

Цифровизация B2B бизнеса Платформа топливных карт “Газпром нефть”

ЗАДАЧИ | РЕЗУЛЬТАТЫ

Максим Самошин, Зеленгур Елизавета

“Газпромнефть-Корпоративные продажи” в цифрах

ДРП

Розница

Клиенты – физ.лица, заправляющиеся и приобретающие СТИУ за наличные

Мелкий опт

Клиенты – юр. лица, приобретающие топливо оптом

Корпоративные продажи

Клиенты – юр.лица, получающие топливо и услуги по топливно-сервисной карте

О компании

«Газпромнефть-Корпоративные продажи»
- дочернее предприятие «Газпром нефти»



Объем реализации

3,5 млн тонн

Деятельность

Реализация топлива и оказание услуг юридическим лицам по топливно-сервисным картам



Охват клиентов

47 000

Сеть реализации

АЗС «Газпромнефть», партнерские АЗС и специализированная сеть «ОПТИ 24»



Офисы продаж

36



Предпосылки и цели проекта



Бизнес предпосылки

- Рынок требует онлайн
- Новая аудитория требует новые технологии и новые удобные сервисы



Технические предпосылки

- Бизнес нельзя развивать на старых технологиях
- Ограничения развития сервисов – снижают прирост аудитории



Бизнес цели

- Повышение объема продаж и повысить эффективность бизнеса
- Повторить функции текущих систем, но намного лучше
- Одна система для всех бизнес-направлений



Технические цели

- Одна система для всех бизнес-направлений
- Вся функциональность за один релиз
- Перейти на новые современные технологические рельсы
- Больше лицензий !!!
- Больше новых технологий !!!

Архитектура B2B платформы и группы процессов автоматизации

- Way 4
- ЛК/ПК/API
- АСКУ
- АСХД
- ЕСФМ
- SMS
- e-Mail
- SFTP



CRM платформа



ГРУППЫ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

Управление данными клиента
Управление договорами
Управление точками обслуживания
Отчеты аналитические

Управление сделками
Управление топливными картами
Управление заявками клиентов
Управление маркетингом (рассылки по сегментам, сегментация)

Управление партнерами дилеры/агенты/поставщики)
Конструктор отчетов
Уведомления и отчеты для личного кабинета -
Приложение для Агентов

Существующие

Новые

О подходе в разработке CRM



14.11.2014
CRM поставлена в прод для
одного отделения продаж
15 пользователей



С 2015 года
CRM разрабатывается
2 командами
(внедрение и развитие)



В 2016 году
другой подход к
управлению
проектом с фокусом на
внутреннюю экспертизу



С 2018 года
CRM разрабатывается
под продуктовые команды
(1 проект, 3 продукта)

Waterfall

Agile

2014г

2015г

2016г

2017г

2018г

2019г

2020г

Релиз 1

Релиз 2.1

Релиз 2.2

Релиз 3.1–3.4.1
(7 релизов)

Релиз 3.4.2-3.4.3++
(9 релизов)

Релиз 5.1 – 5.4++
(8 релизов)

Запланировано
≈10 релизов

Waterfall

- документирование
- согласование изменений
- подход «качество-сроки-деньги»

- приемка реализованного
- согласование установки готового в прод

Agile

- ритуалы Agile для команд разработки
- релизный подход к разработке
- подход Канбан по разработке релиза

- приемка реализованного в форме Демо
- описание задач в формате User Story

Об усвоенных уроках

Чтобы сделать что-то крутое, все должны быть готовы к серьезным изменениям

Чтобы справиться с такими задачами нужно формировать собственную экспертизу

Будьте готовы перелопатить весь бизнес

Деньги сейчас, эффекты через несколько лет

Технологии быстро устаревают, надо идти дальше, всегда на шаг вперед

CRM не ERP – даже не пытайтесь все запихнуть в одну систему

Oracle круто, дорого, но оно того стоит:)

Слона надо есть по частям! ©

Готовьтесь параллельно начать импортозамещать:)

Не пытайтесь повторить, делайте новое и лучшее

Не покупайте все лицензии подряд!;))

Каждому менеджеру,
без каких-либо исключений,
придется стать
специалистом по обработке
данных и новым цифровым
технологиям...



Спасибо за внимание!