



ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №3877

НОМИНАЦИЯ: ЛУЧШАЯ ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Северсталь Дистрибуция
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Москва
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	https://market.severstal.com/ru/ru/plus
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Стали выгоднее: обновленная программа лояльности Plus
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
Сопроводительный файл 1	Посмотреть загруженный файл »
Сопроводительный файл 2	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ
Сопроводительный файл 3	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ
Ссылка на видео-ролик	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

ЭССЕ НОМИНАНТА

Описание организации (100 слов).

«Северсталь Дистрибуция» - одна из крупнейших дистрибуционных компаний по продаже металлопроката в России. Более 30 лет компания является надежным партнером для клиентов малого и среднего бизнеса, реализуя комплексную программу по продаже металлопроката.

Ключевыми приоритетами являются постоянное обеспечение качественной продукции от производителя, развитие складской сети, цифровых сервисов и услуг. Компания одной из первых в металлургической отрасли запустила интернет-магазин «Северсталь Маркет». Клиенты в пару кликов могут оформить заказ, воспользоваться отсрочкой платежа, выбрать удобный формат доставки и воспользоваться выгодами обновленной программы лояльности Plus. При каждом заказе участники могут воспользоваться скидкой, а также повышать ее уровень, в зависимости от объема покупок.

Цель проекта (не более 1800 знаков с пробелами)

На протяжении трех десятилетий дистрибуционная сеть «Северстали» активно развивалась, стараясь постоянно превосходить ожидания клиентов.

Наша миссия состоит в постоянном повышении эффективности бизнеса наших клиентов, за счет высокого качества сервиса, услуг и предоставления превосходного клиентского опыта. Это стало возможным благодаря тому, что мы постоянно находимся в контакте с клиентами: тщательно изучаем их потребности по итогам ежемесячных опросов, оперативно реагируем на их нужды и совершенствуем свои процессы.

Одним из запросов клиентов после проведения глубинных интервью была возможность покупки металлопроката из наличия в любое удобное время с ближайшего склада, а также возможность получать скидку при постоянных онлайн покупках. В рамках развития e-com направления, мы сформировали удобный, понятный и прозрачный процесс покупки металлопроката онлайн. Открыв первый в металлургии интернет- магазин «Северсталь Маркет» мы предоставили возможность заказа металла в удобный момент по клику. Наши клиенты могут оформить заказ за 5 мин, заключив онлайн- договор, выбрать необходимую продукцию из широкого ассортимента и при этом получить высокий уровень сервиса на всем процессе оформления заказа.

После проведения фокус группы и глубинных интервью с клиентами интернет- магазина следующей потребностью стало обновление программы лояльности Plus. Основной задачей стало формирование программы привилегий, которая позволила применять выгоду при каждом заказе и увеличивать ее при постоянных заказах. Мы провели анализ лучших российских и международных практик, проанализировали и актуализировали CJM клиента, провели опросы среди внутренних клиентов и сформировали матрицу потребностей, на основе которой разработали обновление программы лояльности Plus.

Суть проекта (не более 3600 знаков с пробелами)

Программа лояльности Plus – это программа привилегий, направленная на повышение лояльности клиентов при онлайн- покупках в интернет- магазине «Северсталь Маркет».

Ранее программа представляла собой бонусную программу, в рамках которой клиенты копили бонусы с покупок коммерческого сортамента и обменивали бонусы на различные привилегии. Бонусы накапливались с каждой покупке и засчитывались, как 1 бонус = 300 рублей в чеке. Бонусами можно было оплачивать доставку, покупать поддоны и получать скидку на переработку на аукционах металлопроката. Но данных привилегий было недостаточно клиентам, они не следили за бонусной системой и сокращали объем своих покупок онлайн.

По итогам опросов и брейншторма проектной группы, мы разработали обновление программы лояльности Plus. Основная идея заключается в предоставлении индивидуальных скидок на металлопрокат в зависимости от объема покупок, что отражается в уровнях участников программы: Bronze, Silver, Gold или Platinum. Скидка варьируется от 300 до 1200 рублей на тонну и рассчитывается исходя из общего объема закупок за последние три месяца в интернет- магазине.

Для повышения уровня вовлеченности, новым клиентам автоматически предоставляется уровень Silver сразу при первом заказе, что дает им возможность воспользоваться преимуществами программы уже с самого начала сотрудничества.

Обновленная программа лояльности Plus значительно упрощает процесс взаимодействия с клиентами: участники могут отслеживать свой уровень привилегий и актуальные скидки

непосредственно в личном кабинете и на каждом этапе заказа, а также видеть индивидуальные предложения в каталоге товаров. Программа доступна круглосуточно, что позволяет клиентам совершать покупки в удобное время без необходимости обращения к менеджеру.

Для повышения удобства пользователей были автоматизированы все расчеты как для внешних, так и для внутренних клиентов. Внедрение модуля в CRM-систему позволило интегрировать данные о статусе участников и обеспечить прозрачное управление скидками. Регистрация новых клиентов была оптимизирована, сократив время верификации всего до одного часа.

Вовлеченность сотрудников (не более 1800 знаков с пробелами)

Обновление программы лояльности Plus было важным этапом не только для клиентов, но и для внутренних заказчиков. В рамках реализации проекта были использованы исключительно внутренние ресурсы компании, что позволило не только увеличить вовлеченность коллег в проект, но и подойти с особой внимательностью к персональным данным клиентам, которые хранятся во внутренней системе и не имеют доступ во вне.

Для реализации проекта была сформирована кросс-функциональная команда, включающая команды разработки, информационных технологий, технической поддержки, проектного офиса, аналитики, маркетинга, продаж, налогового и юридического отдела. Над проектом работало более 35 человек. Весь цикл от анализа до внедрения занял всего 4 месяца, что демонстрирует высокую эффективность работы команды. Была сформирована проектная система для планомерного запуска программы лояльности: от разработки обновленного позиционирования, ИТ инфраструктуры и сайта, до обучения внутреннего персонала о новых привилегиях программы и качественной коммуникации с клиентами, как в информационном поле, так и при персонализированном формате.

Сегодня мы сопровождаем клиента на каждом этапе взаимодействия: от регистрации, когда сотрудник контактного центра поздравляет и информирует об условиях, до оформления заказа, когда менеджер оказывает поддержку и консультацию, рассказывая о выгодах. После выполнения заказа клиент получает скидки на следующие покупки, что позволяет ему оставаться в цикле нашего взаимодействия (по статистике, 69% наших клиентов совершают покупки в течение 9 из 12 месяцев.)

Рекордное количество новых участники ПЛ, увеличенный средний чек заказа, частота покупок в «Северсталь Маркет» и положительная обратная связи демонстрируют эффективность нашей совместной работы.

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

Программа лояльности Plus создана на основе потребностей и пожеланий наших клиентов. Клиентоориентированный подход пронизывает всю нашу деятельность, включая внутренние процессы.

После внедрения автоматизации процессов в программе лояльности Plus мы смогли сократить

трудовые затраты сотрудников по продажам более, чем на 5 дней, тем самым повысить потенциал работы коллектива на 15%. Менеджеры по продажам и контакт-центра отмечают понятность нового функционала и цифровизацию процессов обработки регистрации новых участников. По результатам независимого исследования среди конкурентов на рынке металлопроката, скорость обработки заказов увеличилась, что помогло повысить уровень удовлетворенности клиентов на несколько процентных пунктов.

Актуализировав CJM клиента, мы интегрировали новые каналы информирования и привлечения клиентов, что позволило привлечь более 30 новых участников, увеличить в 2 раза уровень вовлеченности и рост знания о программе.

Основной вклад в обновление программы внесли наши клиенты, чье мнение и предложения помогли нам достичь высоких результатов. Наши топ-клиенты активно продолжают делиться обратной связью по программе лояльности Plus, что повлияло на рост активных участников программы в 2 раза.

Наша цель — обеспечить взаимовыгодное сотрудничество с клиентами и предоставить для них лучший клиентский опыт.

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

Программа лояльности Plus от «Северсталь Дистрибуция» продемонстрировала значительные результаты, подтверждая эффективность стратегии компании по взаимодействию с клиентами.

Уровень вовлеченности участников

- Количество новых участников программы увеличилось на 175% по сравнению с 2022- 2023 гг.
- Среднее количество заказов увеличилось на 76%
- Средний чек вырос на 23%, что означает увеличение объема онлайн-покупок среди клиентов интернет-магазина

Операционная эффективность

- Среднее время регистрации клиента сократилось в 12,5 раз (до 1 часа 48 минут)
- Введение авторегистрации позволило сократить трудовые затраты сотрудников более, чем на 136 часов
- Сократили сокращение трудовые затрат сотрудников КЦ и менеджеров продаж на 15% благодаря оптимизации процессов.
- Уровень участия: 74% клиентов держатся на уровне Platinum, что указывает на высокую лояльность и удовлетворенность клиентов.

Инновации и креативность (не более 1800 знаков с пробелами)

«Северсталь Дистрибуция» первая среди конкурентов установила новые стандарты в секторе B2B, запустив полнофункциональный интернет-магазин «Северсталь Маркет» и сформировала выгодную программу привилегий для клиентов.

Прогресс-бар в личном кабинете для отслеживания статуса заказов, персонализированные цены для участников программы, автоматическая регистрация новых участников, мгновенное применение привилегий даже при изменении заказа и полная интеграция с CRM-системой для эффективного управления статусами клиентов – все эти инновационные решения позволяют быть

самой выгодной программой лояльности в металлургии.

Слоган «Стали выгоднее» отражает стремление взаимовыгодного партнерства компании с клиентами и игра слов придает отсылку к стальному производству. Благодаря новой рекламной кампании количество уникальных посетителей сайта выросла в 2,5 раза, глубина просмотра страницы увеличилась в 1,5 раза, а процент отказов сократился вдвое.

Внедряя инновационные решения, мы не только повышаем эффективность своей работы, но и создаем уникальную экосистему для своих клиентов, обеспечивая им непревзойденный уровень сервиса и поддержки.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА:

ФАМИЛИЯ	Викленко
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Дарья
ДОЛЖНОСТЬ	Руководитель проектов развития клиентского сервиса