



ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №3104

НОМИНАЦИЯ: Более 1000 сотрудников

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	AKKERMANN cement
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Москва
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	https://www.akkermann.ru
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Как B2B-портал помог перевести 96% оптовых покупателей в онлайн
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
Сопроводительный файл 1	Посмотреть загруженный файл »
Сопроводительный файл 2	Посмотреть загруженный файл »
Сопроводительный файл 3	Посмотреть загруженный файл »
ССЫЛКА на Youtube	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

ЭССЕ НОМИНАНТА

Описание организации (100 слов).

AKKERMANN cement — один из крупнейших производителей цемента в России, который объединяет в себе несколько направлений бизнеса: 2 цементных завода, производство металоосодержащей продукции, шлакового и известнякового щебня, а также известняковой муки и минерального порошка.

Клиентоориентированность — одна из ключевых составляющих стратегии компании помимо производства продукта высокого качества. Мы видим себя не только производителем и поставщиком, но и помогаем клиентам повысить эффективность бизнеса, сделать хороший конечный продукт. А для этого стремимся как можно лучше знать бизнес наших клиентов, чтобы понимать их потребности.

Цель проекта (не более 1800 знаков с пробелами)

Впервые потребность автоматизировать и повысить эффективность бизнес-процессов, связанных с order collection — приемом и обработкой заказа — возникла в 2018 году. Тогда менеджеры обычно принимали заказы через набор не связанных друг с другом каналов: почту, таблицы и мессенджеры. А клиенты, приобретающие цемент на крупные суммы — фиксировали детали сделок на бумаге. Менеджеры были загружены рутинной операционкой, часть заявок от потенциальных клиентов могла теряться, был высок человеческий фактор.

Стало понятно, что необходимо цифровизировать процесс оптовых продаж, и оптимальнее всего для задачи подходил B2B-портал. Запуск первой версии портала доказал его востребованность среди клиентов. Удалось также накопить большой опыт работы с порталом и понять, как его оптимизировать. Поэтому в декабре 2022 года приняли решение провести полный редизайн портала и расширить его функциональность. В результате теперь клиенты оформляют через портал 96% заказов.

БИЗНЕС-ЗАДАЧИ:

1. Автоматизировать, повысить эффективность и прозрачность таких процессов, как выбор товара, оформление, доставка и отгрузка заказа, администрирование пользователей и клиентов, проверка взаиморасчетов и финансовой информации.
2. Снизить объем рутинных задач сотрудников и перевести их фокус на проактивное взаимодействие с клиентами;
3. Увеличить лояльность и LTV клиентов и, как следствие, объем продаж за счет упрощения и сокращения пути пользователя к покупке.
4. Управлять коммуникациями с клиентами по всей стране в рамках единого окна.
5. Адаптировать личный кабинет под мобильные устройства и предоставить клиентам возможность работать с порталом со смартфонов на объектах.

Суть проекта (не более 3600 знаков с пробелами)

Путь клиента к оптовой покупке цемента длинный и ветвистый: от подписания договора до получения заказа его формируют налоговое и региональное законодательство, финансовое состояние клиента, загруженность отдельного сотрудника и даже сезонность. Мы внедрили B2B-портал, уникальная функциональность которого полностью отрабатывает комплексный CJM покупателя цемента.

Рассмотрим наиболее важные решения

1. Процесс оформления заявки.

- **Реализовали функцию покупки товара по спецификации.** Именно с учетом данных (тип, количество товара, способ и адрес доставки, склад отгрузки и тд) формируется персонализированный каталог на портале. Клиент увидит в выдаче только ту продукцию и цены, которые предварительно согласовал. Это позволяет не теряться в огромном объеме товара, который все равно не доступен клиенту, и таким образом упрощает его путь к покупке. При этом заказ повторить нажатием одной кнопки, чтобы сэкономить время на оформлении — важная функция для сложных и регулярных заказов. См стр 2,5 в «Интерфейс B2B-портала»
- **Продажа товара «навалом».** Каждая машина, которая доставляет 1 тип сыпучей продукции, становится отдельным заказом со своей грузоподъемностью. Портал помогает пользователю наполнять машину согласно допустимой грузоподъемности автомобиля.
- **Оформление сборного груза.** Если пользователь кладет в корзину несколько позиций,

которые соответствуют условиям сборного груза в рамках одной машины, то они объединяются в один заказ. Для этого портал проводит множество проверок по параметрам клиентского профиля — см. Схему проверки сборного груза.

- **Привязка менеджера по продажам к конкретным клиентам.** При назначении менеджера к клиенту учитывается регион, экспертиза менеджера (например, работает именно с цементом, а не со щебнем), а также история коммуникации.

2. Доставка и отгрузка товара.

- **Отслеживание железнодорожной доставки.** Настроили синхронизацию с отчетами РЖД: теперь клиенты видят геолокацию вагонов, количество дней простоя, дату доставки. Это позволяет в реальном времени понимать, где находится товар и точнее планировать собственные процессы.
- **Отслеживание автомобильной доставки.** В партнерстве с сервисом [«Мовизор»](#) реализовали функцию онлайн-отслеживания автомобилей собственного автопарка и перевозчиков от загрузки на заводе до прибытия к клиенту.
- **Проверка на грузоподъемность.** В каждом регионе есть ограничение нагрузки на ось грузовых автомобилей и правила, связанные с сезонной проходимостью дорог. Портал помогает пользователю учесть ограничения, позволяя избежать штрафов за перегруз транспортных средств.
- **Распределение доставки по дням в рамках 1 заказа.** Клиент может выбрать, сколько продукции ему необходимо и в какой день. Это полезно, когда весь объем товара не нужен сразу или его негде хранить.

3. Финансовый «дашборд». Каждый контрагент видит состояние взаиморасчетов, размеры задолженности и планируемый график их погашения. Портал за 3 дня сообщит клиенту о приближении сроков погашения, из которого пользователь сможет сразу запросить счет на оплату. Если задолженность не будет закрыта, то портал ограничит оформление нового заказа. См стр 4 в «Интерфейс B2B-портала»

4. Плановые заявки. Это важная функция и для производства, и для покупателей, которая позволяет заранее сообщить на завод, сколько потребуется произвести продукции и к какому сроку и получить ее, а заводам — не производить больше того, сколько клиенты смогут купить. См. стр.6 в «Интерфейс B2B-портала»

5. Разработали адаптивный дизайн для мобильных устройств. Часто менеджеры работают «в полях» и заказывают цемент прямо со строек. Теперь делать это им стало удобнее.

Вовлеченность сотрудников (не более 1800 знаков с пробелами)

Это один из наиболее приоритетных проектов для команды AKKERMANN cement. В нем участвуют все ключевые подразделения компании: логистики, клиентского сервиса, продаж, аналитики, ИТ. Изначально идею подал председатель совета директоров компании, которая затем была активно подхвачена командой.

И не случайно. Это связано с тем, что цементная индустрия сама по себе достаточно развитая, и практически невозможно создать с нуля инновационные технологии или рецептуру. Большинство цементных брендов на рынке производят одинаково качественный продукт. Поэтому, чтобы завоевать покупателя, необходимо предоставлять первоклассный клиентский сервис. AKKERMANN cement — это бренд премиального уровня, поскольку, помимо производства продукции высокого качества, мы фокусируемся именно на понимании потребностей своих клиентов и полном

соответствии их требованиям.

Например, в штате компании работает «Группа технической поддержки продаж», эксперты которой помогают подбирать оптимальные рецептуры бетонных и растворных смесей для разных групп потребителей — производителей товарного бетона, ЖБИ, сухих смесей, строителей инфраструктурного сектора, жилых зданий и коммерческих помещений. Так, помимо облегчения процесса покупки с помощью портала, мы также делаем все, чтобы клиенты выиграли в себестоимости конечного продукта за счет улучшения рецептур.

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

Клиенты позитивно отнеслись к изменениям: они ценят портал за комфорт и скорость. При этом всегда есть доля пользователей, которые нелегко привыкают к новшествам. Мы внимательно подошли к адаптации таких покупателей. Сначала собрали и проанализировали их вопросы в поддержку. Стало понятно, что большинство запросов — однотипные. Это позволило объединить их в смысловые группы. Далее собрали раздел FAQ, в котором на каждую группу проблем создали текстовые и видео-ответы. В результате решенные адресно запросы клиентовкратно уменьшились.

Приведем пример обратной связи от клиента по части функций портала. Про возможность отслеживать точную локацию вагонов с товаром:

ООО «КАМА ЦЕМЕНТ», Сазонов Никита Алексеевич, Генеральный директор:

«Благодаря новой функции отслеживания геопозиции вагонов мы можем сами контролировать доставку в удобное для нас время, получая при этом максимально точную информацию за пару минут и не дергая менеджера. В то время, как раньше одним из наиболее частых наших вопросов сотрудникам был — “Подскажите, на каком этапе доставки находится груз?”. Это очень удобно и позволяет нам самим эффективнее планировать собственные этапы работы».

Про планирование закупок:

ООО «МК ТАРА», Каюмов Марат Ильсурович, Директор:

«Мы работаем с AKKERMANN cement уже три года и по достоинству оценили изменения. Особенно ценим возможность заранее оставить в системе заявку на количество товара, которое планируем закупить в следующем месяце. Теперь можем отключиться от мыслей о том, что появление товара нужно отслеживать как-то специально, и тем более о том, что может остановиться наша собственная работа».

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

Мы подключали клиентов к кабинету постепенно, по регионам. На конец 2022 года доля товаров, заказанная через ЛКК от всего объема, составила 30%. За 2023 год мы подключили все регионы и объем всех сделок, совершаемых на портале, **составил 96%**.

При этом некоторые регионы перешли на него полностью: клиенты из Татарстана **оформляют 100% заказов в личном кабинете**.

В среднем, на портале совершаются около 500 заказов в день. Конверсия в покупку с мобильных

устройств **доходит до 30%.**

Реализованы уникальные для отрасли функции онлайн-отслеживания местоположения груза для авто-и ЖД транспорта: с ее помощью клиенты и менеджеры получают информацию о дислокации вагонов в 60 раз быстрее — **за 2 минуты вместо 2 часов.**

Важен и индекс NPS, который включает в себя в том числе и обработку мнений по использованию портала: в 2021 году показатель **составлял 84%, а на конец 2022 — 96%.**

Путь клиента к покупке оцифрован еще не полностью — оформление спецификаций и проведение оплаты пока что находится за рамками текущих функций. Однако портал позволил автоматизировать значительный пласт рутинных процессов на большом потоке заявок, ускорить и упростить путь к покупке.

Инновации и креативность (не более 1800 знаков с пробелами)

Мы стремимся задавать планку в индустрии, которую принято считать очень традиционной, неповоротливой. Наша клиентоориентированность относится не только к внедрению цифровых сервисов для повышения качества услуг, но и к улучшения качества самой продукции, стандартов отрасли, внедрения новых сервисов. Можем с уверенностью сказать, что в компании развита культура инноваций: ни одна высказанная идея не пропадает даром. Мы всегда в поиске способов развития.

Еще один пример этому — другое ПО, который мы развиваем: «**AKKERMANN бетон**». Решение адаптировано под нужды российских производителей, товарного и сборного железобетона, газобетона, сухих строительных смесей и с помощью применения передовые аналитические инструменты позволяет создать оптимальные смеси для каждого клиента.

Более того, решение позволяет проводить технические онлайн-консультации и создавать комфортную среду для обмена опытом в бетонной отрасли. Консультирование для оптимизации рецептур бетона позволяет тем компаниям, которые воспользовались данной услугой, сэкономить до 15 % затрат на ее производство. При этом, клиенты компании могут пользоваться продуктом и запрашивать поддержку бесплатно. Наконец, программа помогает полностью отказаться от бумажного документооборота и цифровизировать консалтинг.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА:

ФАМИЛИЯ	Бочарова
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Оксана Владимировна
ДОЛЖНОСТЬ	Директор по продажам и логистике