

CPO — Customer Growth, Data & AI

Профиль

Продуктовый лидер с опытом роста выручки и удержания через customer growth, CRM/CVM, data-платформы и AI-автоматизацию. Строю продукты, в которых клиентская база, ML/AI и customer journey превращаются в измеримый P&L-эффект: рост CLTV, снижение cost-to-serve и более быстрый time-to-market.

Управлял портфелями для базы до 54 млн клиентов, командами до 120 человек и бюджетами 500+ млн руб. в год. Умею защищать стратегию и инвестиции перед C-level/советом, принимать build-vs-buy решения через TTV, TCO и риск, а затем доводить платформы до adoption у бизнеса.

Ключевые компетенции

- Стратегия портфеля, P&L, customer growth, CLTV и retention
- Data platforms: CDP/MDM/Feature Store; build vs buy
- CRM/CVM: сегментация, contact policy, uplift, Next Best Action
- AI в сервисе и SDLC: RAG, self-service, copilots, метрики эффекта
- Discovery: CustDev, A/B-тесты, unit-экономика, HADI-циклы
- C-level stakeholder management: IT, data, legal, security, vendors

Опыт работы

Chief Product Officer, клиентские платформы и Customer Care

СОГАЗ · Единый профиль клиента, customer care и AI/self-service как основа сервиса, продаж и персонализации

Май 2025 —
Июнь 2026

30 млн активных клиентов · команда 10 человек · бюджет ~30 млн руб./год

- Запустил подписочную страховую линию: подписан первый контракт; потенциал новой линии — ~2 млрд руб. дополнительной выручки. Разработал платформу и бизнес-процессы за месяц вместо монолитного решения.
- Запустил Единый профиль клиента / golden record: промышленная MDM за 3 месяца вместо планировавшихся 1,5 лет. Объединил клиентский контекст для продаж, сервиса, мобильного приложения и персонализации; дубли физлиц 40% → 7% за 30 дней.
- Расширил адресуемую базу коммуникаций более чем в 10 раз через единый сервис согласий и CV-обработку архива. Потенциал инкрементальной выручки от коммуникаций — ~100 млн руб.
- Внедрил локальные LLM-инструменты в SDLC внутри защищённого контура; скорость разработки клиентских stories выросла в среднем в 3 раза — с месяца до недели.
- Перестроил customer care: self-service 15% → 45%+, FCR 36% → 55%, Service Level 40% → 70%, стоимость обработки обращения -30%, ФОТ функции -27%. Запустил LLM/RAG-чатбот, smart IVR и AI-copilot оператора.

Chief Product Officer, клиентские данные и CVM

Билайн · Портфель customer-data продуктов для роста CLTV, персонализации и управления качеством данных. 54 млн клиентов · команда до 120 человек · бюджет 500+ млн руб./год · 200+ внутренних потребителей

Октябрь 2022 —
Декабрь 2024

- Управлял Unified Customer Profile, Feature Store, Analytical Profile, data quality и contact policy. Запустил единый профиль для всей базы из ~200 источников; около 50 продуктовых команд прошли реальную миграцию на платформу.
- Сократил ~10 млн коммуникаций в месяц без потери выручки; uplift в целевых сегментах — до +46%. Снизил просроченную задолженность на 36% за счёт улучшения contactability через golden record.
- Защитил buy-решения по MDM и API-слою через TTV/TCO/risk; сэкономил до года разработки на MDM и около шести месяцев на API-слое. Перевёл delivery в кросс-

функциональные доменные команды: релизы 2–3 месяца → 2–3 недели.

- Внедрил CLTV как сквозную логику решений и KPI: от сегментации и кампаний до приоритизации продуктового портфеля. Выделил Feature Store в самостоятельный продукт: 2 500+ ML-фич, TTM DS/ML-моделей 1–2 месяца → 3–4 дня; одновременно в работе 10–15 моделей вместо единиц.

Директор по CVM и клиентскому опыту

Simple / SimpleWine · CRM-выручка, loyalty, lifecycle, партнёрские каналы, клиентская аналитика и сервис ~300 тыс. активных B2C-клиентов · команда до 23 человек · CRM-бюджет 12–15 млн руб./год

Март 2021 —
Сентябрь 2022

- Построил CRM-функцию с нуля: Mindbox, единый профиль, аналитический контур LTV/churn/promo-sensitivity, ROMI и инкрементальная выручка. CRM-contribution с нуля → 15% выручки в первый год и 23–25% во второй.
- Перезапустил программу лояльности и управление VIP-сегментом: retention общей B2C-базы 53% → 55% YoY; в ключевых тирах удержание выросло до +20% / +50%.
- Запустил партнёрский канал принесший до 20% новых клиентов. Остановил политически значимое, но убыточное партнёрство со СберСпасибо после пилота и проверки unit-экономики.
- Автоматизировал сервис и реактивацию: AI-робот дал +15% трафика в винотеки против живых обзвонов; Telegram-бот снизил нагрузку поддержки по статусам заказов на 20%.

Head of CRM, Loyalty & Customer Service

Sephora / Иль де Ботэ · Удержание клиентской базы и омниканальный опыт в период трансформации сети. ~500 тыс. клиентов · команда до 15 человек · CRM-зона влияния — до 25% оборота сети

Февраль 2019 —
Март 2021

- Построил CRM, loyalty и клиентскую аналитику в период миграции Иль де Ботэ в Sephora; retention вырос на +15% в первый год и до +20% YoY, FCR удвоен, NPS +4 п.п.
- Единственный в регионе защитил перед HQ в Париже локальный CDP Mindbox и loyalty engine Sailplay вместо HQ-решения; дал бизнесу скорость локальных интеграций и развития механик.
- Через CustDev сохранил наиболее ценный сегмент при ребрендинге: вернул брендовых консультантов в приоритетные магазины. Рост омниканальных покупателей — +6 п.п.

Ранний опыт

Account Director / де-факто генеральный директор РФ | LOYALME | 2014–2019

Де-факто управлял CRM/loyalty-агентством: выручка ×6–10, клиентская база 1 → 22, команда 3 → 25. Вёл продажи, delivery, P&L, HR и юридический контур; SaaS-платформа продана с исходным кодом партнёрам зарубеж.

1999–2013 — технический и продуктовый фундамент.

Разработчик → руководитель техотдела; затем B2B2C Medtronic, e-commerce IRSOL (+14% продаж от персонализации; база 51% оборота) и GTM OR1 в Karl Storz: защищённый перед HQ 3-летний план, воронка, пилоты.

Tech и инструменты

SQL, Python, PostgreSQL, ClickHouse, Tarantool, Apache Airflow/Spark, Power BI, Qlik, Mindbox, Bloomreach, Siebel, MDM HFLabs, Asterisk, Smart IVR, Langflow, Pinecone, REST API, Jira/Confluence.