

Щенников Алексей

CPO

t.me/AlexeyShchennikov | alex8905@mail.ru | +7-905-771-36-85



CPO / Head of Product с 10+ летним опытом развития B2B-продуктов, маркетплейсов и платформенных CRM-систем.

Специализируюсь на запуске и масштабировании B2B-витрин. Отлично разбираюсь в платформенной аналитике, управляю P&L. Могу обеспечить рост выручки, снижение cost-to-serve через цифровизацию сквозных процессов продаж, логистики и клиентских сервисов. Управлял продуктовым портфелем и трансформацией CRM/маркетплейс-платформ для B2B-базы >500 тыс. партнёров, команд 200+ человек, с прямым эффектом на выручку, маржу и операционную эффективность.

Могу работать в сложных кросс-функциональных задачах, где важно договориться между бизнес-юнитами, настроить интеграции, повысить прозрачность процессов, качество данных, оперативно принимать решения для получения конкурентного преимущества на рынке. Выстраиваю эффективную коммуникацию со смежными командами, ясно и четко транслирую мысли.

В свободное время работаю над своим pet-проектом в сфере управления продуктом, а также готовлюсь к поступлению в аспирантуру ведущего технического университета.

Опыт работы (8 лет продуктового опыта)

Head of Product | Комус-Тех | 06/2022 – по настоящее время

“Комус” - Топ 5 E-com компаний РФ, лидер производства упаковки, офисных товаров/бумаги, 15 тыс. сотрудников. Отвечал за формирование и реализацию продуктовой стратегии (3-х продуктов: CRM, мобильное приложение для полевых продаж, партнёрский профиль клиента), трансформацию процессов продаж и маркетинга для увеличения выручки компании

Достижения:

- Сформировал продуктовую стратегию и дерево метрик B2B-платформы, синхронизировал с бизнес-целями и P&L. Определил, что автоматизировать и упростить, сколько это стоит и когда окупится.
- - 65% дублирующих данных по клиентам, сократил время оформления заказа с 9 до 3 минут (по выделенным сегментам), за счёт централизации сквозных процессов в CRM (клиенты, заказы, бонусы, лояльность)
- +2,5% CR из лида в партнёра (в первую покупку по выделенным сегментам) выстроил аналитику витрин и CRM по сквозным B2B-сценариям, расширил профиль партнёров через интеграцию с ЕГРЮЛ и dadata, переработал сегментацию партнёров.
- + 4п.п CIS по клиентам. Централизовал клиентские обращения в CRM системе (19,5 тыс/мес), около 3 тыс. обращений закрываются в течении 2 часов, высвободил 2 тыс. часов операторов в месяц, благодаря это удалось перераспределить ресурс для ведения “сложных” продаж.
- - 15% обращений по некорректному начислению бонусных баллов за покупку (с 47% до 32%). Развил CRM как омниканальную платформу: контакт, сегментация, коммуникации, бонусы для клиентов.
- Обеспечил непрерывность продаж при уходе западного вендора. Запустил новую платформу для полевых продаж (за 6 месяцев), перевёл 2тыс. менеджеров на новое решение, увеличил эффективность на 25% (с 6 до 8 визитов в день), увеличил долю автозаказа на 1,5%, переработал типовые сценарии продажи + сегментацию партнёров
- - 35% T2M на за счёт доработки продуктовых процессов, внедрения скоринга и масштабирования Scrum на 4 команды (106 человек).
- + 45% доверия пользователей к продукту (с 48% до 93%). Провёл исследования (CIS, 142 интервью), устранил ключевые UX-проблемы, сделал прозрачным взаимодействие с 18 стейкхолдерами через доменную модель и сквозной скоринг.

- - 65% нагрузки на Тех.Поддержку (с 1200 обращений до 420 в месяц) Запустил “Ключевых пользователей” по CRM, снизил, передал типовые вопросы обученным сотрудникам в бизнесе, ускорил решение проблем.
- + 4500 пользователей CRM, масштабировал систему на 12 регионов за 1,5 года уложился в срок и бюджет. Успешно реализовал программу цифровой трансформации от юнита продаж и маркетинга, управлял распределенной командой из 236 человек в 3 часовых поясах.

Обязанности:

- Разработка продуктовой стратегии
- Управление развитием 3-х продуктов (CRM, моб. приложения, управление клиентскими данными)
- Управление юнит экономикой продуктов (P&L, AMPPU, Revenue), разработка дерева метрик
- Управление 6 продуктовыми командами (численностью более 100 сотрудников), внедрение SCRUM
- Анализ retail и e-com рынка, конкурентов, поиск точек роста для 20 бизнес направлений (производство, hогеса, бытовая химия, продукты питания, компьютерная техника и т.д)

Product owner | ГК “Серконс” | с 11.2020 — по 06.2022

Лидер рынка лабораторных испытаний и сертификации товаров, 3000 сотрудников 16 лабораторий в РФ, 14 филиалов за рубежом в СНГ/Европе/Азии.

Запуск B2B-маркетплейса сертификации товаров и ЛК клиента на базе Salesforce:

self-service заказ услуг, загрузка и отправка образцов, онлайн-трекинг испытаний, документы, утилизация.

Достижения:

- +12% net profit (169 млн.руб): Использовал data-driven сегментацию, увеличил B2B-базу с 256 тыс. до 790 тыс. партнёров (уникальных) за счёт парсинга данных регуляторов/ЕГРЮЛ и других ресурсов по сертификации., сформировал централизованную БД, совместно с маркетингом персонализировал коммуникации и цены
- + 17% эффективности менеджеров по продажам, перевёл взаимодействие клиентов в self-service (ЛК), сократил кол-во обращений от клиентов с 1327 до 290 (на 70%) «где образец / когда сертификат» за счёт доработки процесса сертификации и внедрения статусной модели.
- - 65 % жалоб клиентов на нерелевантные контакты (предлагаете ненужный товар/услугу), за счёт совместной проработки с маркетингом персональных коммуникаций и настройки сценариев работы менеджеров с ЛПР
- + 34% средний чек и кол-во продаж 1 клиенту (с 1,5 до 2,8 за весь период “жизни”) внедрил сегментацию по BANT и персонализации цен. Массовые не уходят из-за переплаты, премиальные получают выгоды больше чем цена за услуги)
- - 70% потери образцов испытаний (с 14 до 5 в месяц) интегрировал CRM со складской лабораторной системой, вовлёл новых пользователей (+ 800 user), сформировал прозрачный путь сертификации от отправки образца до получения документов. Запустил автоматическую маршрутизацию образцов в зависимости от загрузки лабораторий (по отдельным видам деятельности)
- - 7,5% оттока от базы клиентов. За счёт системной работы с клиентом, перенёс продажи, коммуникации и клиентские сценарии в единое CRM-ядро (запустил платформу Sales force) 3 тыс. пользователей системы.
- + 4,5 CR, за счёт формирования, внедрения регулярной работы с CJM партнёра, детальной воронки продаж (понимал где падает абсолютная и относительная конверсия, кто из клиентов останавливает оформление сделки на каком этапе). Внедрил конвейерные продажи (на отдельных направлениях бизнеса - легкая промышленность, пищевая продукция, производители оборудования)
- Руководил 2 продуктовыми командами численностью 56 человек (архитекторы, аналитики, разработчики, тестировщики). Применял в работе Risk Assessment test и коридорные тесты для быстрого и дешёвого тестирования гипотез.
- Повысил скорость устранения ошибок на 22%, используя автоматизированное тестирование и централизацию технической поддержки пользователей.
- Применял в работе (Scrum), ускорил внедрение изменений (t2m) на 36%, с 3-х недель до 2-х.

Senior Product manager | ГК“Черкизово”| с 02.2019 — по 10.2020

ГК “Черкизово” 23 тыс. сотрудников, 465 тыс. клиентов, крупнейший производитель мяса (Петелинка, Пава-Пава)
Отвечал за автоматизацию процессов продаж и маркетинга

Достижения:

- +3% товарооборота компании за счёт развития **SFA-системы** и перевода полевых продаж на цифровые сценарии
- - 2 п.п. Cost of Goods Sold за счёт внедрения image recognition, контроль наличия и выкладки продукции, снижение out-of-stock, снижение потерь и списаний в торговых точках.
- +17% эффективность полевых сотрудников: оптимизация маршрутов, планов визитов, контроля выкладки исполнения стандартов, за счёт доработки мобильного приложения.
- Инициировал подготовку к внедрению CRM (сформировал стратегию развития, провёл исследование рынка, сформировал/согласовал с бизнес заказчиками ФТ, разработал критерии сравнения подрядчиков), автоматизировал 40 бизнес-процессов в различных областях коммерческого департамента.

Product manager CRM |АО “ОМК” | с 07.2017 — по 02.2019

ОМК - топ 20 частных компаний РФ по выручке, лидер рынка металлургии.

Руководил проектами развития и сопровождения SAP CRM.

Достижения:

- Увеличил точность прогнозирования продаж на 24%, что привело к сокращению упущенной выгоды компании на 11%.
- Внедрил организационные изменения, увеличил NPS на 13%
- Повысил эффективность рабочего времени сотрудников на 12% , используя реинжиниринг процессов.
- Управлял продуктовым подразделением (26 человек)

Образование Повышение квалификации

2007 – 2012 Высшее образование Московский Авиационный Институт (Инженер-программист)

Повышение квалификации

Июнь 2020	Управление продуктом	Сентябрь 2023	Как делать продукт	Март 2025	Упр. unit экономикой
Go practice, курс Якубенкова Олега		Курс Ивана Замесина		Курс Ильи Красинского	

Навыки

Стратегия продукта |Product Management |Unit-экономика| Продуктовые метрики|Знание продаж (b2c и b2b) |Agile, Scrum, Kanban, Waterfall |JTBD| Создание CJM | Проведение исследований |Тестирование гипотез| |Лидерство| |Оптимизация скорости работы команды| |Общение со стейкхолдерами| |Решение конфликтов| |Коммуникативность|

Английский язык — B1

Инструменты

Jira | Power BI| Confluence | Excel | Figma | Miro | SQL | Python