

МАСЛА @ЛУКОЙЛ

№ 13 Февраль 2008

Издание ООО «ЛЛК-Интернешнл»



**ЛУКОЙЛ и «Северсталь-авто»
подписали соглашение о сотрудничестве**



Мероприятия 2008 года с участием «ЛЛК-Интернешнл»

11-я ежегодная российская конференция автомобильной отрасли (организатор Адам Смит)	Москва	11–12 Марта
Презентация плана запуска и производства нового дизайна дилерам	Пермь, ПНОС	17-20 Марта
Конференция «Решения для автомобильной промышленности»	Региональные города РФ	Май
Дилерский совет	Москва	Июнь и Август
Конференция «Решения для металлургии»	Региональные города РФ	Июнь
ТРАК-ШОУ. Гонки грузовиков	Москва	Июль
«Моторшоу - 2008г.» Международный автосалон	Москва	Август
Plovdiv Motor Show – 2008 – автошоу в рамках Пловдивской промышленной ярмарки	Пловдив, Болгария	29 Сентября – 4 Октября
Конференция «Решения для энергетики»	Региональные города РФ	Сентябрь
Дилерская конференция	Анталия, Турция	Октябрь
«5-я конференция по базовым маслам, регион Ближний Восток» (ICISLOR)	Дубай, ОАЭ	28-29 Октября
Смазочные материалы – 2008	Москва	12 –13 Ноября
Конференция «Решения для нефтехимии»	Региональные города РФ	Ноябрь
«4-я конференция по базовым маслам, регион Америка» (ICISLOR)	США	Декабрь

СОДЕРЖАНИЕ

2 ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА

Масла «ЛУКОЙЛ» выходят в премиальный сегмент

6 ПАРТНЕРСТВО

ЛУКОЙЛ и «Северсталь-авто» подписали соглашение о стратегическом сотрудничестве

10 ЖИЗНЬ КОМПАНИИ

В апреле 2008 г. исполняется два года с момента создания СП «ЛЛК-Нафтан»

12 ФОРУМ

Общение в прямом эфире: первая пресс-конференция Комитета Автопроизводителей АЕВ

14 МНЕНИЕ КЛИЕНТА

«ЛЛК-Интернешнл»: сотрудничество с гипермаркетами МЕТРО и ЛЕНТА

16 ПРОДУКТ

Масло ЛУКОЙЛ СУПЕР — В списке 100 лучших товаров России

18 ПАРТНЕРСТВО

Большой автопробег: автомобили «МАЗ» и масло «ЛУКОЙЛ» оказались на высоте

20 ПАРТНЕРСТВО

«Играй в команде лидера!»: мотивация как основа улучшения результата

24 НОВОСТИ

- В Лондоне прошла 12 международная конференция ICIS
- Моторное масло ЛУКОЙЛ АВАНГАРД УЛЬТРА получило новое одобрение
- ЛУКОЙЛ вступил в CIMAC

2



6



10



18



«МАСЛА@ЛУКОЙЛ»

№13 Февраль

Учредитель: ООО «ЛЛК-Интернешнл»

Издатель: RPI

Адрес редакции: ООО «ЛЛК-Интернешнл»,

119180 Москва, ул. Малая Якиманка д.6.

Телефон: +7 (495) 980 39 12

e-mail: KoryaginOE@lukoil.com

Тираж: 2 000 экз.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия.
Свидетельство ПИ №ФС77-28009



Масла «ЛУКОЙЛ» выходят в премиальный сегмент

В 2008 г. «ЛЛК-Интернешнл» приступило к реализации новой политики продвижения масел под маркой «ЛУКОЙЛ». Выход в премиальные ценовые сегменты требует не только серьёзной технологической работы по улучшению свойств и повышению качества выпускаемой продукции, но и значительных усилий в сфере её продвижения. О перспективах развития бренда «ЛУКОЙЛ» и о том, в каком направлении будет развиваться в ближайшем будущем политика позиционирования новой продукции, рассказывает заместитель генерального директора ООО «ЛЛК-Интернешнл» по маркетингу Марина Кондрина.

«Масла@Лукойл» | Возглавив в начале года маркетинговое направление «ЛЛК-Интернешнл», какие участки работы Вы определили как наиболее приоритетные, и, в соответствии с этим, какие задачи предстоит решать в первую очередь?

Марина Кондрина | Маркетинг как совокупность мероприятий по продвижению товара, направленных на увеличение добавленной стоимости продукта, должен решать одну из важнейших задач - выведение продукции компании ЛУКОЙЛ на более высокий потребительский уровень, то есть движение в премиальный сегмент по всем секторам нашего производства.

Сегодня в стране активными темпами идёт модернизация промышленности, внедряется современное высокотехнологичное оборудование. По условиям эксплуатации, оно нуждается в высококачественных современных маслах. Потребность в качественных смазочных материалах может быть удовлетворена за счёт российских производителей масел.

Как и во всех сегментах российского рынка смазочных материалов, ЛУКОЙЛ является лидером и на рынке промышленных масел, его доля составляет 30%. Сохранять и укреплять своё лидерство на этом направлении нам удаётся благодаря разработке и маркетингу высококачественных товарных масел для всех отраслей

промышленности, с учётом самых высоких требований производителей оборудования. За последний год нашим Управлением по науке и технологиям было разработано 29 новых продуктов для промышленных потребителей. Все продукты имеют допуски таких лидеров мировой индустрии, как General Electric, Denison Bosch, Rexroth, и основная задача маркетинга – выведение на рынок этих масел – от производства этикеток до участия и проведения конференций для различных отраслей индустрии.

Одна из таких конференций регулярно проходит в Санкт-Петербурге и посвящена развитию автомобильной промышленности. Другая – конференция Адама Смита, международное мероприятие, где принимают участие крупные мировые производители автомобилей. Также мы планируем провести ряд конференций для металлургической, энергетической и нефтехимической промышленности. Участие в отраслевых конференциях позволяет нам быть в курсе меняющихся потребностей промышленности в смазочных материалах.

Важное направление деятельности «ЛЛК-Интернешнл» – автомобильные масла. Наши усилия в этом направлении признаны на международном уровне. В 2007 г. ЛУКОЙЛ стал первым и единственным российским членом двух крупнейших в мире отраслевых организаций: Технической Ассоциации Европейских Производителей масел (ATIEL) и Международного совета по двигателям внутреннего сгорания (CIMAC).

Значительная работа проделана для обеспечения грузовых автомобилей современными смазочными материалами. Сейчас уже готова к выпуску полная дизельная линейка масел «ЛУКОЙЛ», от specifica-



ции по ГОСТу до CI. (До недавнего времени в основном выпускались масла от ГОСТа до CF-4). Это дает нам дополнительные возможности по расширению сферы применения масел «ЛУКОЙЛ» в грузовом транспорте, в том числе и для тяжелых дизелей. Теперь мы имеем в производстве полную линейку масел, которые могут применяться как в российской технике, так и в современных зарубежных двигателях: от дорожных грузовиков до карьерных самосвалов.

С точки зрения сегмента по производству автомобильных масел ва-

жен тот факт, что благодаря растущей покупательской способности россияне всё чаще при покупке автомобиля делают выбор в сторону иностранных брендов. Особенно заметна эта тенденция движения рынка в крупных городах. Соответственно, задача маркетинга – идти в сторону движения рынка, по возможности предвосхищая его развитие. В этой связи задачи на 2008 г. поставлены предельно ясно и чётко: ЛУКОЙЛ должен сохранять и укреплять свое лидерство на рынке. Если рынок меняется в сторону премиальности, то мы должны работать в соответству-

БИОГРАФИЯ

Марина Адольфовна Кондрина родилась в Москве.

Окончила Ленинградский университет им. А.А. Жданова по специальности «Страноведение по странам Зарубежного Востока». Несколько лет работала переводчиком арабского и английского языков в системе Минздрава СССР.

С 1993 г. – торговый представитель АО «Шелл Нефть». В 2000 г. назначена руководителем отдела маркетинга автомобильных масел Представительства Шелл Ист Компани, г. Москва.

В феврале 2006 г. Марина Кондрина перешла на работу в ООО «ЛЛК-Интернешнл» на должность руководителя дилерской сети.

В декабре 2007 г. назначена заместителем генерального директора по маркетингу ООО «ЛЛК-Интернешнл».

в этом направлении, чтобы в этом перспективном сегменте иметь такую же значительную долю рынка, как и в других секторах.

Практические задачи в этом году огромные: в потребительском сегменте легкомоторных масел предстоит запуск канистр нового дизайна, что означает перемены в позиционировании бренда масел «ЛУКОЙЛ». В настоящее время масла «ЛУКОЙЛ» имеют имидж народной марки, «качественное масло по доступной цене». Такое позиционирование несколько ограничивает возможности торговой марки для выхода в новые рыночные ниши, и сейчас мы стремимся преодолеть сложившуюся ситуацию.

На наш взгляд, у масел «ЛУКОЙЛ» есть всё необходимое для того, чтобы занять лидирующие позиции в премиальном сегменте. Ключевой фактор перспективного позиционирования – сам продукт – современное, высокотехнологичное моторное масло, которое за счёт применения инновационных технологий обеспечивает защиту двигателя на всех этапах его работы и в любых условиях. В процессе его создания учитывались все возможные нюансы: от новых сложнейших технологий производства до современных международных требований к упаковке продукции.

«Масла@ЛУКОЙЛ» | Существуют ли определённые «факторы риска» в процессе смещения акцентов в позиционировании компании на рынке?

Марина Кондрина | Да, есть определённые факторы, которые нельзя упускать из внимания. Сейчас ЛУКОЙЛ является безусловным лидером на российском рынке потребительских масел, его доля составляет 30%. Самое важное при переходе на новую упаковку – это не только привлечь новых клиентов, но и сохранить, и по возможности расширить круг лояльных потребителей в традиционном сегменте. Именно поэтому большое внимание будет уделяться своего рода «просветительской» работе. Многолетние потребители масел «ЛУКОЙЛ» должны быть уверены, что, несмотря на происходящие изменения, в нашей линейке присутствуют качественные масла для традиционного сегмента, для автомобилей, которые уже имеют достаточно большой пробег, но – в новой упаковке. В то же время линейка масел «ЛУКОЙЛ» расширяется за счёт выпуска масел для нового, премиального сегмента, с улучшенными компонентами, которое больше подходит для современных автомобилей. Их высочайшие характеристики по международным стандартам подтверждаются многочисленными допусками ведущих мировых автопроизводителей.

лей - Mercedes Benz, BMW, Porsche, Volkswagen, Man, Volvo, Renault и некоторых других.

«Масла@ЛУКОЙЛ» | Каким видится механизм привлечения новых клиентов? Ведь, помимо самого запуска продукции с улучшенными свойствами, необходима соответствующая маркетинговая поддержка. Покупатель «со стороны» должен обратить внимание на новый продукт и сделать выбор в его пользу.

Марина Кондрина | Это следующий большой участок работы. Важно не только выпустить продукцию в новом дизайне, но и донести до потребителя своего рода сопроводительную информацию. На этом направлении запланирован ряд серьезных мероприятий, которые будут проходить на заводе в Перми. Мы будем приглашать на производство всех наших крупных партнёров, представителей дилерских структур, дочерние предприятия и работников АЗС ЛУКОЙЛа. Одной из главных задач в процессе репозиционирования является формирование понимания у сотрудников и партнёров компании всей совокупности процессов: что именно происходит и какой продукт заменяется на какой. Необходимо это для того, чтобы они «из первых рук» могли передать всю полноту информации конечному потребителю. В связи с этим запланировано большое количество обучающих и ознакомительных семинаров. Их цель – посещение производств, демонстрация запуска новых линий по изготовлению и фасовке продукции, презентация новой канистры.

Другими словами все те события, которые намечены на 2008 г. и уже постепенно реализуются, можно



назвать новым этапом в жизни моторных масел «ЛУКОЙЛ». Плюс ко всему, полный ребрендинг подразумевает изменение рекламной политики во всех её проявлениях: от рекламных материалов (POSM, Point of Sale Materials) до новых роликов на радио и телевидении.

«Масла@ЛУКОЙЛ» | В связи с этим какие наиболее важные для «ЛЛК-Интернешнл» события должны состояться в 2008 г.?

Марина Кондрина | С учётом меняющихся условий в производстве и позиционировании, маркетинговая политика становится более активной и насыщенной. Из наиболее заметных событий – открытие в марте линии по затариванию и комплекса по производству легкомоторных масел в Перми. Соответственно, важным событием в этой цепи должно стать проведение ряда семинаров в Перми для крупных потребителей масел легкомоторного направления. Кроме этого, на конец апреля запланировано событие и светского характера – презентация в Москве новой маркетинговой

программы на встрече с представителями деловой элиты страны. Лидеры рынка – всегда в центре внимания, поэтому обязаны широко освещать свою деятельность.

Масла@ЛУКОЙЛ» | В свое время Вы говорили о создании мирового бренда «ЛУКОЙЛ», как о своей профессиональной мечте. Можете ли Вы сказать, что она осуществляется?

Марина Кондрина | Последние два года мы очень серьезно работали над укреплением своих рыночных позиций: как внутри страны, так и на зарубежных направлениях. События, которые происходят сейчас и еще предстоят в этом году, являются результатом этой работы. В этом смысле полный ребрендинг – это ее кульминация. Если же говорить о профессиональной мечте, то очевидно, что с каждым годом ее реализация становится все ближе. Правда, в процессе ее достижения постоянно появляются новые не менее интересные задачи и цели, формирующие уже новое видение профессиональной мечты.



ЛУКОЙЛ и «Северсталь-авто» подписали соглашение о стратегическом сотрудничестве

Предприятия Группы «ЛУКОЙЛ» продолжают активную работу по установлению партнерских отношений с крупнейшими автопроизводителями на территории России. За последние два года в список партнёров компании вошли такие представители автомобилестроительной индустрии СНГ, как МАЗ, АВТОВАЗ, ГАЗ и КАМАЗ. В начале 2008 г. стало известно об очередном важном событии на этом направлении. Президент ОАО «ЛУКОЙЛ» Вагит Алекперов и генеральный директор ОАО «Северсталь-авто» Вадим Швецов подписали соглашение о стратегическом сотрудничестве между двумя компаниями сроком на пять лет. Благодаря соглашению с «Северсталь-Авто», на заводах которой, помимо УАЗа, осуществляется лицензионная сборка автомобилей марок SsangYong, ISUZU и FIAT, список партнеров ЛУКОЙЛ пополнится несколькими зарубежными автомобильными брендами.

Подписанный документ предусматривает несколько направлений сотрудничества: поставка целого ряда наименований масел «ЛУКОЙЛ», как для обеспечения эксплуатации технологического оборудования предприятий ОАО «Северсталь-Авто», так и для первой заливки автомобилей, произведённых на предприятиях компании. Кроме того, масла «ЛУКОЙЛ» будут поступать и на фирменные станции технического обслуживания «Северсталь-авто» для послепродажного сервисного обслуживания автомобилей. В Соглашении особое внимание уделяется научно-техническому и исследовательскому направлениям совместной деятельности двух компаний. Один из главных пунктов - реализация программы замещения импортных моторных масел на продукцию под брендом «ЛУ-



КОЙЛ», получившую допуски и одобрения западных автопроизводителей. С точки зрения развития исследовательской деятельности предполагается активное использование научного потенциала дочерних обществ ЛУКОЙЛа для разработки современных масел и другой продукции нефте- и газопереработки для нужд предприятий «Северсталь-авто».

Следует отметить, что договор включает не только «масляную» составляющую. Партнеры также достигли договоренности по вопросам поставки производственным предприятиям «Северсталь-авто» автобензинов и дизтоплива марки «ЛУКОЙЛ», а также о совместном развитии объектов инфраструктуры технического обслуживания автомобилей.

«Соглашение с ОАО «Северсталь-авто» органично вписывается в программу развития сотрудничества нашей Компании с крупнейшими автомобилестроителями России. Эта программа предусматривает, в частности, увеличение объемов поставок наших нефтепродуктов промышленным потребителям и разработку новых видов продукции», - отметил президент ОАО «ЛУКОЙЛ» Вагит Алекперов.

Подписание договора о стратегическом сотрудничестве с еще одним российским автомобильным холдингом все больше укрепляет лидирующие позиции «ЛЛК-Интернешнл» на российском масляном рынке. О подробностях реализации программы работы с автопроизводителями и перспективах сотрудничества с ОАО «Северсталь-авто» журналу «Масла@ЛУКОЙЛ» рассказал начальник управления продаж «ЛЛК-Интернешнл» Сергей Стародубцев.

«Масла@ЛУКОЙЛ» | Каждое соглашение ЛУКОЙЛа с автопроизводителями предполагает производство масел, разработанных специально для каждого отдельно взятого клиента. Договор с «Северсталь-авто» не является в данном случае исключением?

Сергей Стародубцев | Действительно, несмотря на то, что «ЛЛК-Интернешнл» производит порядка сорока наименований автомобильных масел, соглашение предусматривает разработку ЛУКОЙЛом масел специально для автомобилей, производимых предприятиями ОАО «Северсталь-авто». В том числе синтетические и полусинтетические масла, как моторные, так и трансмиссионные.

В этом смысле «Северсталь-авто» не стало исключением из нашей практики работы с автопроизводителями. В «ЛЛК-Интернешнл» уже накоплен значительный опыт сотрудничества с предприятиями такого

СПРАВКА

ОАО «Северсталь-авто» входит в холдинг – «Северсталь-групп». «Северсталь-авто» является одной из наиболее динамично развивающихся компаний российской отрасли автомобилестроения. Компания владеет контрольными пакетами акций ОАО «Ульяновский автомобильный завод» («УАЗ»), ОАО «Заволжский моторный завод» («ЗМЗ»), ОАО «ЗМА» – Завод малолитражных автомобилей,

«УАЗ» - ведущий российский производитель автомобилей 4x4: легендарных внедорожников УАЗ, легких грузовиков и микроавтобусов. В 2007 г. произведено более 80 тыс. штук. С июля 2006 г. на производственных мощностях УАЗа запущена сборка грузовых автомобилей ISUZU (в 2007 г. реализовано 2605 малотоннажных грузовиков). «ЗМА» – одно из наиболее современно технологически оснащенных предприятий российского автомобилестроения. С конца 2005 г. на Заводе осуществляется лицензионная сборка автомобилей-внедорожников под брендом SsangYong (реализация за 2007 г. – 11283 шт.). Кроме того, в рамках соглашения подписанного с Fiat Auto, в конце 2006 г. на Заводе была запущена линия по производству первой марки из линейки автомобилей FIAT -FIAT Albea (в 2007 г. продано 15304 автомобиля, как произведенных на заводе, так и в рамках программы дистрибуции).

Соглашения с зарубежными автомобильными концернами также предусматривают, что «Северсталь-авто» получает статус официального дистрибутора всего модельного ряда SsangYong Motor Company и FIAT Auto в России.

«ЗМЗ» - крупнейший в России производитель 4- и 8-цилиндровых бензиновых двигателей для автомобилей класса Е, внедорожников, автобусов, легких грузовиков и автомобилей специального назначения.



уровня и профиля. Существующие технологические и организационные наработки позволяют достаточно эффективно и оперативно наладить работу по новому производственному направлению. Безусловно, подобные проекты требуют большой комплексной работы, к ним привлекается широкий круг специалистов из различных подразделений «ЛЛК-Интернешнл» – это и учёные-химики, и производственники, логисты, представители коммерческих служб. Вместе с тем, подобные проекты не являются для нас новинкой, мы имеем достаточно успешный опыт работы в рамках аналогичных соглашений.

«Масла@ЛУКОЙЛ» | Расскажите подробнее о результатах работы с автопроизводителями в области первой заливки автомобилей?

Сергей Стародубцев | В рамках Договора с «Северсталь-авто» предусмотрено использование масел «ЛУКОЙЛ» для первой заправки двигателей автомобилей, производимых предприятиями этого холдинга. При этом следует заметить, что речь идёт сразу о нескольких марках автомобилей, в том числе и зарубежных брендов, производство которых ведётся на территории России: SsangYong, ISUZU, FIAT. Как известно, сегодня ЛУКОЙЛ является безусловным лидером в сегменте масел первой заливки среди отечественных автопроизводителей, его доля рынка составляет 97%. Подписание соглашения с «Северсталь-авто» открывает перед ЛУКОЙЛом новые возможности для увеличения доли рынка за счет поставок масел первой заливки зарубежным автопроизводителям, работающим на территории России.

Динамичный рост числа производимых в России иномарок – это наиболее яркая тенденция развития отечественного автомобильного рынка. ЛУКОЙЛ как лидер российского масляного рынка ставит перед собой задачи по активизации работы с этим кругом автопроизводителей. И здесь задача стоит не только в области выхода на первую заливку автомобилей зарубежных брендов. Большое значение также имеет работа, которую мы ведём для получения допусков и одобрений на масляную продукцию «ЛУКОЙЛ» со стороны зарубежных автопроизводителей. Работа на этом направлении ведётся не первый год, и мы понимаем ее важность. Нам удалось получить одобрения от таких крупнейших компаний отрасли как MAN, Mercedes-Benz, Volvo, Renault, MTU, Volkswagen, BMW, Porsche, Cummins.

Качество масел «ЛУКОЙЛ» подтверждено многочисленными допусками международного класса, мы активно сотрудничаем с ведущими производителями отрасли. Принятие ЛУКОЙЛа в такие уважаемые международные организации отрасли, как ATIEL и CIMAC подтверждает высочайшее качество нашей продукции.

С каждым новым достижением на мировом рынке неизбежно повышается доверие к нашим маслам и в целом к бренду «ЛУКОЙЛ». Стоит отметить, что по итогам 2007 г. бренд «ЛУКОЙЛ» занял четвёртое место в ежегодном рейтинге сорока самых дорогих российских брендов, который публикуют совместно агентство Interbrand Zintzmeyer & Lux AG и еженедельник «BusinessWeek Россия». В 2007 г. стоимость бренда составила \$984 млн., что на 27% выше показателя предыдущего года.

«Масла@ЛУКОЙЛ» | ОАО «Северсталь-авто» производит автомобили нескольких марок: УАЗ, SsangYong, ISUZU и FIAT. Соглашение о поставках масел «ЛУКОЙЛ» касается всех этих марок?

Сергей Стародубцев | Да, соглашение распространяется на все марки автомобилей, производимых на мощностях «Северсталь-авто». Более того, в числе наших предложений есть и выпуск специальных масел, разработанных под определённый бренд. Разумеется, обеспечение выпускаемых автомобилей маслами первой заливки – это лишь первый шаг. Далее техника поступает в продажу, начинает эксплуатироваться, и снова, теперь уже перед владельцем, возникает вопрос: какое масло заливать? Чтобы помочь покупателю быстро и безошибочно принять решение в пользу масла «ЛУКОЙЛ», мы развиваем сотрудничество не только с автопроизводителями, но и с фирменными автомагазинами.

В ЛЛК действует специальная программа сотрудничества с фирменными станциями технического обслуживания. Когда договор с «Северсталь-авто» заработает в полную мощь, мы наладим поставки фасованных масел в адрес фирменных СТО всех марок, выпускаемых нашим партнёром: УАЗ, SsangYong, ISUZU, FIAT. В данном вопросе мы предлагаем те наработки, которые появились ранее в результате сотрудничества с другими автопроизводителями. Несомненно, новые методы и подходы, которые сформируются в процессе совместной работы с предприятиями «Северсталь-авто», не только расширят наш опыт работы с автопроизводителями, но и позволят сделать дальнейшую работу более эффективной и взаимовыгодной.

«Масла@ЛУКОЙЛ» | Какие услуги может предложить «ЛЛК-Интернешнл» своему новому партнёру в сегменте промышленных масел?

Сергей Стародубцев | Современное промышленное производство предполагает использование сложного дорогостоящего оборудования и техники как российского, так и зарубежного производства. Поэтому «ЛЛК-Интернешнл» производит и реализует не только автомобильные, но также и промышленные масла. Как прописано в договоре с «Северсталь-авто», наша компания обязуется поставлять в ее адрес все необходимые наименования промышленных масел, с соблюдением тех пожеланий и рекомендаций, которые будут получены. Конечно, предстоит большая работа по «настройке» широкого ассортимента масел, поставляемых ЛЛК в адрес нового партнера. Очевидно, что сложное современное оборудование требует «штучного» подхода, учёта особенностей конструкции, технических требований и множества других нюансов.

Проведение испытаний и получение необходимых одобрений на применение масел «ЛУКОЙЛ» в технологическом оборудовании, эксплуатируемом на предприятиях ОАО «Северсталь-авто» — это, конечно, вопрос не одного дня. Однако мы готовы к решению поставленных перед нами задач и, главное, мы знаем, как их решать.

«Масла@ЛУКОЙЛ» | Предусмотрено ли нанесение логотипа «ЛУКОЙЛ» в подкапотное пространство автомобилей «Северсталь-авто», как, например, это имеет место с автомобилями УАЗ, ГАЗ и КАМАЗ?

Сергей Стародубцев | Да, подобная практика уже активно применяется в рамках сотрудничества с упомянутыми российскими компаниями. Более того, она постепенно становится одним из основных стандартов нашего сотрудничества с автопроизводителями. Убежден, что логотип «ЛУКОЙЛ» будет появляться и на автомобилях других марок, с которыми сотрудничает наша Компания.





В апреле 2008 г. исполняется два года с момента создания СП «ЛК-Нафтан»

К идее создания совместного предприятия по производству присадок ОАО «ЛУКОЙЛ» и ОАО «Нафтан» подтолкнул целый ряд рыночных обстоятельств. Для ЛУКОЙЛа, компании ориентированной на производство современных качественных масел, вопрос обеспечения собственными присадками является одним из важнейших в производственной цепочке. Значимость этой проблеме добавляет и тот факт, что компания является лидером по производству товарных масел в России, а, следовательно, потребляет наибольшие (около 60%) объемы присадок в стране.

В последнее десятилетие индустрия присадок в России и странах СНГ находилась в затянувшемся кризисном состоянии. Многие профильные производства, как например, в Уфе, Ангарске и Рязани, с распадом СССР оказались в тяжелейших условиях и вскоре были закрыты. На этом фоне все более активные усилия по завоеванию российского рынка стали предпринимать зарубежные производители присадок. Однако высокая стоимость закупаемых присадок иностранных марок неизбежно приводила к удорожанию процесса производства готовых масел. Стремясь сократить уровень зависимости от зарубежных производителей, ЛУКОЙЛ начал поиски стратегического партнера по производству присадок на территории СНГ, из числа тех немногих предприятий, которые хотя бы частично сохранили производственный потенциал.

Наиболее перспективным был признан проект создания совместного предприятия по производству присадок на базе ОАО «Нафтан» в г. Новополоцке, республики Беларусь. Цех присадок «Нафтана» строился ещё в 1970-х годах, мощность его установок была рассчитана на снабжение присадками предприятий всего

Союза. К моменту начала переговоров о создании СП в 2005 г. большая часть мощностей предприятия простаивала.

Договорённость о создании совместного предприятия была достигнута в феврале 2006 г. в ходе встречи президента ОАО «ЛУКОЙЛ» Вагита Алекперова с президентом республики Беларусь Александром Лукашенко, а спустя всего



два месяца состоялась официальная регистрация ООО «ЛЛК-Нафтан». После непродолжительного организационного периода, уже в сентябре 2006 г. предприятие приступило к выпуску продукции: активными темпами началось освоение и производство новых видов присадок.

За время работы СП загрузка производственных мощностей ООО «ЛЛК-НАФТАН» выросла с 8% в 2005 г. до 40% в 2007г.

В целях концентрации производства присадок на мощностях СП «ЛЛК-Нафтан» ЛУКОЙЛ предпринял ряд кардинальных решений. В частности было закрыто производство присадок на ЛУКОЙЛ-ННОС (фенолят, В-354), законсервировано производство на ЛУКОЙЛ-ВНП (фенолят АФП-73). Вместо этого на производство в «ЛЛК-НАФТАН» был поставлен целый ряд новых присадок различных наименований: С-150К, ЛУКОЙЛ ЦК 2501 трех модификаций и ЛУКОЙЛ ЦК 2508.

Рост производства присадок на «Нафтоне» позволил в сравнительно короткий срок перевести 80% объема моторных масел «ЛУКОЙЛ», производимых на территории России, на рецептуры с использованием присадок совместного предприятия (а также – ЛУКОЙЛ-ВНП). Стоит отметить, что раньше этот показатель составлял всего 20%, а основной объем закупаемых присадок приходился на продукцию зарубежных производителей. Практика использования собственных присадок также распространилась и на производство масел за рубежом. На румынском заводе «ЛУКОЙЛ-Петротел» было принято решение о прекращении закупок иностранных присадок и переходе на использование присадок, произведенных «ЛЛК-Нафтан».

Важным шагом по расширению спектра применения присадок СП в рецептурах масел «ЛУКОЙЛ» стала серия испытаний, проведенных в профильных испытательных лабораториях совместно с партнерами ЛЛК в секторе автомобилестроения: АВТОВАЗ, КАМАЗ, МАЗ, ГАЗ. Полученные по результатам испытаний одобрения и допуски открывают для продукции «ЛЛК-Нафтан» дополнительные возможности по ее применению в рецептурах масел для автопроизводителей. Более того, сроки запуска этих масел в производство удалось значительно сократить, теперь этот процесс занимает вместо года-двух всего несколько месяцев.

Подводя итоги первых двух лет деятельности СП, можно уверенно констатировать, что проект его создания оказался успешным. По итогам работы предприятия в 2007 г. общие объемы реализации продукции выросли в два с половиной раза. Если в 2006 г. продажи продукции «ЛЛК-Нафтан» составили 8537 т. (в том числе по заказу «ЛЛК-Интернешнл» 5046 т.), то в 2007 г. этот показатель достиг уже 21288 т. (соответственно, по заказу «ЛЛК-Интернешнл» 11946 т.).



СПРАВКА

Дата 9 февраля 1963 г. стала точкой отсчета производственной деятельности гиганта белорусской нефтехимии.

Большая химия Беларуси зарождалась именно здесь, на древней Полоцкой земле, по левую сторону реки Западная Двина. Новополоцкий НПЗ стоял у истоков авангардной отрасли народного хозяйства и в настоящее время является важным элементом промышленного комплекса республики.

В те годы завод был рассчитан на переработку 6 млн. тонн сырой нефти в год. Его производственную основу составили: установка первичной переработки нефти мощностью 2 млн. тонн в год (АВТ-1), установка термического крекинга мазута (15-5), установка производства битумов (19-5).

В настоящее время продолжается развитие и модернизация существующего производства с целью дальнейшего углубления переработки нефтепродуктов.



Общение в прямом эфире: первая пресс-конференция Комитета Автопроизводителей АЕВ

16 января 2008 г. в отеле «The Ritz-Carlton Moscow» состоялось важное для российской автомобильной индустрии событие – пресс-конференция Комитета Автопроизводителей Ассоциа-

ции Европейского Бизнеса. За десять лет существования Комитета это первая конференция, проведённая специально для журналистов, ранее общение с представителями прессы происходило только в заочном режиме. Одним из партнёров пресс-конференции, наряду с Альфа-Банком, Roltrans и Continental, выступил «ЛУКОЙЛ» в лице «ЛЛК-Интернешнл», компания внесла значительный вклад в организацию и проведение данного мероприятия.

В пресс-конференции приняли участие представители практически всех компаний, входящих в Комитет автопроизводителей АЕВ: ООО «Фольксваген Групп Рус», Volvo Cfr Russia, ЗАО «Форд Мотор Компани» и некоторых других. В рамках открытия конференции, вниманию журналистов была представлена презентация о деятельности и структуре Автомобильного Комитета. Основной же темой встречи стало обсуждение итогов прошедшего года и перспектив развития российского автомобильного рынка.

СПРАВКА

Association of European Business (AEB) – некоммерческая организация европейских компаний и предпринимателей, работающих на российском рынке. АЕВ представляет интересы европейских компаний и способствует их продвижению в России с середины 90-х г.г. Комитет автопроизводителей АЕВ действует в России с 1998 г. На сегодняшний день он объединяет семнадцать компаний, представляющих более тридцати иностранных марок, официально продаваемых в России. Основными задачами Комитета являются: представление общих интересов компаний-автоимпортеров, обеспечение взаимодействия между автопроизводителями при решении актуальных вопросов отрасли, лоббирование интересов компаний, взаимодействие с органами власти, национальными и международными отраслевыми ассоциациями.

За годы существования Комитета Автопроизводителей его возглавляли представители различных компаний-участников организации. В сентябре 2007 г. Оскар Ахмедов, Генеральный директор ООО «Фольксваген Групп Рус», сменил занимавшего до этого в течение 2-х лет пост Председателя Комитета Автопроизводителей (АЕВ) Хенрика Нензена (Ford).



ПРЕДСЕДАТЕЛЬ КОМИТЕТА АВТОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ АЕВ,
ОСКАР АХМЕДОВ (ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
ООО «ФОЛЬКСВАГЕН ГРУПП РУС»)



По оценкам Ассоциации, в 2007 г. в России было продано около 2,3 млн. новых легковых автомобилей, среди которых 1,6 млн. пришлось на импортированные и произведённые в стране иномарки. Достигнув таких показателей, Россия вошла в тройку европейских лидеров по объёму проданных автомобилей, уступив место Германии и Великобритании. Говоря о тенденциях развития рынка, эксперты Комитета автопроизводителей привели прогнозы его поэтапного увеличения – уже в 2009 г. уровень продаж может достичь 2,9 млн. штук, а к 2015 г. перешагнуть рубеж в 3,5 млн.

По мнению авторов исследований, рост объёмов российского автомобильного рынка является одним из следствий подъёма экономики и доходов населения, в сочетании с общим снижением стоимости автомобилей.

Участники Конференции уделили особое внимание некоторым вопросам деятельности комитета в прошедшем году: проведению Московского автосалона, проблемам, связанным с двойным налогообложением при операциях трейд-ин, статистике продаж иномарок, а также законодательству в области защиты прав потребителей применительно к производителям автомобилей. Из достижений докладчики отметили шаги Комитета по налаживанию контактов с международными автомобильными ассоциациями (VDA, SMMT, JAMA, FIEV). Достаточно активными темпами развивается сотрудничество с различными профильными организациями внутри страны. В частности в 2007 г. был заключён Меморандум о сотрудничестве с Объединением автопроизводителей России.





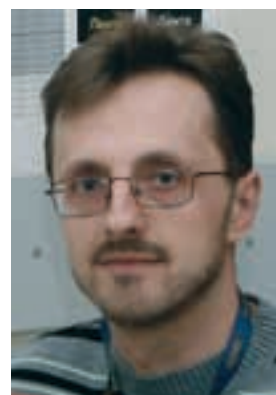
«ЛЛК-Интернешнл»: сотрудничество с гипермаркетами МЕТРО и ЛЕНТА

Существенную долю в товарообороте торговых комплексов ЛЕНТА составляет категория автомобильных масел. Основная категория покупателей – владельцы новых и поддержанных автомобилей российского и импортного производства стоимостью до 12 000 \$,

осуществляющих обслуживание автомобилей своими силами или на неавторизованных сервисных центрах. В мае 2007 г. компанией ЛЕНТА было подписано соглашение с компанией «ЛЛК-Интернешнл» о маркетинговом продвижении бренда «ЛУКОЙЛ», что сразу перевело сотрудничество на новый уровень.

Наиболее ходовой маркой масла «ЛУКОЙЛ» является полусинтетическое масло ЛУКОЙЛ СУПЕР SG/CD (4л), которое традиционно пользуется спросом у покупателей. В 2007 г. оказалось востребованным полусинтетическое масло ЛУКОЙЛ ЛЮКС SJ/CF (канистра 4 л.), спрос на него сопоставим с соответствующими продуктами компаний SHELL и Exxon Mobil.

Как сетевой магазин федерального уровня, компания ЛЕНТА получила возможность проводить мероприятия по продвижению бренда «ЛУКОЙЛ». Все открытия новых торговых центров ЛЕНТА в 15-ти городах России в 2007 г. сопровождалось специальными предложениями марки «ЛУКОЙЛ» (например, акция «5 литров по цене 4-х»). Масла «ЛУКОЙЛ» были также представлены в сезонном каталоге «Зимняя машина» – и результат продаж превзошел прогноз на 42%! Отличный результат, отмеченный руководством компании ЛЕНТА, как лучшее промо-предложение. Наши покупатели по достоинству оценили эти акции, увеличение продаж масел «ЛУКОЙЛ» в 2007 г. по отношению к 2006 г. составило 38%, что говорит о повышении лояльности покупателей к маслам этой марки. Компания ЛЕНТА заинтересована в дальнейшем развитии сотрудничества и рассчитывает на отличные результаты совместной деятельности.



ОЛЕГ БУРЫЙ
КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖЕР
НАПРАВЛЕНИЯ «АВТОТОВАРЫ»
КОМПАНИИ ЛЕНТА

СПРАВКА

Компания ЛЕНТА была основана в 1993 г. Сегодня ЛЕНТА, владеющая одноименной сетью торговых комплексов, – одна из ведущих российских компаний, специализирующихся в сфере классической оптовой и розничной торговли по принципу самообслуживания. Сейчас в различных регионах России работает 26 торговых комплексов розничной сети ЛЕНТА и собственный дистрибуционный центр компании в Санкт-Петербурге: 13 торговых комплексов открыто в Санкт-Петербурге, 3 торговых комплекса – в Новосибирске, два в Нижнем Новгороде, по одному комплексу – в Тюмени, Астрахани, Волгограде, Барнауле, Омске, Тольятти, Великом Новгороде и Петрозаводске. В настоящее время идет строительство еще 8 магазинов сети ЛЕНТА.

ООО "МЕТРО Кэш энд Кэрри" – торговое подразделение холдинга Метро Групп (Metro Group), занимающее по объему продаж третье место в мире. В России существует 39 торговых центров МЕТРО в 27 городах России. Штат каждого магазина насчитывает порядка 300-400 сотрудников, около 2000 поставщиков, производителей, дистрибуторов и торговых фирм задействовано в формировании 25 000 ассортимента продовольственных и непродовольственных товаров, предлагаемых на торговой площади каждого магазина в 8 000-10 000 м².

В ассортименте гипермаркетов МЕТРО представлены линейки масел ЛУКОЙЛ СУПЕР, ЛУКОЙЛ ЛЮКС и промывочное масло «ЛУКОЙЛ». Тенденция продаж за 2007 г. является положительной и присутствие российского бренда в ассортиментной линейке масел компании Метро полностью себя оправдывает. Как показывают продажи, масла «ЛУКОЙЛ» привлекают новых покупателей в отдел Авто Аксессуары. Лучшими по продажам за 2007 г. стали артикулы масла ЛУКОЙЛ СУПЕР 10W40 4 литра (примерно 16 000 канистр за год), ЛУКОЙЛ ЛЮКС 5W40 4 литра (около 7 500 канистр) и четырёхлитровое промывочное масло «ЛУКОЙЛ» (около 9 тысяч канистр). Это лидеры продаж под торговой маркой «ЛУКОЙЛ» за 2007 г. Следует также подчеркнуть, что компания «ЛЛК-Интернешнл» всегда поддерживает предложения со стороны компании Метро об участии в различных промо-акциях, предоставляя более выгодные цены или интересные предложения с дополнительным бонусом. Отличный результат принесло участие в зимнем специализированном автокаталоге (с 4 по 31 октября 2007 г.) с суперпредложением на половину страницы А4 «5 литров по цене 4-х». Результаты продаж были очень высокими. В весеннем автокаталоге уже текущего 2008 г.

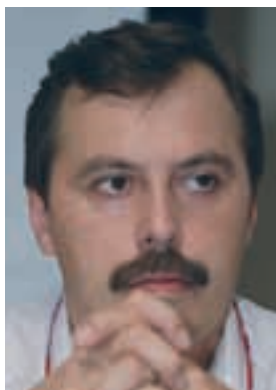
(27 марта – 9 апреля) компания «ЛЛК-Интернешнл» снова дала своё согласие на акцию «5 литров по цене 4-х». Данное предложение именно по маслам является очень привлекательным для клиентов Метро и повышает продажи соответствующего артикула как минимум на 30-50% за акцию, по сравнению с таким же периодом продаж вне промо-акций. В тоже время, такие акции не мешают росту продаж продукции «ЛУКОЙЛ» вне промо-периодов, а только повышают интерес наших покупателей к данной продукции и привлекают новых клиентов. В целом, сотрудничество с компанией «ЛЛК-Интернешнл» я могу расценивать как положительное, и мы надеемся на его дальнейшее взаимовыгодное развитие и увеличение продаж в новом 2008 г.



ОКСАНА ТОКАРЕВА
РУКОВОДИТЕЛЬ ОТДЕЛА
ПРАВОВЫХ
И ВНЕШНИХ СВЯЗЕЙ
METRO CASH&CARRY

Сотрудничать с гипермаркетами ЛЛК-Интернешнл начало только год назад. Шли к этому сознательно, и достигли ожидаемых результатов. Цель мы поставили ясную: безусловный лидер на

АНДРЕЙ ОБУХОВ,
СТАРШИЙ МЕНЕДЖЕР
«ЛЛК-ИНТЕРНЕШНЛ»



масляном рынке России, бренд «ЛУКОЙЛ» должен занять достойное место на полках крупнейших торговых сетей. Качество нашей продукции многократно подтверждено производителями автомобильных двигателей и признано на международном уровне. Ценовая политика продумана. Нам осталось лишь предоставить своим покупателям возможность приобрести наш товар. Опыта партнерских отношений с

сетевыми гипермаркетами у нас прежде не было. Нам следовало чётко продумать все детали и в рамках этого сотрудничества были обозначены три главных пункта. Линейка масел «ЛУКОЙЛ» позволяет удовлетворить спрос наших потенциальных покупателей, и мы тщательно подобрали ассортимент.

Конкуренция на рынке автомобильных масел высока. Импортные бренды, в силу ряда причин, зачастую кажутся более привлекательными, несмотря на более высокую цену – для успешных продаж мы специально разрабатываем программу стимуляции потребительского спроса.

Наконец, немаловажная задача – обеспечить наличие товаров в торговых сетях. И мы очень серьёзно относимся к бесперебойному снабжению гипермаркетов своей продукцией. В том, что гипермаркеты не прогадают, мы были уверены. И то, что наше партнёрство с ЛЕНТОЙ и МЕТРО представители этих сетей оценивают высоко – укрепляет в нас уверенность в правильности выбранного пути.



Масло ЛУКОЙЛ СУПЕР — В списке 100 лучших товаров России

Продукция завода «ЛУКОЙЛ-Пермнефтеоргсинтез» неоднократно становилась лауреатом Всероссийского конкурса «100 лучших товаров России». Не стал исключением и прошедший 2007 г., когда масло ЛУКОЙЛ СУПЕР вновь получило место в этом почетном списке. Победа стала отличным подарком коллективу производственного Цеха №11 по смешению и затариванию масел «ЛУКОЙЛ-Пермнефтеоргсинтез» в преддверии пятнадцатилетия со дня его создания.



Один из крупнейших нефтеперерабатывающих заводов страны, «Пермнефтеоргсинтез», вошёл в состав группы «ЛУКОЙЛ» в 1991 г. Предприятие логично вписалось в производственную структуру в то время только формирующегося нефтяного гиганта. Организационное преобразование открыло перед заводом возможность полномасштабного технического перевооружения и модернизации производства. Одним из направлений этой программы было завершение строительства нового цеха, который должен был объединить в общую технологическую цепочку процессы смешения масел нового поколения, производства современной удобной тары, затаривания продукции и ее отгрузки. Завершение монтажа импортной автоматической линии и наладка оборудования пришлось на конец 1992 г., тогда же были произведены и затарены первые пробные партии масел. Проложенный железнодорожный путь для отгрузки продукции в вагоны расширил возможности в области транспортировки готовых масел в адрес потребителей. С каждым годом технологическая линия стала набирать обороты.

«До этого в Перми выпускали только ГОСТовские масла, качество которых оставляло желать лучшего, — рассказывает начальник производства по смешению и затариванию масел Юрий Девяткин. — «Пермнефтеоргсинтез» совершил прорыв, освоив выпуск масел нового поколения с использованием присадок импортного производства, повышающих эксплуатационные качества продукции». Следует заметить, что масла с новыми присадками позволили в 2–2,5 раза увеличить пробег автомобилей. Масла, производимые на «Пермнефтеоргсинтезе», прошли испытания в известных автомобилестроительных компаниях США и Германии. С точки зрения временных затрат по производству масел также были достигнуты значительные результаты: масла стали готовить в течение 5–6 часов и быстро затаривать. В то время как раньше на этот процесс уходило более двух суток.

В 1993 г. одновременно с приготовлением обыкновенных моторных масел на «Пермнефтеоргсинтезе» освоили выпуск высокоэффективных масел серии ВЕЛС. Таким образом, можно констатировать, что уже тогда предприятие начало производство продукции европейского качества. Далее был налажен выпуск таких марок полусинтетических моторных масел, как ЛУКОЙЛ АРКТИК и ЛУКОЙЛ ЛЮКС, с расширенными температурными диапазонами использования (от –40 до +50 °С). В 1997 г. цех № 11 первым и единственным в России

внедрил и начал использовать шаровую зачистку трубопроводов для исключения в них остатков масел и повышения качества продукции.

Сегодня цех № 11, объединяет коллективы двух производственных участков: смешения масел и затаривания продукции в крупную тару. На протяжении всех пятнадцати лет работы цеха объемы приготовления масел на заводе неизменно увеличивались. Есть все основания полагать, что подобная ситуация сохранится и в ближайшие годы.

В 2007 г. на производственных мощностях цеха было приготовлено более 64 тыс. тонн высокоэффективных масел, для сравнения — в 2006 г. производство составило 57 тыс. тонн масляной продукции. При этом динамика роста объемов производства продолжает набирать темпы. В 2008 г. объем приготовления масел должен составить около 80 тыс. тонн.

Масла, производимые на «ЛУКОЙЛ-Пермнефтеоргсинтез», реализуются как на российском рынке, так и в странах ближнего зарубежья. Важным событием для цеха, да и всего завода, стал выпуск масел под брендом «КАМАЗ», предусмотренный соглашением между автомобильным гигантом и ОАО «ЛУКОЙЛ». Следующими на очереди идут масла под брендом «ГАЗ», производство которых предусмотрено в рамках аналогичного соглашения между нефтяной компанией и одним из крупнейших авопроизводителей в стране. Подводя итог, следует заметить, что задачи в области расширения ассортимента производимой продукции, всегда были и остаются для завода одними из наиболее приоритетных.

*По материалам газеты
«Пермская нефть», декабрь 2007 г.*





Большой автопробег: автомобили «МАЗ» и масло «ЛУКОЙЛ» оказались на высоте

Автопробег, организованный «БелавтоМАЗ» совместно с «ЛЛК-Интенешнл» и приуроченный ко второй годовщине сотрудничества компаний, успешно завершился в Минске 28 декабря 2007 г. Основная цель состоявшегося мероприятия - климатические и типовые испытания автопоездов и автомобилей нового семейства МАЗ с двигателями, соответствующими стандартам Евро3. Также в ходе автопробега были проведены комплексные испытания усовершенствованных моторных масел производства «ЛУКОЙЛ».



В предыдущем номере Журнала «Масла@ЛУКОЙЛ» уже сообщалось, что 22 ноября 2007 г. шесть экипажей грузовых автомобилей МАЗ стартовали из столицы Белоруссии – города Минск. В течение месяца им удалось преодолеть запланированный маршрут Минск - Москва - Уфа - Екатеринбург - Тюмень - Сургут - Ноябрьск - Новый Уренгой, и тем же путём вернуться обратно в Минск. По заявлениям представителей автозавода, такой маршрут был выбран не случайно. Прежде всего, потому, что Россия – это основной рынок сбыта техники «МАЗ», на его долю приходится более 60% всего объёма производства предприятий Группы «МАЗ».

В процессе выбора трассы определяющими факторами в пользу Сибири и Урала стали климатические условия этих российских регионов. Без преувеличения их можно назвать близкими к экстремальным: зимние трассы, большие перепады температур, переходы от слякоти Центральной России к морозам Сибири, движение через горную местность Урала. Эти параметры как нельзя лучше подошли для проверки возможностей двигателей и соответствующих их характеристикам типов моторных масел. Подавляющая часть продукции Минского

автомобильного завода эксплуатируется именно в такой климатической среде. Сочетание таких факторов, как напряжённая трасса, низкие температуры и повышенная нагрузка на узлы и агрегаты, позволили провести необходимые наблюдения и тесты на наиболее репрезентативном уровне. По итогам мероприятия, использовавшиеся в автомобилях синтетические дизельные масла «ЛУКОЙЛ» зарекомендовали себя как очень надёжные и высококачественные смазочные материалы. За время пробега не возникло ни одного осложнения, связанного с их применением в грузовых автомобилях-участниках пробега. Пробы продукции, отобранные в ключевых пунктах и прошедшие анализ в независимых лабораториях, легли в основу комплексного отчёта-исследования возможностей масел «ЛУКОЙЛ» на силовых агрегатах различных модификаций и в различных условиях эксплуатации. «Опыт взаимодействия, который мы приобретаем в ходе таких совместных акций, очень ценен, - прокомментировал автопробег замести-



тель директора ООО «Торговый дом «МАЗ-ЦЕНТР» Кирилл Кузнецов. Мы «из первых рук» получили технические данные, необходимые для дальнейшей доработки и внесения необходимых конструктивных изменений». По общему мнению, сотрудничество двух компаний имеет огромное значение, как для МАЗа, так и для «ЛЛК-Интернешнл», особенно в технической области. Планомерное продолжение сотруд-

ничества, бесспорно, будет полезным для каждого из партнёров. В рамках развития программы сотрудничества с производителями техники, на май 2008 г. запланирован новый автопробег, который «ЛЛК-Интернешнл» проведёт совместно с Ярославским моторным заводом. Более подробная информация об этом мероприятии будет предоставлена в одном из следующих номеров нашего Журнала.





«Играй в команде лидера!»: мотивация как основа улучшения результата

23 декабря 2007 г. завершилась масштабная комплексная программа «Играй в команде лидера!», посвящённая развитию и мотивации торгового персонала дистрибьюторской сети масел «ЛУКОЙЛ». Основными целями Программы, проходившей с апреля по декабрь 2007 г., были повышение лояльности персонала всех звеньев торговой цепи (НПО, дилеров, торговых точек), улучшение представления продукции и повышение знаний продавцов об ассортименте и преимуществах масел «ЛУКОЙЛ». По замыслу организаторов программы, одним из главных ее результатов должно было стать увеличение объемов продаж на 15%. Итоги, подведенные после завершения Программы, превзошли ожидания ее авторов. В целом по России продажи фасованных масел «ЛУКОЙЛ» выросли на 27%.



Два этапа Программы «Играй в команде лидера!», так называемые две «волны», прошли в 13 городах России: Москва, Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Самара, Новосибирск, Екатеринбург, Волгоград, Пермь, Уфа, Краснодар, Ростов на Дону, Владивосток и Хабаровск. Уникальность Программы заключалась в том, что она представляла собой комплекс различных мероприятий, включающих в себя не только мотивирование, но и развитие - дополнительное обучение - торгового персонала всех звеньев дистрибьюторской цепи.

Для «ЛЛК-Интернешнл» Программа стала первым опытом внедрения массовых тренингов для продавцов и торговых представителей дилеров, целью которых является формирование лояльного отношения участников к бренду «ЛУКОЙЛ». Реализация Программы осуществлялась по трем направлениям: обучение, накопительная мотивационная программа, и программа мерчендайзинга с размещением рекламных материалов. В сфере мерчендайзинга основной упор был сделан на повышении уровня коммуникации с торговыми точками и демонстрации их сотрудниками стандартов выкладки продукции «ЛУКОЙЛ».

Подведённые в середине лета итоги первого этапа Программы, первой «волны» (апрель – июль 2007 г.), продемонстрировали довольно высокую эффективность реализуемых решений. Продажи фасованных масел «ЛУКОЙЛ» в различных торговых точках (сегмент «магазины автозапчастей») увеличились в среднем на 20 %. Всего за время действия акции, по итогам двух «волн», продажи фасованных масел «ЛУКОЙЛ» в

розничных торговых точках повысились на 27 %. Следует заметить, что перед началом реализации Программы, в качестве планового ориентира был зафиксирован 15% рост продаж. Столь высоких результатов удалось достигнуть благодаря значительному улучшению уровня эффективности по всем ключевым пунктам Программы. В их числе: повышение лояльности персонала торговых звеньев, информированность о преимуществах масел «ЛУКОЙЛ», уровень представления продукции в торговой точке и др. Подводя итоги реализации программы «Играй в команде лидера!», следует отметить, что в 2007 г. в ней приняли участие: 987 торговых точек, 1615 продавцов, 690 руководителей, 88 торговых представителей и 9 специалистов нефтепродуктообеспечения. В разное время в разных регионах России было проведено 68 тренингов, в процессе обучения приняли участие 746 человек. По итогам двух этапов (первой и второй «волн») награждено 603 победителя в разных номинациях, получивших в подарок различные ценные призы: от фирменных курток до портативных телевизоров, DVD-плееров и ноутбуков.

Основываясь не только на полученных статистических данных о повышении эффективности продаж, но и на высокой заинтересованности участников в состоявшихся мероприятиях, в «ЛЛК-Интернешнл» было принято решение продолжить проект «Играй в команде лидера!» и в 2008 г. Об условиях и датах проведения новой мотивационной программы Журнал «Масла@ЛУКОЙЛ» расскажет в одном из своих следующих номеров.







2008
Празднование
Нового года



www.lukoil-masla.ru
www.lukoil.ru

В ЛОНДОНЕ ПРОШЛА 12 МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ICIS

21-22 февраля 2008 г. в Лондоне прошла 12 международная конференция ICIS, посвященная базовым маслам. В ней приняли участие представители пятнадцати ведущих мировых компаний, занятых в производстве и реализации смазочных материалов, среди которых KLINE, INFINEUM, LUBRIZOL, B&N OILCHEMICALS LTD, PETROBRAS и др. География компаний-представителей охватила все ключевые регионы мира – Европу, Северную и Южную Америку, Азию, Ближний Восток и Россию. Основными темами конференции стали текущие тенденции развития глобальной индустрии базовых масел, а также особенности развития региональных рынков смазочных материалов.

Активное участие в работе конференции приняло ООО «ЛЛК-Интернешнл», как один из главных игроков на глобальном рынке базовых масел. Являясь лидером отечественного рынка смазочных материалов, компания представила обзор российского масляного рынка. Выступление генерального директора «ЛЛК-Интернешнл» Максима Дондэ, было посвящено основным переменам на российском рынке масел.

МОТОРНОЕ МАСЛО ЛУКОЙЛ АВАНГАРД УЛЬТРА ПОЛУЧИЛО НОВОЕ ОДОБРЕНИЕ

В конце января 2008 г. Ярославский моторный завод (ЯМЗ) дал одобрение на включение в свою химмотологическую карту моторного масла ЛУКОЙЛ АВАНГАРД УЛЬТРА. Данная марка масла, соответствующая требованиям Renault RLD-2, допускается к использованию при производстве и эксплуатации двигателей ЯМЗ-650.10. Дизельные силовые агрегаты новейшего семейства ЯМЗ-650 производятся по технологической лицензии Renault Trucks и прошли сертификационные испытания на соответствие экологическим нормам EBPO-3.

Универсальное моторное масло нового поколения ЛУКОЙЛ АВАНГАРД УЛЬТРА SAE 15W-40 уже имеет одобрения таких ведущих производителей техники, как MAN, Volvo и Cummins. Этот продукт производится на заводе "ЛУКОЙЛ-Пермнефтеоргсинтез" на минеральной основе с вовлечением многофункционального пакета присадок. Сфера применения ЛУКОЙЛ АВАНГАРД УЛЬТРА – тяжелонагруженные турбонаддувные дизели нового поколения автотракторной и внедорожной техники, а также современные и перспективные бензиновые двигатели.

ЛУКОЙЛ ВСТУПИЛ В СИМАС

ОАО «ЛУКОЙЛ», в лице ООО «ЛЛК-Интернешнл», вступило в Международный совет по двигателям внутреннего сгорания (СИМАС). СИМАС объединяет компании и организации из двадцати стран мира, имеющие богатый опыт во всех сферах мировой промышленности, касающихся двигателей внутреннего сгорания. Сфера интересов СИМАС распространяется также на дизельные и газовые двигатели, газовые турбины, используемые для генерирования электроэнергии, судовые силовые установки и локомотивы. К числу членов Совета относятся компании-производители и эксплуатанты различных видов силовых агрегатов, поставщики комплектующих и горюче-смазочных материалов, исследовательские организации, классификационные общества, университеты и др.

Вступление в Совет позволит «ЛЛК-Интернешнл» более плотно сотрудничать с ключевыми специалистами в области конструирования больших двигателей, их производства и эксплуатации. Таким образом, ЛЛК значительно расширяет свой потенциал по разработке и выводу на рынок новых продуктов, полностью отвечающих современным требованиям.

НОВОЕ ТОПЛИВО С МОЮЩИМИ СВОЙСТВАМИ

- Чистые инжекторы
- 100 % мощности двигателя
- Отсутствие коррозии
- Увеличенный ресурс
- Чистый выхлоп



ЧИСТАЯ ЭНЕРГИЯ

Что нужно делать, чтобы двигатель
Вашего автомобиля был в идеальной форме?
Чтобы его детали всегда оставались чистыми?
Чтобы он развивал заложенную
в него мощность до 100%?

Ничего особенного.
Просто заправляйтесь новым топливом
ЭКТО от ЛУКОЙЛ. Топливо ЭКТО
поддерживает двигатель в идеальной чистоте.

Покупайте на АЗК Лукойл, отмеченных специальным знаком

Моторные масла ЛУКОЙЛ – надёжность в любых условиях...



на правах рекламы



Всесезонное моторное масло ЛУКОЙЛ ЛЮКС на полусинтетической основе, с новейшими компонентами и комплексом высококачественных присадок обеспечивает надёжную работу и защиту двигателя автомобиля даже в самых тяжёлых условиях эксплуатации, поэтому неважно, как далеко завела Вас дорога, если в двигателе Вашего автомобиля моторное масло ЛУКОЙЛ ЛЮКС.

