



ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №1158

НОМИНАЦИЯ: Промышленность (металлургия, электроэнергетика, топливная и т.п.)

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	ЧТПЗ, ПАО
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Москва
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	http://chelpipe.ru
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Белая металлургия!
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
ССЫЛКА на Youtube	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

ЭССЕ НОМИНАНТА

1. Положительное влияние на деятельность организации (не более 3600 знаков с пробелами)

Группа ЧТПЗ — входит в десятку лучших производителей трубной продукции по всему миру. Основной целью Группы ЧТПЗ является комплексное удовлетворение потребностей российских и мировых компаний топливно-энергетического комплекса за счет разработки и поставки интегрированных решений для магистрального и внутрипромыслового трубопроводного транспорта. Группа ЧТПЗ является универсальным игроком на трубном рынке России и зарубежья, осуществляя поставки в 52 страны. **Стратегия Группы ЧТПЗ до 2024 года предусматривает рост операционной эффективности, улучшение клиентского опыта и наращивание присутствия на смежных рынках с расширением географии отгрузок.** С 2008 года Группа ЧТПЗ инвестировала в модернизацию производственных мощностей более двух миллиардов долларов.

Клиентоцентричность лежит в основе стратегического развития Группы ЧТПЗ.

В 2020 был создан **Департамент по управлению клиентским опытом**. На сегодняшний день

структура департамента включает в себя следующие направления:

- аналитика;
- мониторинг и исследования;
- управление клиентским опытом;
- развитие взаимоотношений с клиентами
- Единый контактный центр.

В дальнейшем мы планируем адаптировать структуру в соответствии с нашей стратегией для оптимального решения поставленных задач, за счет наращивания и развития текущих и новых компетенций.

По мере того, как мы **переходим от производственной парадигмы к клиентоцентричной**, необходимо корректировать долгосрочные планы и тактические действия на всех уровнях, поэтому **в стратегии Группы ЧТПЗ до 2024 года большое место уделяется развитию клиентского опыта**.

Мы занимаемся активной поддержкой и сопровождением клиентоцентричной трансформации, поэтому один из наших основных фокусов создание и актуализация контента для обучающих мероприятий по развитию клиентского опыта:

Обучающие курсы:

- В чем ценность знаний о клиентском опыте?
- Как оценивать клиентский опыт (индексы и метрики)
- CRM – философия взаимоотношений с клиентами

Воркшопы:

- Создание ценности для клиента»,
- Совершенствование процесса редизайна UX
- Введение. Клиентский опыт для коммерческой дирекции и Talent Pool

Блог «Клиентский опыт»

Осенью 2020 года **запущен блог «Клиентский опыт»** на корпоративном портале, в нем размещаются новости департамента, полезные статьи и лайфхаки, видеоматериалы.

Мы хотим, чтобы каждый белый металлург понимал, какой вклад может вносить в создание лучшего клиентского опыта.

В нашей CX-стратегии учтены сразу несколько направлений, которые необходимо параллельно развивать:

- **Клиентоцентричная культура** - мы создаем базу знаний и внутренний центр CX-компетенций.
- **Работа с данными.** Решения касательно клиентского опыта должны приниматься на основе данных. Для этого нужно формировать **видение заказчика и поставщика на 360°** для создания индивидуального подхода к каждому и стимулирования продаж. Важно выстроить **систему real-time аналитики** с визуализацией данных.
- **Оmnikanальное общение с клиентами**, это развитие текущих каналов взаимодействия с клиентами и создание новых.
- **Создание новых продуктов и сервисов**, в которых наша компания будет выступать в роли эксперта и наставника для клиента в реализации его целей и позволит клиенту получать **лучшее ценностное предложение в нужный момент в нужном месте**.

Благодаря синергии всех этих направлений и параллельному развитию каждого из них мы можем становиться лучше и непрерывно улучшать опыт взаимодействия с компанией

2. Операционная эффективность (не более 1800 знаков с пробелами)

Группа ЧТПЗ —промышленная группа металлургического комплекса России, **входит в десятку ведущих мировых производителей трубной продукции.**

3 млрд долларов – инвестиции за последние 3 года

2 млн тонн – реализация трубной продукции в год

2 млрд долларов – выручка в год

16,5% — доля в отгрузке российских производителей

22% — доля на свободном рынке нефтесервисных услуг

70% —действующих отечественных газо- и нефтепроводов проложено из труб большого диаметра Челябинского трубопрокатного завода

23 000 сотрудников работают в Группе ЧТПЗ

На дату подготовки эссе показатель **NPS** показал **рост на 7 пунктов** до рекордных **65%**, а **Интегральный показатель удовлетворенности поднялся до 87%.**

В 2020 г. **прирост** показателя **LifeTime клиента** составил **4,5%**

3. Клиентоориентированность (не более 3600 знаков с пробелами)

Успех любого изменения в компании напрямую зависит от корпоративной культуры: готовность к новому, гибкость восприятия, отношение к труду коллег, умение работать с обратной связью – это и многое другое оказывает влияние на скорость преобразований в компании. А в случае с построением клиентского опыта мы можем говорить и о взаимном влиянии клиентского опыта и культуры компании друг на друга. Каждый сотрудник своей ежедневной работой, привычными сценариями поведения, часто не осознавая этого, создает опыт клиентов. Если **стремление каждого сотрудника помочь клиентам** – внешним и внутренним – в решении их задач, достижении их целей **становится своего рода культурным кодом, обычаем деловой практики, то формируется настоящая клиентоцентричная культура.**

Чтобы **внедрить в корпоративную культуру принципы клиентоцентричности и повысить качество взаимодействия с конечным клиентом** был разработан цифровой сервис оценки внутренней клиентоцентричности – «Карма Белого металлурга», сокращенно «КАРМА», где сотрудник наглядно сможет увидеть свой вклад в работу компании и получать обратную связь от коллег по результатам рабочих взаимодействий. У каждого сотрудника, отдела, функциональной вертикали и компании в целом формируется свой публичный Индекс внутренней клиентоцентричности. Рейтинг формируется на основании оценок по шести критериям клиентоцентричности: результат работы, качество работы, командная работа, надежность информации, скорость, уважительное отношение.

В ходе развития клиентоцентричности в компании, для нас **важно слышать и учитывать мнение не только внешнего клиента, но и голос нашего внутреннего клиента –**

сотрудников. Так как в конечном итоге, удовлетворенность наших клиентов, длительность взаимодействия с нами, во многом зависит от того, насколько оперативно и эффективно мы можем выстраивать кросс-функциональное взаимодействие, насколько каждый сотрудник удовлетворен теми услугами, которые ему оказывают коллеги из других подразделений. Для того чтобы, оценить удовлетворенность сотрудников внутренними сервисами, мы запустили в 2020 году, серию пилотных исследований удовлетворенности сервисами шести дирекций. В ходе пилота, нам предстоит разработать перечень сервисов каждой из дирекций, определить показатели удовлетворенности и методику их оценки, разработать и реализовать комплекс мероприятий, способствующий повышению качества взаимодействия между дирекциями. В результате чего, мы дадим возможность каждому сотруднику иметь голос, который будет услышан. Мы сможем получать обратную связь и управлять необходимыми внутренними сервисами. Как результат, будет **увеличиваться внутренняя клиентоцентричность компании и длительность взаимодействия с нашими клиентами.** В 2021 году, мы планируем провести аналогичные работы по всем дирекциям и подразделениям нашей компании.

4. Вовлеченность сотрудников (не более 3600 знаков с пробелами)

Вовлеченность – это больше, чем удовлетворенность работой, и больше, чем лояльность сотрудников к компании.

Вовлеченность – это стремление сотрудников вносить максимальный вклад в развитие и успех своей организации.

Управление вовлеченностью персонала в Группе ЧТПЗ является ключевой составляющей корпоративной культуры, нацелено на поддержание принципов клиентоцентричной трансформации и способствует росту бизнес-показателей.

Вовлеченные сотрудники – **движущая сила Белой металлургии и клиентоцентричной трансформации.** Такой сотрудник рассматривает изменения как возможности, предлагает улучшения на рабочем месте, заботится о клиенте, тем самым создавая конкурентное преимущество Компании.

В Группе ЧТПЗ действует **система сквозных коммуникаций.** Каскадирование информации происходит через регулярные встречи руководителей со своими подчиненными с привлечением ТОП-спикеров.

Акционеры Группы ЧТПЗ и ТОП-менеджеры регулярно встречаются с сотрудниками компании и отвечают на их вопросы.

Действует практика проведения «прямых линий» с ТОП-менеджерами.

Действует корпоративный сервис «Задай вопрос руководству».

Для связи с руководством работает «Горячая линия».

Процесс управления вовлеченностью персонала реализуется в соответствии с принципами:

1. Соответствие стратегическим бизнес-целям и задачам Компании.
 2. Ориентация на ценности Корпоративной культуры Белой металлургии.
 3. Поддержание атмосферы взаимного уважения и доверия, как основы клиентоцентричной трансформации:
- предоставление возможности для каждого работника выражать свое мнение и участвовать в

реализации мероприятий по повышению вовлеченности;

- гарантия анонимности исследования вовлеченности;

- диалог руководителя и подчиненного и предоставление обратной связи от руководителя подчиненному на всех этапах процесса.

4. Быстрое внедрение изменений.

5. Широкое информирование всех этапов процесса через внутренние корпоративные каналы коммуникации

6 лет опыт работы с вовлеченностью в Группе ЧТПЗ

>22 200 человек участвуют в изменениях

850 мероприятий в среднем реализуется ежегодно

5. Инновации и креативность (не более 1800 знаков с пробелами)

Мы разрабатываем инновационные наукоемкие технологии, проводим опытно-исследовательские и конструкторские работы, запускаем новые бизнес-направления и продуктовые линейки, опираясь на потребности клиентов и создавая для них дополнительную ценность.

Традиционно Группа ЧТПЗ работала с инновациями в рамках внутренних R& D-отделов. Для поддержания темпов инновационного развития в Группе ЧТПЗ был запущен **собственный Корпоративный Акселератор**. Инновационные решения представили **свыше 50 российских и международных стартап-команд**. Эксперты Группы ЧТПЗ и GenerationS **отобрали 14 проектов**, которые пройдут этап промышленной акселерации.

Группа ЧТПЗ **присоединилась к IT-конкурсу «Индустрия 4.0» в качестве партнера**, где будет оценивать цифровые проекты, **лучшие из которых затем внедрит в производство.**

Группа «ЧТПЗ» и «Сколково» договорились о создании центра по развитию НИОКР, где будут сотрудничать в таких направлениях, как освоение новых технологий транспортировки и хранения углеводородов и продукции с улучшенными функциональными свойствами, а также разработка комплексных инженерных решений для российских и мировых компаний топливно-энергетического комплекса. **Объем инвестиций от Группы ЧТПЗ на работу Центра составит не менее 100 млн рублей в течение трех лет.**

Группа ЧТПЗ **уделяет особое внимание цифровизации производственных и бизнес-процессов**, что способствует росту производительности и минимизации потерь. Для этого применяются такие инструменты, как **предиктивная аналитика, создание цифровых двойников, предупреждение отклонений от заданных параметров как с точки зрения обслуживания оборудования, так и с точки зрения технологического процесса, а также технологии анализа больших данных, интернета вещей, машинного обучения и зрения.**

6. Лучшие практики в индустрии (не более 1800 знаков с пробелами)

В ноябре 2020 получено признание федерального масштаба: **белых металлургов наградили в Доме правительства РФ за уникальные разработки.**

В ноябре 2020 получено признание федерального масштаба: белых металлургов наградили в Доме правительства РФ за уникальные разработки.

Онлайн-платформа складского комплекса Группы ЧТПЗ признана лучшей среди производственных веб-ресурсов. На международном конкурсе **WEBAWARD 2020** в номинации Manufacturing Standard («Стандарт производства») веб-продукт получил самый высокий приз. Дизайн, инновации, содержание, технология, интерактивность, копирайтинг, легкость использования – вот основные критерии оценки международных гуру в области веб-разработок.

В сентябре 2020 года **проект цифрового сервиса оценки внутренней клиентоцентричности «Карма белого металлурга» получил высокую оценку экспертов по организационному развитию и персоналу и принес Группе ЧТПЗ золото в «HR Brand 2019 года» в номинации «Федерация».**

«Будущее Белой металлургии» — образовательная программа Группы ЧТПЗ по подготовке высококвалифицированных рабочих кадров для собственных предприятий, а также для металлургической и машиностроительной отраслей промышленности. За время существования программы Группа ЧТПЗ **инвестировала более 45 миллионов долларов** в реализацию практико-ориентированной корпоративной программы по подготовке рабочих кадров «Будущее Белой металлургии». **В 2020 году эта программа первой в России получила сертификат соответствия немецкой модели дуального образования международного концерна T?V Rheinland.**

Кроме того, **широкие возможности для обучения есть и у действующих сотрудников.** В компании реализуются проект по подготовке кадрового резерва «Сила белой металлургии», программа развития сотрудников в текущих должностях, а также общекорпоративные дистанционные курсы.

7. Итоги (не более 1800 знаков с пробелами)

Клиентоцентричность лежит в основе стратегического развития Группы ЧТПЗ.

На Челябинском трубопрокатном заводе зарегистрированы сотни инновационных исследований и разработок. В том числе внедрены 5 импортозамещающих технологий, получено 85 патентов РФ, опубликованы 15 печатных работ, 11 докладов на международных конгрессах и конференциях, организованы новые высококвалифицированные рабочие места.

Мы продолжаем финансировать **проекты клиентоцентричной трансформации** и до 2023 года направим на их реализацию порядка **6 млрд рублей.**

Не смотря на сложившуюся экономическую ситуацию, когда 2020 год отметился заметным спадом в экономике и в т.ч. в потреблении трубной продукции, наш **показатель NPS вырос на 7 пунктов до рекордных 65%, а интегральный показатель удовлетворенности до 87%.**

Создавая и поддерживая атмосферу взаимного уважения и доверия, опираясь на компетенции каждого члена команды, мы делаем дело, которым будет гордиться каждый из нас.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА:

ФАМИЛИЯ	Любимов
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Александр Владимирович
ДОЛЖНОСТЬ	Директор департамента по клиентскому опыту