

Конференция

Ключи к ключевому рынку



Стратегия ММК позволяет справиться с глобальными вызовами

Несмотря на сокращение металлопотребления, вызванное пандемией, Магнитогорский металлургический комбинат укрепляет работу по укреплению своих позиций на рынке и повышению удовлетворенности потребителей.

Об этом рассказал начальник управления маркетинга ПАО «ММК» Денис Черненко, выступая в Москве на 23-й Международной конференции «Российский рынок металлов». В докладе, посвященном вызовам 2020 года для российской металлургии, Денис Черненко рассказал о стратегии работы ММК в период глобальных изменений. По словам представителя ММК, пандемия и негативные экономические факторы привели к сокращению металлопотребления в России в текущем году. За девять месяцев 2020 года снижение объемов потребления составило 5,5 процента к аналогичному показателю прошлого года. Общий уровень металлопотребления в России может достичь докризисных показателей не раньше середины следующего года. При этом поддержку основным металлопотребляющим отраслям окажут предпринятые государством меры, в числе которых реализация нацпроектов, а также программы поддержки ипотечного кредитования и госстимулирования автомобилестроения, сельхозмашиностроения и других отраслей. Наиболее высокие темпы восстановления может продемонстрировать отрасль автомобилестроения, но основными драйверами в металлопотреблении традиционно будут являться строительство и трубная отрасль.

Несмотря на все сложности, с которыми столкнулся рынок в текущем году, ММК продолжает работу по укреплению своих позиций на рынке и повышению удовлетворенности потребителей. ММК занимает ключевую долю в поставках во все основные отрасли металл-потребления. По итогам работы за 2019 год ММК является стратегическим поставщиком в таких секторах потребления, как автопром, трубная отрасль и вагоностроение. Традиционно для Группы ММК ключевое направление продаж – внутренний рынок, на котором компания занимает долю, равную 20 процентам. Около 70 процентов реализуемой продукции приходится на «домашние регионы» (Урал, Сибирь, Поволжье).

Для поддержания высокого уровня загрузки производственных мощностей и значимой доли присутствия во всех металлопотребляющих отраслях на фоне профицита предложения и сложной рыночной конъюнктуры Группа ММК выбрала для себя стратегию развития премиальных нишевых продуктов. Новые возможности для реализации этой стратегии открывает, в частности, завершение в июле нынешнего года коренной реконструкции стана «2500» горячей прокатки ПАО «ММК». Ввод в работу обновленного стана позволит повысить качество продукции и существенно расширить марочный сортамент.

ММК продолжает успешно развивать программу освоения производства и продвижения высокопрочных и износостойких сталей, а также изделий из них, выпускаемых под брендом MAGSTRONG. Данная продуктовая ниша сохраняет большой потенциал для дальнейшего



Денис Черненко

роста. Увеличение продаж будет происходить как за счёт импортозамещения, так и благодаря возможностям по расширению сфер применения продукции.

Одновременно ММК развивает предложение сопровождающих продуктов. Освоена технология производства катанки диаметром 5,5 мм из стали марки S2Ni2, S3TiV для обеспечения «ММК-МЕТИЗ» подкатом для изготовления импортозамещающих сварочных проволок под брендом MagWire, предназначенных для сварки высокопрочных сталей.

Еще один востребованный премиальный нишевый продукт – окрашенный прокат нового поколения, производимый под брендом SteelArt на площадке ООО «ММК-Лысьвенский металлургический завод» (аналог широко известного бренда PrinTech). Кроме того, в сегменте проката с покрытием ММК развивает ещё два нишевых направления – прокат с глубокоматовым сморщенным покрытием и прокат с двусторонним покрытием эмали лицевой стороны.

Одна из задач для ПАО «ММК» в области реализации продукции – доведение её до конечных потребителей, с которыми производитель по разным причинам (малотоннажные заказы, невозможность кредитования) не имеет прямых договоров. Эти задачи выполняет Торговый дом ММК, имеющий развитую складскую сеть и способствующий продвижению продукции комбината до малого бизнеса, укреплению позиций в сегменте конечных потребителей, а также освоению рыночных ниш, например, сегмента высокопрочного и износостойкого проката. В 2019 году ТД ММК признан лидером в импортозамещении в рамках премии «Лидер конкурентных продаж – 2019». Кроме того, ТД ММК не раз становился лауреатом национальной премии в области импортозамещения «Приоритет».

Другой ключевой элемент повышения конкурентоспособности для ММК – развитие клиентоориентированности. В этом направлении в настоящий момент ММК разрабатывает современный и удобный маркетплейс для продаж продукции Группы и партнёров на рынке РФ. Также в рамках цифровизации компании разрабатываются и внедряются различные цифровые клиентские сервисы, в частности, мобильное приложение «Клиент ММК». Его главное предназначение – информирование

клиентов в режиме онлайн об исполнении договора о поставке продукции ПАО «ММК». Клиент имеет возможность в любой момент получить информацию по размещённым и отгруженным заказам, актуальные данные по балансам взаиморасчётов, узнать, на каком этапе находится заказ с помощью данных системы календарного планирования, получить информацию об отгрузке в разрезе сертификатов и отправленных вагонов, а также выставленные счёт-фактуры и графики оплаты, отправить претензии и отследить их состояние.

Кроме того, ММК практикует систему электронного обмена данными с клиентами – EDI. Ещё одним направлением развития является создание современной системы «Управление взаимоотношениями с клиентами, (CRM).

Внедрение и развитие мобильных приложений – не единственное направление совершенствования производственно-сбытовой деятельности в рамках реализации программы «Продажи. Точно в срок». Ключевым элементом данной стратегии стала разработка Автоматизированной системы оперативного календарного планирования (АС ОКПП). Благодаря внедрению АС ОКПП стали возможны расчёт даты отгрузки в момент приёма заказов с точностью, устраивающей обе стороны процесса; формирование графика производства и отгрузки заказа как для клиента, так и для производственного персонала; создание портала клиента, где он может видеть всю интересующую его информацию, а также отслеживать продвижение своего заказа по переделам комбината в режиме онлайн.

23-я Международная конференция «Российский рынок металлов» состоялась 9 ноября в рамках традиционной осенней недели металлов в Москве. В этом году в связи с неблагоприятной эпидемиологической ситуацией конференция проходила в двух форматах: очно (офлайн) и онлайн. Участники мероприятия – топ-менеджеры и руководители служб российских и зарубежных металлургических и металлоторговых компаний, ведущие эксперты рынка, представители аналитических и информационных агентств, компаний-переработчиков и потребителей металлопроката.

Управление информации

Обратная связь

Сервис для медработников

Как сообщает нашей редакции пресс-служба Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (Минцифры России), на едином портале государственных и муниципальных услуг совместно с Минздравом России запущен новый сервис, позволяющий учитывать все предложения и замечания медицинских работников по оказанию медпомощи пациентам с COVID-19.

«Новый сервис станет инструментом оперативной помощи медикам, ежедневно находящимся в «красной» зоне. При разработке и запуске новых услуг на портале оперативно реагируем на потребности извне, учитывая запросы граждан в этот сложный для всех период. Именно поэтому продолжаем выводить на портал сервисы, которые делают общение государства и граждан оперативнее, сокращая количество инстанций для рассмотрения обращений», – сообщил замглавы Минцифры России Олег Качанов.

Через специальную форму на госуслугах медицинские работники смогут направить свои предложения по организации медпомощи пациентам с коронавирусом, а также замечания по отсутствию или дефициту лекарственных препаратов, средств индивидуальной защиты, недостаточной оснащённости больниц койками, порядку организации вакцинации медперсонала.

Информация в электронном виде будет сразу направлена руководителю органа управления здравоохранением региона для оперативного решения вопросов. Все обращения также поступят в Минздрав России для мониторинга ситуации в конкретных лечебных учреждениях.

Сервис доступен для пользователей, имеющих подтверждённую учётную запись на портале госуслуг.

Проект

Умный город

В пилотном проекте Минстроя России «Умный город» теперь участвуют шесть городов Челябинской области.

Ранее в проект по цифровизации городского хозяйства вошли Челябинск, Магнитогорск, Копейск, Сатка и Снежинск. Теперь к ним присоединились и Кыштым.

«Сейчас в проекте участвуют 14 процентов городов Южного Урала. К 2024 году мы планируем увеличить долю «умных» городов в регионе до 40 процентов. Помощь муниципалитетам в оформлении заявок на включение в пилотный проект, составлении «дорожных карт» мероприятий оказывает Центр развития цифровых технологий. С начала 2020 года при содействии нашего подведомственного учреждения три города Челябинской области стали участниками проекта «Умный город», – комментирует министр информационных технологий, связи и цифрового развития Челябинской области Игорь Фетисов.

Основные направления, в которых планируется развивать проект «Умный город» будут базироваться на пяти ключевых принципах: ориентация на человека, технологичность городской инфраструктуры, повышение качества управления городскими ресурсами, комфортная и безопасная среда, акцент на экономическую эффективность.

Проект «Умный город» реализуется в рамках национальных проектов «Жилье и городская среда» и «Цифровая экономика». Главная его цель – сформировать эффективную систему управления городским хозяйством и создать безопасные и комфортные условия для жизни людей. В основе проекта лежит широкое внедрение передовых цифровых и инженерных решений в городской и коммунальной инфраструктуре.

Перевозки

На вызов – на такси

За две недели, прошедшие с момента запуска на Южном Урале проекта по перевозке врачей к пациентам с помощью автомобилей партнёрского таксопарка «Яндекс Go», медики смогли посетить более 850 адресов пациентов. Реализация проекта позволила медработникам существенно сэкономить время на дороге и тем самым оказывать помощь большему количеству южноуральцев.

Напомним, что сейчас в проекте участвуют Челябинск и Магнитогорск, где организован отдельный отряд партнёрских автомобилей, обеспеченных защитными экранами с соблюдением повышенных мер безопасности. Для перевозок на постоянной основе привлекаются 25 специально оборудованных автомобилей партнёрского таксопарка «Яндекс Go». В ближайшее время их количество будет увеличено до 31. Реализация данного проекта стала возможной, в частности, при активном участии министерства информационных технологий, связи и цифрового развития Челябинской области и подведомственного ему АНО «Центр развития цифровых технологий Челябинской области».