

VII МЕЖДУНАРОДНАЯ НАГРАДА

CCG Call Center Awards

Хрустальная Гарнитура™ 2011

20 номинаций, включая конкурс «Оператор Года»



СОДЕЖАНИЕ ДОКУМЕНТА

СОДЕЖАНИЕ ДОКУМЕНТА	2
КРАТКИЙ РЕГЛАМЕНТ НАГРАДЫ.....	2
О НАГРАДЕ	3
КТО И ЗАЧЕМ НОМИНИРУЕТСЯ?	3
ИСТОРИЯ НАГРАДЫ	4
НОМИНАЦИИ CCG-ССА-2011	8
ПЕРСОНАЛЬНЫЕ НОМИНАЦИИ	8
КОМАНДНЫЕ НОМИНАЦИИ	9
НОМИНАЦИИ ДЛЯ ПРОЕКТОВ/ПРОГРАММ/СТРАТЕГИЙ	11
НОМИНАЦИЯ ДЛЯ ПРОДУКТОВ	13
НОМИНАЦИИ ДЛЯ КОМПАНИЙ/ОРГАНИЗАЦИЙ	13
ЖЮРИ НАГРАДЫ.....	18
СОСТАВ ЖЮРИ	18
ПОЛОЖЕНИЕ И КРАТКИЙ РЕГЛАМЕНТ ЖЮРИ	29
ЦЕРЕМОНИЯ НАГРАЖДЕНИЯ.....	31
КАК ПОДАТЬ ЗАЯВКУ?	32
ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ СПОНСОРСТВА	34
ТИПОВОЙ СПОНСОРСКИЙ ПАКЕТ.....	34
ДО МЕРОПРИЯТИЯ.....	34
ВО ВРЕМЯ МЕРОПРИЯТИЯ	35
ПОСЛЕ МЕРОПРИЯТИЯ.....	36
СТОИМОСТЬ ТИПОВОГО ПАКЕТА:	36
ДРУГИЕ ВОЗМОЖНОСТИ СПОНСОРСТВА	37
ОБСУЖДАЕМЫЕ ПАКЕТЫ И ПРИЗОВОЕ СПОНСОРСТВО	37

КРАТКИЙ РЕГЛАМЕНТ НАГРАДЫ

- Прием заявок в номинации
с 15 июля по 17 декабря 2010г.
- Объявление финалистов (Short List)
15 февраля 2011г.
- Церемония Награждения
22 марта 2011г.
Radisson Slavyanskaya, Москва

О НАГРАДЕ

Награда «Хрустальная Гарнитура™», учрежденная Сообществом профессионалов Call Center Guru, имеет яркую [историю](#) и вручается с 2005 года.

Каждый год в номинировании на Награду принимает участие более 100 контактных центров из России, Украины, Казахстана, Беларуси и других стран региона.

За последние несколько лет «Хрустальная Гарнитура™» завоевала позиции самого значимого и престижного профессионального конкурса в индустрии контактных центров. Награда получила международное признание.

В разное время награда вручалась таким контактным центрам как МТС, Киевгаз, ВТБ24, ВымпелКом, DHL, Киевстар, Samsung, Мегафон, Quelle, Teleperformance, Global Bilgi, Райффайзен Банк Аваль, SEQUOIA Credit Consolidation, Пробизнесбанк...

Лауреатами награды и финалистами в разное время становились: Вадим Аниканов, Ирина Леонова, Елена Гришаева, Наталья Смирнова и другие.

КТО И ЗАЧЕМ НОМИНИРУЕТСЯ?

Награда выделяет и поощряет лучших из лучших в индустрии контактных центров: персоналии (операторы, менеджеры, руководители), команды (смены, небольшие call-центры), проекты, продукты и компании.

Каждый год список номинаций расширяется для того, чтобы выявить и наградить самые интересные и успешные проекты, инициативы, стратегии, партнерские отношения, продукты, технологии, программы совершенствования, модернизации, набора и обучения персонала, а также мотивировать, поощрять и награждать лучших сотрудников и руководителей контакт-центров.

Вы можете получить «Хрустальную Гарнитуру™» даже если в Вашем контактном центре всего 5 операторов, Вы обслуживаете 1 клиента, работаете 5 дней в неделю и открылись только лишь 6 месяцев назад. Все что Вам нужно – это найти и определить сильные стороны вашего call-центра: в бизнес-процессах, в отношениях с клиентами, с партнерами, в работе с персоналом, в использовании технологий. Не сомневайтесь, Жюри, среди которых более 40 экспертов, по достоинству оценит Ваши реальные достижения.

Если Ваш контактный центр является лидером во всей индустрии или только в определенном секторе, не стесняйтесь лишний раз показать Ваши достижения, доказать Ваше лидерство. Ваши сотрудники точно также должны быть мотивированы и заряжены на Победу.

Если с Вами вместе работает менеджер, который достиг значительных высот и занимает лидирующие позиции по всем показателям, значит «Хрустальная Гарнитура™» может стать для него венцом карьеры, помочь перейти на новый уровень управления в call-центре.

Подумайте, оглянитесь вокруг, что или кого Вы могли бы отметить или поощрить, мотивировать или наградить для дальнейшего профессионального роста, завоевания новых высот и позиций на рынке: **персоналии, команды, проекты, продукты, технологии, компании.**

ИСТОРИЯ НАГРАДЫ

Награждение лучших из лучших в индустрии call-центров в России и СНГ имеет добрые традиции и яркую историю. В 2011 году определение лучших из лучших и награждение состоится уже в 7 раз. В этом году в Награде представлено 20 номинаций!

Впишите свое имя в историю!
Мотивируйте и поощряйте сотрудников!
Станьте лучшими из лучших!

2010

Церемония награждения CCG Call Center Awards «Хрустальная Гарнитура™» и Финал Конкурса «ОПЕРАТОР ГОДА» состоялись вечером 23 марта 2010г. в гостинице «Редиссон Славянская» в Москве.

В 2010 году на номинирование было подано рекордное количество заявок - более 150. Награда «Хрустальная Гарнитура™» вручалась в 20 номинациях, из которых 6 персональных, 8 корпоративных, 5 проектных, 1 относится к продукту.

ПОБЕДИТЕЛЯМИ В НОМИНАЦИЯХ НАЗВАНЫ:

ЛУЧШИЙ CALL-ЦЕНТР (ДО 50 ОПЕРАТОРОВ)

Контактный центр «Киевгаз»

ЛУЧШИЙ CALL-ЦЕНТР СРЕДНИХ РАЗМЕРОВ

ВАТ «Райффайзен Банк Аваль»

ЛУЧШИЙ БОЛЬШОЙ CALL-ЦЕНТР

ВымпелКом. Центр Поддержки Клиентов Центрального региона г.Тверь

ЛУЧШАЯ СТРАТЕГИЯ/ПРОГРАММА УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ/МОДЕРНИЗАЦИИ CALL-ЦЕНТРА

Информационный центр программы Связной-Клуб (федеральная коалиционная программа лояльности «Связной-Клуб»)

ЛУЧШЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ

ВЫСОКОЕ ОДОБРЕНИЕ ЖЮРИ: Теле-курс
ПОБЕДИТЕЛЬ: ВТБ24

ЛУЧШАЯ КАМПАНИЯ

ВЫСОКОЕ ОДОБРЕНИЕ ЖЮРИ: Контакт-центр АКИБ «УкрСиббанк» BNP Paribas Group
ПОБЕДИТЕЛЬ: Контактный центр Макро-региона «Северо-Запад» ОАО МТС

ЛУЧШИЙ МНОГОКАНАЛЬНЫЙ ЦЕНТР КОНТАКТОВ

Контактный центр Макро-региона «Северо-Запад» ОАО МТС

ЛУЧШИЙ CALL-ЦЕНТР ПО ОБСЛУЖИВАНИЮ КЛИЕНТОВ

ВЫСОКОЕ ОДОБРЕНИЕ ЖЮРИ: QUELLE Россия
ПОБЕДИТЕЛЬ: Колл-центр компании «Киевстар»

ЛУЧШАЯ ПРАКТИКА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

БЕУ «МТС Украина», Днепропетровский Центр Обслуживания Абонентов

ЛУЧШИЙ ПАРТНЕР ПО АУТСОРСИНГУ

ВЫСОКОЕ ОДОБРЕНИЕ ЖЮРИ: Teleperformance Russia
ПОБЕДИТЕЛЬ: Аутсорсинговый call-центр Билайн Бизнес, группа компаний «Вымпелком»

ЛУЧШИЙ CALL-ЦЕНТР ДЛЯ РАБОТЫ

ВЫСОКОЕ ОДОБРЕНИЕ ЖЮРИ: Теле-курс
ПОБЕДИТЕЛЬ: Колл-центр компании «Киевстар»

НАГРАДА ЗА КОРПОРАТИВНУЮ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

ВТБ24

ЛУЧШИЙ ПРОДУКТ НА ВЫСТАВКЕ CALL CENTER EXPO

Центр Речевых Технологий

МЕНЕДЖЕР ГОДА

DHL Москва, Леонова Ирина

КОНСУЛЬТАНТ/СПЕЦИАЛИСТ ГОДА

ВЫСОКОЕ ОДОБРЕНИЕ ЖЮРИ: DHL Москва,
Татьяна Рылева
ПОБЕДИТЕЛЬ: ВТБ24, Владимир Воронов

ЛУЧШАЯ СМЕНА ГОДА

Контактный центр Макро-региона "Центр" ОАО
МТС, Елена Гришаева и ее смена

КОМАНДА ГОДА

Столичный филиал ОАО "МегаФон", Екатерина
Любимова и ее команда

ЧЕЛОВЕК ГОДА

Вадим Аниканов

ОПЕРАТОР ГОДА

ПОБЕДИТЕЛЬ: Контактный центр Макро-

региона "Поволжье Северо-Запад" ОАО МТС,
Чобит Дмитрий

ВЫСОКОЕ ОДОБРЕНИЕ ЖЮРИ: ВымпелКом.
Центр Поддержки Клиентов Уральского
региона, Астафьева Анна

ФИНАЛИСТЫ:

Столичный филиал ОАО "МегаФон", Левина
Анастасия

Колл-центр компании «Киевстар», Кинаш
Мария

QUELLE Россия, Иванов Александр

КОНТАКТНЫЙ ЦЕНТР ГОДА

ВЫСОКОЕ ОДОБРЕНИЕ ЖЮРИ: Аутсорсинговый
call-центр "Билайн Бизнес"

ПОБЕДИТЕЛЬ: Информационный центр
Самсунг

2009

Юбилейная Награда «Хрустальная Гарнитура» вручалась в самый разгар самого тяжелого за последние десятилетия глобального финансового и экономического кризиса. Депрессивные настроения, царившие в начале 2009 на фоне накачивающихся волн сокращений персонала, урезания бюджетов, падения продаж не стали помехой для номинантов. Напротив, участие в Награде, выход в финал и Победа в номинациях послужили очень качественными и действенными мотивирующими факторами, поддержавшими моральный дух команд call-центров и придавшими новые импульсы для скорейшего преодоления черной полосы в развитии индустрии. Не стал исключением и Финал Конкурса «Оператор Года», вернувшийся в программу Церемонии награждения. Яркое, зрелищное шоу-соревнование лучших операторов года надолго запомнилось многочисленным участникам Гала-ужина. Многие отметили этот вечер как самый интересный и зрелищный за всю историю награждения. Встреча, знакомство и общение во время вечера с лучшими представителями индустрии стало сильным мотивирующим движком и значимым поощрением для многих сотрудников call-центров.

ПОБЕДИТЕЛЯМИ В НОМИНАЦИЯХ НАЗВАНЫ:

**ЛУЧШАЯ ПРАКТИКА ПОДБОРА
ПЕРСОНАЛА В CALL-ЦЕНТРЕ**

ВТБ 24

**ЛУЧШАЯ ПОДГОТОВКА СОТРУДНИКОВ В
CALL-ЦЕНТРЕ**

Вымпелком

**ЛУЧШАЯ КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА
CALL-ЦЕНТРА**

МегаФон Москва

ЛУЧШАЯ ИНФРАСТРУКТУРА CALL-ЦЕНТРА

МТС Украина

**ЛУЧШИЕ ОТНОШЕНИЯ С ПЕРСОНАЛОМ
CALL-ЦЕНТРА**

МТС Макро-региона "Северо-Запад"

ЛУЧШИЙ АУТСОРСИНГОВЫЙ CALL-ЦЕНТР

ПОБЕДИТЕЛЬ: Вымпелком

ВЫСОКОЕ ОДОБРЕНИЕ ЖЮРИ: Агентство
деловой связи

ЛУЧШЕЕ КЛИЕНТСКОЕ ВОСПРИЯТИЕ

DHL International Ukraine

**НАИЛУЧШЕЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ
ТЕХНОЛОГИЙ**

Банк24.ru

ЛУЧШИЙ CALL-ЦЕНТР НА 15 И МЕНЕЕ РАБОЧИХ МЕСТ

ИОН цифровой центр

ЛУЧШАЯ ПРОГРАММА УВЕЛИЧЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ CALL-ЦЕНТРА

ПОБЕДИТЕЛЬ: SEQUOIA Credit Consolidation
ВЫСОКОЕ ОДОБРЕНИЕ ЖЮРИ: Комстар-ОТС

КАМПАНИЯ ГОДА

ПОБЕДИТЕЛЬ В НОМИНАЦИИ: ИОН цифровой центр
ВЫСОКОЕ ОДОБРЕНИЕ ЖЮРИ: Байкалвестком

МЕНЕДЖЕР ГОДА

Нино Кодуа, SEQUOIA Credit Consolidation

ОПЕРАТОР ГОДА

ПОБЕДИТЕЛЬ В НОМИНАЦИИ "ОПЕРАТОР ГОДА": Никита Беляев, Банк ВТБ 24
СПЕЦИАЛЬНЫЙ ПРИЗ: Роман Данилушкин, Пробизнесбанк

КОМАНДНЫЙ ЛИДЕР ГОДА

Елена Копшарь, МТС Макро-региона "Северо-Запад"

КОМАНДА ГОДА

ПОБЕДИТЕЛЬ В НОМИНАЦИИ: DHL International Ukraine
ВЫСОКОЕ ОДОБРЕНИЕ ЖЮРИ: Вымпелком
ВЫСОКОЕ ОДОБРЕНИЕ ЖЮРИ: МТС Макро-региона "Северо-Запад"

2008

В этот раз формат профессионального Конкурса «Оператор Года» трансформировался в Международную награду «Хрустальная Гарнитура», присуждаемую не только лучшим операторам, но и менеджерам, командам, проектам, технологиям и решениям, лучшим call-центрам.

ПОБЕДИТЕЛЯМИ В НОМИНАЦИЯХ НАЗВАНЫ:

ЛУЧШАЯ ПРАКТИКА ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА В CALL-ЦЕНТРЕ

Golden Telecom

ЛУЧШАЯ ПОДГОТОВКА СОТРУДНИКОВ В CALL-ЦЕНТРЕ

DHL International

ЛУЧШАЯ КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА CALL-ЦЕНТРА

DHL International

ЛУЧШАЯ ИНФРАСТРУКТУРА CALL-ЦЕНТРА

ЕТК

ЛУЧШИЕ ОТНОШЕНИЯ С ПОСТАВЩИКОМ УСЛУГ

Golden Telecom

ЛУЧШЕЕ КЛИЕНТСКОЕ ВОСПРИЯТИЕ

Ростелеком - МЦ НТТ

ЛУЧШИЙ CALL-ЦЕНТР НА 15 И МЕНЕЕ РАБОЧИХ МЕСТ

АКОС

ЛУЧШАЯ ПРОГРАММА УВЕЛИЧЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ CALL-ЦЕНТРА

Ростелеком - МЦ НТТ

КАМПАНИЯ ГОДА

АКОС

МЕНЕДЖЕР ГОДА

МТС, Елена Фаина

ОПЕРАТОР ГОДА

Вымпелком, Евгения Грачева

КОМАНДНЫЙ ЛИДЕР ГОДА

МТС-Украина, Олег Сипягин

КОМАНДА ГОДА

DHL International

2007

В 2007 году количество претендентов на звание «Оператор Года» превысило 60 человек и уровень конкуренции поднялся до невероятных высот. Впервые «Оператором Года» и «Мисс Call-центр» была названа представительница украинского call-центра компании МТС (Украинская Мобильная Связь) Юлия Михайлова. Несмотря на украинское гражданство, во время испытания на грамотность речи Юлия опередила своих российских конкурентов, продемонстрировав отличное владение русской речью и грамотность.

2006

В 2006 году не менее впечатляющую и запоминающуюся победу в Финале Конкурса

«Оператор Года» на сцене гостиницы «Рэдиссон САС Славянская» одержал легендарный Александр Пиджаков (Банк24.ру), ярко завоевав звание «Мистер Call-центр». Действительно выступление Александра в Финале надолго запомнилось участникам Церемонии. Звание «Мисс Call-центр» получила очаровательная и очень профессионально подготовленная Лика Рассомахина (Росгосстрах). Для победы над Александром ей не хватило всего лишь нескольких голосов Жюри.

2005

Первый Конкурс на звание «Оператор Года» состоялся еще в 2005, в нем ярко и красиво победила Светлана Данильчева (CRM Агентство) – первый «Оператор Года» и «Мисс Call-центр – 2005».

НОМИНАЦИИ CCG-ССА-2011

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ НОМИНАЦИИ	8
Тренер Года	8
Супервайзер/Менеджер Года	8
Оператор/Консультант Года	9
Человек Года	9
КОМАНДНЫЕ НОМИНАЦИИ	9
Лучшая маленькая смена/команда (до 10 человек)	9
Лучшая большая смена/команда (не более 25 человек)	10
НОМИНАЦИИ ДЛЯ ПРОЕКТОВ/ПРОГРАММ/СТРАТЕГИЙ	11
Награда за лучшее использование технологии	11
Лучшая стратегия по улучшению, программа модернизации	11
Награда за корпоративную социальную ответственность	11
Лучшая программа/проект набора, подготовки и обучения персонала	11
Лучшая практика управления персоналом	12
Лучший проект открытия нового сайта, создания нового call-центра	12
НОМИНАЦИЯ ДЛЯ ПРОДУКТОВ	13
Продукт (Программное обеспечение) года	13
НОМИНАЦИИ ДЛЯ КОМПАНИЙ/ОРГАНИЗАЦИЙ	13
Лучший контактный центр для работы	13
Лучший партнер по аутсорсингу	14
Лучший call-центр по обслуживанию клиентов	14
Лучший центр по обслуживанию населения и организаций (для предприятий ЖКХ, муниципалитетов и т.п.)	15
Лучший небольшой контактный центр (до 50 операторов)	16
Лучший средний контактный центр (до 200 операторов)	16
Лучший большой контактный центр (более 200 операторов)	16

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ НОМИНАЦИИ

Тренер Года

Вам необходимо подготовить Эссе в свободной форме и ответить на обязательные вопросы Жюри, строго учитывая технические требования к подаче информации.

Обязательные вопросы:

1. Что номинант может продемонстрировать Жюри в качестве очевидного доказательства обладания выдающимися способностями, разносторонними навыками, владения современными обучающими методиками и программами обучения персонала, повышении квалификации менеджеров?
2. Как тренер достигает высоких результатов, используя свои навыки, знания и опыт?
3. Как тренер использует свои преимущества на практике, покажите примеры реализованных программ обучения, подготовки, повышения квалификации?
4. Продемонстрируйте, как деятельность номинанта влияет в конечном итоге на качество обслуживания клиентов, улучшения клиентского восприятия, увеличения объема продаж, производительности?

Супервайзер/Менеджер Года

Вам необходимо подготовить Эссе в свободной форме и ответить на обязательные вопросы Жюри, строго учитывая технические требования к подаче информации.

Обязательные вопросы:

1. Что номинант может продемонстрировать Жюри в качестве очевидного доказательства отличных способностей и разносторонних навыков для качественного обслуживания клиентов, улучшения клиентского восприятия, увеличения объема продаж, производительности, работая на позиции супервайзера/менеджера?
2. Как номинант достигает высоких результатов с помощью своей команды?
3. Как клиентская стратегия компании реализуется номинантом и его командой на практике, покажите реальные примеры воплощения стратегии в жизнь?

Оператор/Консультант Года

Номинанту в ходе участия в Конкурса «Оператор Года» предстоит:

С 1 января по 17 февраля 2011 вести специальный блог (сетевой дневник на портале Сообщества Call Center Guru), в котором в свободной форме, максимально подробно и интересно раскрыть свои лучшие качества. Рассказать о профессиональных навыках, достижениях, о своем рабочем дне, опубликовать (с соблюдением конфиденциальности) записи обслуженных телефонных вызовов, примеры продаж, фотографии рабочего пространства, мнения коллег, руководителей, клиентов. Представить яркие и очевидные доказательства того, что номинант является лучшим или одним из лучших операторов в call-центре компании. Объяснить Жюри почему именно он(а), представляет КЦ на Конкурсе. Продемонстрировать доказательства положительного влияния номинанта на call-центр и коллектив, доказательства влияния на улучшения показателей call-центра, свидетельства того, как номинант участвовал в каких либо специальные проектах или выступил с новыми идеями для улучшения работы, повышения прибыли call-центра или качества обслуживания? Каким образом номинант продемонстрировал свои амбиции в целях карьерного продвижения внутри компании или в индустрии?

В случае отбора в 5-ку финалистов (17 февраля) пройти испытания в финале Конкурса «Оператор Года» во время Церемонии Награждения вечером 22 марта 2011г. в Москве. Подробный перечень заданий Финала сообщается до 1 марта 2011г.

Человек Года

Эта персональная Награда за выдающиеся достижения в индустрии вручается как признание выдающихся достижений и результатов работы претендента, направленных на обеспечение и гарантирование высочайшего качества работы компании с клиентами в конкретном call-центре и/или в/для индустрии в целом. Претенденты, которые номинируются в данной категории, могут быть на любой позиции в своей организации, но к моменту номинирования они должны будут продемонстрировать абсолютно прозрачные и очевидные, выдающиеся и практические достижения в области обслуживания клиентов, телемаркетинга и/или телепродаж, другой деятельности в мире контактных центров. Эта категория отличается от остальных тем, что заявки принимаются только от 3-ей стороны, без ведома кандидата. В принятии решения Жюри будет использоваться представленную в Эссе информацию без обращения к претенденту и привлечения его личных презентаций.

КОМАНДНЫЕ НОМИНАЦИИ

Лучшая маленькая смена/команда (до 10 человек)

Эта номинация для отдельной структурной единицы call-центра (одной смены) или компании (например, небольшого отдела телемаркетинга или телесейлз), в которой постоянно и совместно работают не более 10 человек. К этой категории можно отнести и маленькие корпоративные call-центры.

Вам необходимо подготовить Эссе в свободной форме и ответить на обязательные вопросы Жюри, строго учитывая технические требования к подаче информации.

Обязательные вопросы:

1. Существует ли внутрикорпоративная конкуренция между подобными вам командами или вы единственная группа телефонного обслуживания в компании? В чем заключаются ваши отличия, сильные стороны?

2. Как вы можете продемонстрировать сильное командное лидерство и сильное командное единение?

Пожалуйста, включите в ответ и раскройте подробную информацию в Эссе:

- Кто и почему является лидером, опубликуйте его фотографию;
- Примеры хорошей коммуникации между членами команды;
- Примеры взаимопомощи в команде.

3. Насколько ваша команда соответствует организации?

Пожалуйста, включите в ответ и раскройте подробную информацию в Эссе:

- Как работа команды отражается на общих целях компании;
- Доказательство того, как команда положительно повлияла на работу call-центра/компании в целом.

4. Как команда продемонстрировала хорошее обслуживание клиентов или продажи?

Пожалуйста, включите в ответ и раскройте подробную информацию в Эссе:

- Статистические данные;
- Опросы по каналам обратной связи.

Лучшая большая смена/команда (не более 25 человек)

Эта номинация для отдельной структурной единицы call-центра (одной смены) или компании (например, отдела телемаркетинга или телесейлз), в которой постоянно и совместно работают не более 25 человек. К этой категории можно отнести и небольшие корпоративные call-центры. Вам необходимо подготовить Эссе в свободной форме и ответить на обязательные вопросы Жюри, строго учитывая технические требования к подаче информации.

Обязательные вопросы:

1. Существует ли внутрикорпоративная конкуренция между подобными вам командами или вы единственная группа телефонного обслуживания в компании? В чем заключаются ваши отличия, сильные стороны?
2. Как вы можете продемонстрировать сильное командное лидерство и сильное командное единение?

Пожалуйста, включите в ответ и раскройте подробную информацию в Эссе:

- Кто и почему является лидером, опубликуйте его фотографию;
- Примеры хорошей коммуникации между членами команды;
- Примеры взаимопомощи в команде.

3. Насколько ваша команда соответствует организации?

Пожалуйста, включите в ответ и раскройте подробную информацию в Эссе:

- Как работа команды отражается на общих целях компании;
- Доказательство того, как команда положительно повлияла на работу call-центра/компании в целом.

4. Как команда продемонстрировала хорошее обслуживание клиентов или продажи?

Пожалуйста, включите в ответ и раскройте подробную информацию в Эссе:

- Статистические данные;
- Опросы по каналам обратной связи.

НОМИНАЦИИ ДЛЯ ПРОЕКТОВ/ПРОГРАММ/СТРАТЕГИЙ

Награда за лучшее использование технологии

Вам необходимо подготовить Эссе в свободной форме и ответить на обязательные вопросы Жюри, строго учитывая технические требования к подаче информации.

Обязательные вопросы:

1. Какие технологии/решения были применены или интегрированы?
2. Какими стали KPI после внедрения?
3. Чем внедрение (применение) отличается от похожих проектов?
4. Как использование технологии/решения повлияло на улучшение удовлетворенности и восприятия клиентов?

Пожалуйста, включите в ответ и раскройте подробную информацию в Эссе:

- Статистические показатели;
- Финансовая информация (это останется конфиденциальным) и ROI;
- Свидетельства от клиентов и менеджеров.

Лучшая стратегия по улучшению, программа модернизации

Вам необходимо подготовить Эссе в свободной форме и ответить на обязательные вопросы Жюри, строго учитывая технические требования к подаче информации.

Обязательные вопросы:

1. Почему эта стратегия или программа была применена (введена)? Пожалуйста, обязательно включите в ответ ясное понимание целей изменений.
2. Как эта стратегия/программа была введена в действие? Пожалуйста, обязательно включите в ответ доказательство того, как программа была запланирована, выполнена и проконтролирована, доказательства эффективного использования внутренних коммуникационных каналов для информирования штата сотрудников о программе и её целях.
3. Как эта стратегия улучшила бизнес компании? Пожалуйста, обязательно включите в ответ ясное доказательство влияния улучшений на клиентов, сотрудников и работу call-центра как части всей компании, включая очевидный расчет ROI.
4. Что команда почерпнула в процессе изменений и каковы планы на будущее в call-центре?

Награда за корпоративную социальную ответственность

Вам необходимо подготовить Эссе в свободной форме и ответить на обязательные вопросы Жюри, строго учитывая технические требования к подаче информации.

Обязательные вопросы:

1. В чем заключается стратегия корпоративной социальной ответственности (КСО/CSR) в вашей компании в целом и/или в call-центре в частности?
2. Какое качественное влияние и каковы количественные результаты воздействия этой стратегии на взаимоотношения с персоналом? Пожалуйста, обязательно включите в ответ статистические показатели по персоналу, укажите изменения уровня ротации, повышения удовлетворенности персонала и т.п..
3. Как стратегия корпоративной социальной ответственности воздействует на сплочение команды и морально-психологический климат в коллективе?
4. Какие проекты в рамках реализации стратегии корпоративной социальной ответственности направлены на благотворительность или сохранение окружающей среды, или соблюдение прав человека, например, в области трудового законодательства?
5. Как CSR (корпоративная социальная ответственность) была внедрена по всему предприятию и как поддерживается ее реализация и контроль?

Лучшая программа/проект набора, подготовки и обучения персонала

Вам необходимо подготовить Эссе в свободной форме и ответить на обязательные вопросы Жюри, строго учитывая технические требования к подаче информации.

Обязательные вопросы:

1. В чем заключается успешно реализованная или используемая в настоящее время программа/проект набора, подготовки и обучения персонала? Пожалуйста, обязательно включите в ответ доказательство того, как программа была запланирована, выполнена/выполняется и проконтролирована/контролируется, доказательства эффективного использования внутренних и внешних коммуникаций для информирования общественности о наборе персонала.
2. Какова была потребность в наборе персонала до начала реализации программы/проекта? Насколько и как быстро это потребность была удовлетворена?
3. В чем отличие или уникальность вашего проекта по отношению к другим подобным?

Лучшая практика управления персоналом

Вам необходимо подготовить Эссе в свободной форме и ответить на обязательные вопросы Жюри, строго учитывая технические требования к подаче информации.

Обязательные вопросы:

1. В чем заключается стратегия управления персоналом в вашем call-центре? Продемонстрируйте продуманность и целостность стратегии, включая аспекты набора и обучения персонала.
2. Как стратегия управления персоналом реализуется на практике?
3. Как на практике вы справляетесь с сокращением персонала и изменениями уровня присутствия сотрудников на рабочем месте?
4. Какие схемы материальной/нематериальной мотивации применяются, как вы оцениваете их влияние на основные KPI?

Пожалуйста, включите в ответ и раскройте подробную информацию в Эссе:

- Свидетельства акцентирования внимания руководства на профессиональном развитии и накоплении опыта и знаний сотрудников КЦ, стратегии развития карьеры, мотивации и поощрения на всех уровнях;
- Эффективное использование тренировок, с целью повышения производительности операторов;
- Ясное статистическое свидетельство того, как процессы управления персоналом улучшили восприятие и удовлетворенность операторами своей работы, повысили их знания и опыт, используя при этом конкретные данные о штате КЦ, включая кол-во увольнений, набора, коэффициенты невыхода на работу и т.п. и как это воздействовало на практический результат. Покажите Жюри реальные цифры (это останется конфиденциальным)!

Лучший проект открытия нового сайта, создания нового call-центра

Вам необходимо подготовить Эссе в свободной форме и ответить на обязательные вопросы Жюри, строго учитывая технические требования к подаче информации.

Обязательные вопросы:

1. Сколько длился проект от момента принятия решения об открытии до момента обслуживания первого вызова?
2. Сколько новых рабочих мест открыл проект на рынке труда?
3. Как реализовывалась программа набора нового персонала? Какие внешние, внутренние каналы коммуникации были задействованы для реализации программы набора персонала?
4. Какие новые технологические, эргономические решения применялись в новом проекте?
5. В чем заключается стратегия развития проекта? Какие планы на ближайший год?

Пожалуйста, включите в ответ:

- общие фотографии здания;

- общие фотографии помещения;
- общие фотографии рабочих мест, комнат отдыха, приема пищи, тренингов и т.п.

НОМИНАЦИЯ ДЛЯ ПРОДУКТОВ

Продукт (Программное обеспечение) года

Этот продукт должен был быть создан не ранее апреля 2010 года и иметь возможность свободно демонстрироваться на выставке Call Center Expo в марте 2011 в Москве посетителям выставки и членам Жюри.

На предварительном этапе Вам необходимо подготовить Эссе в свободной форме и ответить на обязательные вопросы Жюри, строго учитывая технические требования к подаче информации.

Обязательные вопросы:

1. В каком аспекте этот продукт решает существующие проблемы контактного центра?

Пожалуйста, включите в ответ и раскройте подробную информацию в Эссе:

- Доказательства изучения и учета потребностей клиентов;
- Если продукт – это новая версия существующего, то укажите что, как и зачем изменилось в новой версии.

2. Каковы особенности и преимущества продукта? Информация, которая может быть передана исключительно в терминах, доступных только для технических и IT специалистов, не должна использоваться, Пожалуйста, используйте только общедоступные деловые термины и понятия.
3. Насколько легко внедрить и управлять этим продуктом?

Пожалуйста, включите в ответ и раскройте подробную информацию в Эссе:

- Свидетельства клиентов, независимых экспертов, третьей стороны;
- Стоимость внедрения, владения;
- Лицензионная политика;
- Доказательства масштабируемости;
- Политика технической поддержки, обновления.

4. Какие у Вас есть доказательства по поводу того, как продукт влияет на восприятие клиентов, удовлетворенность обслуживанием?

НОМИНАЦИИ ДЛЯ КОМПАНИЙ/ОРГАНИЗАЦИЙ

Лучший контактный центр для работы

Вам необходимо подготовить Эссе в свободной форме и ответить на обязательные вопросы Жюри, строго учитывая технические требования к подаче информации.

Обязательные вопросы:

1. Как бы вы показали Жюри наличие полного понимания у руководства компании важности работы сотрудников call-центра и того, что они находятся в центре стратегии обслуживания клиентов?
2. Какие стратегии и процессы управления персоналом используются в вашем call-центре для того, чтобы ваш контактный центр стал комфортным местом для работы?
3. Какие стратегии набора персонала, эффективные методы обучения и тренировок вы используете?
4. Как используется обратная связь с персоналом, какие схемы мотивации и программы поощрения применяются?
5. Каким образом ваш центр является физически приятным и комфортным местом для работы?

Пожалуйста, включите в ответ и раскройте подробную информацию в Эссе:

- Схемы и планы рассадки, оборудования рабочих мест, примеры интерьерных решений, схемы освещения, звукопоглощения и т.п., применяемые в центре для того, чтобы превратить ваш центр в приятное место для работы;
- Пример плана мероприятий, которые вы проводите по тренингу и развитию вашего персонала;
- Примеры комплексных механизмов обратной связи с сотрудниками;
- Доказательство того, как ваша кадровая политика повлияла на моральных дух и отток сотрудников.

6. Как ваш подход, ориентированный на людей, улучшил показатели работы на всем предприятии?

Пожалуйста, включите в ответ и раскройте подробную информацию в Эссе:

- Финансовые показатели (информация не разглашается);
- Доказательства.

Пожалуйста, учтите: вы должны включить в Эссе фотографии call-центра

Лучший партнер по аутсорсингу

Это категория для аутсорсинговых call-центров, имеющих соответствующие отношения с заказчиком. Номинируется call-центр с партнером.

Вам необходимо подготовить Эссе в свободной форме и ответить на обязательные вопросы Жюри, строго учитывая технические требования к подаче информации.

Обязательные вопросы:

1. Каковы цели вашего заказчика и как вы способствуете их выполнению? Почему заказчик передал обслуживание вызовов в ваш контактный центр?

Пожалуйста, включите в ответ и раскройте подробную информацию в Эссе:

- Финансовые показатели партнерства (информация не разглашается);
- Свидетельства, очевидные доказательства.

2. Как и насколько глубоко происходит «погружение» в бренд клиента, как выстроены процессы общения между заказчиком и аутсорсером, доступ к статистике, совместное решение вопросов, проблем и т.п..

Пожалуйста, включите в ответ и раскройте подробную информацию в Эссе:

- Очевидное доказательство двусторонней коммуникации между аутсорсинговой «передовой линией» и принимающим решения заказчиком;
- Доказательство эффективной интеграции, инвестиции во взаимоотношения и прозрачность.

3. Что оказало (оказывает) влияние на восприятие и удовлетворенность клиентов заказчика?

Пожалуйста, включите в ответ и раскройте подробную информацию в Эссе:

- Опросы (анкетирование) по каналам обратной связи;
- Статистические данные;
- Финансовая информация и ROI;
- Свидетельства, очевидные доказательства.

Лучший call-центр по обслуживанию клиентов

Вам необходимо подготовить Эссе в свободной форме и ответить на обязательные вопросы Жюри, строго учитывая технические требования к подаче информации.

Обязательные вопросы:

1. Насколько клиентоориентирован ваш центр?

Пожалуйста, включите в ответ и раскройте подробную информацию в Эссе:

- Очевидные доказательства того, что вы заботитесь о том, чтобы клиент был доволен;
- Ясное статистическое доказательство удержания и лояльности клиентов.

2. Как использовался контакт-центр для улучшения восприятия клиентов во всех сферах деятельности организации?

Пожалуйста, включите в ответ и раскройте подробную информацию в Эссе:

- Доказательство того, как организация сделала call-центр частью бизнес-процессов всей компании;
- Примеры процессов, которые были запущены в качестве результатов сбора данных/информации от контактного центра;
- Доказательство положительного влияния центра на предприятие в целом (данные о ROI, опросы сотрудников, свидетельства старших менеджеров и т.д.).

3. Как вы измеряете (оцениваете) эффективность клиентского обслуживания?

Пожалуйста, включите в ответ и раскройте подробную информацию в Эссе:

- Адекватные оценочные практики, которые поддаются проверке, объективные, наглядные, содержательные, чтобы продемонстрировать остальному предприятию выгоды качественного обслуживания клиентов.

***Лучший центр по обслуживанию населения и организаций
(для предприятий ЖКХ, муниципалитетов и т.п.)***

Вам необходимо подготовить Эссе в свободной форме и ответить на обязательные вопросы Жюри, строго учитывая технические требования к подаче информации.

Обязательные вопросы:

1. Насколько ваш центр ориентирован на качественное обслуживание населения и/или организаций?

Пожалуйста, включите в ответ и раскройте подробную информацию в Эссе:

- Статистические данные;
- Опросы по каналам обратной связи.

2. Как использовался контакт-центр для улучшения восприятия, удовлетворенности и качества обслуживания населения и/или организаций во всех сферах деятельности вашей организации?

Пожалуйста, включите в ответ и раскройте подробную информацию в Эссе:

- Доказательство того, как организация сделала call-центр частью бизнес-процессов всей компании;
- Примеры процессов, которые были запущены в качестве результатов сбора данных/информации от контактного центра;
- Доказательство положительного влияния центра на предприятие в целом (данные о ROI, опросы сотрудников, свидетельства старших менеджеров и т.д.).

3. Как вы измеряете (оцениваете) эффективность клиентского обслуживания?

Пожалуйста, включите в ответ и раскройте подробную информацию в Эссе:

- Адекватные оценочные практики, которые поддаются проверке, объективные, наглядные, содержательные, чтобы продемонстрировать остальному предприятию выгоды качественного обслуживания населения и/или организаций.

Лучший небольшой контактный центр (до 50 операторов)

Вам необходимо подготовить Эссе в свободной форме и ответить на обязательные вопросы Жюри, строго учитывая технические требования к подаче информации.

Обязательные вопросы:

- Какие эффективные процессы управления персоналом КЦ применяются в Вашем call-центре для того, чтобы превращать работу в удовольствие? Продемонстрируйте и докажите Жюри тщательно разработанную стратегию набора персонала, эффективные методы тренировки и коучинга, полноценную обратную связь с коллективом, а также используемые программы поощрения и мотивации;
- Могли бы Вы продемонстрировать Жюри экосистему и окружающую обстановку КЦ, адаптированную для комфортной работы людей, с эффективными техническими средствами и технологиями для коммуникаций, соответствующую мебель с достаточным количеством пространства для отдыха и встреч, переговоров и обучения, практичный дизайн освещения, логичное и экономически выгодное использование дизайна и брэндинга для создания исключительной общей атмосферы call-центра?
- Существует ли у руководства компании ясное понимание роли call-центра в рамках всего бизнеса и на всех уровнях? Продемонстрируйте Жюри осуществленные инвестиции, привлекаемые ресурсы, используемые технологии, применяемые меры и практику для обеспечения рыночного успеха компании и роль call-центра в этом успехе.
- Свидетельства положительного воздействия call-центра на компанию в целом.

Лучший средний контактный центр (до 200 операторов)

Вам необходимо подготовить Эссе в свободной форме и ответить на обязательные вопросы Жюри, строго учитывая технические требования к подаче информации.

Обязательные вопросы:

- Какие эффективные процессы управления персоналом КЦ применяются в Вашем call-центре для того, чтобы превращать работу в удовольствие? Продемонстрируйте и докажите Жюри тщательно разработанную стратегию набора персонала, эффективные методы тренировки и коучинга, полноценную обратную связь с коллективом, а также используемые программы поощрения и мотивации;
- Могли бы Вы продемонстрировать Жюри экосистему и окружающую обстановку КЦ, адаптированную для комфортной работы людей, с эффективными техническими средствами и технологиями для коммуникаций, соответствующую мебель с достаточным количеством пространства для отдыха и встреч, переговоров и обучения, практичный дизайн освещения, логичное и экономически выгодное использование дизайна и брэндинга для создания исключительной общей атмосферы call-центра?
- Существует ли у руководства компании ясное понимание роли call-центра в рамках всего бизнеса и на всех уровнях? Продемонстрируйте Жюри осуществленные инвестиции, привлекаемые ресурсы, используемые технологии, применяемые меры и практику для обеспечения рыночного успеха компании и роль call-центра в этом успехе.
- Свидетельства положительного воздействия call-центра на компанию в целом.

Лучший большой контактный центр (более 200 операторов)

Вам необходимо подготовить Эссе в свободной форме и ответить на обязательные вопросы Жюри, строго учитывая технические требования к подаче информации.

Обязательные вопросы:

- Какие эффективные процессы управления персоналом КЦ применяются в Вашем call-центре для того, чтобы превращать работу в удовольствие? Продемонстрируйте и докажите Жюри тщательно разработанную стратегию набора персонала, эффективные методы тренировки и коучинга, полноценную обратную связь с коллективом, а также используемые программы поощрения и мотивации;
- Могли бы Вы продемонстрировать Жюри экосистему и окружающую обстановку КЦ,

адаптированную для комфортной работы людей, с эффективными техническими средствами и технологиями для коммуникаций, соответствующую мебель с достаточным количеством пространства для отдыха и встреч, переговоров и обучения, практичный дизайн освещения, логичное и экономически выгодное использование дизайна и брендинга для создания исключительной общей атмосферы call-центра?

- Существует ли у руководства компании ясное понимание роли call-центра в рамках всего бизнеса и на всех уровнях? Продемонстрируйте Жюри осуществленные инвестиции, привлекаемые ресурсы, используемые технологии, применяемые меры и практику для обеспечения рыночного успеха компании и роль call-центра в этом успехе.
- Свидетельства положительного воздействия call-центра на компанию в целом.

ЖЮРИ НАГРАДЫ

СОСТАВ ЖЮРИ

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ЖЮРИ НАГРАДЫ



Дмитрий Владимирович Аристархов,
Исполнительный Вице-Президент,
Национальная Ассоциация Контактных Центров

В мире call-центров с 2000 года. Автор идеи, основатель и бессменный продюсер Call Center World Forum Russia/CIS с 2001 года. С 2010 года Исполнительный Вице-Президент Национальной Ассоциации Контактных Центров. Национальная Ассоциация Контактных Центров - некоммерческая организация, объединяющая корпоративные и аутсорсинговые call-центры, поставщиков оборудования и ПО, сервис-провайдеров и консультантов в области контактных центров.

ЧЛЕНЫ ЖЮРИ НАГРАДЫ



Евгений Венедиктович Алексеев,
Начальник Контакт-центра,
СГ МСК

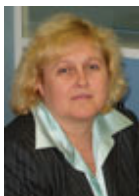
В компании ОАО "Страховая группа МСК" в качестве начальника Контакт-центра работаю с июля 2010 года. До этого - с апреля 2009 по июль 2010 - работал в компании "Росгосстрах". Ранее возглавлял Службу стимулирования спроса (490 штатных сотрудников) в Центральной дистрибьюторской компании - дистрибьюторе компании "Procter & Gamble". Помимо этого занимаюсь общественной деятельностью на ниве интеллектуально-творческих игр. Являюсь членом Правления Международной ассоциации клубов "Что? Где? Когда?"



Вадим Викторович Аниканов,
независимый консультант,

Вадим Аниканов имеет многолетний опыт управления крупными call-центрами (более 1000 мест), в том числе на рынке США, где занимался проектами развертывания клиентского обслуживания для компаний калибра Fortune-100. В настоящее время Вадим ведет проекты, связанные с повышением производительности контакт-центров, совершенствованием систем управления качеством, вопросами подбора, обучения, мотивации и развития персонала, разработкой финансово-экономических и географических моделей контакт-центров.

Вадим Аниканов является независимым консультантом.



Людмила Викторовна Буракова,
директор по продажам,
Ареон Консалтинг, ООО

Многолетний опыт работы в сфере построения Call Center / Contact Center и наличие широкой отраслевой экспертизы позволяют по праву назвать Людмилу Буракову одним из наиболее авторитетных специалистов в этой сфере в Украине. На данный момент на счету Людмилы более 30 успешных внедрений центров обработки вызовов (ЦОВ), а общее количество операторов, работающих в этих ЦОВ, превысило 2300 человек. Кроме того, компания Ареон Консалтинг, директором по продажам которой является Людмила, успешно занимается продвижением на рынке Украины Oracle Siebel CRM от лидера мирового рынка корпоративных приложений - корпорации Oracle. Людмила автор и соавтор множества статей в области построения систем управления взаимоотношениями с клиентами.



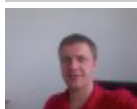
Наталья Владимировна Бурмакова,
начальник Центра информационной поддержки
потребителя СК ОДТ,
АО Казахтелеком

Работаю в связи с 1996 года, начинала с телефонистки справочной службы.



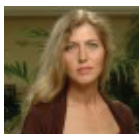
Ирина Величко,
Независимый консультант в области построения и
управления Контактными центрами,
консультант

Закончила физический факультет Киевского Национального университета им.Т.Г.Шевченко. Трудовой стаж начала в НИИ, потом получила 8-летний опыт работы в продажах, дойдя до должности директора по продажам национального уровня. В бизнесе колл-центров с 2004 года. На счету внедрение «с нуля» 4 КЦ, создание полной проектной документации для КЦ в ходе консалтинга совместно с "Апекс Берг Консалтинг". Автор ряда статей по вопросам отрасли контактных центров. Президент Всеукраинской Ассоциации Контактных центров, член Экспертного Совета украинского Клуба директоров Колл-центров "Hot Skills".



Дмитрий Владимирович Гвоздицких,
Начальник Центра бронирования и информации,
Дальневосточное авиационное агентство "Спектр
Авиа Сервис", ЗАО

Работаю в ЗАО "ДВ САС" на протяжении 14 лет, в течение последних 4-х лет возглавляю Центр бронирования и информации (call-центр компании). В круг обязанностей входит: руководство Центром бронирования, анализ экономических и финансовых показателей Центра, управление всеми функциями Центра, включая обучение и подготовку персонала, контроль качества, наем персонала. В подчинении 25 человек. В работе проявляю себя как инициативный руководитель, болеющий за интересы компании и прекрасно контактирующий с коллегами. Основные достоинства: высокий уровень ответственности за порученное дело и нацеленность на достижение результата. Внес большой вклад в развитие компании, а именно: разработал и внедрил ключевые показатели эффективности работы подразделения, добился ежегодного повышения эффективности работы подразделения, разработал и внедрил в эксплуатацию проект «Call-центр авиакомпании» на условиях аутсорсинга.



Нина Гюббенет,
Директор по обслуживанию,
Теле2 Россия

В 1995 году закончила экономический факультет СПбГУ по специальности «международные экономические отношения». В 2000 году окончила факультет менеджмента Международного Института Менеджмента (IMISP SPb). В компании TELE2 Нина Гюббенет работает с 2003 года в должности Директора по обслуживанию TELE2 Россия и отвечает за единую концепцию управления отношений с клиентами и единые стандарты качества обслуживания во всех каналах коммуникации, включая звонковые центры, фирменные магазины и системы самообслуживания.



Екатерина Сергеевна Добривечер,
Руководитель контакт-центра,
MUSA MOTORS

в индустрии call-центров с 1996 г. Специализация - in-house call-центры, внедрение, оптимизация бизнес-процессов



Галина Святославовна Зекова,
Руководитель Call-центра,
Бис-Новосибирск, ООО

За десять лет работы в компании ООО "Бис-Новосибирск" прошла путь от оператора справочного отдела до руководителя аутсорсингового Call-центра. В должности руководителя с 2008 года.



Екатерина Александровна Иванова,
Начальник Управления по работе с клиентами,
АКБ "Московский Банк Реконструкции и Развития"
(ОАО)

Родилась 04.09.1976г. в г. Москва. В 2004г. закончила Московский Государственный Университет Культуры (МГУКИ) по специальности "Культуролог", в 2008 прошла профессиональную переподготовку по направлению «Финансы и кредит» в Государственной академии профессиональной переподготовки повышения квалификации руководителей. С 1998-2000 г. работала в Дайнерз Клуб Лтд. Россия, с 2000г.о работала в ряде крупных банков, таких как ОАО «Альфа-Банк», ОАО «Банк Москвы», АКБ «Славянский Банк». С 2004г. работаю в АКБ "Московский Банк Реконструкции и Развития", с 2008г. возглавляю Контакт-Центр Банка.



Виктория Сергеевна Ивзан,
Руководитель по работе с клиентами,
ООО Ашан

Руководитель по работе с клиентами АШАН Россия



Наталья Владимировна Кабакова,
Директор по работе с клиентами,
DHL Express

• 16 лет в DHL - от телефонного оператора до директора по работе с клиентами • член совета

директоров DHL International Россия • лидер одного из лучших подразделений по работе с клиентами DHL Express в мире • первый специалист по работе с претензиями в истории DHL в СНГ • автор тренингов для персонала DHL, таких как "Культура работы с претензиями", "Культура работы с клиентами" • инициатор участия DHL в конкурсе "Хрустальная гарнитура 2008" и автор призовых эссе "Лучшая корпоративная культура", "Лучшая команда", "Лучшее обучение сотрудников контакт-центра



Наталья Ивановна Калинина,
Руководитель департамента,
DHL International Ukraine

Член Совета Директоров DHL Украина Имеет 14-летний опыт работы в области управления и развития Contact - центров. Руководитель многих успешных проектов: централизация Contact - центра, круглосуточное обслуживание, запуск новых услуг DHL на рынке Украины и др. В настоящее время занимается внедрением глобальных и региональных стратегий, контролем и совершенствованием процессов в сфере обслуживания клиентов и электронной коммерции DHL. 2008 - корпоративная награда Global Call Centre Award за лучшие показатели работы по региону Eastern Europe, Middle East & Africa 2009 - награда «Хрустальная Гарнитура» в номинациях "Лучшее клиентское восприятие" и "Команда года" 2010 - CCG Call Centre awards, финалист в номинации «Менеджер года»



Максим Алексеевич Калинин,
Генеральный директор,
Call-центр ГРАН

Генеральный директор call-центра ГРАН. Организовал call-центр в 2006 году. С апреля 2005 по октябрь 2006 руководил Управлением маркетинга ОАО "Ростелеком", а в период с 2002 по 2005 гг. отвечал за маркетинг компании ОАО "Центральный

телеграф". Окончил МГУ им. М.В. Ломоносова в 2000 году по специальности прикладная математика, а в 2004 году получил степень MBA в Университете Метрополитан (Лондон). До перехода в компанию "Центральный телеграф" в 2002 году на позицию начальника отдела маркетинга несколько лет работал в консалтинге и рекламном бизнесе.



Галина Карлсон,
Менеджер по развитию бизнеса в России, СНГ и Украине,
GN Netcom (Jabra)

Галина Карлсон занимает должность регионального менеджера компании GN Netcom (Jabra) с 2006 года. Она отвечает за продвижение брендов GN и Jabra в России, Украине, СНГ и Странах Балтии, за рост объемов продаж, увеличение доли рынка и прибыли в B2B сегменте, за укрепление и развитие дистрибуции. С 2009 года Галина также является членом группы "Unified Communication Incubation Team", которая призвана выстраивать и развивать отношения компании GN Netcom (Jabra) с рядом производителей оборудования для Call-центров и офисов: Microsoft, Cisco, Avaya-Nortel, Alcatel-Lucent в рамках Международных Стратегических Альянсов, продвигая идею объединенных или унифицированных коммуникаций. В 2009 году Галина Карлсон вступила в сообщество «Call Center Guru», продолжив продвигать программы по улучшению условий работы операторов контакт-центров уже в рамках деятельности сообщества профессионалов.



Елена Александровна Козлова,
Руководитель клиентской лужбы,
ЗАО ЭР-Телеком Холдинг

В компании работаю с 2005 года, начинала с должности оператора технической поддержки. За 5 лет прошла путь оператора-супервайзера-

руководителя группы поддержки, с 2007 года приглашена в Холдинг, управляющую компанию, для построения работы Call-центров всех городов присутствия. С 2008 года возглавила подразделение по управлению клиентским сервисом. Значительный интерес вызывает создание проектов с нуля, все новые проекты и инновации. Помимо работы интересуюсь музыкой, активным отдыхом и экстремальным спортом.



Юрий Александрович Коптяев,
Исполнительный директор,
С-Клуб, ЗАО

Более 5 лет руководства сервисными подразделениями в Российских компаниях. С 2008 года руководил департаментом операций и обслуживания клиентов в ЗАО "С-Клуб", управляющей компании программы лояльности ГК "Связной" - "Связной-Клуб". С 2010 года - Исполнительный директор ЗАО "С-Клуб".



Татьяна Николаевна Королёва,
Директор Дирекции Обслуживания Клиентов,
ОсОО "НУРТелеком"

многолетний опыт управления call-центрами (более 200 мест), в том числе создания call-центров "с нуля". В настоящее время являюсь директором дирекции по обслуживанию клиентов сотовой компании Кыргызстана работающей под брендом "О!"



Ирина Юрьевна Котова,
Диретор Контакт Центра,
филиал ОАО НКС в Спб

Пришла в компанию в 2005 году на должность Начальника операторского отдела ОАО ТКТ. В 2007

году в Спб был построен КЦ Группы Компаний НКС, который я возглавила. На этапе запуска принимала участие в разработке плана рабочих мест, структуры КЦ, разработка меню IVR, маршрутизации вызовов, разработке мотиваций, регламентов взаимодействия с подразделениями компаний. Мои функциональные обязанности на данный момент операционное руководство КЦ, обучение, мотивация и адаптация персонала, оптимизация схем обслуживания вызовов (IVR/маршрутизация).



Светлана Александровна Кузьменко,
Начальник Управления обучения и аутсорсинга -
заместитель начальника контакт-центра,
МСК, ОАО и Страховое ЗАО "МСК-Стандарт"

Начальник обучения и аутсорсинга - Зам.
Начальника Контакт-центра ОАО "СГ МСК"



Елена Борисовна Кутарова,
Начальник Контактного центра,
Кавказский филиал ОАО МегаФон

Начальник Контактного Центра. Основные направления деятельности: •Организация и управление работой Контакт-Центра •Внедрение и развитие направления продажи (телемаркетинг, продажи на входящих звонках) •Внедрение и развитие направлений, направленных на обеспечение внутренних процессов обслуживания (разработка и внедрение методик контроля качества обслуживания, разработка и внедрение систем оценки деятельности персонала, разработка процедур обслуживания)



Виктория Анатольевна Кучерчук,
Бизнес-тренер, коуч,
Студия Развития 'Виктория' и Компания
Командообразования Team Extreme

Директор по развитию тренинговой компании, объединяющий торговые марки Team Expert и Team Extreme. Бизнес-тренер с 10-летним опытом обучения корпоративных и аутсорсинговых колл-центров. Представитель и организационный консультант Института Адизеса (Adizes Institute) в Украине. Коуч авторской Студии Развития «Виктория».



Ирина Сергеевна Ларина,
Директор по обслуживанию, вице-президент,
Коммерческий банк "Ренессанс Кредит"

за 1,5 года работы под руководством Ирины в банке сформировалась команда настоящих профессионалов Customer Service, и были реализованы проекты, направленные на развитие сервиса и повышение качества обслуживания клиентов банка. Ирина имеет двенадцатилетний опыт работы с клиентами. За десять лет работы в подразделении Customer Care в компании «ВымпелКом» прошла путь от оператора Call Center до руководителя Службы поддержки регионального развития сервиса.



Елена Левина,
начальник КЦ,
МТС, ОАО

Развитие в индустрии Контактных центров получила, пройдя непростой путь КЦ в МТС, начиная с открытия региональных call-центров на Северо-Западе (2001г.) до создания Макро-регионального КЦ (2005г.), обслуживающего 9 регионов. Получила огромный опыт работы как с технологиями, так и с персоналом. Высоко ценю опыт своих коллег из других Макро-регионов. Считаю, что в Компании созданы все условия для достижения основной цели: превосходить ожидания Клиентов через предоставление гарантированно высокого уровня доступности, высококвалифицированного и клиентоориентированного обслуживания. Полноправно считаю себя экспертом в области управления и развития корпоративного Контактного центра.



Владислав Викторович Ломакин,
Директор по развитию абонентского обслуживания,
ЗАО "Компания ТрансТелеком"

Занимаюсь развитием обслуживания клиентов в новом для Компании бизнесе - розничном предоставлении услуг. Создание единого информационного пространства для клиентов всех 17 региональных компаний по розничным услугам, единого контактного центра, активное участие в разработке CRM и систем самообслуживания клиентов (IVR, ЛК, ГЛК, etc)



Андрей Сергеевич Луцевич,
директор по работе с населением,
СибирьЭнерго, ОАО

Мне 35 лет. Женат, воспитываю сына. В 1999г. окончил Новосибирский Государственный Технический Университет. В 2007 году окончил Президентскую программу подготовки управленческих кадров по направлению - менеджмент. В ОАО «СибирьЭнерго» работаю с 1999 года. На сегодняшний день отвечаю за направление работы с физическими лицами. За время работы в компании решал задачи реорганизации работы контактного центра (структура, мотивация, подготовка персонала, контроль качества и т.д.), имею опыт по реализации проекта построения КЦ, в 2009 году запущено новое оборудование КЦ (IVR, обработка входящих звонков, исходящий дозвон и т.д.). Руководил проектами по выбору решения, формирования тех. заданий и запуску в эксплуатацию КЦ. Имею опыт организации системы обслуживания клиентов в компании ЖКХ.



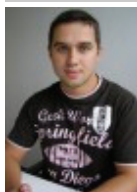
Денис Викторович Любивый,
директор,
CONTACTIS

Директор и управляющий партнер аутсорсингового контакт-центра CONTACTIS. Специалист по организации call-центров и внедрению CRM-систем. До основания CONTACTIS руководил интернет-агентством Internet Consulting & Communications. До этого пять лет работал в ИД "СофтПресс", где был пишущим редактором направлений "Программное обеспечение" и "Интернет" в журнале "CHIP Ukraine", а позднее руководил проектом CHIP-CD. Закончил факультет прикладной математики Киевского Политехнического Института.



Дмитрий Владимирович Манин,
Генеральный директор,
CRM-Design

Директор по обслуживанию клиентов, Директор программы изменений компании Вымпелком в 1995-2001 годах, Директор по работе с ключевыми клиентами, Директор департамента обслуживания клиентов МТС в 2002-2005 годах, Генеральный директор компании Телеком-Эксперт в 2001-2002 годах, Генеральный директор компании CRM-Design с 2005 года. Более 25 проектов создания, развития и оптимизации корпоративных и коммерческих контактных центров во всех индустриях в России и странах СНГ. Автор статей и докладов на конференциях по контактными центрам и управлению отношениями с клиентами.



Антон Владимирович Маслов,
Руководитель коллцентра,
Samsung Electronics Ukraine

Руководитель информационного центра компании Samsung в Украине. Обладаю опытом работы руководителем как во внутреннем так и в аутсорсинг контакт центре. Фокусируюсь на разработке систем управления деятельностью, управлении ключевыми показателями, а также повышении эффективности использования рабочей силы.



Ольга Николаевна Медведева,
начальник Отдела Контакт-центр,
ОАО АКБ "Связь-Банк"

ФИО: Медведева Ольга Николаевна Должность: Начальник Отдела Контакт-центр Компания: ОАО АКБ «Связь-Банк» Работает в сфере организации поддержки и обслуживания Клиентов около 5-ти лет. Начала свою карьеру в сфере call-центров в 2005 г в. с должности ведущего специалиста Отдела Услуг для Клиентов Управления Контактный центр банка Home Credit, в 2006г. возглавила Отдел Услуг для Клиентов Управления Контактный центр. Затем перешла на должность руководителя Контакт-центра КБ «РОСЭНЕРГОБАНК» (ЗАО). С 2007 г. руководит Контакт-центром Связь-Банка.



Ирина Анатольевна Романенкова,
Начальник Контактного центра,
ОАО "МегаФон", Центральный филиал

Образование: 1. Смоленский Государственный педагогический институт, физико-математический факультет 2. Нижегородский институт менеджмента и бизнеса, факультет менеджмента. Опыт работы: 1. Учитель математики и информатики в средней школе (5 лет). 2. С 2003 г. Контактный центр Центрального филиала ОАО «МегаФон». Начинала консультантом, затем возглавляла Сектор контроля качества предоставления услуг, с 2007 г. заместитель начальника Контактного центра, с 2009 г. начальник Контактного центра.
Профессиональные знания и навыки. • Технологическая организация работы КЦ; • Стандартные бизнес-процессы и KPI КЦ; • Оценка и мотивация персонала КЦ. • Современные тенденции развития КЦ. Личная информация • замужем, ребенок; • интересы: чтение, активный отдых, садоводство.



Олег Романюк,
Начальник КЦ,
КЦ Интертелеком, ООО

Я являюсь руководителем колл-центра Первого Национального CDMA оператора цифровой связи в Украине - компании ООО "Интернациональные Телекоммуникации", Украина, г. Одесса Имею опыт работы в контактных центра международных компаний ЗАО "Украинская Мобильная Связь" (теперь МТС-Украина), Райффайзен Банк Аваль. Имею опыт работы с различными, в том числе международными, подходами к стандартизации и сертификации сотрудников, выведению как общепринятых в отрасли, так и индивидуальных для компании, показателей KPI, организации работы колл-центра, проектирование и запуск IVR и прочее. Принимаю активное участие в работе отрасли контакт центров в Украине и России, в частности в Украине состою членом клуба руководителей колл-центров «Hot Skills», в России являюсь членом Рабочей группы «Стандарты», действующей в рамках Национальной Ассоциации Контактных Центров».



Артем Валерьевич Седов,
Руководитель контакт-центра,
АКБ (ОАО) РосЕвроБанк

В настоящее время работаю в АКБ РосЕвроБанк руководителем контакт -центра. Сейчас переводим банковский КЦ на другую платформу.



Михаил Владимирович Синицын,
управляющий директор,
WilStream, ЗАО

С 2007 г по настоящее время - управляющий директор аутсорсингового call-центра WilStream. Ранее работал в IBM в подразделении Global Services, до этого руководил продажами услуг и решений Центров Обработки Вызовов в Голден Телекоме.



Сергей Иванович Снягин,
Директор Бизнес-единицы РКЦ,
ООО ТелекомЭкспресс

Сергей Снягин закончил Московскую медицинскую академию и по первому образованию является врачом (КМН), второе образование - профессиональный менеджер. С середины 90-х годов работал менеджером в компаниях ВымпелКом, Телеком-Эксперт, МТС, «Air Union», где возглавлял департаменты клиентского обслуживания, включающие в себя крупные call-центры. Имеет большой опыт по построению и налаживанию работы масштабных call-центров. С марта 2008 по август 2009 занимал должность Операционного директора в компании «Sequoia Credit Consolidation». В настоящее время Зам. Генерального директора/Директор Бизнес-единицы РКЦ Телеком-Экспресс



Инна Геннадьевна Щепуро,
Руководитель Контакт-центра,
Knight Frank

Инна присоединилась к команде Knight Frank Russia & CIS в 2006 году. С Октября 2008 года занимает должность Старшего менеджера Контакт-центра. А с Января 2010 года – Руководителя Контакт-центра. Под руководством Инны Департамент Контакт-центра осуществляет обработку входящих и исходящих звонков, первичных запросов клиентов, работу с объектной частью. Отдел телемаркетинга имеет трехгодовой опыт в предоставлении услуг внутренним и внешним клиентам компании Knight Frank (опросы, анкетирования; актуализация клиентов, объектов; контроль качества; приглашение на мероприятия; поиск заинтересованных клиентов). Инна получает высшее образование в Московском Государственном Университете им. Ломоносова, факультет Журналистики.



Павел Борисович Теплов,
-,
CompTek

В индустрии контактных центров более 7 лет. В качестве наемного менеджера развил с нуля аутсорсинговый контактный центр (fortax.ru), участвовал в более 100 проектах по созданию или модернизации контактных центров (техническая и организационная экспертиза). Выступаю в качестве докладчика на курсах для профессионалов, проводимых "Апекс Берг Контакт-Центр Консалтинг" (www.apexberg.ru).



Станислав Витальевич Тимаков,
Руководитель ИЦ,
Samsung

Тимаков Станислав Витальевич. Руководитель Информационного центра компании Samsung. Закончил Московский Государственный университет им. Ломоносова, по первому образованию эколог. На данный момент являюсь студентом ГУ ВШЭ по программе второго высшего образования по специальности «экономика и управление предприятием». В контактном центре работаю с 2004 года. Начинал рядовым оператором по обслуживанию клиентов со сложными техническими вопросами. Через два года стал супервизором группы технических консультантов. С 2009 года являюсь руководителем Информационного центра компании. За время моего руководства были внедрены системы SMS оповещений, исходящих консультаций, решение вопросов с помощью системы удаленного доступа и ряд других нововведений. Считаю, что для достижения лидерства на рынке, необходимо двигаться вперед быстрее остальных участников и использовать все доступные новые технологии.



Вера Викторовна Феоктистова,
Руководитель Call-центра,
С-Клуб, ЗАО

В сфере call-центров с 2003 года. Прошла путь от оператора до начальника отдела мониторинга показателей и контроля качества работы сотрудников центра поддержки клиентов Вымпелкома. С 2010 года работаю руководителем информационного центра поддержки программы "Связной-Клуб".



Елена Геннадьевна Чурсина,
Руководитель Контактного Центра,
ПрАО МТС-УКРАИНА

Карьеру в МТС-УКРАИНА начала в 2002 году с должности оператора Киевского КЦ. В 2004 году, с момента принятия решения о построении региональных КЦ, приняла непосредственное участие в становлении и развитии Днепропетровского и Львовского КЦ компании. В течении 5-ти лет руковожу Львовским Contact-центром, где основными моими функциональными обязанностями являются: управление, развитие, мотивация персоналом, целеполагание и контроль выполнения операционных KPI. Закончила факультет социологии Национального Университета «Киево-Могилянская Академия».



Юлия Шийка,
руководитель департамента по работе с персоналом,
ООО Эколл

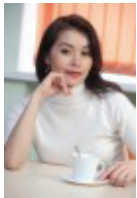
руководитель департамента по работе с персоналом группы компаний «Эколл»



Мargarита Шилова,
Руководитель Центра обслуживания клиентов и обработки кредитных заявок,
БНП Париба Банк, ЗАО (Cetelem)

Опыт работы в корпоративных Call-центрах в банковском секторе более 7 лет. Прошла путь от оператора до руководителя отдела. Работая в крупных российских и международных банках, таких как Альфа-Банк, Ситибанк, Ренессанс Кредит, на позициях супервизора, тренера, руководителя направления претензионной работы и улучшения качества обслуживания, приобрела разнообразный

опыт работы на ключевых позициях ЦОВ. В 2007 году в рамках запуска бизнеса российского подразделения CETELEM группы БНП Париба Маргарита создала с нуля Центр обслуживания клиентов, руководителем которого является и сейчас. Функции Call-центра: продажи, обслуживание клиентов, претензионная работа. Миссия подразделения: сопровождение и развитие бизнеса компании путем минимизации кредитных рисков, установления долгосрочных отношений с клиентами, предоставления качественного обслуживания клиентам и партнерам Банка. Маргарита окончила МГЛУ по специальности мировая экономика.
<http://ru.linkedin.com/pub/margarita-shilova/15/900/707>



Евгения Олеговна Шлëмина,
 начальник call-центра,
 Интернет-провайдер GoodLine

Начальник call-центра интернет провайдера. Живу и работаю в городе Кемерово. У нас уютно и мило, город с населением в полмиллиона человек, все хорошо, по-домашнему уютно и без таких волнительных и увлекательных потрясений большого города...



Наталья Владимировна Щетникова,
 Директор Центра по обслуживанию клиентов и клиентскому сервису,
 СК РОСНО, ОАО

Образование: 2003 — Кемеровский государственный университет, юриспруденция, диплом 1995 — Иркутская государственная экономическая академия, инженер-экономист, диплом.
 Профессиональный опыт: Директор Центра по обслуживанию клиентов и клиентскому сервису 02.2008– ОАО СК РОСНО, Страхование Директор департамента абонентского обслуживания 06.2006–01.2008 ОАО Мобильные ТелеСистемы, Телекоммуникации/связь Директор по абонентскому обслуживанию 09.1997–06.2006 ЗАО Кемеровская мобильная связь, Телекоммуникации/связь



Кристина Алексеевна Ярцева,
 Руководитель контактного центра,
 Киевгаз, ОАО

В отрасль контактных центров я пришла в 2004 году на позицию оператора Call-центра в ЗАО "МТС". Личностное и профессиональное развитие сопровождалось карьерным ростом в компании. И уже в 2007 году я перешла на позицию заместителя руководителя Call-центра. Считаю, что ЗАО "МТС" - лучшая компания для старта и развития. В 2008 году меня пригласили на позицию руководителя Call-центра в ОАО "Киевгаз". Меня заинтересовал перспективный проект и прогрессивное руководство. Мне предстояло быть новатором и внедрить в сложную и закостенелую структуру новое подразделение. Оглядываясь назад могу сказать, что опыт работы в ОАО "Киевгаз" бесценен. Это компания, которая активно развивается, этой компании по зубам многие изменения, даже самые дерзкие. В ОАО "Киевгаз" (кроме Call-центра) еще несколько проектов, которые будут реализовываться силами моего структурного подразделения, поэтому впереди еще много работы и возможностей для профессионального и личностного развития.

ПОЛОЖЕНИЕ И КРАТКИЙ РЕГЛАМЕНТ ЖЮРИ

1. Жюри является общественным органом, формируемым Редакцией Сообщества Call Center Guru на добровольной основе из числа членов Сообщества, признанных экспертов индустрии, бизнес-консультантов, бизнес-тренеров, руководителей и ведущих специалистов call-центров, имеющих существенный опыт работы в индустрии call-центров, обслуживания клиентов на руководящих должностях, признание профессиональной общественности. Количество членов Жюри ограничено 49 представителями.
2. Жюри создается для определения (выбора) обладателей Награды в номинациях.
3. Координацию деятельности Жюри осуществляет Редакция Сообщества Call Center Guru.
4. В Жюри может быть включен только один представитель компании, выдвинувшей номинанта.
5. Член жюри не имеет право голоса в той Номинации, в которой номинирована организация, с которой он аффилирован.
6. Участие в Жюри представителей спонсоров не регламентируется, но не может превышать одного представителя от спонсора.
7. Все расходы, связанные с участием в работе Жюри, в том числе, с проживанием, прибытием и убытием члена Жюри на Церемонию награждения, транспортные, телекоммуникационные расходы финансируются и осуществляются членом Жюри.
8. Добровольная замена члена Жюри возможна на любом этапе проведения состязания. Редакция Сообщества имеет право найти замену вышедшему из состава члену Жюри.

Обязанности и ответственность Члена Жюри

9. Член Жюри обязан соблюдать Положение и Регламент работы Жюри.
10. Член Жюри должен быть беспристрастным и объективным при выставлении оценок и голосовании.
11. Член Жюри не несет никакой финансовой ответственности за свое участие в Жюри, а также за свой отказ от участия в работе Жюри, опоздание на Церемонию награждения и другие нарушения Регламента и Условий участия.
12. За нарушение Регламента Жюри член Жюри может быть исключен из его состава на любом этапе после обязательного письменного уведомления Редакцией Сообщества Call Center Guru.

Права членов Жюри

13. Любой член Жюри в любой момент времени имеет право отказаться от своего участия, письменно заявив об этом в Редакцию Сообщества.
14. После письменного заявления об отказе участвовать, оценки члена Жюри, выставленные во время проведения текущего (на момент отказа) этапа, аннулируются.
15. Жюри своим простым большинством может исключить из состава и/или включить в состав Жюри нового члена, если это не противоречит Регламенту Жюри.
16. Жюри своим простым большинством может дисквалифицировать любого Номинанта на любом этапе проведения состязания, вследствие нарушения последним Условий номинирования.

Порядок работы Жюри

17. Каждый член Жюри предварительно получает Регламент работы Жюри, в котором указаны сроки проведения этапов, инструкции по голосованию, другие регламентирующие документы.
18. Каждый член Жюри обязан оценить выдвинутых на Награду Номинантов и передать в Редакцию Сообщества результаты своих оценок по каждому номинанту/номинации, согласно системе оценок и Регламенту работы Жюри, основываясь на собственном профессиональном опыте, принимая во внимание информацию, переданную номинантами для оценки Жюри.
19. Подсчет результатов голосования осуществляет Редакция Сообщества, согласно системе оценок, информируя Жюри итоговым сводным протоколом голосования.
20. Каждый член Жюри обязан письменно подтвердить верность данных в протоколе в течение установленного срока, подписать итоговый протокол.

21. Голосование и оценка являются открытыми для членов Жюри и закрытыми для общественности за исключением открытых конкурсов, где голоса Жюри могут быть открыты для всех желающих.
22. На основании результатов голосования Жюри на первом этапе определяются Финалисты Награды (Short List) согласно Регламенту Жюри и системе оценки, затем среди Финалистов, определяет лучших – обладателей Награды.
23. Каждый член Жюри обязуется принять участие (бесплатно) в финальной части и Церемонии награждения.
24. Определение победителей в Номинациях осуществляет Жюри.
25. В случае возникновения спорных вопросов по голосованию допускается повторное голосование.
26. Каждый член Жюри выражает свое частное мнение по каждому Номинанту.

КРАТКИЙ РЕГЛАМЕНТ РАБОТЫ ЖЮРИ

Подготовительный этап

с 01.07. по 17.12.2010 года – Прием заявок, загрузка Эссе от претендентов на Награду по 20 номинациям.

с 17.12.2010 по 15.01.2011 – Проверка на соответствие Условиям участия в Номинациях, дисквалификация нарушителей Условий участия.

Первый этап судейства

с 15.01.2011 по 15.02.2011 года – оценка Эссе в номинациях, включая Блоги (сетевые дневники) претендентов в номинации «Оператор Года». Каждый член Жюри определяет только одного лучшего в каждой номинации.

до 12:00 (msk) 15.02.2011 – формирование списка Финалистов (Short List). Финалистом становится тот претендент, которого хотя бы один член Жюри определил лучшим в номинации. В номинации «Оператор Года» определяется только 5 финалистов, набравших наибольшее количество голосов Жюри. В случае равенства количества голосов членов Жюри преимущество получает номинант, имеющий наибольшее количество постов в своем Блоге, при равенстве – наибольшее количество уникальных посетителей (согласно статистике Google Analytics). В номинации «Продукт Года» все претенденты объявляются финалистами.

Финальный этап судейства

до 15.03.2011 – рейтинговое голосование по списку Финалистов в каждой Номинации (исключая «Оператор Года» и «Продукт Года», в этих номинациях голосование проводится 22 марта). Члены Жюри ставят оценки каждому финалисту: 2 – «Победитель», 1 – «Высокое одобрение», -1 – «не достойный». По итогам оценки определяется суммарный балл по каждому финалисту, «Победитель в номинации» набирает наибольшее количество баллов. «Высокое одобрение Жюри» получает финалист, чей суммарный балл не отличается больше, чем на 10% от Победителя.

22.03.2011 – посещение выставки Call Center Expo в Москве и стендов претендентов в номинации «Продукт Года», голосование в этой номинации и подписание итогового протокола по всем номинациям, исключая номинацию «Оператор Года», запечатывание конвертов для Церемонии Награждения до 16:00 (msk)

22.03.2011, в 19:30 – финал в номинации «Оператор Года», оценка трех заключительных испытаний на сцене, Церемония Награждения.

ЦЕРЕМОНИЯ НАГРАЖДЕНИЯ

Церемония награждения CCG Call Center Awards «Хрустальная Гарнитура» состоится вечером 22 марта 2011г в Москве.

Дресс-код:

мужчины – black tie или как альтернатива темный деловой костюм, светлая рубашка, темный галстук
женщины – вечернее платье или как альтернатива деловой костюм

Начало Церемонии в 19:00.

Завершение Церемонии в 22:00

Подробная Программа Церемонии награждения будет доступна на сайте Награды позднее.

Участие в Церемонии награждения «Хрустальная Гарнитура» возможно только после бронирования и подтверждения именного персонального места.

Бронирование мест на Церемонии Награждения будет доступно с 1 октября 2010г. При бронировании и оплате до 31 декабря 2010 скидка 20%. При бронировании и оплате до 15 февраля 2011 скидка 10%.

ПРЕМИУМ

Стоимость бронирования столика на 10 мест, гарантированное лучшее расположение
– 55,100.00 руб. + НДС 18%

- 3 бутылки игристого вина
- 5 бутылок вина
- 5 бутылок пива и минеральной воды

КОМАНДА

Стоимость бронирования столика на 10 мест
– 44,100.00 руб. + 18% НДС

- 2 бутылки игристого вина
- 5 бутылок вина
- 5 бутылок пива и минеральной воды

СТАНДАРТ

Стоимость бронирования 5 мест за одним столиком
– 23,300.00 руб. + 18% НДС

- 2½ бутылки вина
- 3 бутылки пива и минеральной воды

ИНДИВИДУАЛ

Стоимость бронирования индивидуального места за столиком
– 4 900 руб. + 18% НДС

- ½ бутылки вина
- 1 бутылка пива и минеральной воды

КАК ПОДАТЬ ЗАЯВКУ?

В сезоне 2010/2011 система подачи заявки и загрузки Эссе немного усовершенствовалась, пожалуйста, будьте внимательны и прочтите эту страницу до конца.

- Крайний срок подачи заявок и загрузки файлов эссе на рассмотрение Жюри — пятница, 17 декабря 2010г., в 12:00.
- Система подачи заявок и загрузки/передачи файлов эссе полностью автоматизирована и работает только через web-сайт. Файлы загружаются в базу данных Награды и становятся сразу доступными для оценки жюри. Файлы не принимаются любым другим способом, кроме как на странице загрузки файлов. Не присылайте файлы по электронной почте, не выкладывайте на FTP, они не будут приниматься.
- Перед загрузкой файлов Эссе или в течение 30 дней после загрузки Эссе необходимо оплатить регистрационный взнос, который пойдет на покрытие затрат, связанных с изготовлением Наград, организацию Церемонии награждения, административные издержки и благотворительность. Надеемся, что это не остановит Вас перед лицом Финала или Победы в номинациях Награды.
- Вы можете зарегистрироваться на такое количество Номинаций, которое подходит Вашему контактному центру.
- Помните, что Вы можете выбрать столько Номинаций, сколько Вам подходит, и оплатить нужно будет каждый файл с информацией на участие за каждую выбранную Номинацию.
- **Внимание, стоимость подачи одной заявки в одну номинацию составляет 3.900,00 рублей + НДС 18% до 1 октября 2010г. После этой даты стоимость будет составлять 5.900,00 рублей + НДС 18%.**
- Для членов Национальной Ассоциации Контактных Центров и Гильдии Менеджеров Контактных Центров до 1 октября 2010г. заявка только в одну номинацию принимается без оплаты. При подаче заявок в более чем 5 номинаций стоимость может быть сокращена (оговаривается отдельно). Формулировка платежа в отчетных бухгалтерских документах при необходимости согласовывается с каждым номинантом, по умолчанию «информационно-консультационные услуги по участию в исследовании рынка». При необходимости готовится договор.
- В случае отказа от номинирования в одной или нескольких номинациях оплата не возвращается. Полная оплата должна быть сделана по счету банковским переводом или в кассу до 31 декабря 2010г. В противном случае файл будет дисквалифицирован и удален из базы данных Награды.
- Пожалуйста, для подачи заявки на Номинирование заранее подготовьте файл(ы) к загрузке в базу данных Награды с информацией по каждой номинации в отдельности. Вы сможете загрузить файлы в разные Номинации или за одно посещение страницы загрузки или посетив страницу загрузки каждый раз. Для загрузки каждого файла в каждую отдельную номинацию мы сообщим Вам специальный Код Загрузки. **ВНИМАНИЕ! Загруженные в базу данных файлы невозможно заменить, отредактировать или удалить.** Вы должны сразу загрузить правильный по содержанию и отвечающий техническим требованиям файл.
- В одну номинацию принимается только один файл (Microsoft Word или PDF). Другие форматы файлов загрузить невозможно.
- Файл должен содержать текстовое Эссе и при необходимости включать в себя иллюстрации, фотографии, таблицы, графики, диаграммы. Эссе **должно содержать ответы на обязательные вопросы** ([см. Номинации >>](#)), а также дополнительную информацию по некоторым из них.
- Размер и объем файла строго ограничены: 5Мб, не более 5 страниц формата А4, не более 1200 слов.
- Начните файл эссе с описания, как вступительную часть Вашего эссе (приблизительно 200 слов), которые детализируют суть и природу Вашего контактного центра: размер, оказываемые услуги и т.д. (пожалуйста, отметьте, что эти 200 слов ВКЛЮЧЕНЫ в общее количество 1 200 слов).
- Если Вы хотите добавить фотографии, графики, диаграммы, скриншоты, таблицы Вы можете вставить их в Ваш Word или PDF документ, но учтите, что общий объем файла не должен превышать 5 страниц формата А4. Количество фотографий не регламентируется.
- Файлы, содержащие больше 5 страниц формата А4 или больше 1200 слов, могут быть дисквалифицированы членами Жюри. Регистрационный взнос в этом случае не возвращается.

- При загрузке файла на портал **ОБЯЗАТЕЛЬНО** укажите в специальном поле название Эссе:
 - для персональных номинаций – Фамилию Имя Отчество номинанта
 - для командных номинаций – Фамилию Имя Отчество лидера команды
 - для проектных номинаций – название проекта
 - для продуктовых номинаций – название продукта
 - для партнерских/корпоративных номинаций – название компании партнера или вашего call-центра
 - если Вы не знаете, какое имя присвоить Эссе, назовите эссе по названию вашего call-центра или компании
- В персональных и командных номинациях не забудьте указать в самом начале Эссе Фамилию, Имя Отчество, должность и другую необходимую для оценки персональную информацию номинанта, лидера команды и список команды.
- Для номинации «Оператор Года» также необходимо представить (загрузить эссе) информацию о номинанте в произвольной форме, но отвечающее общим требованиям к эссе. В ответ Вы получите от редакции Call Center Guru инструкции по ведению блога оператора контактного центра, этот сетевой дневник и будет оцениваться на первом этапе перед составлением Short List.
- Пожалуйста, помните, что общий максимальный размер файла не должен превышать 5 Мб, 1200 слов и 5 x A4 страниц, иначе Ваш файл будет отклонен (дисквалифицирован). От одного участника должен быть только один файл. Дополнительные файлы не принимаются.
- Номинантам не нужно предоставлять дополнительную бумажную (печатную) копию заявки вместе с загруженным файлом. Необходимо использовать определенные для каждой Номинации обязательные вопросы и акценты внимания Жюри для того, чтобы полно, но при этом лаконично изложить информацию о контакт-центре/персоналии(ях) в формате Microsoft Word или PDF с максимальным количеством слов — 1 200 (Microsoft Word XP или ранние версии Word только).
- Выберите, пожалуйста, номинации(ю) награды, в которой(ых) Вы хотите зарегистрироваться, изучите внимательно обязательные вопросы и акценты внимания Жюри, подготовьте файлы для загрузки и перейдите на страницу с [регистрационной формой на портале Награды](#).

ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ СПОНСОРСТВА

Награда «Хрустальная гарнитура™» CCG Call Center Awards 2011 отражает высокий уровень технологического и профессионального развития мира call-центров в России и странах СНГ.

«Хрустальная гарнитура™» будет вручаться в 7 раз, и это событие стало статусным ежегодным мероприятием по награждению отдельных персоналий и компаний, которые показали впечатляющие результаты в течение предшествующих 12 месяцев.

Церемония награждения будет проходить в первый вечер Форума Call Center World Forum и соберет вместе самых влиятельных лидеров индустрии контактных центров и обслуживания клиентов.

Событие предоставит Вам как спонсору выгодную возможность продвижения Ваших решений целевой аудитории в мире call-центров. Событие будет широко освещаться и продвигаться в различных отраслях и, что чрезвычайно важно, среди лучших call-центров, прошедших в финал и одержавших победу.

ТИПОВОЙ СПОНСОРСКИЙ ПАКЕТ

У компаний, спонсирующих Награду, будет непревзойденная возможность поднять свой авторитет в глазах лидеров, принимающих решения в индустрии контактных центров — более 300 гостей посетят Церемонию награждения CCG Call Center Awards 2011, более 5.000 посетят страницы сайта, посвященного награде, и получат пригласительные письма.

Компании, поддерживающие Награду, получают несомненные выгоды от:

- Высокодифференцированного спонсорского пакета
- Ассоциации с главным событием в мире call-центров
- Ассоциации с Сообществом профессионалов CCG
- Ассоциации с формированием технологических и управленческих стандартов индустрии и эталонов качества обслуживания клиентов
- Подчеркнутой компетенции и лидерства в бизнесе КЦ
- Усиления позиций спонсора как лидирующего бренда или в отдельных секторах, или в индустрии в целом
- Великолепных возможностей нетворкинга

Спонсирование всей Награды или отдельных номинации включает следующее:

ДО МЕРОПРИЯТИЯ

Неограниченное использование логотипа CCG Call Center Awards

Как спонсора мы обеспечим вас логотипом CCG-CCA для использования во всех Ваших каналах маркетинговых коммуникаций, помогая Вам подчеркнуть Вашу заинтересованность в профессионализме и передовом опыте в индустрии call-центров.

Кампания по электронному маркетингу

Электронные письма с информацией о Награде и упоминания о Спонсоре получают более 5.000 профессионалов контактных центров во время кампании, начиная с июля по март.

Телемаркетинговая кампания

Наши специально созданные команды телесейлс контактируют с ключевыми персоналиями в мире контактных центров и распространяют PDF брошюру с информацией о Награде среди квалифицированных, принимающих решения людей. Брошюра включает спонсорские логотипы.

Интернет

Логотип Спонсора и упоминание будут размещены на сайте Награды callcenterawards.ru и на сайте Сообщества профессионалов callcenterguru.ru. **callcenterawards.ru** и **callcenterguru.ru** привлекает более чем 70.000 посетителей (с 240.000 просмотрами страниц) каждый год - минимум 3.500 посетителей, и 25.000 просмотров страниц ожидается в течение экспертного голосования и недели проведения награждения.

Промоушн Награды

Ваш логотип будет размещен на всех рекламных материалах CCG-ССА, относящихся к событию, включая портал Сообщества CCG, а также ресурсы информационных спонсоров Награды. Ваш логотип будет размещен на приглашениях для гостей на Церемонию награждения.

Предполагаемая читательская аудитория - не менее 35.000

ВО ВРЕМЯ МЕРОПРИЯТИЯ

Продакшн

Ваш логотип будет демонстрироваться на протяжении всего вечера на больших экранах, расположенных рядом со сценой, а также во время объявления номинаций, спонсором которых Вы являетесь.

Дисплей

Ваш логотип будет показан на планах рассадки гостей, программе и на других носителях информации о Церемонии. Название компании спонсора (логотип) будет отображаться на всех дипломах финалистов, в выбранных Номинациях.

Речи и приветствия

Представитель вашей компании сможет представить выбранные Номинации на сцене, объявить Победителя (30 секунд) и вручить «Хрустальную гарнитуру», позировать перед официальными фотографиями мероприятия. Ваша компания сможет вручить свои Призы и\или сертификаты Финалистам.

Гала-ужин

Произведите впечатление на Ваших клиентов или наградите свою команду, пригласив их на самое престижное событие в календаре мира контактных центров. Мы предоставляем Вам соответствующее количество мест за одним столом на 10 персон во время Гала-ужина и Церемонии Награждения. Как

спонсор Вы получите лучшую позицию расположения вашего стола на ужине, посвященном Награждению.

ПОСЛЕ МЕРОПРИЯТИЯ

PR

Международный общественный резонанс, который вызывает «Хрустальная гарнитура», продвинет победителей и финалистов в СМИ, а вместе с победителями информация о спонсоре также будет ассоциироваться с высокими достижениями в индустрии.

Фото и видео материалы

Неограниченное использование официальных фото и видео материалов мероприятия.

СТОИМОСТЬ ТИПОВОГО ПАКЕТА:

1 номинация (1 место за столом) – 91.900 рублей
каждая последующая + 19.900 рублей

5 номинаций и 3 места за столом – 159 000 рублей
10 номинаций и 5 мест за столом – 259 000 рублей

ДРУГИЕ ВОЗМОЖНОСТИ СПОНСОРСТВА

Web спонсорство

callcenterawards.ru и callcenterguru.ru

привлекает более чем 70.000 посетителей (с 240.000 просмотрами страниц) каждый год - минимум 3.500 посетителей, и 25.000 просмотров страниц ожидается в течение экспертного голосования и недели проведения награждения.

Мы предлагаем ограниченное количество рекламных позиций в течение всего этого периода.

Баннерная позиция - от 79 000 рублей до Церемонии награждения и 6 месяцев после.

ОБСУЖДАЕМЫЕ ПАКЕТЫ И ПРИЗОВОЕ СПОНСОРСТВО

Мы с интересом готовы обсудить с каждым клиентом и подготовить под Ваши финансовые возможности и маркетинговые ожидания специальные спонсорские пакеты, включая пакеты призового спонсорства, а также изменяя и дополняя любой из разделов спонсорского пакета как «до», «вовремя» или «после» события.

Для получения дополнительной информации обращайтесь по email: cca11@callcenterawards.ru