



САММИТ DOW

СИБУР впервые принял участие в саммите Dow во Франкфурте.

Саммит, посвященный инновациям и стратегии компании, состоялся 17–18 октября и собрал около 180 клиентов и партнеров Dow. В мероприятии приняли участие топ-менеджеры, руководители научно-исследовательских и R&D-подразделений, а также представители закупок ведущих компаний, таких как Unilever, P&G, Bosch, L'Oréal, 3M, Evonik, Akzo, Clarion.

ДВИЖЕНИЕ В СТОРОНУ КЛИЕНТА И ПОИСК ИНДИВИДУАЛЬНЫХ РЕШЕНИЙ ДЛЯ НЕГО – ЗАМЕТНЫЙ ТРЕНД ПОСЛЕДНИХ ЛЕТ.

Двухдневную конференцию открыл президент компании Dow Джим Фиттерлинг. В своем выступлении он сделал особый акцент на стремлении Dow к инновациям и концепции устойчивого развития, при этом подчеркнул, что для компании очень важны партнерские отношения и совместная работа в цепочке создания стоимости продукта. По ключевым темам саммита были организованы дискуссии, презентации и выступления представителей компаний и ведущих экспертов.

Для Dow подобные мероприятия – это возможность услышать своих клиентов и партнеров. Такой же путь – движение в сторону клиента, поиска индивидуальных решений для него – отмечали в своих докладах многие участники из различных компаний. Речь идет о том, чтобы не просто прислушаться к клиенту, но и более глубоко вникнуть в его бизнес, понимать потребности уже его клиентов и так далее – вплоть до конечного потребителя продукции. Еще одна важная тема, которая становится повесткой дня для многих компаний, – стремление сочетать инновации и бережное отношение к окружающей среде. Обе эти темы близки и СИБУРу. Компания уделяет большое внимание концепции устойчивого развития (мы уже писали </ru/9/article/news/phthalate-free-is-the-trend/>) об этом в предыдущих номерах журнала).



Двухдневный саммит собрал около 180 клиентов и партнеров Dow.

ВАЖНО НЕ ПРОСТО ПРИСЛУШАТЬСЯ К КЛИЕНТУ, НО И БОЛЕЕ ГЛУБОКО ВНИКНУТЬ В ЕГО БИЗНЕС, ПОНИМАТЬ ПОТРЕБНОСТИ УЖЕ ЕГО КЛИЕНТОВ И ТАК ДАЛЕЕ – ВПЛОТЬ ДО КОНЕЧНОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ ПРОДУКЦИИ.

СИБУР сотрудничает с Dow в сфере мономеров с 2012 года, но участие в саммите компания принимает впервые. Приглашение стало очередным этапом развития отношений между партнерами. В этом году компании уже обменялись визитами на производственные площадки: представители СИБУРа посетили площадку Dow в Раменском, а сотрудники Dow – предприятие «СИБУР-Нефтехим».

«Движение в сторону потребителя становится заметным трендом. Например, представитель Henkel на панельной дискуссии рассказал о возможности разработки шампуня под индивидуальные запросы каждого покупателя. Такой уровень кастомизации сложно «примерить» на СИБУР, ведь мы находимся дальше от конечного потребителя, чем FMCG-компании, однако он хорошо иллюстрирует общее направление, в котором движемся и мы в том числе. Речь о глубоком изучении, анализе рынка и поисках решений под потребности каждого Клиента. Было интересно и полезно узнать об опыте и о работе в этом направлении крупнейших компаний», – поделилась впечатлениями Наталья Кошеленко, главный эксперт, Продажи, Дирекция пластиков, эластомеров и органического синтеза.

«Компания Dow на стадии разработки своего продукта уделяет значительное внимание маркетингу, и это действительно работает. Сегодня это важное направление в деятельности любой компании, и СИБУР не исключение. Мы активно налаживаем межотраслевое взаимодействие и исходим из потребностей Клиента: сначала узнаем их и уже после этого разрабатываем то, что сегодня востребовано на рынке, а не наоборот», – рассказал Андрей Грачев, руководитель направления, Корпоративный НИОКР.

