

# От заводоцентричности к клиентоориентированности

13.01.2021

Неоднозначная экономическая ситуация в России и мире, растущая конкуренция на рынках металлопродукции, в частности, стальных труб и железнодорожных колес, заставили Объединенную металлургическую компанию (ОМК) пересмотреть структуру бизнеса, взаимоотношения с клиентами и потребителями. В итоге ОМК одна из первых в отечественной металлургии объявила о масштабных изменениях собственной бизнес-модели и структуры продаж с фокусом на клиентоориентированность для наилучшего соответствия потребностям рынка.

Компания объединяет предприятия под единым брендом и усиливает визуальную идентичность. Эти шаги — результат серьезной трансформации внутри бизнеса компании, которая произошла в ОМК за последний год.

Отраслевая бизнес-модель ОМК состоит из восьми единиц. Они будут разрабатывать отраслевые стратегии, продвигать продукты и сервисы для клиентов, нести ответственность за финансовый результат по закрепленным за ними направлениями. Предприятия компании будут являться для них производственными центрами, в зоне ответственности которых контроль за объемами выпуска продукции и эффективности, контроль качества продукции, промышленной безопасности, культуры производства.

Наряду с этим ОМК реализует программу трансформации системы продаж. В ее рамках развивается клиентский сервис. В частности, для обеспечения прозрачности всех рабочих процессов с клиентом компания разработала и внедрила цифровой «Личный кабинет», где можно отследить статус заказов от оформления до отгрузки, найти всю кредитную информацию, счета-фактуры и сроки оплаты, цифровые сертификаты качества, заверенные квалифицированной электронной подписью, архивные документы.

Подробнее читайте в [январском номере журнала](#)