. Она рассказывала о базовых потребностях человека, руководствуясь которыми он принимает решение. Среди них: безопасность, экономия, новизна, комфорт, престиж.

Задача, в диалоге быстро определить по какой потребности клиент принимает решение. Если у клиента приоритет выстроен на престиж, значит он может пренебречь экономией и нет смысла предлагать более дешевые тарифы. Клиент ждет чего-то особенного, премиального. Поняв, что именно интересует клиента, я даю ему то, что нужно.

В результате, используя этот метод мне удалось снизить количество возражений примерно на 20%. Соответственно, закрывая сделки при первом диалоге я добавил около 23 продаж к квартальному плану.

8. Итоги

Сбер часто проводит конкурсы для сотрудников. Работая в прямых продажах, уже после 6 месяцев работы я стал лучшим из 34 сотрудников Ставропольского края по продажам.

Следующий мой конкурс проходил уже в должности клиентского менеджера ЦКР. Назывался он «Лидер в роли». Лидер определялся по показателям KPI. Здесь я стал первым уже из 104 человек ЦКР г. Ставрополя.

Сейчас мне 25 лет. Теперь моя цель – стать начальником сектора! Развитие команды, систем банка, достижение новых, более значимых и крупных целей - это то, что мне интересно. Но ведь это так тяжело, скажете Вы. Согласен, это очень непростая работа. За моими плечами будет 15 человек, за которых я буду нести ответственность. Осознавая всю значимость этой работы, я определил для себя следующие направления развития:

1. Agile! Философия мощной команды, в которой каждый человек вносит свой вклад в общее дело. Основа любой компании — это ее люди. Главный принцип Agile так и звучит «люди и взаимодействия важнее процессов и инструментов». В нашем случае от них напрямую зависит прибыль банка;
2. Атмосферность! Необходимо каждый день заряжать своих людей энергией и огнем. Ведь

главное не где ты работаешь, а с кем!

3. Критическое мышление! Руководитель должен уметь объективно оценивать ситуацию, основываясь не на собственные удобства и эмоции, а на конкретные факты. От этого зависит верность принятых решений, а соответственно, и направление движения команды.

Сейчас для меня открывается новый этап. У меня есть история личного успеха. Теперь я должен буду создать историю успеха всей команды. В будущем мы с Вами увидимся в новой для меня номинации - «Лучшая команда исходящего взаимодействия». Дальше будет еще интереснее… До новых встреч!

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Фахразеев
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Никита Валерьевич
ДОЛЖНОСТЬ	Клиентский менеджер