



ЕНЕРГИЯ ЗА ХОРАТА

## ПАЗАР

„Петрол“ АД е пазарен лидер в продажбата на горива на едро и дребно в България. Компанията оперира най-голямата в страната верига от 489 бензиностанции, както и мрежа от 40 бази за съхранение на петролни продукти. Секторът на течните горива в България е доминиран от продажбите на автомобилно гориво: дизелово, автомобилен бензин и автогаз. През последните години броят на колите в България непрекъснато се увеличава, а заедно с това и търсенето на качествени горива и на съпътстващи ползването на автомобилна услуга. Тази тенденция предопределя развитието и разрастването на веригите от бензиностанции в страната, както и навлизането на нови компании на този пазар.

От 1992 г. досега у нас са се позиционирали няколко силни мултинационални и регионални компании. Сериозната конкуренция и нарастващите изисквания на потребителите ги изправят пред необходимостта от гарантиране на високо качество на предлаганите в търговските вериги горива и стоки, както и от постоянно обогатяване и усъвършенстване на услугите. В тази силно конкурентна среда „Петрол“ запазва лидерската си позиция на най-големия дистрибутор на горива.

Докато мнозинството потребители свързват „Петрол“ главно с автомобилните горива или бензиностанциите, продуктите на компанията се докосват до живота им и по други, неподозирани от тях начини. Компанията е от групата на „Петрол“ са основни доставчици на авиационно гориво, на гориво за отопление на обществени сгради, училища, болници, на масла и консумативи за автомобили и индустриално приложение, както и на телекомуникационни и финансови услуги.

## ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

„Петрол“ е една от най-старите и най-разпознаваеми марки в страната. Няколко поколения шофьори – от зората на автомобилната ера до наши дни, са израснали с нея. За тях марката „Петрол“ неизменно е била символ на високо качество, стабилност и сигурност.

През последните години, особено след успешната приватизация на компанията, се полагат сериозни усилия за нейното модернизирание: въведени са нови продукти, услуги като интернет връзка чрез мрежата от КИОСК терминали на компанията, технически и експлоатационни стандарти, както и актуални практики в обслужване-

то на клиентите и в управлението. Като най-голямо постижение на бранда „Петрол“ може да се счита приобщаването на нови потребители към клиентската база на компанията и отстояването на позицията ѝ на пазарен лидер в сектора на търговията с течни горива.

## ИСТОРИЯ

„Петрол“ е създадена като българско акционерно дружество на 1 април 1932 г. В

ностанции и над 70 петролни бази и оперира като държавен монополист до настъпването на демократичните промени.

През 1990 г. компанията е трансформирана в Държавно стопанско обединение „Петрол“, а на 1 юли 1992 г. е пререгистрирана като Еднолично акционерно дружество със собственик държавата. През 1997 г. компанията е отново пререгистрирана и обявена за приватизация. Приватизационната процедура завършва с подписването на 1 юли 1999 г. на договор за продажба на мажоритарния дял на новите собственици – Международен консорциум „България“. През 2000 г. започва реструктурирането на компанията, а в началото на 2001 г. – въвеждането на новите технически стандарти и технологичната модернизация. От тогава датира и стандартът за новата визуална идентичност на бензиностанциите.

## ПРОДУКТЪТ

Още от създаването си в началото на 30-те години „Петрол“ е известна с това, че помага на хората да са в движение. Компанията традиционно предлага висококачествени течни горива и масла за автомобилите и индустрията – автомобилни бензини и дизелово гориво, корабно гориво, авиобензини, горива за отопление, както и съхранение на петролни продукти, доставка и транспорт на горива, техническа поддръжка. В последните години нараства и предлагането на автогаз. Заедно с „Петрол“ се развива цяла система от дъщерни и съпътстващи брандове: „Нафтекс-Петрол“, „Петрол Техника“, „Петрол Транс Експрес“, „Петролевъ“ и Perfekt. Тази палитра от дъщерни брандове и ко-брандове има за цел да промоцира новите услуги и същевременно да укрепва основния бранд „Петрол“.

В бензиностанциите „Петрол“ се предлагат и разнообразни съпътстващи услуги: храни и напитки, различни автоаксесоари и консумативи, игри с награди. За клиентите е осигурен и по-широк кръг услуги: кредитни карти с отстъпки, телекомуникационни и финансови услуги. Изградени и оборудвани с най-съвременен търговско обзавеждане са над 100 минимаркета и 50 снелбара в бензиностанциите. На повече от 150 обекта има инсталации за продукта автогаз. Изградена е мрежа от автомивки. От 2000 г. до средата на 2006 г. са напълно реконструирани повече от 80 търговски обекта, като голям брой са изградени на нови локации или са приобщени към мрежата чрез франчайзингови механизми. Въведе-

**Всеки печели! Всеки месец! оцени ме!**

Ние в ПЕТРОЛ винаги се стараем да работим в интерес на клиентите, затова стартираме инициатива за подобряване на обслужването в търговските си обекти – играта „Оцени ме!“.

1. Заплащането на горива и масла с кредитна карта. Винаги получавате 10% отстъпка!
2. Разплащането на горива и масла с кредитна карта. Винаги получавате 11% отстъпка!
3. Винаги получавате отстъпка от 12% до 15% за горива и масла!
4. Винаги получавате отстъпка от 13% до 14% за горива и масла!
5. Винаги получавате отстъпка от 14% до 15% за горива и масла!
6. Винаги получавате отстъпка от 15% до 16% за горива и масла!

Всеки използва SMS код

Успешно оцените са в интернет, като след това на всеки месец ще се теглят печелившия на голямата награда – Land Rover Freelander и ще се раздават 50 GSM аларми Sony Ericsson.

Получавате код за участие в играта Петролевъ, от който можете да спечелите автомобил, IT техника, съставки за автомобилни или техника.

Организирана от: Компания за горива и масла ПЕТРОЛ АД, София, ул. „Славейков“ № 50, 1000 София  
Инициатива за подобряване на обслужването на клиентите

началото използва складовата база на един от акционерите си и веднага започва да инвестира в изграждането на нови съоръжения. През 1947 г. в резултат на радикалните политически промени в страната Първа българска петролна индустрия е национализирана.

На 18 февруари 1948 г. Народното събрание приема закона за държавния монопол върху търговията с петролни продукти. На 9 март 1948 г. е конституирана държавната компания „Петрол“ на базата на съществуващото акционерно дружество и на по-малки частни компании, чиито активи също са национализирани. През 50-те, 60-те и 70-те години на XX век компанията инвестира в изграждането на мрежа от над 500 бензи-

на е актуална цетовна и графична схема за визуална идентичност на търговските обекти. Успешно се прилагат ко-брандингови схеми.

Напълно модернизирани е системата за контрол на качеството на горивата в седемте лаборатории на компанията. Голяма част от петролните бази са реновирани и преоборудвани – техните технологични и екологични характеристики са подобрени, така че да отговарят на изискванията на Закона за съхранение на 90-дневни запаси от течни горива. Въведени са строги стандарти за безопасност и защита на околната среда. Всички обекти на територията на България са свързани чрез сателитна връзка в общ организъм. За подобряване на информационната среда на компанията е въведена системата за управление и планиране на ресурсите SAP/R3. Тя позволява автоматизирано управление както на търговските и финансовите процеси, така и на човешките ресурси и инвестициите.

#### СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

Периодът 2003–2006 г. е време на внедряване на иновативни механизми, насочени към засилване на лоялността на потребителите и разширяване на клиентския сегмент.



Въведена е системата от кредитни карти „Транскарт“ – Petrol Fleet, Classic и Gold, съвместно с сдружеството „Транскарт“. Тази система е предназначена да обхваща както шофьорите на лични автомобили, така и големите корпоративни клиенти с автопаркове от служебни леки и товарни автомобили. Картите Petrol Fleet съвместяват функционалността на кредитна карта и smart карта със съответните търговски отстъпки и бонуси (cash-back и др.). Над 300 бензиностанции са оборудвани с последно поколение КИОСК терминали, използвани за провеждане на промоционални игри и кампании, за достъп до интернет и за осигуряване на допълнителни услуги за клиентите. През 2006 г. „Петрол“ обяви плановете си



за инвестиции, според които до края на 2008 г. трябва да бъдат реконструирани още 80 бензиностанции от търговската мрежа в по-малките населени места. Компанията оповести намеренията си за извършване на реконструкциите по иновативен принцип с използване на стандартни, предварително изработени елементи за основните съставни части на всяка бензиностанция.

#### ПРОМОЦИЯ

През първите няколко години след приватизацията на „Петрол“ промоцията на бранда не е много активна, тъй като стратегията на компанията е първо да бъде реорганизирана и модернизирана материалната база и едва тогава да се търсят ефективни начини за комуникация. До 2004 г. промоциите се ограничават с поставяне на рекламни билбордове на търговските обекти, продуктови промоции и неизменните хепънинги при откриването на нови и реконструирани бензиностанции.

Увеличаването на броя търговски и модернизирани обекти на компанията само по себе си означава брандова експанзия.

„Петрол“ работи и по франчайзингова програма за приобщаване на „небрандови“ обекти (т.нар. white rumps). Повече от 30 такива white rumps вече са присъединени към мрежата. Постепенно нарастват и BTL дейностите: наградни игри, повече продуктови промоции, loyalty програми, промоции на новите услуги. Все по-активно се залага на кампании в електронни и печатни медии. Основен обект на медийните промоции са новите визия и слоган на компанията: „Петрол“. Енергия за хората“. Един от главните промоционални инструменти е наградната игра „Петролеви“, която се играе на КИОСК терминалите в търговските обекти. Новосъздаденият Petrol GT Racing Team е също средство за промоция на бранда „Петрол“ в сферата на моторни-

те спортове – техни почитатели всъщност са голяма част от българските шофьори. Petrol GT Racing Team се нарежда сред водещите отбори в европейския рали шампионат. Освен че залага на чисто промоционалния ефект от тази инвестиция, „Петрол“ тества и усъвършенства нови висококачествени автомобилни горива заедно с партньорите си Pro-Drive/Subaru World Rally Team и Sparco. В самия петролен сектор реномето на „Петрол“ се гради и с помощта на дъщерните брандове „Нафтекс-Петрол“ (доставка и съхранение на петролни продукти, продажби на едро), „Петрол Транс Експрес“ (специализиран транспорт) и „Петрол Техника“ (техническа поддръжка на съоръжения и системи за бази данни, инсталиране на оборудване, внедряване и тестване).

#### ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Брандът „Петрол“ възглавява сложна комбинация от традиционни и модерни ценности. В съзнанието на потребителите „Петрол“ означава традиция, стабилност, високо качество, но вече и движение, конкурентност, иновативност. „Петрол“ се характеризира със силна емпатия, особено за по-старото поколение шофьори, които го свързват освен с всичко останало и със своята младост, и с времето преди навлизането на други брандове, когато „Петрол“ е било равнозначно на „бензин“. Неслучайно като цяло комуникацията на бранда в последните три-четири години е насочена основно към младите шофьори. Етичният код на компанията е фокусиран върху почтеността, прозрачността и лоялността както към клиентите, така и в екипа. Ключът към успеха на „Петрол“ е в съчетанието между традициите и стремежа за развитие.

[www.petrol.bg](http://www.petrol.bg)

#### ФАКТИ, КОИТО НЕ ЗНАЕТЕ

##### Petrol

- ▶ Всеки втори автомобил в България посещава бензиностанция на „Петрол“.
- ▶ „Петрол“ и групата дъщерни и свързани компании произвеждат 1% от българския БВП.
- ▶ „Петрол“ е инвестирала над 80 милиона евро в модернизацията си и над 1 милион лева в оборудването на лабораториите си с най-съвременна техника.
- ▶ Компанията е най-големият брокер на застраховки в България, продавайки четири полци на минута по време на кампанията за застраховка „Гражданска отговорност“.