



СИБУР ЗАПУСТИЛ АНГЛИЙСКУЮ ВЕРСИЮ ESHOP.SIBUR

Цифровая лаборатория СИБУРа помогает осваивать новые рынки.

У площадки электронной коммерции СИБУРа появилась английская версия, ориентированная на европейскую аудиторию. По мнению авторов, у проекта большой потенциал: он позволит привлекать клиентов со всего мира и поможет выявить потребность в подобных сервисах для азиатских партнеров.

ЗАПУСК НОВОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ПЛОЩАДКИ ПОЗВОЛИТ ПРИВЛЕЧЬ БОЛЬШЕ ЕВРОПЕЙСКИХ КЛИЕНТОВ И ПОВЫСИТЬ УЗНАВАЕМОСТЬ БРЕНДА, А КОГДА ЗАКАЗОВ БУДЕТ РАЗМЕЩАТЬСЯ ДЕЙСТВИТЕЛЬНО МНОГО, ПОМОЖЕТ СОКРАТИТЬ ЗАТРАТЫ НА ОБСЛУЖИВАНИЕ СДЕЛКИ

Площадка eshop.sibur.ru была запущена в 2019 году и сразу показала себя как отличный инструмент продаж: сегодня через нее осуществляется свыше 75% заказов. Уже через год было решено тиражировать e-com на европейский регион. Это потребовало от «СИБУР Диджитал» решения целого ряда задач.

«В России было очень просто сразу оказаться в топе — здесь немногие крупные компании могут похвастаться площадками электронной коммерции. А в Европе другая ситуация — там много конкурентов, свои успешные платформы, более требовательная аудитория, искушенная в плане различных сервисов, — рассказывает Александр Теплинский, менеджер СИБУРа по развитию бизнеса и новых технологий. — Так что мы довольно долго готовились, а к концу 2020 года запустили первую фазу пилота — пока еще не для клиентов, а для фронт-менеджеров SIBUR International. Мы попросили их пройти весь клиентский путь с реальными заказами и получили большой объем обратной связи: во-первых, дополнительные требования по локализации интерфейса и решений, а во-вторых, пожелания с учетом европейской специфики».

У европейских клиентов свои требования к функционалу: например, в России зачастую всего две опции доставки — самовывоз и курьерская. В Европе клиенту также нужно предоставить выбор условий страхования, условий перехода права собственности и т.д. После доработки новой площадки с учетом этой специфики английская версия [eshop.sibur](https://eshop.sibur.ru) в начале мая была готова принять первых клиентов. Внешне она не отличается от российской, однако имеет свои особенности.

«При планировании развития функционала мы отталкиваемся не только от соответствия трендам, но и от потребностей клиентов, о которых узнаем в рамках обратной связи. Соответственно, набор доступных сервисов в русской и европейской версии разнится, — объясняет Александр Теплинский. — Например, в русском e-com есть возможность взять кредит для

оплаты заказа в Сбербанке. Понятно, что такая опция нерелевантна для клиентов SIBUR International, поэтому функциональный набор будет отличаться. В любом случае после полноценного запуска будем пилотировать дополнительные сервисы, связанные с логистикой, финансами и т.д.».

Запуск новой электронной площадки позволит привлечь больше европейских клиентов и повысить узнаваемость бренда, а когда заказов будет размещаться действительно много, поможет сократить затраты на обслуживание сделки: исключить лишнюю коммуникацию и предоставлять клиенту всю возможную информацию через личный кабинет.

«Европейская версия e-som не ограничена географией: мы можем привести на свою площадку клиента из любой точки мира, если ему доступен функционал на английском языке. Однако мы планируем провести исследование среди азиатских клиентов, чтобы получить обратную связь и от них. На основании этого будем принимать решение о специальной версии и для азиатского региона», — отмечает Сергей Серебряник, владелец продукта «СИБУР Диджитал».