



## ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №1905

**НОМИНАЦИЯ:** ЛУЧШИЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ ОНЛАЙН-ВОВЛЕЧЕННОСТИ И СОЗДАНИЯ СООБЩЕСТВ

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Северсталь
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Москва, Череповец
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	<a href="https://www.severstal.com/">https://www.severstal.com/</a>
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Сообщество клиентов и партнёров Вместе
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
Сопроводительный файл 1	<a href="#">Посмотреть загруженный файл »</a>
Сопроводительный файл 2	<a href="#">Посмотреть загруженный файл »</a>
Сопроводительный файл 3	<a href="#">Посмотреть загруженный файл »</a>
ССЫЛКА на Youtube	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

### ЭССЕ НОМИНАНТА

#### Описание организации (100 слов).

«Северсталь» — одна из самых эффективных в мире горно-металлургических компаний, создающая **новые продукты и комплексные решения из стали** вместе с клиентами и партнерами. В своей деятельности компания опирается на три стратегических приоритета.

В рамках «лидерства по снижению затрат» поставлена цель – достичь значительного преимущества по затратам в части производства основных продуктов по сравнению с конкурентами.

В рамках «новых возможностей» задача «Северстали» – получить доступ и успешно использовать передовые технологии и новые бизнес-модели, которые появляются на рынке.

В рамках «превосходного клиентского опыта» «Северсталь» намерена предложить клиентам уникальные предложения на целевых рынках. **Компания** повышает эффективность производства клиента, предлагает новые модели сотрудничества и запускает кастомизированные сервисы.

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

Последнее время на рынках наблюдаются экономическая нестабильность, ценовая волатильность и высокая конкуренция. При этом сами участники рынка, в том числе наши клиенты, отмечают «информационную перегрузку» и усталость от прямой рекламы. В такой ситуации брендам приходится искать ненавязчивые форматы коммуникации с целевыми аудиториями и фильтровать для клиентов самую полезную и актуальную информацию, предоставляя ее в удобном формате. В ответ на эту потребность родилась идея создать первое в металлургической отрасли сообщество клиентов и партнеров. Название «Вместе» мы взяли из идеи бренда «Северстали» «Достичь большего вместе».

Главная цель сообщества – повысить лояльность к бренду текущих и потенциальных клиентов и партнеров. Основными метриками по оценке полезности сообщества мы считаем NPS сообщества (готовность рекомендовать) и влияние на CSI компании (индекс удовлетворенности).

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

### **ЭТАП 1.0.**

В «Северстали» есть практика проверять успешность проекта, двигаясь итерациями. На первом этапе **мы запустили персонализированные электронные рассылки на конкретные клиентские сегменты – дайджесты**, в которые включили собственные аналитические и информационные материалы для конкретных ЦА: металлопотребителей в строительстве, машиностроении, энергетике, бытовой технике, среднем и малом бизнесе. Запуск проекта совпал с началом локдауна (весна 2020 года), который ускорил переход коммуникаций в онлайн.

Следующим шагом мы запустили медиапортал – полноценное **бренд-СМИ для клиентов и партнеров** <https://vmeste.severstal.com/>, закрывая потребность клиента иметь доступ к контенту в любое удобное время. Еженедельно начали выходить отраслевые публикации, репортажи с выставок и конференций, а также экспертные колонки визионеров и владельцев бизнеса.

**Официальный запуск сообщества** был приурочен к главной металлургической выставке страны «Металл-Экспо» в ноябре 2020 года. Посетителям выставки был представлен сайт, интегрированный в бренд-архитектуру компании.

### **ЭТАП 2.0.**

На втором этапе развития сообщества мы поставили задачу перейти от медиапортала с аналитическими и информационными материалами к сообществу для обмена экспертизой с клиентами и партнерами. **Теперь коммуникация должна была выстраиваться не только от бренда к участникам, но и от участников к бренду.** Для усиления взаимодействия с членами сообщества в 2021 году были запущены:

**обучающие вебинары** для профессионального и личного развития

**раздел «Сервисы и поддержка»**, который предусматривает инжиниринговый портал и различные клиентские сервисы (к примеру, проверку подлинности сертификатов качества). Благодаря сервисному разделу участник сообщества получил доступ к клиентским сервисам и личному кабинету на единой платформе.

**Telegram-канал «Вместе»** @vmesteseverstal для информирования и общения в режиме реального времени.

Таким образом, у сообщества «Вместе» возникла целая экосистема каналов коммуникации с участниками.

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

Над проектом регулярно работает небольшая команда из шести человек, большая часть которых занята проектом: product owner, главный редактор, редактор-верстальщик, дизайнер, менеджер по обучению и менеджер по функционированию и модернизации сайта.

Свидетельством высокого уровня вовлеченности руководителей и специалистов компании в развитие сообщества являются написание и редактирование ими авторских материалов, участие в вебинарах в качестве экспертов. Среди наиболее ярких материалов:

[Будущее определяется сегодня \(severstal.com\)](#)

[Устойчивое развитие — Северсталь Вместе \(severstal.com\)](#)

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

Стратегические приоритеты реализуются на основе уникальной корпоративной культуры компании. «Северсталь» фокусируется на актуализации компетенций наших сотрудников и повышении качества и скорости взаимодействия внутри и вне компании. Смысл стратегического приоритета «превосходный клиентский опыт» — в точном попадании наших решений и сервисов в запросы клиентов.

Для повышения уровня CX зрелости мы сосредоточились на двух направлениях: первое – это регулярное измерение «температуры» настроения клиента и поиск инсайтов для улучшений, и для этого мы охватили транзакционными опросами все ключевые точки контакта с клиентами.

Второе – это развитие open minded мышления (открытость новому, непредвзятость, адаптация к любым изменениям) и win-win стратегия во взаимодействии с внутренними и внешними клиентами.

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

### **Результаты за 2021 год**

В течение 2021 года **сайт сообщества «Вместе»** посетили более 86 тыс. пользователей (98% из которых новых). 39% оценили сайт «как очень полезный». В разделе «Сервисы и поддержка» проверкой сертификата качества воспользовались более 95 тыс. раз.

На конец 2021 года в сообществе зарегистрировалось 1323 человек, среди которых 32% составили текущие клиенты, 29% - сотрудники «Северсталь», 27% - потенциальные клиенты, 4% - конкуренты, 3% - партнеры, 5% - маркетологов и специалистов. 6% участников сообщества зарегистрировались в интернет-магазине с потенциалом монетизации.

За 2021 год в медиа-портале опубликовали 377 публикаций с охватом в 263 134 человек. От имени сообщества было разослано 12 отраслевых **дайджестов**, которые дали 25% уникальных открытий материалов и 34% переходов на сайт. 63% из всех зарегистрированных клиентов оформили подписку на отраслевой дайджест.

За прошлый год нами проведено **15 бесплатных обучающих вебинаров для клиентов и**

**партнеров**, которые привлекли **58%** подписок на вступление в сообщество. Большой популярностью пользуются вебинары на прикладные темы с разбором реальных бизнес-кейсов, например, по практикам организационной эффективности, эффективным закупкам или методам внедрения цифровых продуктов. Более 37% клиентов повторно зарегистрировались и посетили вебинары.

На конец 2021 года **Telegram-канал** насчитывал около 1300 подписчиков. ERR (индекс вовлеченности на охват) составил 107%.

Вырос уровень цитируемости материалов сообщества со стороны металлургических, строительных, машиностроительных и даже энергетических СМИ. В среднем 2-3 раза в месяц в отраслевых СМИ выходят материалы со ссылкой на [vmeste.severstal.com](https://vmeste.severstal.com), индекс цитируемости Telegram-канала «Вместе» 9,07. По нашим подсчетам, сообщество «Вместе» экономит компании порядка 6 млн рублей в год.

**Основным показателем успешности сообщества мы считаем NPS 9.45 из 10. Показатель рассчитан исходя из опросов зарегистрированных пользователей по итогам года.**

Положительная динамика наблюдается и по основному CX показателю «Северстали» за 11 месяцев 2021 года по отношению к аналогичному периоду 2020 года:

**CSI** Доля положительных оценок +1,6 п.п. 87% против 86%.

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

Инновационностью в данном случае является выстроенная экосистема каналов сообщества «Вместе». Это первый опыт комьюнити на металлургическом рынке. Среди ярких запусков новых форматов хотелось отметить **видеостудию с трансляцией прямых эфиров** на сайт и в аккаунты компании в социальных сетях.

Формат студии был впервые реализован в ноябре 2021 года: на полях выставки «Металл-Экспо» мы провели прямую трансляцию более 20 видеоэфиров с внешними и внутренними экспертами. Всю эфирную сетку можно посмотреть здесь

<https://vmeste.severstal.com/announcements/severstal-v-efire-s-metall-ekspo-2021/> Эфиры собрали порядка 2 200 просмотров в онлайн и 15 000 просмотров на сайте и в социальных сетях.

### **ЭТАП 3.0.**

В этом году мы сфокусируемся на развитии интерактивных форматов и большем вовлечении участников во взаимодействии друг с другом. Сейчас наша задача – усилить горизонтальные связи между членами сообщества. В планах – панельные дискуссии и экспертные круглые столы, а также закрытые культурные и семейные мероприятия.

Комьюнити уже отмечено маркетинговым сообществом. Проект «Вместе» одержал победу в категории «Digital-медиа & инструменты» и получил диплом в номинации Web-Media, а также победил в категории «Digital-проекты и стратегии» в номинации Content marketing премии Digital Communications Awards 2021.

---

## **ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА:**

<b>ФАМИЛИЯ</b>	Кондратьева
----------------	-------------

**Высокое Одобрение Жюри в номинации ЛУЧШИЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ ОНЛАЙН-ВОВЛЕЧЕННОСТИ И СОЗДАНИЯ  
СООБЩЕСТВ**

<b>ИМЯ ОТЧЕСТВО</b>	Татьяна Сергеевна
<b>ДОЛЖНОСТЬ</b>	Начальник Управления продвижения продукции