

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ

ЕВРАЗ прилагает все усилия для укрепления отношений со своими клиентами. В Группе действует специальная программа клиентоориентированности. Она включает в себя различные инициативы, направленные на постоянное повышение качества взаимодействия с клиентами. Эти инициативы регулярно обсуждаются с вице-президентом по продажам и логистике и клиентами.

В 2020 году ЕВРАЗ также запустил интернет-магазин в качестве дополнительного канала продаж. В отчетном периоде Группа активно работала над развитием этого направления и добилась успешных результатов.

Для достижения своей стратегической цели — оставаться ведущим производителем стали для инфраструктурных

проектов — в 2021 году ЕВРАЗ поставил перед собой задачу дальнейшего повышения качества обслуживания клиентов и разработки новой продукции. Группа интенсивно занималась реализацией проектов разработки, направленных на диверсификацию портфеля продуктов. Благодаря программе клиентоориентированности, EBITDA достигла 255 млн долл. США в 2021 году.

КЛЮЧЕВЫЕ ИНИЦИАТИВЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ В 2021 ГОДУ

В отчетном году ЕВРАЗ реализовал ряд инициатив по улучшению взаимодействия с потребителями.

- Для удовлетворения рыночного спроса на балки:
 - Продолжили обслуживание клиентов в открытом в Ногинске сервисном металлоцентре, в том числе небольших производителей металлоизделий, не имеющих собственной автоматизированной линии с ЧПУ, и крупных заводов, которым требуется увеличение объема производства без вложения средств в приобретение дорогостоящего оборудования.
 - Обеспечили полную загрузку хаба, открытого в Нижнем Тагиле, для увеличения количества балок в наличии.
- Продлили долгосрочные соглашения с потребителями в России и Европе.
- Для повышения клиентоориентированности наших услуг:
 - ЕВРАЗ запустил свой интернет-магазин EVRAZ Webshop — платформу электронной коммерции для всех категорий клиентов. Объем онлайн-продаж составил 142% от целевых показателей.
 - Обновили сервис «ЕВРАЗ Маркет» для увеличения продаж на мелкооптовом рынке, повышения качества поддержки всех типов клиентов и развития цифровых сервисов и инструментов.
- Ввели в структуру Группы отдел по работе с претензиями, представили стандартизированные процессы работы с обращениями клиентов.
- Для укрепления личных взаимоотношений с нашими потребителями мы инициировали ряд мероприятий:
 - Организовали онлайн-конференцию для конечных потребителей металлопродукции.
 - Провели Четвертую железнодорожную конференцию по теме «Перспективные направления развития железнодорожной отрасли. Технологии производства и эксплуатации» с участием представителей РЖД, ЕВРАЗ ЗСМК, ЕВРАЗ НТМК и научно-исследовательских институтов.

СБОР ОБРАТНОЙ СВЯЗИ

В целях постоянного совершенствования обслуживания клиентов и повышения эффективности механизмов взаимодействия с внутренними и внешними заинтересованными сторонами Группа регулярно собирает обратную связь. Мы используем полученные результаты для понимания и удовлетворения потребностей и ожиданий заинтересованных сторон Группы. Формы сбора обратной связи можно разделить на три фокус-группы: ежегодный опрос внешних заинтересованных сторон по теме репутации (репутационный аудит), опросы о степени удовлетворенности клиентов, опросы о степени вовлеченности сотрудников. По результатам обратной связи ЕВРАЗ организует соответствующие мероприятия и проекты.

Более подробную информацию см. в разделе «Наши сотрудники»,  стр. 58.

Репутационный аудит

Чтобы гарантировать неизменно высокую результативность, Группа проходит внешний аудит, который проводится третьей стороной и позволяет получить подробную обратную связь о деятельности Группы от ключевых заинтересованных сторон, включая органы государственной власти, клиентов, отраслевые объединения и др. Аудит помогает Группе лучше понять свою позицию на рынке, выявить области, требующие улучшения, и актуализировать корректирующие действия.

Опросы об удовлетворенности клиентов

Для сбора важной информации об удовлетворенности клиентов ЕВРАЗ проводит ежегодную внешнюю оценку. Эта информация помогает выявить наиболее значимые области для улучшения, подготовить корректирующие действия и повысить качество обслуживания клиентов. По результатам опросов Группа определяет ключевые факторы, влияющие на степень удовлетворенности и лояльности клиентов. Компания применяет ряд методов исследования для глубокого изучения различных вопросов. В отчетном периоде ЕВРАЗ запустил специализированный проект по оценке удовлетворенности от сделок. Благодаря этому Компания получает актуальную информацию об уровне удовлетворенности клиентов после каждой покупки.



КРИТЕРИИ ВНЕШНЕЙ ОЦЕНКИ

**Успешное развитие
бизнеса****Финансовая
эффективность****Эффективность
управления****Качество
продукции
и услуг****Прозрачность
информации****Кадровые
возможности****Этичное деловое
поведение****Привлекательность
работодателя****Социальная
ответственность**

Наш подход к сбору обратной связи охватывает три направления:

- ежегодный опрос внешних заинтересованных сторон по теме репутации (репутационный аудит);
- опросы об удовлетворенности клиентов;
- опросы о степени вовлеченности сотрудников.

Опросы об удовлетворенности клиентов помогают Группе получить важную информацию, которая затем может использоваться для улучшения качества обслуживания клиентов и выявления ключевых факторов, влияющих на удовлетворенность и лояльность. В опросе используется ряд методов исследования, позволяющих получить глубокое понимание различных вопросов.

В ходе исследования эксперты анализируют механизмы обслуживания клиентов и проводят углубленные интервью с клиентами.

По результатам опросов клиентов, проведенных в 2021 году, наблюдалась положительная динамика уровня удовлетворенности клиентов (как и в 2020 году).



ПРИМЕР

УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ КЛИЕНТОВ: СОТРУДНИКИ РЖД, СОТРУДНИЧАЮЩИЕ С ЕВРАЗОМ

Опрошенные сотрудники ОАО «РЖД» подтвердили, что их компания в высшей степени удовлетворена работой ЕВРАЗа: «По сравнению с конкурентами ЕВРАЗ является лучшим по клиентоориентированности». Сотрудники ОАО «РЖД» выделили ключевые сильные стороны, определяющие качество организации бизнес-процессов в ЕВРАЗе (средний балл по всем категориям 9,5 из 10):

- качественная маркировка продукции по ГОСТу;
- устойчивый и постоянно дополняемый ассортимент продукции;
- вся продукция имеет необходимые сертификаты;
- высококачественная упаковка;
- условия оплаты более гибкие, чем у конкурентов.

РЖД выделили цифровую маркировку в качестве основного направления для развития.

