

14 января 2024

Андрей Колесник, AKKERMANN cement: Цифровые клиентские сервисы — это наш приоритет

Сейчас на производствах цемента достаточно сложно придумать что-то новое с точки зрения рецептуры или технологий. Поэтому игроки рынка фокусируются на развитии клиентского сервиса: цифровизируют продажи, запускают личные кабинеты клиента, планируют спрос, внедряют точное отслеживание доставки. О том, как B2B-портал от ГК «КОРУС Консалтинг» позволил перевести 96% продаж [AKKERMANN cement](#) в онлайн, какие еще инструменты и сервисы применяет производитель, а также об ИТ-развитии компании в целом поговорили с **директором по информационным технологиям компании Андреем Колесником**.

АНДРЕЙ, КАКИМ БЫЛ ВАШ ПУТЬ В ИТ? КАК ВЫ СТАЛИ ДИРЕКТОРОМ ПО ИНФОРМАЦИОННЫМ ТЕХНОЛОГИЯМ БОЛЬШОГО ПРЕДПРИЯТИЯ?

Я с детства мечтал работать с ИТ и исполнил эту мечту, окончив Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова по специальности «Программное обеспечение и вычислительная техника».



С Южно-уральской горно-перерабатывающей компанией, на базе которой в 2017 году был создан бренд AKKERMANN cement, я начал сотрудничать как подрядчик: частный консультант по внедрению коммуникационной платформы одного из глобальных поставщиков. А после завершения этого проекта меня пригласили в штат. Возглавлять ИТ-направление я начал с 2020 года.

Мне близок подход моей команды. В AKKERMANN cement понимают, что развивать технологичное производство и создавать лучший продукт в отрасли невозможно без применения передовых информационных технологий. Поэтому уже несколько лет компания активно инвестирует в развитие ИТ.

КАКИЕ ЗАДАЧИ КОМПАНИИ AKKERMANN CEMENT ВЫ РЕШАЕТЕ СЕГОДНЯ?

Я бы выделил три главных направления: поддержание бесперебойной работы ИТ-инфраструктуры трех предприятий, входящих в группу AKKERMANN cement; управление проектами ИТ-направления; и, наконец, глобальная цифровизация бизнеса. Последнее направление — самое главное для меня и коллег, вижу в этом свои цель и миссию.

Это важно, потому что цементный бизнес достаточно зрелый сам по себе. Сейчас сложно придумать инновационные составы и технологии. Поэтому на

текущий момент ведущие цементные бренды по продуктовым свойствам похожи между собой, производя одинаково качественный товар.

Мы позиционируем бренд AKKERMANN cement как премиальный и помимо производства качественного цемента, фокусируемся на высоком уровне клиентского сервиса и ставим потребности клиента в центр нашего бизнеса. Именно поэтому цифровизировать компанию и применять передовые технологии необходимо: это позволяет не только завоевать клиентов, но и задает рынку высокую планку с точки зрения клиентоориентированного подхода.

КАКОВЫ ОСНОВНЫЕ ВЫЗОВЫ, КОТОРЫЕ ВЫ ВИДИТЕ ПЕРЕД СОБОЙ КАК ИТ-ДИРЕКТОР ОДНОГО ИЗ САМЫХ КРУПНЫХ В РОССИИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ЦЕМЕНТА?

Поиск баланса между стремлением к цифровизации и модернизацией производства. Нередко, когда в производственных компаниях возникает вопрос — вложить ли средства в модернизацию производственного оборудования или провести апгрейд информационной системы — то выбор делается не в пользу ИТ. Мы стараемся изменить этот подход, грамотно планировать ресурсы и находить оптимальный баланс.

Путь инноваций — это и есть наш вызов: поиск новых технологических решений в ИТ-сфере и их рациональное использование.

К тому же, одна из задач ИТ-направления — сделать ИТ-ландшафт внутри компании актуальным и отказоустойчивым. Так, чтобы в случае любой непредвиденной ситуации производство могло продолжать работу. Для этого мы также работаем над BCP/DRP — Business Continuity Plan / Disaster Recovery Plan или планом по непрерывному ведению бизнеса и планом восстановления после сбоев.

КАКИМ БЫЛ ПРОШЛЫЙ ГОД ДЛЯ КОМПАНИИ АККЕРМАНН СЕМЕНТ ДЛЯ ЕЕ ИТ-КОМАНДЫ, ДЛЯ ПРОЦЕССОВ? НАСКОЛЬКО БЫСТРО И УСПЕШНО УДАЛОСЬ ПЕРЕСТРОИТЬСЯ?

2022 год был интересным. Основным вызовом стала неопределенность, которая довлела над бизнесом больше, чем прекращение доступа к технологиям. В конце февраля 2022 года мы не знали, насколько широкими будут санкции, как мы будем работать, от каких продуктов нас отключат, как быстро это произойдет.

Как-то на конференции общался с представителем одной из крупных компаний. Их иностранные партнеры закрыли доступ ко всем сервисам в один день. Люди пришли на работу и не смогли разблокировать собственные учетные записи.

Так что мы рассматривали разные сценарии, даже самые пессимистичные. Они, к счастью, не реализовались. Но мы были готовы ко всему — и в рамках ИТ тоже.

ЧТО ПРЕДСТАВЛЯЕТ ИТ-ИНФРАСТРУКТУРА КОМПАНИИ АККЕРМАНН СЕМЕНТ СЕГОДНЯ?

AKKERMANN cement — распределенная компания, в ее структуре три предприятия. Одно из них находится в Узбекистане. Поэтому ИТ-инфраструктура также распределена, и для ее управления мы используем облачные ресурсы. Частично некоторые системы развернуты на предприятиях. Есть и «наследство» в виде legacy-систем, которые мы постепенно выводим из эксплуатации, внедряя платформу «1С: Управление Холдингом». Для более плавного перехода с учетом быстро меняющихся внешних обстоятельств придерживаемся agile-методологии — как и в большинстве наших проектов.

КАК УСТРОЕНА ИТ-СЛУЖБА В КОМПАНИИ: РЕШАЕТЕ ЛИ ВЫ ВСЕ ЗАДАЧИ СВОИМИ СИЛАМИ ИЛИ

ПРИВЛЕКАЕТЕ ВНЕШНИХ ПОДРЯДЧИКОВ?

У нас достаточно компактная и эффективная ИТ-команда. Без учета фрилансеров, аутсорсеров и постоянных партнеров у нас около 40 штатных сотрудников. Своими силами мы обеспечиваем техподдержку, консультируем коллег, обеспечиваем администрирование и сопровождение информационных систем, и, наконец, обеспечиваем работоспособность ИТ-оборудования на наших предприятиях.

На новые же проекты активно привлекаем компетенции со стороны. Все наши проекты, предполагающие модернизацию или внедрение инноваций, реализуются на аутсорсе. Считаем, что подбирать надежного партнера эффективнее, чем растить внутри несколько экспертных команд на разносторонние проекты. Партнеров выбираем, ориентируясь на их профильный опыт в нужной для нас сфере.

РАССКАЖИТЕ ОБ ИНТЕРЕСНОМ ИЛИ ЗНАКОВОМ ИТ-ПРОЕКТЕ, РЕАЛИЗОВАННЫМ ИТ-СЛУЖБОЙ КОМПАНИИ ПОД ВАШИМ РУКОВОДСТВОМ И КОТОРЫМ ВЫ ГОРДИТЕСЬ?

Это, без сомнений, B2B-портал или «Личный кабинет клиента», который мы создали и внедрили в партнерстве с командой «КОРУС Консалтинг». Портал — предмет нашей гордости и одна из инновационных составляющих бренда,

которая легла в основу его премиальности. Без ложной скромности могу сказать, что это один из лучших продуктов своего класса в цементной индустрии.

РАССКАЖИТЕ ПОДРОБНЕЕ, ПОЖАЛУЙСТА, ЧТО ПРЕДСТАВЛЯЕТ ИЗ СЕБЯ B2B-ПОРТАЛ

Впервые мы вместе с «КОРУС Консалтинг» внедрили B2B-портал на базе «1С-Битрикс» еще в 2018 году. Стояла задача автоматизировать львиную долю процессов, связанных с оптовыми продажами цемента. Уже за 3 первых года работы клиентского кабинета удалось перевести более 80% всех продаж в онлайн. Мы также накопили опыт работы с личным кабинетом и поняли, как его можно еще оптимизировать. Поэтому в прошлом году решили сделать полный редизайн портала и увеличить его функциональность.

В результате теперь 96% клиентов совершают заказы в личном кабинете, при этом некоторые регионы перешли на портал полностью и оформляют в нем 100% заказов. Конверсия в покупку с мобильных устройств достигает до 30%. Выглядит портал также очень хорошо.

Из интересного: мы реализовали уникальные для отрасли функции онлайн-отслеживания местоположения груза для авто-и ЖД транспорта. При этом клиенты и менеджеры получают информацию о геопозиции вагонов в 60 раз быстрее — вместо 2 часов за 2 минуты. В целом, контакт с менеджером сейчас нужен только при подписании договора, а все, что касается выбора товара,



отслеживания его отгрузки и доставки, происходит онлайн.

КАК ПОРТАЛ ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ СВОИХ АНАЛОГОВ НА РЫНКЕ?

Портал максимально адаптирован под потребности клиентов в индустрии. Есть персонализированный каталог и [ценообразование](#) для каждого клиента, возможность купить товар «навалом», привязка конкретного менеджера к покупателю, финансовый дашборд. Портал умеет работать с множеством факторов, которые влияют на CJM клиента: налоговое и региональное законодательство, финансовое состояние клиента, загруженность отдельного сотрудника и даже сезонность.

Еще придумали и внедрили функцию плановых заявок: клиенты оставляют пожелания на необходимый объем конкретного товара, а мы производим его в нужный срок. Так, клиенты всегда обеспечены нужным, а завод минимизирует нераспроданные остатки. Мы планируем еще больше автоматизировать и масштабировать функцию, чтобы планировать производство на период вплоть до года вперед, собирать данные для аналитики, придумывать маркетинговые акции.

А КАК ВОСПРИНЯЛИ ОБНОВЛЕННЫЙ «ЛИЧНЫЙ КАБИНЕТ» САМИ КЛИЕНТЫ?

Клиенты позитивно встретили изменения: они ценят наш B2B-портал за скорость и удобство. Естественно, всегда есть пользователи, которым трудно привыкать к изменениям. Мы обстоятельно подошли к адаптации таких клиентов. Сначала собрали и проанализировали их запросы в поддержку. Стало понятно, что большинство вопросов — однотипные, что позволило разделить их на группы. В результате собрали раздел FAQ, в котором на каждую группу проблем создали текстовые и видео-ответы. Теперь решенные адресно запросы клиентов кратно уменьшились.

У нас получился действительно крутой цифровой сервис, мне очень нравится результат совместной работы. Будем и дальше развивать B2B-портал вместе с коллегами.

КАК ВЫ ПЛАНИРУЕТЕ РАЗВИВАТЬ ЦИФРОВЫЕ СЕРВИСЫ ДЛЯ КЛИЕНТОВ В ЦЕЛОМ И B2B-ПОРТАЛ В ЧАСТНОСТИ В БЛИЖАЙШИЕ ГОДЫ?

Цифровые клиентские сервисы сохранят стратегическое значение для компании на годы вперед. Мы сфокусированы на трех направлениях. Первое — это расширение охвата B2B-портала — подключение к нему наших клиентов в Узбекистане и частично в Казахстане. Второе — повышение точности прогнозирования прибытия грузов, работа с электронной очередью и обеспечение точности отгрузки и поставки.



И третье направление — цифровой продукт «AKKERMANN Бетон», который предназначен для сопровождения работы бетонных лабораторий наших клиентов. Продукт позволяет управлять качеством товара, составом, рецептурой бетона. В зависимости от требуемых клиентом характеристик сервис рекомендует рецептуру (марку цемента, состав песка, специальные добавки и присадки) по результатам испытаний компонентов для получения качественного бетона.

В целом, у нас в компании очень развита культура инноваций. Ни одна высказанная идея не пропадает даром. Мы всегда в поиске способов развития. Если увидите на рынке что-то, способное придать новый импульс нашему бизнесу, мы будем рады сотрудничеству.

НАПОСЛЕДОК ВОПРОС ЛИЧНОГО ХАРАКТЕРА: В ЧЕМ ЗАКЛЮЧАЕТСЯ СЕКРЕТ ВАШЕЙ ПРОДУКТИВНОСТИ?

Очень помогает спорт: я занимаюсь любительским бегом. Бег помогает очистить голову от мыслей о работе, которые преследуют всех нас. Второй способ — это мыслительная гигиена. Я сознательно останавливаю обдумывание вопроса, который прямо сейчас решить не могу. Проблем может быть много, и если отдавать внимание каждой, сознание можно перегрузить.