



OMV произвежда и маркетура петрол и газ, иновативни енергийни и последно поколение нефтохимически решения по отговорен начин. С консолидирани приходи от 19 милиарда евро и персонал от близо 22 500 души през 2016 г. OMV Aktiengesellschaft е една от най-големите индустриални компании на борсата в Австрия. OMV навлиза на българския пазар през 1998 г. Днес „OMV България“ разполага с верига от 90 бензиностанции в страната.



Пазар

Обектите на OMV са мултифункционални центрове за услуги – бензиностанции за хората и автомобилите. Клиентите на OMV могат да закупят висококачествени горива, масла, да се възползват от услугите на автомобилите, както и от множество допълнителни услуги посредством OMV Services. В допълнение – 88 магазина VIVA предлагат богата гама от пряно приготвени закуски и сандвичи, специално топло меню, освежителни напитки и собствена марка кафе – VIVA Cafe, с уникален вкус и аромат. За „OMV България“ работят над 2000 души и с пазарен дял от 16,8% компанията се нарежда сред най-големите инвеститори в страната.

Постижения на марката

Всичко, което „OMV България“ прави, е в името на своите клиенти. Отличната оценка, която идва от тях, е доказателство, че дейността на „OMV България“ върви в правилна посока. Според ежегодните проучвания сред клиентите на компанията обратната връзка за качеството на предлаганите продукти и услуги и за обслужването е повече от положителна.

През последните години разпознаемостта на OMV в България става все по-висока, което е резултат от непрекъснатите усилия на корпорацията да създава иновации и да се стреми да предлага винаги най-доброто на пазара.

OMV е един от топ брановете в България за 2014–2015 г. в класацията на Superbrands. OMV заема четвърто място сред топ брановете в страната и е лидер в категория „Горива“. В предходната класация на Superbrands за 2013–2014 г. OMV отново е лидер в категория „Горива“ и на седмо място сред топ 20 бранове в България.

От 2016 г. собствената марка кафе на компанията – VIVA Cafe, е със знака Fairtrade, който, освен че гарантира качество, дава сигурност на клиентите на напитката, че фермерските кафе кооперации и малките семейни земеделски ферми получават справедливо възнаграждение за своя труд. Fairtrade е гаранция, че използваните суровини са от организации на производители, които следват социални, икономически и екологични стандарти. VIVA Cafe има знака на Fairtrade, защото OMV подкрепя тези стандарти.

Продуктът

OMV предлага висококачествени продукти и услуги. Марката държи първенството при въвеждането на иновации на пазара, които определят тенденцията в създаването на удобства за потребителя.

Клиентите на OMV могат да закупят висококачествени горива, които подлежат на непрекъснати подобрения и иновации с цел предлагане на най-високи стандарти. Клиентите на OMV могат да използват услугите на автомобилите, които предлагат множество програми за почистване и поддръжка на автомобила и гарантират перфектен резултат на измиване, както и най-високо качество на съоръженията, използвани за измиване на автомобила.

Бензиностанции OMV са първите, които стартират собствена марка ресторанти и магазини – VIVA, предлагащи широк асортимент от продукти за всекидневие, както и богата гама пряно приготвени храни

и напитки. Менюто във VIVA непрекъснато се обновява спрямо тенденциите на пазара и предпочитанията на потребителите.

В България OMV първи въвеждат допълнителни удобства за потребителя, като:

- детски площадки на бензиностанциите;
- денонощна продажба на винетни стикери;
- Wi-Fi интернет;
- оборудване на цялата мрежа с банкомати;
- „OMV Radio“ с полезна информация за шофьорите;
- OMV Services за плащане на сметки, сключване на застраховки, закупуване на билети за събития и възможност за участие в изгрите на Българския спортен тотализатор.

При предлагането на висококачествени горива OMV налага нови тенденции чрез въвеждането на бензин и дизел със стандарти Euro 4 и Euro 5 много преди те да бъдат законово изисквани на пазарите в региона.

През 2004 г. OMV отново изпреварва тенденциите на местния пазар и първи пуска 100-октанов бензин по стандарт Евро 5.

Знаете ли, че...

• Аббревиатурата OMV идва от Österreichische Mineralölverwaltung (OMV буквално означава „Австрийско управление на минералните горива“). Компанията е основана с това име през 1956 г. Но когато OMV се превърна в международна компания, е взето решение тя да се преименува на OMV – без това съкращение да има специално значение.

През 2011 г. OMV въвежда горивата MaxxMotion, които гарантират не само по-добро представяне на пътя, но и по-добра защита на двигателя, по-малко емисии и т.н. OMV MaxxMotion Diesel притежава отлични характеристики за надеждна работа на автомобила при всякакви зимни условия. Със специална формула, разработена в Австрия, висококачественият зимен

OMV MaxxMotion Diesel не само осигурява безопасен старт дори при тежки зимни условия, но също така увеличава мощността на двигателя и удължава неговия живот. През 2017 г. компанията представи новия бензин OMV MaxxMotion 100plus, който изпълнява най-високите изисквания (Категория 5) на автомобилните производители, зададени от WWFC – Worldwide Fuel Chart. След проведено обширно проучване и множество тестове





новият бензин успява да отговори по най-добрия начин на технологичните изисквания на модерните двигатели, което на официална пресконференция в София беше обяснено лично от мениджъра „Автомобилни и приложни технологии“ в OMV. Компанията също така обяви, че новият бензин OMV MaxxMotion 100plus изпълнява най-високите изисквания за качество при горивата във всички държави с вериги бензиностанции OMV, което означава по-голяма ефективност, оптимална функционалност и подобрено представяне.

Съвременно развитие

Новото бранд обещание на OMV – We Care More, поставя клиента в основата на всички дейности, свързани с търговията на дребно на компанията. Това е начинът на OMV да покаже, че не само се стреми да предлага повече, но и да полага повече грижи – повече от вчера и по-важното, повече отколкото самите клиенти очакват. Нуждата на клиента от мобилност е движещ фактор за OMV и компанията се стреми да отговаря на тази необходимост по най-добрия начин. Фокусът вече не е само и единствено върху автомобила, а и върху нуждите на хората, които го управляват. В този смисъл стратегията на OMV е да превърне всички бензиностанции в модерни центрове за услуги, осигурявайки много повече от гориво и масла за превозното средство. С изключително внимание към детайла дружеството предлага многобройни допълнителни предимства за клиентите в добре развита мрежа от бензиностанции.

OMV се стреми да бъде водещ мултифункционален център за услуги, независимо дали потребителят се нуждае от кратко спиране, за да зареди гориво, по-дълга пауза, за да си почине, или възможност да изпълни бързо и лесно някое от ежедневните си задължения.



OMV се стреми да предлага качествено обслужване, като разбира нуждите на своите клиенти и предлага подходящи продукти, услуги и удобства. Приоритет на компанията е грижата за клиентите, за да превърне бензиностанциите си в предпочитано място за среща на съвременното мобилно поколение.

Промоция

Като един от лидерите на пазара „OMV България“ се радва на положително отношение от страна на своите клиенти. Основен приоритет, залегнал в комуникационната стратегия на компанията, и инициативите, които тя реализира, е поддържане на изградения имидж и репутация. Комуникационните инициативи целят уравновесено взаимодействие между корпоративната визия, мисия и цели, както и поддържане на постоянна обратна връзка с клиента. Основни положения, залегнали в корпоративната комуникация, са принципите на прозрачност, отговорност и устойчивост.

„OMV България“ използва комуникационните си канали ефективно и се стреми да държи всички свои дистрибутори, партньори и клиенти постоянно информирани за инициативите, продуктите и услугите си. Дружеството се стреми да поддържа и постоянна връзка с медиите с цел увеличаване познаваемостта на марката. В отговор на съвременните комуникационни тенденции компанията поддържа активно връзка със своите потребители и в социалните мрежи, като им предоставя възможност да участват в игри с награди и различни инициативи. Като част от многобройните активности, свързани с новото бранд послание We Care More, в една от снежните януарски утрини през изминалата зима „OMV България“ зарадва повече от 150 човека, като почисти от снега техните автомобили. На три произволни локации в София с обособен автомобилен паркинг в околблочните пространства служители на компанията пристигнаха призови и почистиха от снега общо над 150 автомобила, като посрещнаха собствениците им с чаша топъл чай и подарък – ваучер за безплатно гориво. Заснетото видео предизвика огромен интерес в социалните мрежи и затвърди имиджа на OMV като компания, която полага непрекъсната грижа и внимание към нуждите на своите клиенти.

За част от своите кампании OMV има практика да избира посланици на марката – популярни и уважавани лица от българския спорт, културен живот и шоубизнес.



Знаете ли, че...

- В сектор „Рафиниране и маркетинг“ OMV има годишен рафиниращ капацитет от 17,8 милиона тона и 2000 бензиностанции в десет държави по данни към месец юни 2017 г.
- Продажбите на VIVA кафе показват, че средно всеки българин над 18 години е изпил поне по 1 кафе в бензиностанции OMV през 2016 г.

Ценности на марката

Клиентите са в основата на всичко, което компанията прави. We Care More за OMV означава, че, предоставяйки висококачествени продукти и услуги, клиентите ще се почувстват обгрижени и ще открият точно това, което е важно за тях. Все повече екипи на бензиностанции и клиенти се присъединяват към многобройните We Care More активности. OMV се стреми да превърне всички свои служители на бензиностанции в We Care More посланици, като ежедневно поставя фокус върху вътрешната комуникация и възможността за допълнителни обучения, развитие и усъвършенстване на уменията на служителите. Добър пример в това отношение е ежегодното провеждане на Бариста шампионат за персонала на всички OMV обекти в страната, в който участниците се състезават в умения за приготвянето на кафе специалитети по професионален начин. В годините Бариста шампионатът често е подкрепян от популярни личности, медии и различни активности, в които вземат участие и клиентите на компанията.

OMV държи на качество, надеждност и разбиране. За компанията всичко това означава надхвърляне на най-високите очаквания. Ценностите на марката включват също така доверие, мислене в дългосрочен план и интелигентни решения. Корпорацията печели доверието на клиентите си чрез спазване на своите обещания. OMV доказва отново и отново високото качество на продуктите и услугите и изненадва с иновативни идеи, които правят живота по-лесен и по-добър.

Клиентите могат да разчитат на най-висок клас продукти и добавена стойност. Брандът MaxxMotion предлага максимално представяне на автомобила. Магазинната и ресторантската част VIVA, както и допълнителните услуги на бензиностанциите са много важен елемент от грижата, която OMV полага за своите клиенти по време на престоя им тук.

Дружеството има специално отношение към чистотата. В обектите се предлага отлично ниво на качество, на което клиентите винаги могат да разчитат. Дружеството постоянно търси по-добри решения и разширяване на набора от предоставяни продукти и услуги. Налична е подходяща продуктова гама.

OMV мисли за бъдещето в перспектива, разбира своите клиенти все по-добре и търси обратна връзка. На оперативен ниво начинът, по който клиентите възприемат OMV, показва отношението им към бранда във всички ключови етапи – от продукта, услугите, процесите до комуникацията.

История

