




## ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

**ID:** №2587

**НОМИНАЦИЯ:** Более 1000 сотрудников

<b>НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА</b>	Россельхозбанк
<b>ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА</b>	Москва
<b>ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ</b>	<a href="https://www.rshb.ru/">https://www.rshb.ru/</a>
<b>НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА</b>	Офисы РСХБ - центры притяжения
<b>ИМИДЖ НОМИНАНТА</b>	
<b>Сопроводительный файл 1</b>	<a href="#">Посмотреть загруженный файл »</a>
<b>Сопроводительный файл 2</b>	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ
<b>Сопроводительный файл 3</b>	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ
<b>ССЫЛКА на Youtube</b>	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

## ЭССЕ НОМИНАНТА

### Описание организации (100 слов).

**АО «Россельхозбанк»**-один из крупнейших банков страны, является ключевым участником Госпрограммы развития агропромышленного комплекса России. Россельхозбанк занимается не только кредитно-финансовой политикой, но и принимает участие в реализации приоритетных национальных проектов, способствует развитию сельских территорий, запускает современные высокотехнологичные производства, что способствует обеспечению технологического суверенитета в АПК и развитию импортозамещения критически важных видов сельхозпродукции. Россельхозбанк располагает второй по величине в стране филиальной сетью, что обеспечивает **100% покрытие сельских территорий** и полноценный доступ к финансовым услугам в режиме 24/7 во всех уголках нашей страны. Сегодня Банк – это команда несущая надежность и уверенность в завтрашнем дне

### Цель проекта (не более 1800 знаков с пробелами)

В условиях цифровой трансформации для меня ключевой целью является – достижение и

удержание лидерских позиций в области качества клиентского сервиса, обеспечение высокого роста показателей клиентской лояльности и удовлетворенности качеством услуг во всех каналах коммуникаций, результат роста указанных показателей должен напрямую коррелировать с клиентской оценкой на публичных площадках, ключевыми из которых являются геосервисы.

Также для нас важной целью остается сохранение и увеличение точек продаж в формате физического присутствия на труднодоступных сельских территориях страны, одновременно внедряя передовые цифровые технологии и сохраняя традиционный формат обслуживания.

**Наша социальная миссия** способствовать росту качества жизни россиян не только в крупных городах, сделать офисы максимально удобными и multifunctional для клиентов, обеспечить доступность финансовых услуг и повышение финансовой грамотности населения сельских территорий.

Главное для нас, чтобы каждый клиент в каждой точке продаж получал качественные банковские продукты и услуги, а также комфортное обслуживание, соответствующее высоким стандартам сервиса.

**В то время, когда другие Банки уходят с сельских территорий, мы стремимся превратить наши отделения в Центры притяжения деловой активности.**

## Суть проекта (не более 3600 знаков с пробелами)

Для достижения стратегической цели «Банк-лидер» по качеству клиентского сервиса мы прошли сложный путь глобальной трансформации. Следует отметить, что это было сделано всего за 2 года, с ограниченными количеством ресурсов (от 30 до 60 работников), но несмотря на трудности нам удалось выстроить эффективную Систему качества клиентского сервиса и перевернуть представление клиентов о качестве сервиса в Россельхозбанке.

За данный период были выработаны и реализованы мероприятия:

- Создан единый Центр оценки и контроля качества клиентского сервиса, в состав которого вошли Отдел развития системы качества клиентского сервиса, Центр по работе с обращениями клиентов
- Внедрен Институт менеджеров по качеству клиентского сервиса в региональной сети, оценкой которых является результат выполнения показателей качества клиентского сервиса каждого ВСП Банка. В рамках данного подразделения были организованы:

-Прямая линия связи с менеджером по качеству по номеру телефона, размещенного в каждом офисе Банка

-Алгоритм проведения наставнических сессий и обучений менеджерами по качеству в каждой точке продаж с учетом выявленных отклонений

- Разработана и внедрена Система оперативного и прозрачного мониторинга показателей качества клиентского сервиса, которая позволяет в режиме online контролировать текущие результаты по данному направлению, оперативно выявлять отклонения на ранних этапах и точно определять пути решения для их устранения.
- Автоматизирован сервис актуализации информации о точках продаж Банка на ведущих геосервисах.
- Разработана и введена в действие единая Система по работе с обращениями клиентов по всем каналам взаимодействия.
- Внедрен принцип решения проблем клиентов в режиме «здесь сейчас» во всех каналах

взаимодействия с клиентом

- Создана и внедрена Библиотека лучших практик
- Разработана и внедрена Система материальной и нематериальной мотивации по направлению качества клиентского сервиса для всех уровней: от заместителя Председателя Правления Банка до работников фронт-линии.

### **Результат - Россельхозбанк сегодня:**

- лидер в Народном рейтинге Banki.ru - в годовом зачете занимаем 2-е место;
  - высокая доля обращений клиентов со статусом «Проблема решена» на Banki.ru -51%;
  - лидер по уровню клиентского восприятия во всех точках продаж Банка на ведущих геосервисах:
- рейтинг Банка на платформе Яндекс.Карты - 4,5;
- рейтинг Банка на платформе 2ГИС – 4,9.
- низкая доля клиентов, ожидающих своей очереди свыше 10 минут – 5,2%
  - минимальное количество жалоб на качество обслуживания на 1000 клиентов – 0,01
  - 80 % обращений клиентов рассматриваются в срок до 3 дней
  - 100% обращений клиентов рассматриваются в срок до 15 дней
  - высокий уровень индекса удовлетворенности клиентов – 99,3%
  - высокий уровень индекса лояльности клиентов – 90%

## **Вовлеченность сотрудников (не более 1800 знаков с пробелами)**

### **Один игрок выигрывает матч, но выиграть чемпионат по плечу только команде!**

Наш главный актив – мощная команда, способная решать амбициозные задачи в режиме турбулентности. Сегодня то самое время, чтобы убедиться, что мы сильны духом, мы - команда, несущая надежность и уверенность в завтрашнем дне.

Залогом успешности банка в построении омниканальной системы организации качественного клиентского сервиса является вовлеченность отдельных работников, а также команды Банка в целом.

Нашей командой разработаны и внедрены инструменты:

- Система оперативного выявления и устранения проблематик, на основании обращений клиентов. Еженедельно на Оперативный Штаб с участием руководителей всех профильных подразделений Банка выносятся выявленные проблематики, срок решения которых составляет 1 неделю. Это позволяет нам локализовать проблему на начальном этапе и предотвратить её возникновение в будущем.
- Персональный конкурс «Лидер качества сервиса по мнению клиентов», в который вовлечены более чем 15.000 сотрудников фронт-линии
- Рейтингование региональных филиалов по показателям качества с награждением лучшего филиала в номинации «Звезда качества», результаты которых видимы всем работникам Банка, что стимулирует их на победы.
- Витрина показателей качества клиентского сервиса, инструмент оперативного и прозрачного мониторинга показателей, который позволяет в режиме online контролировать результаты по данному направлению, оперативно выявлять отклонения на ранних этапах и выработать мероприятия по их устранению. Данный инструмент позволяет вовлекать каждого работника

в процесс построения качественной системы клиентского сервиса и показывает степень влияния каждого на общий результат Банка.

## **Клиентоориентированность, способность слушать и слышать клиента (не более 1800 знаков с пробелами)**

Для создания успешного клиентского опыта во всех точках взаимодействия, с учетом особенности РСХБ в виде присутствия на сельских территориях, мы обеспечиваем доступность финансовых услуг не только с помощью передовых цифровых технологий, но и развиваем качество сервиса в региональной сети Банка. Для этого Стандарты сервиса Банка перестроены с опорой на развитие сервисной эмпатии. Ценность подхода по развитию сервисной эмпатии в выстраивании долгосрочных партнерских отношений с клиентом за счет способности понять его потребности, ожидания и эмоции, исходя из его жизненной ситуации и проявления искренней заинтересованности и заботе о нем. В соответствии с данным подходом выделяются 6 ключевых принципов клиентского сервиса:

### **1. Клиентоцентричность**

- строим долгосрочные партнерские отношения

### **2. Эмпатия**

- понимаем проблему клиента, проявляем искреннюю заинтересованность и заботу о каждом клиенте

### **3. Профессионализм**

- взаимодействуем с клиентом честно, открыто и эффективно  
- демонстрируем сильную экспертизу по финансовым продуктам

### **4. Высокий уровень сервиса**

- обеспечиваем выполнение единых стандартов клиентского сервиса на всех этапах взаимодействия с клиентом

### **5. Простота и доступность 24/7**

- предоставляем возможность для удобного, понятного и быстрого совершения широкого спектра операций в мобильном/интернет Банке  
- обеспечиваем доступность функционала в зоне самообслуживания 24/7

### **6. Ценность времени клиентов**

- организовываем эффективный процесс обслуживания клиентов и минимальное время ожидания.

Применение данных принципов позволяет формировать комплексные предложения для клиентов, увеличить их удовлетворенность и лояльность, уменьшить количество жалоб и негативных отзывов, обеспечить рост клиентской базы, в результате чего выполнить бизнес-план и получить высокий доход.

## **ИТОГИ: какие были результаты? (не более 3600 знаков с пробелами)**

РЕЗУЛЬТАТ – Россельхозбанк всего за 2 года, с ограниченными количеством ресурсов, достиг абсолютного лидерства в области качества клиентского сервиса и сохраняет данную позицию на

текущий момент, выстроил эффективную Систему по контролю и управлению качеством, показал стремительный рост показателей клиентской лояльности и удовлетворенности качеством услуг во всех каналах коммуникаций, что подтверждают следующие факты:

- В Народном рейтинге Banki.ru в годовом зачете Россельхозбанк на 01.01.2023 занимает 2 место (195 место на 01.01.2021);
- Доля обращений клиентов со статусом «Проблема решена» на Banki.ru на 01.01.2023 выросла до 51% (2% на 01.01.2021);
- Обеспечено абсолютное лидерство по уровню клиентского восприятия всех точек продаж Банка на ведущих геосервисах:

- рейтинг Банка на 01.01.2023 на платформе Яндекс.Карты - 4,5 (рейтинг на 01.01.2021 составлял 3,5);

- рейтинг Банка на 01.01.2023 платформе 2ГИС – 4,9 (рейтинг на 01.01.2021 составлял 1,9);

- Снижена доля клиентов, ожидающих своей очереди свыше 10 минут до 5,2% (на 01.01.2021 доля составляла более 20%)
- Сокращено количество жалоб на качество обслуживания на 1000 клиентов с 0,8 до 0,01
- 80 % обращений клиентов рассматриваются в срок до 3 дней
- 100% обращений клиентов рассматриваются в срок до 15 дней
- Обеспечен высокий уровень индекса удовлетворенности и лояльности клиентов – 99,3% и 90% соответственно.

## **Инновации и креативность (не более 1800 знаков с пробелами)**

Для достижения поставленных целей важно применять инновационных подходы для удовлетворения и предвосхищения потребностей современного клиента.

Для создания дополнительных точек притяжения клиентов на сельских территориях с целью повышению клиентопотока и выравниванию продуктивности офисов Банка мною был запущен проект **«Офисы РСХБ - центры притяжения»**.

Проектом предусмотрено обеспечение доступа клиентов в офисах Банка к дополнительным (не банковским и не финансовым сервисам):

- Проведение дней финансовой грамотности
- Организация «Вкусных пятниц» (продажа продукции местных фермеров – клиентов Банка посетителям офисов)
- Проведение круглых столов для информирования о программах государственной поддержки населения и бизнеса
- Доступ к госуслугам
- Доступ к медицинским услугам (телемедицина)
- Почтовые сервисы (постаматы)
- Копировально-множительные услуги
- Страховые сервисы
- Доступ к услугам связи (продажа сим-карт)
- Бесплатный доступ в Интернет для посетителей офисов.

Банк планирует расширять перечень партнеров, а также развивать и внедрять новые дополнительные сервисы.

**ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА:**

<b>ФАМИЛИЯ</b>	Корсакова
<b>ИМЯ ОТЧЕСТВО</b>	Людмила Анатольевна
<b>ДОЛЖНОСТЬ</b>	Директор Департамента