



СИБУР ПЕРЕХОДИТ К ОТРАСЛЕВЫМ ПРОДАЖАМ

Новый принцип продаж несет преимущества не только для клиентов, но и для всей отрасли.

«Мы начали работу в первом квартале 2021 года. Сегодня мы развиваем и реализуем проекты в сегменте систем водоснабжения и водоотведения, газоснабжения, промышленных трубопроводов с целью увеличения потребления полимерных материалов в трубном сегменте, – рассказывает Юлия Румянцева, руководитель направления «Строительство». – Также мы делаем фокус на развитии и реализации проектов по энергоэффективности, декарбонизации и консолидированном замещении минеральной ваты для увеличения доли полимерных теплоизоляционных решений. В рамках национального проекта «Безопасные и качественные автомобильные дороги» нашей ключевой задачей является увеличение объемов применений из геосинтетики, СБС и других продуктовых решений в дорожной инфраструктуре».

В 2021 ГОДУ ЗАПУЩЕНЫ НЕСКОЛЬКО НАПРАВЛЕНИЙ ОТРАСЛЕВЫХ ПРОДАЖ: «СТРОИТЕЛЬСТВО», «УПАКОВКА», «ТРАНСПОРТ», «МЕДИЦИНА»

Отраслевой подход к продажам позволяет отслеживать и формировать тренды, наращивать спрос на продукцию в долгосрочной перспективе.

«Отраслевая структура по упаковке сформирована в марте 2021 года. Сегодня перед нами стоят следующие такие ключевые задачи, как выстраивание взаимодействия с ключевыми бренд-оунерами и ритейлерами, включая создание общей цепочки R&D, – комментирует Сергей Роскошный, руководитель направления «Упаковка». – Мы также занимаемся развитием спроса и поиском новых точек роста. Не менее важным фокусом для нас является развитие и реализация проектов по переводу структур гибкой упаковки в полностью перерабатываемые решения. Более того, мы формируем благоприятную регуляторную среду сегмента упаковки в рамках экономики замкнутого цикла, а также поддерживаем спрос на «устойчивый» продуктовый портфель СИБУРа».

Ключевыми задачами функции «Отраслевые продажи» являются развитие продаж в отраслевых сегментах, обеспечение опережающего роста продаж и маржинальности текущих и новых производственных активов. Главная задача сотрудников новой функции – анализ всей цепочки создания стоимости продуктов отрасли и взаимодействие со всеми ее участниками, реализация инициатив развития спроса, развитие новых продуктов и решений, поиск дополнительных потенциалов с целью усиления портфеля СИБУРа.



Фокус на развитие глобальных решений позволяет иметь более длинный горизонт задач, поэтому переход на новую модель продаж может стать новым витком развития не только для СИБУРа, но и для его клиентов.

«Медицина и фарма» – молодое направление функции «Отраслевые продажи» (мы начали работу с сентября этого года), – поясняет Ярослав Советкин, руководитель направления. – На данный момент мы проводим идентификацию клиентов в сегменте «Медицина» на рынке РФ и СНГ, формируем список проектов по развитию применения продукции СИБУРа в медицинских изделиях. А также прорабатываем потенциал входа компании в бизнес интермедиатов и фармацевтических субстанций (сырья для производства лекарственных препаратов)».

Для клиентов переход к отраслевому принципу подразумевает несколько преимуществ:

- лучшее понимание компанией специфики, потребностей, задач и возможностей конечной отрасли и клиента;
- фокус не на комбинации цены/объема в моменте, а на синергии и взаимной выгоде в перспективе;
- больше времени и внимания на проработку совместных проектов, продуктов и сервисов за рамками традиционных переговоров;
- единое окно для связи между клиентом и СИБУР по всем продуктам.

«На сегодняшний день в нашу зону развития входят несколько направлений, – отмечает руководитель направления «Транспорт» Анатолий Светликов. – Во-первых, выстраивание взаимодействия с крупными российскими и международными OEM (Original equipment manufacturer – «оригинальный производитель оборудования»). Во-вторых, формирование списка проектов по развитию применения продукции текущего и будущего портфеля СИБУРа. Третье направление – проработка потенциала по входу СИБУРа в бизнес по производству продукции следующего передела».

Если продуктовые продажи подразумевают взаимодействие «компания – клиент» и инновации через свойства продуктов, то отраслевые – это взаимодействие компании с ключевыми стейкхолдерами и выработка решений для отрасли. Фокус на развитие глобальных решений позволяет иметь более длинный горизонт задач, поэтому переход на новую модель продаж может стать новым витком развития не только для СИБУРа, но и для его клиентов.

e-mail: dearcustomer@sibur.ru

Журнал выпускается при участии ЛюдиPEOPLE www.vashagazeta.com

При использовании материалов сайта активная ссылка обязательна

Аудитория: +16