

МАСЛА @ ЛУКОЙЛ

№ 11 Октябрь 2007

Издание ООО «ЛПК-Интернешнл»



**IV Международная дилерская конференция
по фасованным маслам «ЛУКОЙЛ»
5-6 октября 2007 г., Турция (Анталья)**



3-я МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ПРОИЗВОДСТВО И РЫНОК СМАЗОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

2007

28-29 ноября 2007 г.

Москва, Ренессанс отель

СПОНСОРЫ КОНФЕРЕНЦИИ

СПОНСОР-ПАРТНЕР



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ СПОНСОР

Компания смазочных материалов

ООО «ЛЛК-ИНТЕРНЕШНЛ»



ПРЕДВАРИТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА КОНФЕРЕНЦИИ

ДЕНЬ 1

- ▶ Тенденции российского и мирового рынка смазочных масел
Масла, присадки, базовые компоненты, технические требования, правовые аспекты
- ▶ Автомобильные масла
Масла для легковой и грузовой техники
- ▶ Специальные масла
Железнодорожные, авиационные, морские, масла для сельскохозяйственной и строительной техники

ДЕНЬ 2

- ▶ Промышленные масла
Промышленные трансмиссии, гидравлические жидкости, компрессорные и турбинные масла, СОЖ и смазки
- ▶ Исследовательские методы
Методы испытаний, необходимость модернизации
- ▶ Присадки к маслам
Технические требования и развитие технологий



СТАТИСТИКА КОНФЕРЕНЦИИ 2006 г.

Общее количество делегатов: 420

Страны-участницы : 19, включая

Германия • Швеция • США • Великобритания
Италия • Австрия • Франция • Финляндия • Польша

КОМПАНИИ-УЧАСТНИКИ

АВТОВАЗ, Газпром нефть, КАМАЗ, ЛУКОЙЛ, Министерство Обороны РФ, РЖД, Роснефть, УКРТАНАФТА, Chevron Texaco Lubricants, Chevron Oronite, Ciba Specialty Chemicals, Degussa AG, Infineum, Fuchs Petrolub AG, Lubrizol, Rhein Chemie Rheinau GmbH, RohMax Oil Additives, Shell, Statoil, TNK Lubricants и др.



СОДЕРЖАНИЕ

2 ПАРТНЕРСТВО

Ежегодная конференция дилеров масел «ЛУКОЙЛ»:
На пути построения глобального бренда

6 ЖИЗНЬ КОМПАНИИ

Разработка новых видов масел:
Опытно-исследовательский подход

10 ФОРУМ

Объемы реализации масел «ЛУКОЙЛ» неизменно растут:
Управление продаж подвело итоги первого полугодия

14 ЖИЗНЬ КОМПАНИИ

Выход на конечного потребителя:
Новая система торговли базовыми маслами

18 ФОРУМ

Регион стратегической важности:
«ЛЛК-Интернешнл» в Сибирском федеральном округе

18 ФОРУМ

Второе заседание Совета дилеров:
Работа с СТО – в центре внимания

20 ИННОВАЦИИ

«Снижение затрат без скидки на качество»:
Новая линейка дизельных масел «ЛУКОЙЛ»

22 ПРОДУКТ

Осенняя промо-акция моторных масел «ЛУКОЙЛ»:
«5 литров по цене 4-х» в крупнейших сетях гипермаркетов

24 НОВОСТИ

- «ЛЛК-Интернешнл» вновь на московском автосалоне
- ЛУКОЙЛ улучшил качество базовых масел
- Выпуск нового каталога продукции «ЛУКОЙЛ»

2



6



14



20



«МАСЛА@ЛУКОЙЛ»
№11 Октябрь
Учредитель: ООО «ЛЛК-Интернешнл»
Издатель: РПИ
Адрес редакции: ООО «ЛЛК-Интернешнл»,
119180 Москва, ул. Малая Якиманка д.6.
Телефон: +7 (495) 980 39 12
e-mail: KoryaginOE@lucoil.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



Ежегодная конференция дилеров масел «ЛУКОЙЛ»: На пути построения глобального бренда

5-6 октября 2007 г. в Анталии (Турция) прошла IV Международная дилерская конференция по фасованным маслам «ЛУКОЙЛ». Ежегодное проведение этого мероприятия стало для ООО «ЛЛК-Интернешнл» и представителей дилерской сети хорошей традицией. С каждым годом конференция становится все более масштабным и значительным мероприятием. Очевидно, что главным объяснением этого факта является активное развитие дилерской сети «ЛЛК-Интернешнл».

Если в 2006 г. конференцию посетили 140 делегатов, то в этом году их уже было более 200 человек. В числе участников были представители из России, стран СНГ, Прибалтики, Болгарии, Румынии, Венгрии, Турции и др. Заметно возросло и число дилерских организаций, принявших участие в работе конференции: 150 компаний в 2007 г., против 90 – в прошлом.

Помимо сухой статистики, особенно хотелось бы отметить тот факт, что с каждым годом все более насыщенной становится центральная

- деловая часть конференции. В этом году было отмечено не просто традиционное увеличение количества выступающих докладчиков, но и произошло значительное качественное изменение. На конференции было представлено сразу несколько презентаций партнеров «ЛЛК-Интернешнл»: ведущих российских автопроизводителей, отраслевых исследовательских институтов, маркетинговых и консалтинговых компаний. Доклады «внешних» спикеров помогают руководителям и менеджерам ЛЛК и



представителям дилерской сети получить объективный, независимый, но в тоже время профессиональный, взгляд не только на результаты своей деятельности, но и на общие тенденции развития рынка смазочных материалов.

Со стороны «ЛЛК-Интернешнл» с докладами выступили все руководители и менеджеры, ответственные за направление развития дилерской сети. В их числе: генеральный директор Максим Дондэ, первый заместитель генерального директора Александр Терлецкий, заместитель генерального директора по науке и технологиям Раушан Теляшев, заместитель генерального директора по маркетингу Сергей Стародубцев, начальник управления дилерской сети Марина Кондрина, вр. и. о. начальника управления продаж Роман Милаш и другие руководители.

Открывая работу конференции, Максим Дондэ задал позитивный тон и рабочий настрой участникам конференции: «Конференция проходит уже четвертый год подряд, это свидетельствует о том, что работа по развитию дилерской сети не стоит на месте, а движется вперед. В процессе совместной работы у нас постоянно накапливается множество разнообразных вопросов. Одна из главных целей нашей встречи - решить все эти вопросы в оперативном режиме». Также Максим Дондэ рассказал собравшимся о наиболее важных событиях в деятельности «ЛЛК-Интернешнл» за последние годы: о наиболее ярких достижениях, о текущих задачах и планах на перспективу. Базовым тезисом его выступления были слова о стратегической цели, стоящей перед компанией, – построение в ОАО «ЛУКОЙЛ» международного бизнеса смазочных материалов, вхождение в пятерку ведущих мировых производителей готовой про-

дукции. Этот тезис неоднократно повторялся и получал развитие в выступлениях и других участников, представляющих ЛЛК. Можно сказать, что он стал лейтмотивом прошедшей конференции.

Одной из важнейших задач на пути построения глобального бизнеса масел «ЛУКОЙЛ» является развитие и успешное функционирование дистрибуторской сети, как на территории России, так и за рубежом. Многие докладчики говорили в своих выступлениях о том, что уже накопленный позитивный опыт построения структуры продаж в России должен быть применен при построении дистрибуторских сетей в других странах. Освещая возможности и планы компании на этом направлении, Александр Терлецкий отметил, что в странах СНГ работа по построению дилерской сети уже идет достаточно успешно. На очереди - начало продаж фасованных масел в европейских странах. На конец 2007 г., начало 2008 г. запланирован выход на рынки Прибалтики, стран Восточной Европы, Германии, Бельгии и Финляндии. В 2008-2009 гг. должны начаться продажи транспортных масел на Африканском континенте: ЮАР, Египет, Западная Африка. Таким образом, шаг за шагом, будет решаться задача по достижению присутствия на всех ведущих мировых рынках смазочных материалов.

О результатах работы дилерской сети в 2006-2007 гг. и о текущем положении дел в этом коммерческом сегменте участникам конференции рассказала Марина Кондрина, начальник управления дилерской сети. В целом она отметила позитивные итоги работы подразделения в 2006-2007 гг. Отгрузки фирменных масел по результатам 9 месяцев этого года увеличились по сравнению с со-





ответствующим периодом 2006 г. на 15% на российском рынке и на 22% на экспортных направлениях. По мнению Марины Кондриной, в ближайшие годы будет продолжаться рост отечественного рынка автомасел, ежегодно его емкость будет возрастать в среднем на 5%. «ЛЛК-Интернешнл» уже сегодня старается действовать опережающими темпами, чтобы масла «ЛУКОЙЛ» сохранили и укрепили свое лидерство на динамично развивающемся масляном рынке.

Марина Кондрина также подвела итоги выполнения планов закупок, поставленных перед представителями дилерской сети в начале года. Результаты оказались значительно лучшими, чем в прошлом году. Если в первом полугодии 2006 г. на 100% и более план выполнили только 45% организаций от общего числа дилеров, то в первом полугодии 2007 г. этот показатель уже составил 78%. При этом следует отметить, что число дилеров полностью выполняющих планы по закуп-

кам растет ежемесячно. Поэтому с большой долей вероятности можно прогнозировать, что к концу 2007 г. их процент от общего числа уже превысит 80%.

Большое внимание участников конференции привлекла тема о развитии сотрудничества «ЛЛК-Интернешнл» с автопроизводителями. Старший менеджер управления продаж Владимир Питомиц рассказал собравшимся об успехах работы с отечественными производителями автомобилей: ГАЗ, КАМАЗ,



МАЗ и АВТОВАЗ. С каждой из этих компаний уже заключены соглашения о сотрудничестве, в рамках которых осуществляются поставки масел «ЛУКОЙЛ» для первой заливки, кроме того, в техническую документацию производителей масла «ЛУКОЙЛ» внесены как приоритетные для применения. На сегодняшний день в этом сегменте потребителей ведется работа по развитию сотрудничества уже с зарубежными автопроизводителями, открывшими автосборочные предприятия на территории России. В марте 2007 г. в «ЛЛК-Интернешнл» был подготовлен специальный документ под названием «Программа работ с зарубежными предприятиями автомобильной промышленности в РФ». В соответствии с этой программой в качестве ключевых производителей для реализации совместных проектов были определены: Ford Russia, Автофрамос (Renault), АВТОТОР (KIA, Chery), ИЖАВТО (KIA). Успешное проведение деловой части конференции способствовало активному и плодотворному диалогу участников вне конференц-зала. В перерывах между сессиями и в свободное от деловой программы время представители ЛЛК и дилерских организаций обменивались впечатлениями о совместной ра-

боте, обсуждали текущие проекты, искали совместные решения проблемных вопросов, строили планы на будущее.

Специально разработанная для участников конференции спортивно-соревновательная программа была направлена на укрепление общекорпоративного духа между разными звеньями дилерской сети. Командные соревнования по разным видам спорта, эстафеты и конкурсы, безусловно, следует признать развлекательной частью мероприятия. Однако недооценивать их значимость для укрепления общих партнерских отношений было бы не правильно. Организаторы конференции учли это обстоятельство и не ошиблись. Количество участников, желающих принять участие в тех или иных соревнованиях, всегда превышало необходимое число.

Одним из кульминационных событий конференции стало торжественное награждение на заключительном гала-ужине лучших дилеров по итогам работы за прошедший год. Награды получили 9 дилерских организаций: шесть российских и три зарубежных. Журнал «МАСЛА@ЛУКОЙЛ» присоединяется к поздравлениям в их адрес, звучавшим на конференции, и приводит список победителей.

СПИСОК ПОБЕДИТЕЛЕЙ:

Номинация: НПО РФ – «Вклад в развитие фирменных фасованных масел»:

- ООО «ЛУКОЙЛ-Нижевожскнефтепродукт»
- ООО «ЛУКОЙЛ-Пермнефтепродукт»
- ООО «ЛУКОЙЛ-Уралнефтепродукт»

Номинация: Дилеры РФ «За развитие качественной дистрибуции - Программа сертификации торговых точек»:

- ООО «Удмуртнефтепродукт»
- ООО «Автолад»
- ООО «РУСОЙЛ»

Номинация: «За развитие бизнеса масел за рубежом»:

- ПИИ «ЛУКОЙЛ Украина»
- дилер Украина – ООО «АЗЧ сервис» Корпорации АИС»
- дилер Казахстан – ТОО «Панкратион»





Разработка НОВЫХ ВИДОВ МАСЕЛ: Опытно-исследовательский ПОДХОД

В ноябре 2007 г. нефтеперерабатывающий завод в Волгограде отметит свой полувековой юбилей. Он был запущен в эксплуатацию осенью 1957 г. За прошедшие десятилетия завод стал одним из крупнейших предприятий нефтеперерабатывающей отрасли России. Уже много лет завод является в нашей стране отраслевым лидером по производству базовых и моторных масел. Одним из конкурентных преимуществ, обеспечивающих его лидерство,

является повышенное внимание к научно-техническим и опытно-исследовательским аспектам в области производства масел.

На Волгоградском НПЗ уже много лет успешно функционирует специально созданный для нужд производства Опытно-исследовательский цех (ОИЦ). Научно-технические разработки сотрудников этого цеха вносят большой вклад в развитие и модернизацию ООО «ЛУКОЙЛ-Волгограднефтепереработка». После реконструкции комплекса ма-

сел КМ-3, благодаря которой завод получил возможность производить синтетические и полусинтетические масла из собственного сырья, особое значение приобрела разработка новых видов масел.

Опытно-исследовательский цех занимает особое место в структуре ООО «ЛУКОЙЛ-Волгограднефтепереработка». Без его специалистов не обходятся разработки и пуски новых объектов, реконструкции установок, оптимизация технологических режимов, освоение новых видов продукции. Работы цеха как кирпичики в фундаменте огромного небоскреба - успеха предприятия.

Структура цеха включает группы инженеров-технологов и лабораторные подразделения. Инженеры-технологи цеха работают в тесном сотрудничестве с лабораторными группами. Благодаря единой структуре работа отличается высокой оперативностью, ведь на производстве не могут долго ждать. Временами вопрос стоит о часах и даже минутах.

В исследовательском цехе действует гибкий подход к лабораторным исследованиям. Для того чтобы качество продукции соответствовало заданным параметрам, необходимо постоянно анализировать полупродукты и продукты отдельных стадий технологических процессов. Опера-

ДМИТРИЙ КЛИМОВ,
НАЧАЛЬНИК СЕКТОРА МАСЕЛ И ПРИСАДОК ОПЫТНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО ЦЕХА



тивное определение того, какие анализы необходимы, важно при оценке работы установок и качества полупродуктов и продуктов. «В последние годы заметно расширяется ассортимент, увеличиваются объемы производства и сбыта масел. В опытно-исследовательском цехе в течение года проверяются более двух десятков различных присадок, а также производится подбор и разработка рецептур более пятидесяти видов различных смазочных материалов» - рассказывает о Заводе начальник сектора масел и присадок ОИЦ Дмитрий Климов. «За последние годы нашими специалистами разработаны передовые, полностью синтетические и полусинтетические моторные масла высшей категории качества по API, SJ, SL, SM, CF-4 для бензиновых и дизельных двигателей. Масла, производимые на ООО «ЛУКОЙЛ-Волгограднефтепереработка», прошли одобрение таких известных производителей автомобилей, как «Фольксваген», «Мерседес», «БМВ» и «Порше».

Как известно, специализированные институты разрабатывают присадки или пакеты присадок. Однако предприятия, даже в рамках одной компании, перерабатывают разную по набору характеристик нефть. Это определяет и различное качество базовых масел, которые используются для производства моторных, трансмиссионных масел и других видов готовой продукции. Для того чтобы получить готовое к применению масло, соответствующее всем требованиям потребителя, необходимо к базовому маслу добавить определенный набор присадок. Этот процесс называется компаундированием.

Специалисты опытно-исследовательского цеха Волгоградского не-

фтеперерабатывающего завода первыми в компании «ЛУКОЙЛ» в 2006 г. разработали масло для автоматических коробок передач. Это была достаточно сложная и в тоже время очень важная задача. В конечном итоге, масло по всем показателям качества было одобрено ведущими европейскими производителями автоматических коробок передач. Уже была произведена опытная партия такого масла.

Выпуск масла для автоматических коробок передач сейчас для любого предприятия является во много вопросом престижа. Спрос на этот вид масла в России в последние годы постоянно растет, так как растет сегмент рынка по производству автомобилей с автоматическими коробками передач: это и городской электротранспорт и легковые автомобили.

В 2006 г. в Опытно-исследова-



тельском цехе закончена разработка масла для двухтактных двигателей двух типов. Такие масла применяются в сухопутных и водных скутерах, наземном и речном транспорте, газонокосилках, лодках и катерах. Эти виды масел также востребованы потребителями, так как подходят для всех моторов маленького объема: как отечественной техники, так и японских лодочных моторов «Меркури», «Ямаха». Во всех случаях для двухтактных двигателей требуется беззольное масло высокого качества.

Еще одна новация Волгоградского завода - гидравлическое масло для гидромеханических и гидрообъемных передач марки «Р». Именно таким составом, например, в автомобилях заполняются гидроусилители руля, которые в настоящее время входят в базовую комплектацию подавляющего большинства современных автомобилей.

В этом году была завершена работа по получению современного гидравлического амортизаторного масла с улучшенными низкотемпературными, вязкостными и антипенными свойствами. Амортизаторное масло является рабочей средой в гидравлических амортизаторах рычажно-кулачкового и телескопического типа, в телескопических стойках, а также в любых гидравлических подъемниках и кранах. Поскольку этот продукт эксплуатируется практически при температуре окружающего воздуха, то к нему предъявляются жесткие требования по ключевым показателям: вязкости и температуре застывания. Летом, в жару, имеют первостепенное значение и антипенные свойства этого масла, поскольку пена ухудшает процесс смазки контактирующих поверхностей цилиндра и поршня.

Дочернее подразделение нефтяной компании «ЛУКОЙЛ» – ООО «ЛЛК-Интернешнл» определило тре-



бования к этому маслу, используя стандарты компании «TENNECO» - крупнейшего производителя амортизаторов для вторичного рынка «Мопрое». Масло, разработанное в Опытно-исследовательском цехе, с запасом соответствует этим требованиям. Гидравлическое амортизаторное масло, разработанное группой специалистов цеха, в которую входят Роман Балашов, Дмитрий Климов, Нина Романенко и Александр Нагин, признано одной из лучших разработок молодых ученых и специалистов завода.

Одна из последних разработок Нины Романенко - уникальное масло для проведения дефектоскопии деталей. Как известно, для любого предприятия имеет первостепенное значение оценка состояния реакторов, емкостей, трубопроводов, арматуры и другого оборудования. Она проводится различными методами, в том числе и дефектоскопией. Масло для проведения дефектоскопии возможно получить путем особых методов очистки нефтяных осев, получаемых только на ООО «ЛУКОЙЛ-Волгограднефтепереработка».

Рассказывая о текущих задачах, Дмитрий Климов подчеркивает, что особое внимание в опытном-исследовательском цехе Волгоградского нефтеперерабатывающего завода уделяют работе по улучшению качества продукции. Здесь постоянно совершенствуются рецептуры моторных масел. Кроме этого, в настоящее время специалисты цеха разрабатывают масла для судовых двигателей, а также трансмиссионные масла, обладающие улучшенными характеристиками. В частности, трансмиссионное масло SAE 75 W-90 уникально тем, что его можно эксплуатировать при очень низких температурах.

Компания «ЛУКОЙЛ» уделяет огромное внимание повышению квалификации как рабочих, так и специалистов предприятия. Это напрямую касается и опытном-исследовательского цеха. Здесь созданы условия для самостоятельного обучения, есть техническая библиотека, постоянно обновляющаяся литературой, функционирует электронная библиотека с удобной системой поиска. В опытном-исследовательском цехе закуплена новая расчетная программа HYSYS. Этот комплекс позволяет моделировать процессы и отдельные стадии нефтепереработки. Уже можно говорить о первых положительных результатах внедрения этой программы. Специалисты цеха проходят стажировки на различных предприятиях Группы «ЛУКОЙЛ» и других компаний, участвуют в специализированных семинарах и конференциях по профильным тематикам.

По материалам газеты «Волга и Дон»

СПРАВКА ООО «ЛУКОЙЛ-Волгограднефтепереработка»

В состав Группы «ЛУКОЙЛ» Волгоградский НПЗ вошел в 1991 г. Первоначально завод был ориентирован на переработку сырья с волгоградских месторождений, после вхождения в Группу «ЛУКОЙЛ» и с началом интенсивного технического перевооружения он подключился к переработке нефти из Западной Сибири.

«ЛУКОЙЛ-Волгограднефтепереработка» является предприятием топливно-масляного профиля. Завод выпускает свыше 100 наименований высококачественных нефтепродуктов, в числе которых: автомобильные бензины, сырье для производства этилена, керосины, топливо для реактивных двигателей, различные виды дизельного топлива, кокс и широкий спектр смазочных материалов. Общая мощность Завода по готовым маслам составляет около 590 тыс. тонн в год.

В 2006 г. на Волгоградском НПЗ было произведено 489 тыс. тонн различной масляной продукции, что является самым высоким показателем объемов производства не только по Группе «ЛУКОЙЛ», но и в целом по России. Завод входит в число наиболее технически оснащенных российских предприятий отрасли. Глубина переработки нефти здесь превышает 80%, при среднем показателе по отрасли – 71%. На ближайшие годы перед предприятием стоит задача довести этот показатель до 95%. На Волгоградском НПЗ активными темпами идет реконструкция и модернизация производства с целью увеличения объемов и глубины переработки нефти, повышения экологической безопасности производства, достижения международных стандартов качества продукции, снижения затрат.



Объемы реализации масел «ЛУКОЙЛ» неизменно растут: Управление продаж подвело итоги первого полугодия

Управление продаж ООО «ЛЛК-Интернешнл» в расширенном составе подвело итоги своей работы за первое полугодие текущего года. 12 сентября в конференц-зале компании руководители Управления встретились с региональными торговыми представителями ЛЛК, чтобы обсудить достигнутые результаты деятельности за прошедший период и наметить планы на ближайшую перспективу.

Открывая встречу, генеральный директор ООО «ЛЛК-Интернешнл» Максим Дондэ отметил высокую важность работы региональных торговых представителей для общего развития бизнеса компании. Именно они обеспечивают реализацию различных коммерческих проектов и клиентских инициатив на местах. «Торговые представители работают непосредственно на местах, в регионах, там, где протекают основные бизнес-процессы. Все другие подразделения компании работают на то, чтобы обеспечить торговых представителей всем необходимым: технологи – самыми современными разработками, логисты – оптимальными логистическими схемами, производственники – высококачественной продукцией» - такими словами

Максим Дондэ охарактеризовал важность работы торговых представителей.

Об итогах деятельности подразделения по продажам в первом полугодии 2007 г. на встрече рассказал вр.и.о. начальника управления продаж ООО «ЛЛК-Интернешнл» Роман Милаш. Базовый тезис его доклада – увеличение практически всех ключевых показателей в области реализации продукции. Всего за шесть месяцев 2007 г. торговыми представителями и предприятиями НПО было реализовано 197,7 тыс. тонн масел в наливной и крупнофасованной формах. Этот показатель на 18,6 тыс. тонн превосходит прошлогодние результаты за аналогичный период. В процентном выражении объем продаж увеличился на 10%.

В соответствии с общей для рынка тенденцией последних лет - переориентации потребителей на более экономичные - фасованные формы поставки продукции, объемы продаж наливных масел выросли значительно меньше фасованных. Если объемы продаж фасованных масел увеличились на 47%, то наливных – только на 3%. (Подробнее - смотри Таблицу 1.)

Следует отметить, что увеличение активности в области реализации крупнофасованной продукции было отмечено по обоим каналам сбыта, как через НПО, так и через торговых представителей. Продажи крупнофасованной продукции через НПО выросли почти на треть, а через торговых представителей еще более значительно - на 90%. По сравнению с крупно-

ТАБЛИЦА 1. ОБЩАЯ ДИНАМИКА ОБЪЕМА ПРОДАЖ МАСЕЛ 1 ПОЛУГОДИЕ 2006/2007 гг.

	1 полугодие 2006 г.	1 полугодие 2007 г.	2007/2006гг.
Налив	149822,9	154591,0	3 %
Фасовка	29311,6	43112,7	47 %
Всего	179134,5	197703,7	10 %

фасованной продукцией объемы продаж наливных масел отмечены более скромными показателями. Реализация наливных масел через торговые представительства увеличилась на 14%, а через НПО сократилась на 23%.

В целом (по всему продуктовому ряду) объемы продаж масел через

торговые представительства увеличились на 19%, а через НПО сократились на 6%. Сегодня на долю торговых представителей приходится 70% всех продаж масел, а на долю НПО -30% реализации, с тенденцией постепенного уменьшения доли последних.

Одним из наиболее значимых ре-



зультатов работы Управления продаж в первой половине 2007 г. стало увеличение процента продаж конечным потребителям от общего числа покупателей. Заключение именно прямых контрактов, можно сказать, является одним из важнейших ориентиров деятельности Управления продаж. В секторе наливных масел показатель продаж по прямым контрактам с потребителями составляет 82%, в секторе фасованных – 34%. Важно отметить, что в секторе фасованных масел увеличение объемов поставок по прямым контрактам было достигнуто благодаря активизации работы с крупнейшими российскими государственными холдингами – Газпром и РЖД.

С декабря 2006 г. силами управления продаж через сеть региональных торговых представительств началась реализация продукции парафиновой группы. На данный момент продажи этого вида продукции осуществляются уже на всей

территории Российской Федерации. Более 90% договоров на поставки парафинов составляют конечные потребители – крупные и средние промышленные предприятия. Общий объем продаж за 1 полугодие 2007 г. составил 10,01 тыс. тонн. Как было отмечено на встрече, для нового направления продаж, которое было открыто всего полгода назад, этот показатель выглядит достаточно внушительно. Роман Милаш оценил сегмент рынка парафиновой продукции как один из наиболее динамично растущих, что дает основания с большой долей уверенности в следующем полугодии прогнозировать заметное увеличение объемов продаж на этом направлении.

На прошедшей встрече также были подведены промежуточные итоги начавшейся в этом году стратегически важной для компании работы по установлению партнёрских отношений с иностранными автотехпроизводителями. Речь идет о

тех фирмах, которые открыли или только открывают свои производства на территории РФ. Получено одобрение на применение масла «ЛУКОЙЛ» Люкс 5w40 в качестве первой заправки недавно появившихся на российском рынке китайских автомобилей Geely и XZ. Также в настоящее время ведутся работы по согласованию рецептур масел по требованиям компаний Renault, KIA и Hyundai.

За минувший отчётный период Управление успешно осуществило множество значительных инициатив как в плане развития работы с клиентами, так и в собственной организационной сфере. Проведены конференции для потребителей промышленных масел в Уфе, Екатеринбурге и Новосибирске, которые уже стали ежегодными. (Материал о последней конференции в Новосибирске – смотри на стр. 18) На ближайшие месяцы запланировано дальнейшее расширение ассортимента – на основе анализа потреб-



ностей покупателей дополнительно заявлен в разработку и постановку на производство ряд новых фирменных масел. Не стоит на месте работа с кадрами – продолжается реализация программы обучения торговых представителей. Совместно с компанией STI (Сэйлз Тренинг Интернэшнл), одним из мировых лидеров в области профессионального обучения и развития персонала, была проведена серия тренингов по программе «Совершенствование искусства продаж».

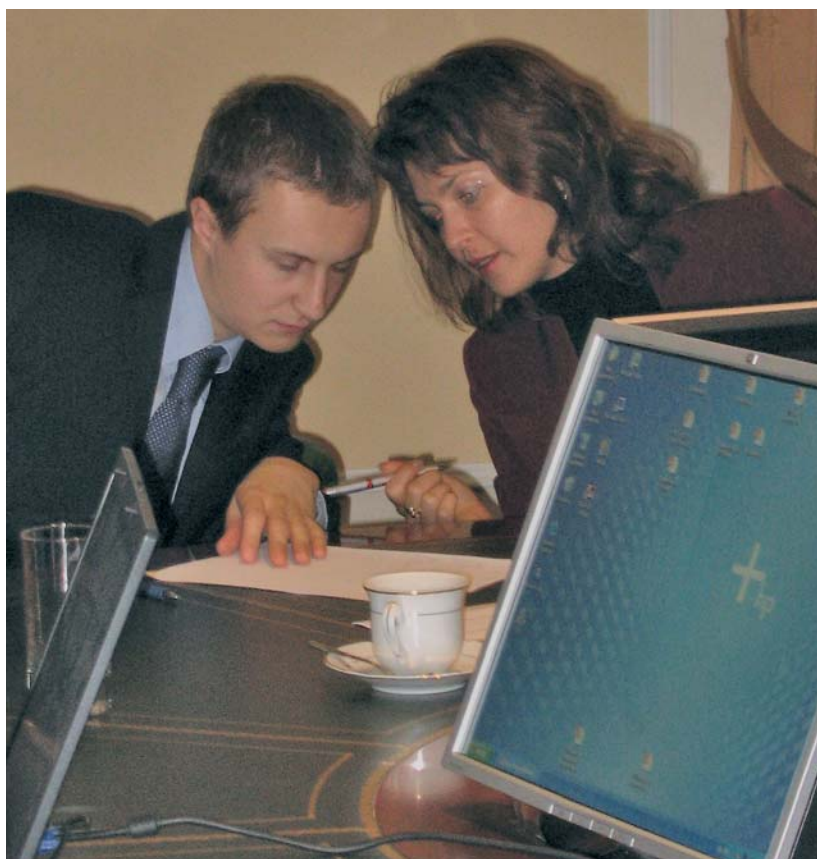
Заметные преобразования коснулись некоторых финансово-экономических аспектов деятельности компании, в частности, подхода к ценовой политике. В качестве основного контрольного показателя для Общества был установлен международный финансовый показатель EBITDA (прибыль до вычета налогов, процентов и амортизации). В связи с введением данного стандарта, все продажи масел теперь будут производиться с максимальной возможной маржинальной эффективностью – то есть основным показателем становится не вся выручка, а именно прибыль. Это позволит в режиме реального времени определять прибыли от продажи каждого вида продукции и прибыли с каждой вложенной денежной единицы, а также обеспечивать оценку эффективности работы предприятия в целом.

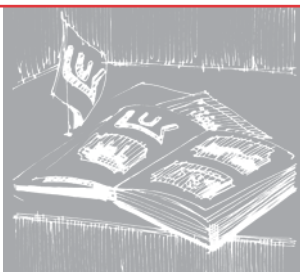
В числе задач на ближайшую перспективу Максим Дондэ особенно отметил необходимость продолжать работу по заключению долгосрочных соглашений с ключевыми потребителями смазочных материалов, развивать контакты с новыми крупными клиентами, поскольку именно на этом направлении компания способна обеспечивать наибольшие прибыли. «Мы должны иметь представление о всех изменениях в потребностях наших

клиентов, быть с ними в тесном контакте и строить совместную ежедневную работу» - подчеркнул генеральный директор, добавив, что направленность всей деятельности торговых представителей должна быть сориентирована на достижение максимальной прибыли.

К другим задачам на ближайшую перспективу относятся такие меры, как начало сотрудничества по поставкам масел для первой заливки на сборочные конвейеры автомобилей импортного производства. Непосредственно в коммерческой части деятельности компании работают над дальнейшим увеличением объемов продаж новых фирменных индустриальных и моторных масел для различных отраслей промышленности. Также

планируется организовать производство и приступить к продажам линейки фирменных смазочно-охлаждающих жидкостей, организовать продажи масел в 1000 л. IBC- контейнерах, с использованием оборотной схемы. Для повышения мотивации сотрудников Управления решено внедрить систему стимулирования, основанную на ключевых показателях KPI. Следующая встреча, посвященная подведению итогов деятельности Управления продаж, может состояться ранее, чем через пол года. Начальник Управления Роман Милаш высказал мнение о целесообразности проведения подобных встреч по итогам деятельности каждого квартала, его инициатива была одобрена большинством собравшихся.





Выход на конечного потребителя: Новая система торговли базовыми маслами

В 2006 г. перед ООО «ЛЛК-Интернешнл» была поставлена важная задача в области реализации масляной продукции на зарубежных рынках - выстраивать торговлю базовыми маслами в адрес конечных потребителей на удаленном базисе и с привязкой к мировым котировкам. За прошедшие девять месяцев с начала работы по созданию новой схемы экспортной торговли базовыми маслами произошли значительные изменения и уже можно подвести промежуточные итоги.

До 1 января 2007 г. базовые масла, производимые на НПЗ Группы «ЛУКОЙЛ», реализовывались на мировых рынках через дочернюю компанию ЛИТАСКО, специально созданную для транс-

портировки и сбыта нефтепродуктов (Смотри справку - ЛИТАСКО). Организация сделок осуществлялась в Калининградском порту, где ЛУКОЙЛ контролирует специальный терминал для хранения 25 тыс.

тонн смазочных материалов. Компания регулярно проводила открытые тендеры на поставки базовых масел. По их результатам производился отбор наиболее выгодных коммерческих предложений.



Отгрузки продукции покупателям, в рамках достигнутых соглашений, осуществлялись непосредственно в Калининградском порту. До 1 января 2007 г. экспортные сделки в большинстве своем заключались на условиях FOB (Смотри справку «Сделки на условиях FOB»). По условиям этих сделок покупатель сам занимался обеспечением доставки масел из Калининградского порта в пункт назначения груза, включая организацию фрахта и страхования рисков. ЛУКОЙЛ осуществлял только погрузку масел в порту на зафрахтованные покупателями суда.

Базовые масла «ЛУКОЙЛ» уже много лет пользуются стабильным спросом у лидеров мирового нефтяного рынка, таких как Shell, Chevron и других, прежде всего, европейских производителей. Именно этот факт, гарантирующий спрос на продукцию ЛУКОЙЛ-Ла, позволил компании поставить перед собой задачу - продавать базовые масла непосредственно конечным потребителям, исключив из коммерческой цепочки трейдеров. Однако для решения этой задачи необходимо было перейти на более приемлемые для компаний-потребителей условия поставки - CIF (Смотри справку «Сделки на условиях CIF»). В рамках сделок на этих условиях продавец – ООО «ЛЛК-Интернешнл» - организует полный цикл доставки товара до покупателя, в том числе организует фрахт необходимых судов и берет на себя все риски по его доставке. В современных условиях рынка сделки на условиях CIF являются более экономически эффективными. В случае «ЛЛК-Интернешнл» данные условия поставки позволяют охватить двух-трех покупателей, находящихся в разных портах Европы. Такая схема торговли дает сразу



несколько преимуществ: экономия на стоимости транспортировки и охват небольших конечных потребителей, которым доставлять базовые масла на отдельном танкере не предоставляется возможным. Одно из главных достижений реали-

зации нового подхода к экспортным продажам базовых масел – выход на конечного потребителя продукции – подтверждается цифрами. Если раньше поставки по прямым контрактам были редкими единичными случаями, то на сегодняшний

СПРАВКА

ЛИТАСКО (LITASCO - LUKOIL International Trade and Supply Company) – 100% дочернее общество ОАО «ЛУКОЙЛ». Компания ЛИТАСКО выполняет функции главной торговой организации (корпоративного оператора) по экспорту нефти и нефтепродуктов для всей Группы предприятий «ЛУКОЙЛ». Компания была создана в 2000 г., ее головной офис расположен в Женеве, а представительства и филиалы функционируют в 17 странах мира.



день конечным потребителям реализуется более 15% всех экспортных продаж базовых масел. К концу 2008 г. этот показатель увеличится до 30-50%.

Следует заметить, что «ЛЛК-Интернешнл» не ставит перед собой целью продавать конечным потребителям все 100% экспортных объемов. В компании считают, что оптимальным является соотношении продаж в адрес

конечных потребителей и трейдеров: 50% на 50% или максимум 60% на 40%. При таких соотношениях объемов поставок будет соблюден принцип диверсификации каналов сбыта продукции. В свою очередь диверсифицированный подход позволит «ЛЛК-Интернешнл» избежать риски невыполнения обязательств по долгосрочным контрактам в случаях возникновения форс мажорных обстоятельств на заводах или резкого снижения объем производства по тем или иным причинам.

На данный момент «ЛЛК-Интернешнл» удалось выстроить отношения с группой из более чем десяти постоянных покупателей базовых масел «ЛУКОЙЛ». В их числе крупнейшие мировые производители присадок и независимые блендеры. Поставки в адрес этой группы потребителей являются полностью контролируруемыми, как с точки зрения цены, так и с точки зрения целевого использования масел. В данном случае удастся избежать потенциально возможных спекулятивных моментов, связанных с перепродажей масел на свободном рынке.

СПРАВКА

Сделки на условиях FOB (ФОб) получили свое название от английского выражения «свободно на борту» (free on board). По условиям этого вида сделок продавец обязан погрузить товар на борт судна, которое должен зафрахтовать покупатель. Также покупатель должен застраховать товар на время перевозки, обычно от внутреннего пункта до порта погрузки и далее до конечного пункта назначения.

По результатам прошедшего года наибольшие объемы продукции у ООО «ЛЛК-Интернешнл» закупает Франция, Голландия, Италия, Бельгия и Греция. Средние объемы сделок на поставки базовых масел «ЛУКОЙЛ», как правило, составляют 3,5 – 4 тыс. тонн. До недавнего времени самой крупной считалась сделка, объем которой составил 6 тыс. тонн. В связи с этим, можно считать важным событием недавно заключенный контракт с сирийской государственной компанией General Company of Homs Refinery. По условиям достигнутого соглашения ООО «ЛЛК-Интернешнл» в декабре 2007 г. отгрузит в адрес этой компании 10 тыс. тонн базовых масел. Кроме больших объемов сделка с сирийской компанией является стратегически важной еще и потому, что открывает новые рынки сбыта для масляной продукции «ЛУКОЙЛ».

Традиционно наибольшее число потребителей базовых масел «ЛУКОЙЛ» сконцентрировано в Европе. Объясняется данный факт двумя базовыми причинами. Первая заключается в том, что качество масел «ЛУКОЙЛ» по своим характеристикам подходит европейским производителям присадок и смазочных материалов. Второе, не менее важное обстоятельство, - это географическая близость поставщика и потребителя продукции.

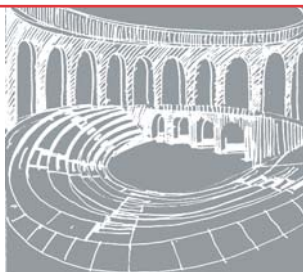
Транспортное плечо по доставке продукции из России на европейский рынок значительно меньше, чем на американские или азиатские рынки. Кроме того, в странах Серенной Америки требования к качеству масел несколько отличаются от европейских и российских по целому ряду параметров. В свою очередь, на азиатском рынке в основном спросом пользуются более дешевые и, следовательно, менее качественные масла.

Однако, даже, несмотря на все вышеперечисленные обстоятельства, ООО «ЛЛК-Интернешнл» не ограничивает рынки сбыта масел «ЛУКОЙЛ» только Европейским континентом. В компании постоянно прорабатываются различные варианты работы и на других крупнейших мировых рынках присадок и смазочных материалов. Более того, уже существует практика поставок в США, их общий объем за 9 месяцев 2007 г. составил около 10 тыс. тонн. В ближайшее время «ЛЛК-Интернешнл» планирует выйти на рынки таких стран как: Бразилия, Индия, Нигерия, Египет. Географическое расположение перечисленных стран говорит о том, что базовые масла «ЛУКОЙЛ» через несколько лет будут представлены во всех частях света. Глобальное присутствие на мировых рынках и является целью стратегического развития масляного бизнеса ЛУКОЙЛ.



СПРАВКА

Сделки на условиях CIF (СИФ) получили свое название от начальных букв английских слов: cost, insurance, freight - стоимость, страхование, фрахт. Условия CIF являются наиболее распространенными условиями поставки товаров в международной торговле. Согласно условиям CIF продавец обязан застраховать товар и оплатить фрахт, доставить товар в порт и погрузить его на борт судна в согласованный срок, передать покупателю коносамент (товарную квитанцию) и страховой полис. С момента погрузки товара на борт судна право собственности, все издержки и ответственность, риск за возможную порчу товара или его случайную потерю переходят с продавца на покупателя.



Регион стратегической важности: «ЛЛК-Интернешнл» в Сибирском федеральном округе

В самом конце июля в Новосибирске ООО «ЛЛК-Интернешнл» провело конференцию для региональных потребителей индустриальных масел Сибирского федерального округа. По уже сложившейся схеме проведения подобных конференций, ранее они проходили в других региональных промышленных центрах России, основными темами обсуждения стали вопросы налаживания эффективного взаимодействия с представителями крупнейших производственных предприятий Сибирского федерального округа. Особое внимание было уделено различным аспектам усовершенствования работы дилерской сети, в том числе

работе по прямым контрактам и с организациями - посредниками по поставкам смазочных материалов на региональном рынке.

Сибирский федеральный округ – один из крупнейших индустриальных регионов России. Именно поэтому организованная «ЛЛК-Интернешнл» в Новосибирске конференция вызвала большой интерес у производственных предприятий региона. Круг потенциальных потребителей индустриальных масел «ЛУКОЙЛ» в Сибирском регионе настолько широк, что развитие системы продаж в нем способно значительно повлиять на общие показатели реализации продукции по компании в целом.



В рамках развития региональной системы продаж уже начата реализация программы комплексного взаимодействия с клиентами по уже успешно опробованной на практике схеме в других регионах активности ООО «ЛЛК-Интернешнл». Она подразумевает ведение договорной работы, совместную разработку продуктов, поддержание и развитие инициатив. В этом отношении важная роль отводится региональным торговым представительствам «ЛЛК-Интернешнл». Они являются связующими звеньями между клиентами и компанией, особенно в части предоставления информации об изменениях в ценах, новых продуктах и инициативах. Именно информационная составляющая в деятельности представительств способствует укреплению отношений

между компанией и ее клиентами, тем самым выводит сотрудничество на более высокий уровень.

Прошедшая в Новосибирске встреча во многом была ознакомительной для потенциальных клиентов «ЛЛК-Интернешнл». Ее участникам был представлен ряд информационных докладов о деятельности компании, о перспективных направлениях развития, о приоритетах в построении бизнеса масел «ЛУКОЙЛ». Принимая во внимание опыт ранее проведенных аналогичных конференций в других крупнейших городах России, можно сказать, что начался новый этап развития системы продаж масляной продукции «ЛУКОЙЛ» в одном из важнейших промышленных регионов нашей страны - Сибирском федеральном округе.

ПРЯМАЯ РЕЧЬ

В процессе выстраивания коммерческих цепочек «ЛЛК-Интернешнл» старается внимательно изучать опыт сотрудничества и мнения клиентов компании. Своим опытом сотрудничества с ЛЛК на прошедшей в Новосибирске конференции поделился руководитель Департамента темных нефтепродуктов и нефтехимии ООО «Компания Кузнецкий уголь» Виталий Климентьев.

«ООО «Компания Кузнецкий уголь» работает на отраслевом рынке более 10 лет. Наша компания является не конечным потребителем масел, а организацией, которая покупает у производителей продукцию для дальнейшей реализации на рынке. Одним из направлений нашей деятельности является комплексное снабжение смазочными материалами предприятий кузбасского региона. Первоначально компания занималась поставкой топлива и реализацией масел с наливных нефтебаз. Однако со временем, следуя пожеланием потребителей, мы перешли на поставки фасованной продукции. В процессе переходного периода возник вопрос относительно выбора производителя.

Проведя анализ рынка, в компании было принято решение начать работу с ЛЛК. На сегодняшний день совместная работа длится уже более трёх лет, и мы можем охарактеризовать ее как очень продуктивную. «ЛЛК-Интернешнл» предлагает широкий ассортимент масел, удовлетворяя 95% коммерческих потребностей компании «Кузнецкий уголь», а стало быть, и потребностей наших клиентов.

В рамках совместной работы с ЛЛК наша компания внимательно отслеживает все новые продукты под брендом «ЛУКОЙЛ» и способствует их наиболее эффективному продвижению на рынке. Обсуждавшиеся на конференции в Новосибирске вопросы и темы - актуальны полезны для конечных потребителей, особенно для тех, кому ещё предстоит налаживать сотрудничество с компанией





«Снижение затрат без скидки на качество»: Новая линейка дизельных масел «ЛУКОЙЛ»

Минувшее лето было ознаменовано не столько шумным, сколько знаковым событием на рынке моторных масел. Точнее, целой цепочкой событий, напрямую связанных между собой – компания «ЛУК-Интернешнл» модернизировала технологический процесс на своих заводах и подготовила к производству масло самого высокого, на сегодняшний день, класса CI-4 по классификации Американского нефтяного института (API). А результатом всего этого стало создание цельной линейки высококачественных смазочных материалов для дизельных двигателей любой коммерческой техники, передвигающейся по дорогам мира. Вплоть до самой современной.

Таким образом, сегодня под одной торговой маркой Лукойл-Авангард поставляются масла, начиная с класса API CF-4. Этот класс введен в 1990 г. для высокофорсированных четырехтактных дизельных моторов с турбонаддувом. Такое масло рекомендовано для машин, работающих в тяжелых условиях. В линейке Лукойл-Авангард представлено три продукта, отвечающих требованиям API CF-4, отличающихся по вязкости: от SAE 10W40 до SAE 20W-50. Это позволяет использовать эти масла практически в любых климатических зонах, которые встречаются в России.

Для тех, у кого в автопарке есть более современные автомобили, разработаны моторные масла классов API CG-4 и CH-4. Эти продукты рассчитаны не просто на повышение отдачи высоконагруженных турбированных моторов, увеличение межсервисного пробега и сокращение эксплуатационных затрат, но и на соответствие всё возрастающим экологическим требованиям. С се-

редины 90-х г. минувшего века, законодатели вводили всё более жесткие нормы содержания в выхлопе вредных веществ. Это требовало одновременно изменения состава дизельного топлива (в первую очередь это касается содержания сернистых соединений, которые обеспечивали смазывающие свойства солярки) и совершенствования самих моторов.

Моторное масло, по сути, конструктивный элемент двигателя, поэтому от нефтепереработчиков потребовалось создать продукты, которые отвечали бы заметно изменившимся условиям. Так, например, что бы сделать мотор одновременно более мощным, компактным и экологичным, конструкторы увеличивают литровую мощность. Достигается это, среди прочего, увеличением степени сжатия. А это, в свою очередь, приводит к тому, что масло начинает работать в еще менее благоприятных условиях – прорывающиеся в картер газы ускоряют окисление и превращают тонкую масляную пленку на

деталей цилиндрической поршневой группы в нагар и лак. Изменения в конструкции двигателей и, соответственно, требования к маслам были отражены Американским институтом нефти в стандартах API CG-4 и CH-4, введенных в 1995 г. и 1998 г., соответственно.

И, наконец, вершина эволюции моторных масел вообще и линейки Лукойл-Авангард в частности – масло стандарта API CI-4. Это во всех смыслах этого слова продукт 21-го века, с запасом перекрывающий по потребительским свойствам все предыдущие стандарты. Это масло специально разработано для новейших двигателей, в которых реализована система рециркуляции выхлопных газов. Оно еще лучше, чем созданные ранее: противостоит окислению, меньше испаряется при высоких температурах и обладает лучшими антикоррозионными свойствами. Необходимо заметить, что помимо международных стандартов, существуют очень жесткие требования отдельных автопроизводителей. Они проводят собственные испытания и лишь по их ито-

гам выдают сертификаты. На сегодняшний день ведется соответствующая работа по получению одобрений ведущих автопроизводителей: на CI-4 уже получено одобрение Volvo.

Использование при производстве моторных масел новейших технологий позволило с одной стороны поддерживать высочайший уровень качества продукции и создавать новейшие продукты, отвечающие самым строгим требованиям, а с другой стороны поддерживать конкурентоспособные цены. А это, в свою очередь, основа запущенной ведущим российским производителем - «ЛЛК-Интернешнл» программы импортозамещения. Потребность в современных смазочных материалах растет день ото дня, парк техники обновляется, конкуренция на рынке автоперевозок всё выше и сокращение издержек на обслуживание техники выходит на первый план. В такой ситуации, линейка масел Лукойл-Авангард может стать оптимальным решением – снижение затрат без скидки на качество.





Осенняя промо-акция моторных масел «ЛУКОЙЛ»: «5 литров по цене 4-х» в круп- нейших сетях гипермаркетов

Во всем мире поставщики товаров в розничные сети с целью привлечения интереса к своей продукции активно используют различные рекламные акции, в ходе которых покупателям предлагаются более выгодные условия приобретения тех или иных товаров, чем обычно. Российский розничный рынок моторных масел не является в этом смысле исключением. Более того, в этом торговом сегменте уже существуют свои отработанные годами механизмы рекламы и продвижения товаров и для того, чтобы акция имела максимально возможный эффект необходимо искать новые маркетинговые решения. Осенью этого года «ЛЛК-Интернешнл» предложило крупнейшим розничным сетям страны новую концепцию промо-акции моторных масел «ЛУКОЙЛ».

В настоящее время на отечественном розничном рынке среди поставщиков масляной продукции довольно распространён такой формат, как «купи 4 литра и ещё один литр получи в подарок». Наибо-

лее часто подобные акции проходят в крупнейших сетевых гипермаркетах, таких как «Ашан» или «МЕТРО». В рамках проведения акций подразумевается использование специальных упаковок, когда к 4-х литровой

канистре дополнительно крепится ещё одна литровая. Такой подход позволяет решить сразу несколько задач. Прежде всего, это привлечение внимания к своему бренду, за счёт более привлекательной цены. В





данном случае скидка составляет в среднем около 25%. Более выгодная, чем в обычных условиях, цена в подавляющем большинстве случаев способствует повышению объёмов реализации. Более того, компании-поставщики получают дополнительную возможность повысить лояльность к своему бренду, как со стороны торговых сетей, так и со стороны покупателей.

Однако, несмотря на очевидную экономическую выгоду приобретений товаров в рамках данных промо-акций наиболее привередливые покупатели могут посчитать данный вид покупки не совсем комфортным. Две канистры - это всё же несколько громоздко и неудобно, чем одна, хоть и большего размера. Пытаясь найти наиболее оптимальное решение, маркетологи «ЛЛК-Интернешнл» пришли к идее создания нового формата промо-акции, гораздо более подходящего для абсолютного большинства покупателей. Удалось найти простое и в тоже время эффективное решение. Располагая в своем ассортименте маслами «ЛУКОЙЛ», залитыми в канистры объёмом 1, 4, и 5 литров, компания предлагает покупателям приобрести пятилитровую канистру масла Супер10w40 по цене четырёхлитровой.

Следует отметить, что другие поставщики, предлагающие свою продукцию в таре аналогичных объёмов, акции такого формата ещё не практиковали. Именно благодаря новизне решения и удобству в осуществле-

нии покупки акция «5 литров по цене 4-х» имеет дополнительные преимущества перед конкурентной продукцией. Заинтересованный посетитель гипермаркета, увидев пятилитровую канистру масла «ЛУКОЙЛ» с закреплённым на ручке специально разработанным для акции ярким «галстуком», и рядом по той же цене стоящую четырёхлитровую канистру, скорее всего, быстро определится с выбором.

«Новая концепция акции «5 литров по цене 4-х» предоставляет нам дополнительные механизмы стимулирования наших потребителей к последующим покупкам указанного вида масла уже в опробованных канистрах по 5 литров. Более того, акция не только дает возможность в целом укрепить лояльность постоянных покупателей к продукции «ЛУКОЙЛ», но и по возможности привлечь новых потребителей из числа ещё не сделавших окончательного выбора марки масла для своего автомобиля» - считает Андрей Обухов старший менеджер проекта компании «ЛЛК-Интернешнл».

Анонсировав проведение акции в сотрудничестве с сетями «МЕТРО», «ЛЕНТА» «Ашан», «Карусель» в сезон массовой замены моторных масел, «ЛЛК-Интернешнл» уже согласовало для участия в этих мероприятиях более 30 тонн продукции. Это более 6,5 тысяч покупателей, которые смогут сделать выгодную покупку более чем в шестидесяти торговых комплексах в двадцати двух городах России.

*4 октября 2007 г. акция успешно стартовала в сети гипермаркетов «МЕТРО». Объёмы продукции, предусмотренные для проведения акции, были распроданы в течение двух недель, вместо запланированных четырех. В связи с этим были организованы дополнительные поставки продукции.





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



**«ЛЛК-ИНТЕРНЕТШНЛ» ВНОВЬ
 НА МОСКОВСКОМ
 АВТОСАЛОНЕ**

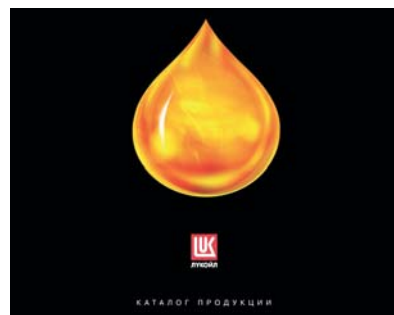
ООО «ЛЛК-Интернешнл» в очередной раз приняло участие в Московской международной автомобильной выставке «Мотор Шоу 2007», проходившей с 29 августа по 2 сентября в Международном выставочном центре «Крокус Экспо». Помимо самих автомобильных компаний, участие в подобных мероприятиях придает большое значение производителям запасных частей, оборудования, компонентов и аксессуаров, шин и дисков. Разумеется, не остаются в стороне и производители моторных масел. На своём фирменном стенде ЛЛК представила широкий спектр своей продукции, где каждый посетитель имел возможность не только ознакомиться с ассортиментом масел, выпускаемых компанией, но и получить исчерпывающую консультацию по любому интересующему их вопросу.

**ЛУКОЙЛ УЛУЧШИЛ
 КАЧЕСТВО БАЗОВЫХ МАСЕЛ**

ООО «ЛЛК-Интернешнл» в рамках «Программы модернизации нефтеперерабатывающих заводов ЛУКОЙЛ-Ла до 2017 года» улучшило качество базовых масел на заводе «ЛУКОЙЛ-Нижегороднефтеоргсинтез». В результате модернизации производства и внедрения современных технологий качество базовых масел доведено до уровня соответствия европейским требованиям. Осуществлен переход с выпуска базовых масел по классификации SAE на экспортные базовые масла по классификации SN.

Модернизация и внедрение новейших технологий также позволили улучшить качественные характеристики базовых масел. Так, для SN 150 показатель испаряемости снижен на 2%, индекс вязкости улучшен на 8 пунктов, цвет - на 0.5 единиц. Данные характеристики являются ключевыми при составлении рецептур, обеспечивающих высокие эксплуатационные характеристики. Одновременно с улучшением качества объем производства базовых масел увеличен на 4%.

В первом полугодии 2007 г. на ОАО «ЛУКОЙЛ-Нижегороднефтеоргсинтез» было выработано около 114 тыс. тонн смазочных масел, а также более 17 тыс. тонн фасованных масел, производство которых по сравнению с аналогичным периодом прошлого года выросло на 16%.



**ВЫПУСК НОВОГО КАТАЛОГА
 ПРОДУКЦИИ «ЛУКОЙЛ»**

В сентябре 2007 г. компания «ЛЛК-Интернешнл» выпустила полный каталог масляной продукции «ЛУКОЙЛ». В новом каталоге представлена информация по всей линейке продуктов компании: моторные, трансмиссионные, гидравлические масла и смазочные материалы для технологического оборудования и специальной техники. Данное издание предназначено для самого широкого круга потребителей масляной продукции «ЛУКОЙЛ»: крупных, средних и малых промышленных предприятий, а также всех звеньев дистрибуторской сети компании.

Распространение каталога будет осуществляться путём рассылки прямым промышленным потребителям, потенциальным клиентам компании, а также официальным дилерам по фасованным и промышленным маслам. Для получения каталога необходимо подать заявку по номеру (495) 980-38-48 или обратиться на сайт компании www.lukoil-masla.ru



КАТАЛОГ ПРОДУКЦИИ

«ЛУК-Интернешнл»

Компания смазочных материалов

Россия, 119180, Москва, ул. М. Якиманка, 6. Тел.: (495) 980-3848

www.lukoil-masla.ru

Содержание

Масла. Области применения. Требования. Классификации

- 008 1. Масла для автомобильных двигателей (моторные масла)
- 028 2. Трансмиссионные масла
- 032 3. Гидравлические масла
- 036 4. Масла для технологического оборудования и специальной техники

Приложение: Технические характеристики смазочных материалов «ЛУКОЙЛ»

Моторные масла

- 055 1. Высокоэффективные универсальные всепогодные моторные масла
- 063 2. Сезонные моторные масла по ГОСТ (ТУ)
- 070 3. Масло для промывки двигателя ЛУКОЙЛ-Автопромывочное
- 071 4. Масло авиационное МС-20

Индустриальные масла

- 076 1. Масла индустриальные без присадок для легконагруженных узлов трения
- 077 2. Масла индустриальные гидравлические

Гидравлические масла для мобильной техники

Энергетические масла

- 086 Масла-мягчители, масла-пластификаторы для резиновой промышленности ПМ, Нетоскол, ПН-6
- 087 Смазочно-охлаждающие средства. Основы маловязкой СОЖ, РЖ-8у
- 088 Масла базовые

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.

