

МАСЛА @ ЛУКОЙЛ

№ 23 Апрель 2010

Издание ООО «ЛЛК-Интернешнл»



Цитата номера:

ООО «ЛЛК-Интернешнл» значительно увеличило вложения в исследования и разработки, а также подготовило генеральные схемы развития масляных производств НПЗ на ближайшее десятилетие...

СТР. 4

Читайте в этом номере журнала:

Россияне доверяют ЛУКОЙЛУ



Развитие производства масел в
ОАО «ЛУКОЙЛ»



Региональные менеджеры –
команда новых достижений



ТОЛЬКО С 1 ПО 30 АПРЕЛЯ 2010 г.

ПРИБРЕТАЯ НА АЗС «ЛУКОЙЛ» 5-ЛИТРОВУЮ КАНИСТРУ МАСЛА,

ОБОЗНАЧЕННОГО ЯРЛЫКОМ «АКЦИЯ»,

1 ЛИТР МАСЛА ВЫ ПОЛУЧАЕТЕ В ПОДАРОК!

АКЦИЯ!

5 литров

4-х
по цене

В АКЦИИ ПРИНИМАЮТ УЧАСТИЕ:



ЛУКОЙЛ Авангард Ультра полусинтетическое
SAE 10W-40 API CI-4/SL 5л
ЛУКОЙЛ Авангард Экстра полусинтетическое
SAE 10W-40 API CH-4/CG-4/SJ 5л



ЛУКОЙЛ Люк полусинтетическое
SAE 10W-40, API SL/CF 5л
ЛУКОЙЛ Люк полусинтетическое
SAE 5W-40, API SL/CF 5л

ЛУКОЙЛ

МОТОРНЫЕ МАСЛА

ВНИМАНИЕ: КОЛИЧЕСТВО ТОВАРА, ПРИНИМАЮЩЕГО УЧАСТИЕ В АКЦИИ, ОГРАНИЧЕНО!

ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ ИНФОРМАЦИЮ МОЖНО ПОЛУЧИТЬ ПО АДРЕСУ:

WWW.LUKOIL-MASLA.RU

СОДЕРЖАНИЕ

2 БРЕНД

Россияне доверяют ЛУКОЙЛу
и готовы рекомендовать его продукцию друзьям и знакомым

2



4 СТРАТЕГИЯ

Развитие производства масел в ОАО «ЛУКОЙЛ» –
две пятилетки инноваций

4



9 ПАРТНЕРСТВО

Опыт сотрудничества в России будет применен
в Украине и Казахстане

10 НОВЫЕ РЫНКИ

«ЛЛК-Евразия» завоевывает
и города, и села, и железные дороги

12 СЕРВИС

Служба технической поддержки стала исследовательским
центром и «семейным доктором»

10



14 ПРОДУКТ

«ЛЮКС» не боится ни морозов,
ни тяжелой работы

16 НАШИ СОТРУДНИКИ

Региональные менеджеры – команда новых достижений

18 ЖИЗНЬ КОМПАНИИ

Назначения

20 ЖИЗНЬ КОМПАНИИ

В преддверии восьмого марта...

20



«МАСЛА@ЛУКОЙЛ»
№23 Апрель
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: Andrey.Perevezentsev@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



Россияне доверяют ЛУКОЙЛУ и готовы рекомендовать его продукцию друзьям и знакомым

В феврале этого года исследовательская компания Millward Brown совместно с The Futures Company опубликовала результаты глобального социологического исследования TrustR, направленного на выявление наиболее успешного бренда в 2009 году. В российской десятке ЛУКОЙЛ занимает седьмое место и является в этом списке единственной маркой среди нефтяных компаний и промышленных предприятий РФ, которой, судя по опросу, доверяет потребитель.

Опрос проводился в 22 государствах, в том числе и России. В нашей стране опрос потребителей проводился компанией ARMI в пяти городах – Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Новосибирске и Нижнем Новгороде. Респондентам предлагали ответить на два вопроса: «Какому бренду Вы больше доверяете?» и «Какой бренд Вы бы рекомендовали знакомым?»

В российскую десятку брендов-лидеров международные и отечественные марки вошли поровну. Бренд ЛУКОЙЛ занимает почетное седьмое место и является в этом списке единственной названной в своей области производства маркой, которой доверяет потребитель. Также

можно отметить, что все остальные отечественные марки относятся к сфере услуг, а ЛУКОЙЛ стал единственной российской компанией реального сектора экономики.

Так чем же объясняется столь большая популярность и уважение покупателя к данному бренду?

МЕЖДУНАРОДНОЕ КАЧЕСТВО, ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ

Как неоднократно показывала практика, столкнувшись с проблемой финансовых затруднений, люди стремятся приобретать продукцию отнюдь не малоизвестных и отличающихся дешевизной марок, а тех брендов, которые прошли испытание временем и хорошо зарекомендовали себя. Уже не раз отмечалось, что с самого начала своей деятельности ЛУКОЙЛ пос-

тавил перед собой четкую цель – стать лидером российской нефтяной промышленности, компанией, обеспечивающей производство товаров и услуг самого высокого качества.

Первостепенной задачей ЛУКОЙЛа является забота о потребителях. В соответствии с этим, в компании осуществляется модернизация инфраструктурного комплекса, внедрена система жесткого контроля, которая позволяет гарантировать высокое качество всей выпускаемой продукции, а также постоянно расширяется спектр дополнительных услуг. Немаловажное место уделяется снижению затрат и ценообразованию, чтобы качественная продукция и услуги были доступны для потребителей.

Неудивительно, что, говоря о бренде ЛУКОЙЛ, рядовой гражданин,

Десять самых успешных брендов в России

Nokia
Sony
Сбербанк России
Росгосстрах
РОСНО
Toyota
ЛУКОЙЛ
МТС
Colgate
Blend-a-med





в первую очередь, подразумевают топливо и моторные масла. Напомним, что на территории России расположено более 2 000 АЗС ЛУКОЙЛ, где как автолюбитель, так и водитель грузового транспорта имеют возможность приобрести практически все виды интересующей его продукции данного бренда.

Кроме того, практически всегда потребителю обеспечен комфорт на мировом уровне. В настоящее время большинство загородных АЗС оборудованы в соответствии с новыми стандартами, предлагая автолюбителям комплекс дополнительных услуг – кафе, магазин сопутствующих товаров, подкачку колес, мойку и пылесос. Кроме того, для удобства клиентов введена система безналичных расчетов посредством пластиковых карт.

Немаловажную роль в успешности бренда, на наш взгляд, сыграл переход компании – впервые на российском рынке – на реализацию топлива с улучшенными эксплуатационными и экологическими свойствами, отвечающего всем требованиям европейских стандартов Евро-3, Евро-4. Кстати, Правительство Москвы приняло решение о том, что до конца года все автотранспортные предприятия столицы должны перейти на топливо и масла, соответствующие стандарту Евро-4.

С точки зрения масляной продукции ЛУКОЙЛ может предложить широкую линейку продуктов – как для новых автомобилей последнего поколения, так и для подержанных, с большим износом двигателей. Причем этот вид продукции предназна-

чен не только для российских автомобилей, но и иномарок из Европы, Америки и Японии. Недаром моторные масла ЛУКОЙЛ были испытаны такими гигантами автомобилестроения, как Mercedes-Benz, Porsche, BMW, Volkswagen, и получили их фирменное одобрение.

Стоит подчеркнуть, что ЛУКОЙЛ осуществляет контроль качества смазочных материалов в течение всего процесса их изготовления, а каждая партия его продукции перед отправкой проверяется на соответствие всем предъявляемым требованиям и сопровождается паспортом качества, сертификатом соответствия и гигиеническим сертификатом. Компания гарантирует их соответствие объявленным классам качества SAE и API, а также ГОСТу.

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА

Сегодня на примере компании ЛУКОЙЛ доказано, что в нашей стране можно построить не только успешный, но и социально ответственный бизнес. Это понятие подразумевает, что компания четко выполняет свои обязательства не только перед своими работниками, но и перед государством, производит качественную продукцию, выполняет деловые обязательства перед партнерами, а также создает новые рабочие места и финансирует социальные программы для сотрудников.

Компания ЛУКОЙЛ осознает важность социальной ответственности бизнеса и, помимо качества выпускаемой продукции и заботы о своих сотрудниках, постоянно проводит

благотворительные мероприятия, является спонсором различных спортивных, оздоровительных и образовательных мероприятий.

Одной из ключевых задач ЛУКОЙЛа является развитие новых и совершенствование существующих технологий в отраслевой науке. Для того чтобы идти в ногу с требованиями, предъявляемыми к современной технике, ЛУКОЙЛ уделяет большое внимание разработке и выводу на рынок высококачественных продуктов, а также новых технологий и рецептур. Эта работа ведется специалистами компании в тесном сотрудничестве с научными центрами России.

В ноябре 2009 года была утверждена новая программа развития группы ЛУКОЙЛ на 2010–2019 годы. Основными предпосылками корректировки предыдущей программы явились уточненные макроэкономические и маркетинговые прогнозы в РФ и зарубежных странах, обусловленные мировым финансово-экономическим кризисом. Таким образом, компания переориентировала стратегию с наращивания объемов добычи нефти на стратегию роста свободного денежного потока. Это значит, что ЛУКОЙЛ планирует достичь конкурентного уровня доходности за счет отбора наиболее эффективных проектов.

Одним из ярких примеров такой политики явилось недавнее подписание соглашения между государственной корпорацией «Роснано» и компанией ЛУКОЙЛ. В результате совместной работы сторон предполагается внедрять нанотехнологии в нефтегазовой сфере. «Роснано» рассматривает ЛУКОЙЛ в качестве «ведущего драйвера» процесса внедрения высоких технологий в производство.

ЛУКОЙЛ – лидер среди российских компаний по информационной открытости и прозрачности, первая российская компания, акции которой получили полный листинг на Лондонской фондовой бирже.



Развитие производства масел в ОАО «ЛУКОЙЛ» – две пятилетки инноваций

Опережающий рост парка импортных автомобилей и активная модернизация российского производства увеличили спрос на высококачественные смазочные материалы, что вызвало необходимость целенаправленной работы российских нефтяных компаний над улучшением качества масел до уровня все возрастающих мировых стандартов. Достижения и возможности ООО «ЛЛК-Интернешнл» позволяют насытить рынок РФ высококачественной импортозамещающей продукцией.

КРИЗИС И РАЗВИТИЕ

Исходя из существующей структуры рынка смазочных материалов, видно, что он сегодня характеризуется постепенным уходом от масел низкой спецификации.

Разработки новых продуктов потребовали серьезных долгосрочных инвестиций, включенных в стратегические планы развития компаний. И несмотря на то что мировой финансовый кризис внес серьезные коррективы в процесс реализации долгосрочных программ, нефтяные компании усиленно ищут способы создания высококонкурентной продукции.

В 2009 году ООО «ЛЛК-Интернешнл» значительно увеличило вложения в исследования и разработки, а также подготовило генеральные схемы развития масляных производств НПЗ на ближайшее десятилетие.

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА В РОССИИ И В МИРЕ

Нефтеперерабатывающие заводы России, построенные 30-50 лет назад, используют технологии и оборудование, безнадежно устаревшие как морально, так и физически (на отдельных предприятиях – 70-75%).

Средняя глубина переработки нефти достигает 65% (в США – 93%,

Оценка структуры производства базовых масел в регионах мира

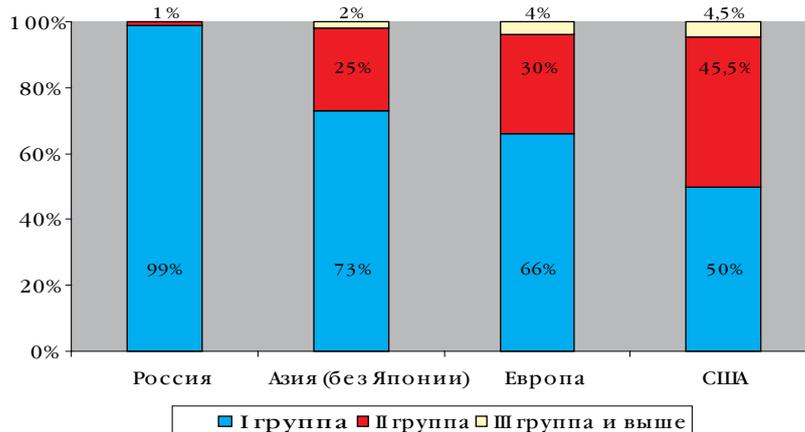


РИС. 1

Прогноз структуры мирового спроса на масла по группам, экспертные оценки

ООО «ЛЛК-Интернешнл»

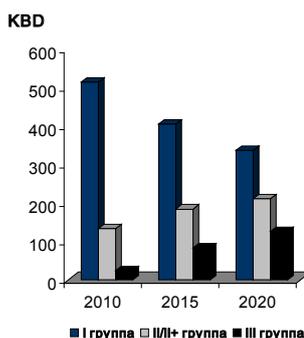


РИС. 2

Данные компании Kline

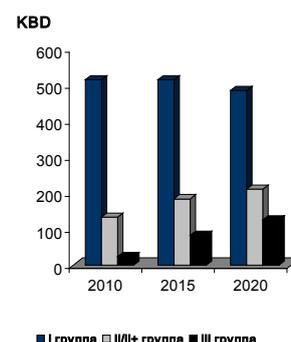


РИС. 3

в Западной Европе – 87%). Переработка в несколько раз энергозатратнее, чем в развитых странах, а качество продукции ряда заводов, в том числе и смазочных масел, уступает мировым стандартам по многим показателям.

Существующая структура производства базовых масел в мире (Рис. 1) позволяет прогнозировать рост спроса на базовые масла высших групп и снижение спроса на масла I группы (Рис. 2, 3).

Важно отметить, что использование масел групп III VHVI (Very High Viscosity Index – очень высокий индекс вязкости) и IV (полиальфаолефиновые масла – ПАО) приводит к увеличению срока службы масла и приготовлению топливосберегающих масел, что соответствует требованиям Киотского протокола по снижению тепловых выбросов в атмосферу.

Говоря о России, нужно отметить, что у ряда нефтяных компаний есть потенциал производства масел II и III групп при добавлении к существующим технологическим схемам



НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ – ФУНДАМЕНТ УСПЕХА ООО «ЛУКОЙЛ-ИНТЕРНЭШНЛ»

мощностей, требующих сравнительно низких инвестиций.

МАСЛЯНЫЕ АКТИВЫ ЛУКОЙЛА

Масляные активы компании состоят из трех маслблоков нефтеперерабатывающих заводов:

ООО «ЛУКОЙЛ-Пермнефтеоргсинтез» (ПНОС), ООО «ЛУКОЙЛ-Волгограднефтепереработка» (ВНП) и ООО «ЛУКОЙЛ-Нижегороднефтеоргсинтез» (НОРСИ), каждый из которых уникален в своем роде.

В настоящее время на всех маслблоках ЛУКОЙЛА вырабатываются базовые масла, которые, согласно классификации API, можно отнести к I группе (Рис. 4). Они соответствуют требованиям, предъявляемым к современным базовым маслам. Введение в них присадок обеспечивает соответствие современным требованиям. Но для обеспечения совместимости с системами очистки выхлопных газов (стандарты Евро-4 и Евро-5, введенные в ЕС в 2005 году) новые спецификации ведущих автопроизводителей требуют снижения содержания золы, фосфора и серы. Уровень серы в масле ниже 0,3% практически означает отсутствие минеральных масел группы I по API в составе готовых моторных масел. Увеличенный срок службы будет важной чертой масел премиального уровня, так как при переходе к маслам с пониженным содержанием золы, фосфора и серы производители техники требуют, как минимум, сохранить существующие сроки работы масла.

При введении новых требований (например, Евро-4), требующих использования систем очистки выхлопных газов, часть из которых

Классификация API

Группы масел	Содержание, % масс.		Индекс вязкости
	серы	насыщенных соединений	
I (MVI)	> 0,03	< 90	80-120
II (HVI)	≤ 0,03	и/или ≥ 90	80-120
III (VHVI)	≤ 0,03	и/или ≥ 90	> 120

РИС. 4

Схема производства масел ПНОС

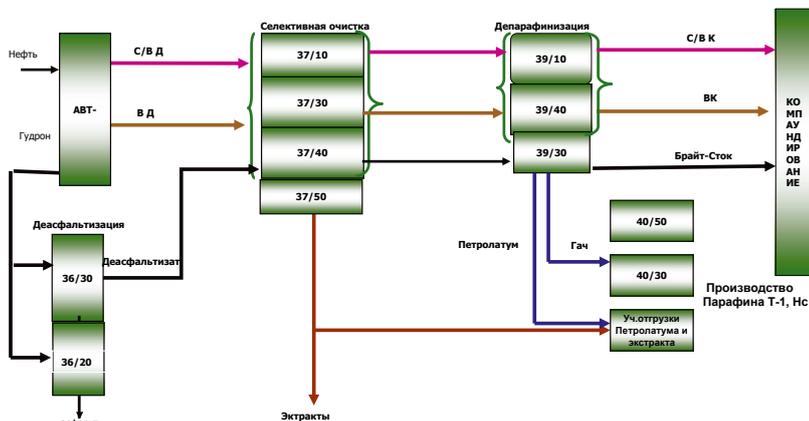


РИС. 5

ухудшает экономичность двигателя, необходимо использовать более низкие классы вязкости масел (типа ХW-30) для повышения топливной экономичности, то есть применять топливосберегающие (маловязкие) масла. Наш анализ показывает, что в большинстве рецептов современных моторных масел присутствуют базовые масла группы III, которые можно производить исключительно с использованием гидрокаталитических процессов.

Маслоблок ПНОС имеет традиционную схему производства базовых масел (Рис. 5).

Но это единственный завод в РФ, который ведет отдельную переработку нефти, вследствие чего базовые масла обладают стабильными характеристиками, наиболее востребованы на внутреннем и зарубежном рынках, имеют очень низкое содержание серы, что исключает процесс их гидроочистки и снижает себестоимость.

Маслоблок НОРСИ помимо традиционного оборудования имеет единственную в России установку, позволяющую производить пищевые парафины. Имеющаяся схема производства масляных компонентов очень гибкая и позволяет применять современные методы, такие как гидрооблагораживание, что дает возможность улучшить цвет масла, повысить устойчивость к окислению, понизить содержание серы и ароматических соединений. В состав маслоблока ВМП входит

Схема маслоблока НОРСИ после реконструкции

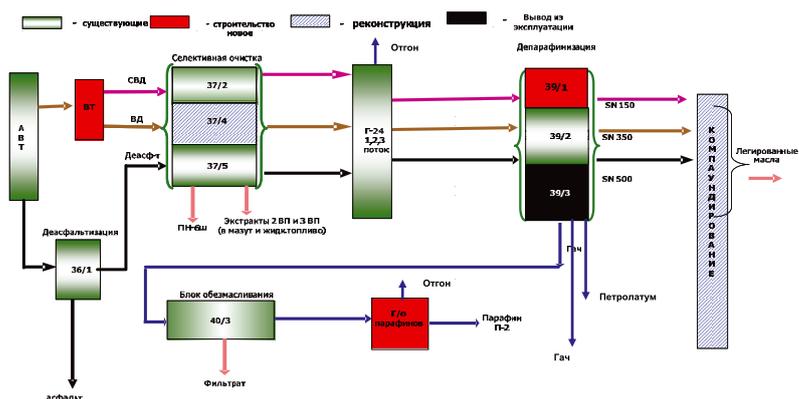


РИС. 6

гидрокаталитический комплекс КМ-3, позволяющий производить масла III группы – единственный на всей территории постсоветского пространства – и получать на их основе высококачественные масла группы «Люкс». Здесь вырабатывается до 30 тысяч тонн в год масел VHV1, и все 100% продукции идут на собственную фасовку.

При использовании гидрокаталитических процессов даже при постоянном увеличении доли сернистых и высокосмолистых сортов нефти можно добиться стабильного производства высококачественных сортов топлива. А вот для получения базовых масел требуется, с одной стороны, сортировка нефти (что неприемлемо при существующих схемах переработки на современных НПЗ), а с другой стороны –

нефти определенного химического состава и/или набор определенных установок.

Одним из наиболее перспективных направлений развития масляного производства в современном мире является внедрение гидрокаталитических процессов в производство базовых масел. Это позволяет нивелировать качество перерабатываемой нефти.

В связи с этим Управлением производства были изучены все схемы переработки нефти на заводах компании и процессы, углубляющие переработку нефти, так как они приводят к снижению ресурсов масляного сырья.

Руководством ООО «ЛЛК-Интернешнл» была поставлена задача обеспечения разработки и производства современных высококачественных базовых и товарных масел без увеличения объемов производства, а также при снижении затрат на производство масляной продукции. Это позволит маслам под брендом ЛУКОЙЛ сохранять конкурентоспособность на перспективном российском и зарубежных рынках смазочных масел. «В процессе разработки генеральных схем развития масляных производств был проанализирован и максимально использован мировой опыт», – говорит заместитель начальника Управления производства ООО «ЛЛК-Интернешнл» Марина Цапина. – «Принятые решения направлены на конкретную ориентацию маслоблоков на выпуск базовых масел I, II или III групп».



Актуализированная схема реконструкции маслблока ООО «ЛУКОЙЛ-ПНОС»

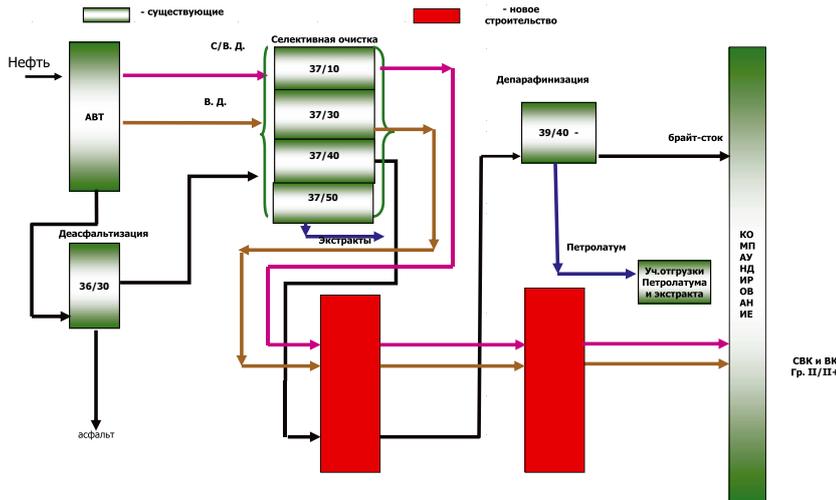


РИС. 7

Кроме того, исключение из схемы НОРСИ ряда установок позволит значительно сократить затраты на производство масляных компонентов.

И, конечно же, для получения современных товарных масел требуется иметь суперсовременный узел смешения. Это также было заложено в проект реконструкции маслблока ООО «ЛУКОЙЛ-НОРСИ».

ПЕРМЬ: ГИДРОКОНВЕРСИЯ РАФИНАТОВ И ВЫПУСК МАСЕЛ II ГРУППЫ

Маслблок ООО «ЛУКОЙЛ-ПНОС» планируется реконструировать под выпуск масел II группы, необходимых для выпуска нового поколения конкурентной смазочной продукции. Это позволит значительно сэкономить количество используемых присадок, что, в свою очередь, снижает себестоимость нашей продукции в целом. Одним из современных процессов производства масел II группы является процесс гидроконверсии рафинатов. Его внедрение позволит исключить из схемы маслблока ПНОС ряд затратных установок (Рис. 7).

ВОЛГОГРАД: МАСЛЯНЫЙ ГИДРОКРЕКИНГ, III ГРУППА

Значительный интерес представляет развитие маслблока на ООО «ЛУКОЙЛ-ВНП» (Рис. 8). И, конечно же, производство масел III группы лежит в основе всей реконструкции. И связано это напрямую со строящимся на ВНП комплексом топливного гидрокрекинга и каталитического крекинга.

Использование остатка гидрокрекинга в качестве сырья для маслблока как раз и позволяет получать высокоиндексные масла с очень низким содержанием серы (Рис. 4). А запланированный здесь современный комплекс по смешению и фасовке в канистры нового дизайна обеспечит продукцией большинство регионов РФ и ближнее зарубежье – Казахстан, Закавказье.

В связи с тем что приоритетным направлением политики компании является соблюдение принципов ОТ, ПБ и ООС, на маслблоке

НИЖНИЙ НОВГОРОД: СОВРЕМЕННЫЙ КОМПЛЕКС ПО ПРОИЗВОДСТВУ МАСЕЛ I ГРУППЫ И ГИДРООЧИСТКА ПАРАФИНА

Реконструкция маслблока НОРСИ (Рис. 6) связана с модернизацией существующих установок селективной очистки, депарафинизации и завершением проекта по строительству установки гидроочистки парафина. Это сделано с целью дальнейшего улучшения качества базовых масел I группы, используемых отечественным автомобильным парком и служащих основой для ряда новых трансмиссионных масел, не требующих вовлечения масляных компонентов с ИВ выше 120 единиц. Запланирован выпуск и новых марок базовых

масел, масел-пластификаторов и другой продукции, необходимой как российскому, так и зарубежному рынку.

Для стабильного обеспечения таких важных параметров масла, как испаряемость по NOAK, цвет и пр., в состав маслблока НОРСИ будет включена ректификационная колонна, позволяющая получать качественное сырье для маслблока. Эта практика давно нашла применение на зарубежных заводах. На российских же нефтеперерабатывающих предприятиях получение сырья с заданными параметрами качества проводится исключительно для нужд топливного производства. Производство же масел снабжается сырьем по остаточному принципу.

Актуализированная схема реконструкции маслблока ООО «ЛУКОЙЛ-ВНП»

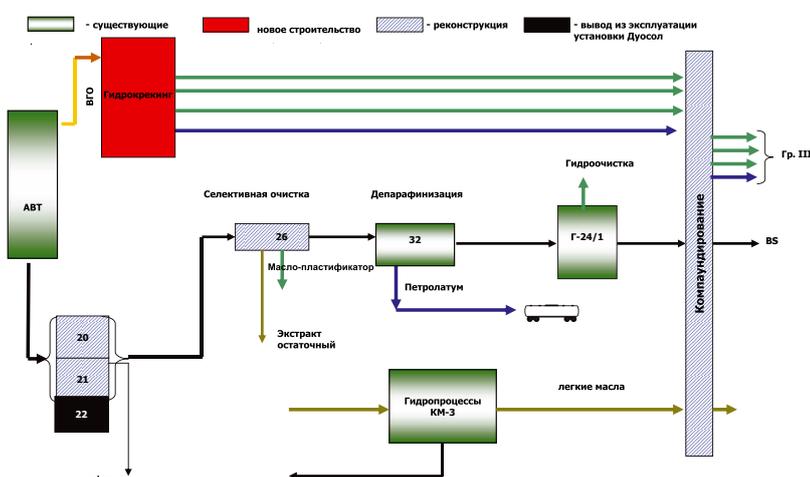


РИС. 8



ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ МОЩНОСТИ ООО «ЛУКОЙЛ-ВНП»

ВНП планируется заменить экологически опасный реагент фенол на эффективный экологически безопасный N-метилпирролидон. При этом мы будем получать здесь и так называемые масла-пластификаторы, которые вырабатываются на базе попутной продукции маслблока. Они будут вписываться в требования Директивы ЕС2005/69/ЕС и 76/769/ЕЕС, запрещающей ввоз на территорию Европейского Союза не соответствующей им продукции резиновой и шинной промышленности уже с 1 января 2010 года. Необходимо отметить, что помимо исключения из схемы ряда установок мы запланировали окончательно закрыть одну из самых затратных в истории отечественной нефтепереработки установок – ДУОСОЛ. В свое время, до Второй мировой войны, она, совмещая два процесса очистки мас-

ляных фракций от нежелательных компонентов, позволяла выпускать одно из самых востребованных ГОСТовских масел – МС-20.

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Итак, на перспективу нами были разработаны и согласованы с генеральными директорами НПЗ Группы и с ОАО «ЛУКОЙЛ» на уровне Управления нефтепереработки и Управления стратегического планирования генеральные схемы развития масляных производств. В них представлены расчеты инвестиций в модернизацию маслблоков, которые в период до 2018 года составят около 500 миллионов долларов.

В ближайшее время мы будем иметь производство масел I, II и III групп на уровне мировых стандартов соответственно на НОРСИ, ПНОСе и ВНП общей мощностью

около 1 200 тысяч тонн год, что составит около 46% российского рынка масел. При этом за счет вывода из схемы маслблоков ряда установок и сокращения численности персонала будут значительно снижены затраты на производство базовых и готовых масел. Только при помощи современных гидрокаталитических процессов, творческого тандема науки и производства мы получим масла, отвечающие уровню завтрашнего дня. Интеллектуальные, производственные и маркетинговые возможности ЛУКОЙЛа позволят насытить рынок РФ высококачественной импортозамещающей продукцией, что является вопросом экономической и национальной безопасности страны. Одновременно будет обеспечена устойчивая конкурентоспособность нашей нефтяной компании на внешних рынках.



Опыт сотрудничества в России будет применен в Украине и Казахстане

В марте этого года подписан контракт на поставку продукции «ЛУКОЙЛ» с сетью гипермаркетов «METRO Cash & Carry» в Украине, занимающей доминирующее положение как по количеству торговых центров, так и по объемам продаж моторных масел среди сетей в стране.

Взаимовыгодное сотрудничество с гипермаркетами – один из важных элементов маркетинговой политики ООО «ЛЛК-Интернешнл». В свою очередь, экономический и логистический потенциал лидера отрасли гарантировал сети «METRO» неизменно высокое качество и бесперебойность поставок продукции на всей территории РФ на протяжении более чем трехлетнего сотрудничества. Это позволяет сети «METRO» быть уверенной, что масла «ЛУКОЙЛ» не будут залеживаться и на полках ее торговых центров в Украине и Казахстане. Тем более, что в этих странах их хорошо знают. Политика сетей такого уровня – отдавать свои полки наиболее успешным брендам. В частности, в группе автомасел «ЛУКОЙЛ» выбран (как и в РФ) единственным российским брендом наряду с известными зарубежными. По мнению коллег из «METRO», достоинства продук-



ции «ЛУКОЙЛ» дополняются готовностью поставщика проводить активную маркетинговую политику, позволяющую стимулировать и увеличивать спрос потребителей. В апреле 2010 года масла «ЛЮКС», «АВАНГАРД», «СУПЕР», «СТАНДАРТ» появились на полках во всех 25 торговых центрах «METRO Кэш энд Керри» в 18 крупных городах Украины. «Это результат совместной работы сотрудников ООО «ЛЛК-Интернешнл» и наших украинских коллег, в первую очередь, ведущих специалистов отдела оптовых поставок и продаж ПИИ «ЛУКОЙЛ Украина» Андрея Люльчука и Юрия Розанова», – говорит Старший менеджер Проекта Андрей Обухов. На конец весны запланирована первая промоакция «Купи масло «ЛУКОЙЛ» – получи подарок», которая неоднократно имела успех в России. Акция должна дополнительно привлечь внимание покупателей к факту появления масел «ЛУКОЙЛ» на полках торговых центров сети.

План компании «METRO» на 2010–2012 годы предполагает увеличение количества торговых центров только в Украине до сорока. В марте 2010 года первый торговый центр открылся в Астане, на очереди – Алматы и Караганда. Сотрудничество «METRO» и ООО «ЛЛК-Интернешнл» позволяет партнерам решать их стратегические задачи: удовлетворять спрос на качественную продукцию, поддерживать прямые коммуникации с конечными потребителями и сохранять их лояльность.
Москва – Киев

СПРАВКА

METRO Cash & Carry International – крупнейшая управляющая компания международного бизнес-формата cash & carry (мелкооптовая торговля) «Метро Групп» (METRO Group), являющейся по обороту третьей в мире (в 2008 году – около €68 млрд.). По данным www.metro-cc.ru, на сегодняшний день METRO Cash & Carry International LLC представлена более 655 торговыми центрами в 31 стране. С 2000 года российское подразделение компании – «METRO Кэш энд Керри» – открыло более 50 торговых центров «METRO Кэш энд Керри» в 36 регионах страны. Основной упор в международной экспансии сделан на стремительно растущие рынки Восточной Европы и Азии.



ТОЛЬКО ДЛЯ ЗАПОЛНЕНИЯ СТЕЛЛАЖЕЙ ТОРГОВЫХ ЗАЛОВ 25 ГИПЕРМАРКЕТОВ БЫЛО ПОСТАВЛЕНО 8,5 ТОНН ПРОДУКЦИИ.



«ЛЛК-Евразия» завоевывает и города, и села, и железные дороги

В конце февраля в ходе трехдневной рабочей поездки в Турцию генеральный директор ООО «ЛЛК-Интернешнл» Максим Дондэ посетил Стамбул, Анкару и Измир, где встречался с клиентами и дилерами. По мнению турецких партнеров, личное участие руководителя компании в оперативном решении вопросов стратегии и тактики позволит совершить качественный рывок в продвижении масел марки «ЛУКОЙЛ» в регионе.

«**О**своение турецкого рынка нашей компанией шло в 2009 году поистине стремительными темпами – ежеквартальный прирост продаж составлял более 50%, – рассказывает генеральный директор «ЛЛК-Евразия» Игорь Савин. – Однако на 2010 год поставлены не менее амбициозные цели – удвоение продаж».

Решение этой непростой задачи, требует, прежде всего, эффективного взаимодействия всех звеньев сбытовой цепочки – от корпоративного центра до конечных потребителей. Именно этот вопрос стал основным в ходе проведенной в феврале серии рабочих совещаний руководства ООО «ЛЛК-Интернешнл» с ту-

рецкими дилерами и ключевыми клиентами.

График визита генерального директора ООО «ЛЛК-Интернешнл» Максима Дондэ был чрезвычайно напряженным и насыщенным – три города за три дня. В Стамбуле, Анкаре и Измире было проведено почти два десятка встреч и переговоров.

В ходе поездки состоялись рабочие совещания с десятью крупнейшими дилерами из различных регионов страны. Партнеры получили развернутую информацию о стратегии группы «ЛУКОЙЛ» и «ЛЛК» на турецком рынке, о целях по регионам и сегментам, о новых продуктах. Дилеров в наибольшей степени интересовали вопросы рекламной

поддержки бренда в национальном масштабе и возможности расширения перечня допусков на продукты компании. Большое внимание было уделено планированию локальных трейд-маркетинговых мероприятий в период весеннего сезона.

Особо нужно выделить переговоры с крупнейшим в Турции оператором на рынке аренды автомобилей – компанией InterCity, владельцем которой является Вурал Ак. Сегодня парк его фирмы уже насчитывает 30 000 автомобилей и в дальнейшем будет увеличиваться.

Из-за отсутствия ряда допусков масла «ЛУКОЙЛ» пока используются не во всех автомобилях. Но поскольку турецкий партнер заинтересован в расширении сотрудничества, были предметно обсуждены необходимые мероприятия.

Не менее плодотворно проходили совещания с руководителями авторизованных сервисов Toyota в Анкаре, Mercedes, Isuzu, Fiat и Toyota в Измире, куда «ЛЛК-Евразия» уже поставляет масла. Потребители масел «ЛУКОЙЛ» на турецком рынке охотно делились своим положительным опытом, информировали об активности конкурентов в продвижении масел, проявляли заинтересованность в рас-

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
«ЛЛК-ИНТЕРНЕТНЛ» М.Л. ДОНДЭ И ГОСПОДИН
ИБРАГИМ ОЗТУРК (ДИЛЕР
В ГОРОДАХ ГАЗИАНТЕПЕ И
КАХРАМАНМАРАШЕ).





ширении маркетинговой активности, в более полном обеспечении рекламно-информационными материалами. В целом, проведенные переговоры продемонстрировали успешность совместной работы турецких партнеров и ООО «ЛЛК-Интернешнл», подтвердили стратегическую важность сотрудничества на перспективу. Не осталась без внимания во время визита и такая важная составляющая деятельности «ЛЛК-Евразия», как продвижение на сопредельные рынки. И здесь ключевым фактором успеха является эффективное взаимодействие со структурами Евроазиатского межрегионального объединения, которым руково-

дит Фикрет Алиев. Намечены и реализуются совместные мероприятия «ЛЛК-Евразия», «ЛУКОЙЛ-Евразия», «ЛУКОЙЛ-Азербайджан» и «ЛУКОЙЛ-Джорджия». Из Измира, где находится завод Акрет, «ЛЛК-Евразия» отправила в Баку первые автопоезда с продукцией под маркой «ЛУКОЙЛ», а наши грузинские кол-

леги одержали победу в крупном государственном тендере. По словам Игоря Савина, «в ближайшее время из Турции начнутся системные поставки продукции под брендом «ЛУКОЙЛ» в обе республики и будут проведены совместные маркетинговые программы».

Стамбул

Когда номер журнала уже готовился в печать, из Стамбула пришло сообщение о победе «ЛЛК-Евразия» в тендере на поставку масел турецким железным дорогам на 2010 год. Необходимые компоненты для изготовления масел поставит ООО «ЛЛК-Интернешнл», а производство возложено на завод Акрет.





Служба технической поддержки стала исследовательским центром и «семейным доктором»

Бесперебойная работа современного дорогостоящего оборудования обеспечивается безупречным состоянием масла, которое подобно человеческой крови. Вопросы мониторинга системы, а самое главное, рекомендации по «здоровому образу жизни» возлагаются на службу технической поддержки клиентов. Ее специалисты создали систему обеспечения, которая включает научные исследования, вопросы взаимодействия с мировыми производителями оборудования и ежедневную поддержку потребителей масел на всех уровнях. Более подробно о новом качестве взаимоотношений с партнерами рассказывает глава службы Андрей Ясновский.

ВЫЗОВЫ ВРЕМЕНИ

Западные стандарты ведения бизнеса всегда предполагали максимальную ориентацию на запросы конечного потребителя, на умение не только продать, но при необходимости обеспечить комплекс дополнительных услуг. Мировые лидеры в масляной отрасли имеют историю развития своих компаний, насчитывающую десятки лет, а возраст, например, Exxon Mobil, которая является преемницей рокфеллеровской Standard Oil, превышает сто лет. Это касается и нефтедобычи, и нефтепереработки.

При этом производство масел выделялось в отдельные структуры, и профессионалы науки и практики нарабатывали технологии и стандарты создания, производства и продаж в этой отрасли. На протяжении десятилетий менталитет и конкурентная среда в равной степени работали на всестороннее обеспечение конечного потребителя.

Наше руководство поставило сложную, но исполнимую задачу войти в первую пятерку мировых производителей за гораздо более короткие сроки, как используя мировую практику применения уже существ-

ующих технологических решений и профессионального опыта, так и создавая новые. Таким образом, служба технической поддержки включила в себя несколько функциональных направлений.

ОТ «УРАВНИЛОВКИ» К КЛИЕНТСКОМУ СЕРВИСУ

Появление высокотехнологичного оборудования, требования к его эффективной эксплуатации и обслуживанию изменили ситуацию в корне. Стало понятно, что спрос на масла ГОСТовских серий будет постепенно сокращаться.

Но смазочные материалы, созданные по технологиям XXI века с использованием импортных присадок и компонентов, становятся в буквальном смысле приоритетным направлением, обеспечивающим жизнедеятельность высокотехнологичных производств. Многократно возрастают требования, которые предъявляются к «кровеносной системе», обеспечивающей бесперебойную работу современного, стоящего миллионы рублей или долларов оборудования.

С учетом всего этого, не просто появляется, а становится все более востребованным клиентский сервис как современный способ завоевания рынка и поддержания качества услуг.

АНДРЕЙ ЯСНОВСКИЙ
ГЛАВА СЛУЖБЫ ТЕХНИЧЕСКОЙ ПОДДЕРЖКИ





ЮРИЙ КОЛЯДИН ОТВЕЧАЕТ В СТП ЗА ТЕХНИЧЕСКИЕ КОНСУЛЬТАЦИИ, ТЕХНИЧЕСКУЮ ПОДДЕРЖКУ ДИЛЕРОВ, ТОРГОВЫХ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ И ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПО ВОПРОСАМ ПРИМЕНЕНИЯ МАСЕЛ В РАЗЛИЧНЫХ ВИДАХ ТЕХНИКИ, ВЕДЁТ РАБОТУ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ИСПЫТАНИЙ, ПРОВОДИТ ТРЕНИНГИ ПО ПРИМЕНЕНИЮ МАСЕЛ, ОСУЩЕСТВЛЯЕТ ВЫЕЗД НА ПРЕДПРИЯТИЯ ДЛЯ АУДИТА РАБОТЫ МАСЕЛ.

И как анализ крови многое говорит о человеке, так и мониторинг состояния масла позволяет определять степень износа оборудования, агрегата, мотора. По анализу масла можно определить, правильно ли эксплуатируется оборудование или нет, а «семейный доктор», соответственно, может дать рекомендации «пациенту» по образу жизни, то есть предложить помощь в решении возникших проблем.

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД

Для быстрого реагирования на запросы клиентов нужна соответствующая система обеспечения. Мы создали технологическую службу, которая стала не только необходимым условием послепродажного сопровождения, технического сервиса, но и исследовательским центром по разработке, тестированию и одобрению новых продуктов, внедрению их в производство.

На любом этапе технологического или логистического процесса наша служба вносит свой вклад в решение задач Компании. В первую очередь, дилерам и клиентам в режиме реального времени предоставляется техническая информация по ассортименту масел, наиболее сложные вопросы могут передаваться на экспертизу, ведутся программы по испытаниям и мониторингу работы масел у наших клиентов. Не менее важно взаимодействие с мировыми производителями оборудования и машин (ОЕМ) для получе-

ния и актуализации одобрений с их стороны. Здесь главную роль играют наши менеджеры и отдел разработки, формуляции и стандартизации. А совместно с научными подразделениями разрабатываются рекомендации по корректировке и изменению качества масел. Кроме того, в нашем случае служба является важным промежуточным звеном между мировыми производителями и российскими технологами, которые часто не знают иностранных языков и мыслят по старинке. То есть, мы выполняем роль некоего интерфейса для информирования российских коллег об их требованиях, пожеланиях, сложностях и особенностях. А мировой опыт производства адаптируется к условиям заводов, отдельных подразделений и всей компании в целом.

В работе меня привлекает степень вовлеченности в общий процесс создания и внедрения нового продукта, получения конечного результата. Важно и каким будет зарождающийся конкретное масло, важно, как, пройдя по всей цепочке, оно выйдет к потребителю. Или как нам завоевать нового клиента, используя наши наработки при его нестандартных условиях эксплуатации. Как подсказывает мой опыт работы в западных компаниях, такой стиль работы сложно воспроизводим в иностранных структурах, где функции сотрудников жестко рег-



АЛЕНА КОЧЕНОВА ОБЕСПЕЧИВАЕТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ИНОСТРАННЫМИ И ОТЕЧЕСТВЕННЫМИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ ОБОРУДОВАНИЯ, РАЗРАБОТКУ РЕЦЕПТУР И ПОЛУЧЕНИЕ ОДОБРЕНИЙ НА СМАЗОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ КОММЕРЧЕСКОГО ТРАНСПОРТА, МОТОРНЫЕ МАСЛА ДЛЯ ТЕПЛОВЗОВ И ГАЗОВЫХ ДВИГАТЕЛЕЙ.

ламентированы. У нас не чувствуешь себя винтиком, ты – человек команды.

Конечно, иногда не хватает ресурса для решения глобальных задач в условиях кризиса. Но, с другой стороны, именно этот кризис еще быстрее, чем раньше, привел к концу неэффективные производства, других надолго оставил топтаться на месте, зато некоторые, и я уверен – мы в их числе, выходят на новый этап развития. Мы ищем и находим оптимальные решения, быстрее подходим к внедрению новых технологий, разработке новых продуктов. А все наши достижения позволяют нам всесторонне отвечать запросам наших клиентов и партнеров.

Как это работает

Ежедневная поддержка СТП потребителей смазочной продукции

- технические консультации для клиентов, дилеров и филиалов компании;
- предоставление необходимой технической документации;
- проведение анализов смазочных материалов и выдача заключений и рекомендаций на их основе;
- проведение технического аудита, консультирование и рекомендации на предприятиях клиента на предмет правильности подбора и использования смазочного материала;
- проведение обучающих тренингов и семинаров;
- экспертный анализ сложных и нестандартных условий эксплуатации.

Научные исследования и разработки СТП

- взаимодействие с производителями оборудования и машин (Original Equipment Manufactures – OEM) с целью тестирования масел и других смазочных материалов и последующего получения одобрений и спецификаций на них;
- мониторинг последних спецификаций и информирование подразделений компании о новых технологиях, разработках и тенденциях в области создания и применения смазочных материалов;
- создание и тестирование новых продуктов в ответ на запросы рынка.

Оперативная on-line поддержка клиентов, дилеров и партнеров - support@lukoil-masla.ru



«ЛЮКС» не боится ни морозов, ни тяжелой работы

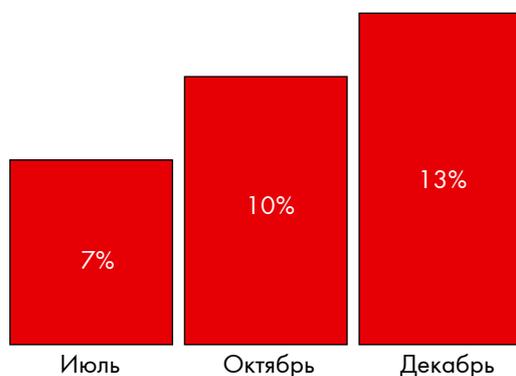
В прошлом номере журнала «Масла@ЛУКОЙЛ» мы уже рассказывали о начале кампании по продвижению масел «ЛУКОЙЛ» в Республике Казахстан. Первые результаты уже показывают, что высокотехнологичная продукция лидера отрасли востребована всеми категориями потребителей.

Как и в РФ, в Казахстане бренд «ЛУКОЙЛ» лидирует на рынке – и по известности этой марки потребителям, и по ее использованию. «ЛУКОЙЛ СТАНДАРТ» и «ЛУКОЙЛ СУПЕР»

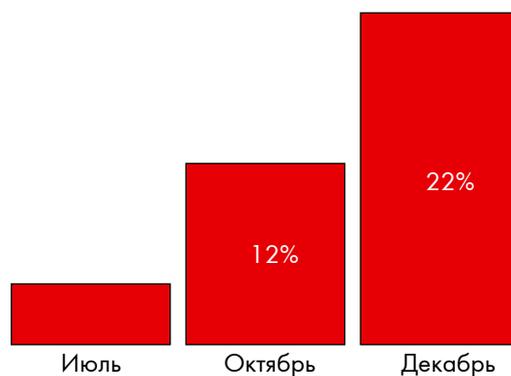
занимают в своих ценовых категориях соответственно почти 40% и свыше 60% рынка. В то же время, детальный анализ, проведенный маркетологами ООО «ЛЛК-Интернешнл», показал, что

наиболее перспективны с точки зрения роста продаж премиальные сорта масел. И предварительные итоги это подтверждают: По данным комитета статистики РК, в 2009 году численность автопарка со-

Категория «ЛЮКС» – в общем объеме реализации фасованных масел «ЛУКОЙЛ» группы RVL (для легкового транспорта), 2009 г.



Объем реализации категории «ЛЮКС» в общей стоимости реализации фасованных масел «ЛУКОЙЛ», 2009 г.



Отзывы автовладельцев



Автомобиль:
Lexus GX 470, 2005, V
2.8л (г. Алматы)

Отзыв: Масло хороше-
го качества, минимальный
расход, бесшумная работа
двигателя, легкий запуск в
зимний период времени.



Автомобиль:
Toyota 4-Runner, 2007
V 4л (г. Алматы)

Отзыв: Хорошее масло.



Автомобиль:
Toyota RAV 4, 2003
V 2л (г. Алматы)

Отзыв: Двигатель при
перегрузках ведет себя
отлично. Масло не
выгорает на больших
скоростях.



Автомобиль:
Subaru Forester, 1998
V 2.0л (г. Караганда)

Отзыв: Легкий запуск
в морозы. Стабильность
на прогревом двигателе.
Выгорания масла нет.

Garage Service (Алматы), парк ко-
торой насчитывает 150 автомоби-
лей марок Skoda Octavia, Daewoo
и Volkswagen, подчеркивает: «Два
месяца использования масла «ЛУ-
КОЙЛ-ЛЮКС» 10w-40 доказали
его преимущества даже в условиях
максимальных нагрузок. Наши во-
дители отметили, что, несмотря на
минусовую температуру, двигатель
легко запускается и работает ров-
но. Во время плановых техосмотров
механики указывают, что с исполь-
зованием масла «ЛУКОЙЛ» дета-
ли двигателей находятся в отличном
состоянии и внутри двигателя отсут-
ствуют какие-либо отложения». Имен-
но тестирование масел на таксомо-
торах используется во всем мире для
того, чтобы подтвердить заявленные
характеристики при эксплуатации в
сложных условиях.

«ЛУКОЙЛ-ЛЮКС» 5w-40 SL/CF
и 10w-40 SL/CF сумели завоевать
и «сердца», то есть моторы, машин
премиум-класса. Опрошенные спе-
циалистами АО «Петрокоммерц-Ка-
захстан» владельцы Lexus RX300 и
GX470, Mercedes Benz S500, Toyota
Land Cruiser Prado и Highlander и
других машин (возраст от 1 года)
единодушно отметили легкий за-
пуск двигателя, его «бесшумную» и
бесперебойную работу в условиях
континентальной зимы. «При наших
30-40-градусных морозах машина
заводилась с пульта без проблем,
даже если ночью не прогревалась»,
– сказал один водитель из Астаны.
Для многих водителей не прошло
незамеченным уменьшение рас-
хода и масла, и топлива. В ответах
также подчеркивалось, что отличий
от других импортных масел в пов-
седневной эксплуатации не ощуща-
ется, а по некоторым параметрам
масло даже превосходит западные
аналоги. Большинство частных вла-
дельцев упомянули, что, попробо-
вав сами, они рекомендовали масло
«ЛУКОЙЛ-ЛЮКС» своим коллегам
и знакомым.

Повышению лояльности к бренду
«ЛУКОЙЛ» и завоеванию интере-
са молодых водителей со средними
и высокими доходами послужит хо-
рошо зарекомендовавшая себя в
РФ и проходящая сейчас в Респу-
блике Казахстан акция «Пять по цене
четырёх».

Алматы

ставила около 3,1 млн. единиц, в том
числе, легковых автомобилей – почти
2,6 млн. штук (в том числе, иномарки
– 600 тысяч), грузовых – свыше 410
тысяч и 90 тысяч автобусов.

Целью правительства РК является
снижение к 2015 году количества
автомобилей старше 8 лет с 62% до
35%. Соответственно возрастет пот-
ребление синтетических и полусин-
тетических масел, используемых в
новых машинах. А рынок моторных
масел только для легковых автомо-
билей оценивается в 23 тысячи тонн
в год. Причем на долю трех крупней-

ших регионов (Алматы и область,
Астана и Акмолинская область, а
также Южноказахстанская область)
приходится свыше 55% потребления
моторных масел.

«Уже в ходе рекламной акции АО
«Петрокоммерц-Казахстан» (офи-
циальный дистрибьютор ООО
«ЛЛК-Интернешнл» в Республике
Казахстан) получило многочислен-
ные положительные отзывы от пот-
ребителей масла «ЛУКОЙЛ», –
говорит главный менеджер проекта
Ирина Тайлакова. Например, руко-
водство таксомоторной компании



Региональные менеджеры – команда новых достижений

Эффективное управление дилерской сетью, сохранение лидирующих позиций на рынке масел в условиях возрастающей конкуренции невозможны без ежедневной кропотливой работы, которая ложится на плечи региональных менеджеров ООО «ЛЛК-Интернешнл». С сентября 2009 года начался процесс формирования команды «полпредов», отвечающих на определенной территории за координацию работы дилеров по развитию качественной дистрибуции.

Управление продаж на внутреннем рынке и Управление по персоналу и общим вопросам ООО «ЛЛК-Интернешнл» провели конкурс среди многочисленных претендентов на вакансии региональных менеджеров. Отобраны лучшие из лучших.

Местом постоянного пребывания региональных менеджеров выбраны десять городов: Владивосток, Красноярск, Тюмень, Пермь, Краснодар, Волгоград, Самара, Казань, Нижний Новгород, Москва. В ближайшее время планируется назначить региональных менеджеров еще и в такие

города, как Уфа, Екатеринбург, Новосибирск и Санкт-Петербург. Таким образом, общее количество наших «полномочных представителей» достигнет четырнадцати.

Основная цель деятельности регионального менеджера – увеличение доли рынка за счет обеспечения устойчивого доминирования продукции «ЛУКОЙЛ» в розничных каналах сбыта на территории ответственности и выполнения плановых показателей по продажам. К вопросам его компетенции относятся также продвижение инициатив компании по поддержке и развитию дилерами продаж, внедрение в деятельность дилеров стандартов в сфере организации продаж, логистики, бизнес-планирования и маркетинга, IT-обеспечения.

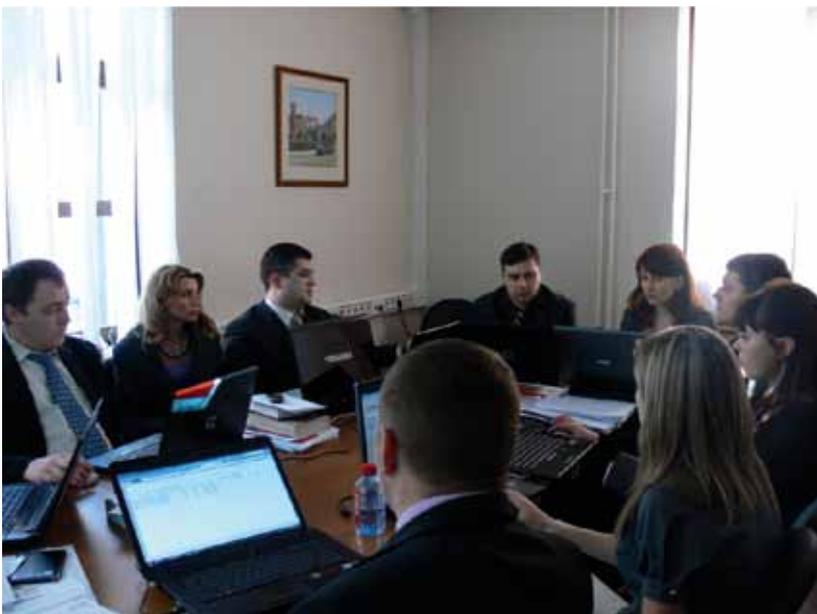
Начальным этапом в работе региональных менеджеров стало проведение дополнительного обучения вновь принятых сотрудников. С 11 по 17 февраля в центральном офисе компании девять региональных менеджеров получили исчерпывающую информацию о компании, продуктах, стандартах ведения бизнеса, проник-

лись корпоративным духом и, будем надеяться, сплотились в единую команду.

Курс «О текущем состоянии и перспективах развития компании» прочитала заместитель генерального директора по маркетингу Марина Кондрина, курсы «Базовые масла» и «Легкомоторные и промышленные масла» – начальник Управления продуктового менеджмента и развития бизнеса Ярослав Литвинцев и руководитель группы Алексей Довыденков. Специальный семинар был посвящен функциональным обязанностям и задачам регионального менеджера. Своим опытом поделились с коллегами Глеб Тарабукин (курс «Технические жидкости для автомобилей»), Андрей Обухов, Евгений Тарлавин и Лана Першина («Программа развития продаж в СТО и гипермаркеты»), Альберт Бадретдинов, Александр Юхимович и Андрей Матюхов («Программы CRM и SAP»).

По результатам обучения было проведено тестирование, результат которого подтвердил: мы работали незря, и наши региональные менеджеры будут надежным каналом интерактивной связи с дилерами, точками торговли и конечными потребителями. Все свои специальные знания и опыт региональные менеджеры направят на продвижение продукции: проведение переговоров, консультации, обучающие семинары для продавцов торговых точек, покупателей и сотрудников компаний-дилеров.

«Мы планируем, что региональные менеджеры будут оперативно и эффективно реагировать на текущие ситуации, возникающие на рынке, и будут способствовать продвижению инициатив ООО «ЛЛК-Интернешнл», направленных на развитие качественных показателей дистри-



буции, увеличение объемов реализации и успешное проведение маркетинговых мероприятий на местах», – считает начальник Управления продаж Дмитрий Леонов. На данном этапе развития компании для успешного решения общих стратегических задач ООО «ЛЛК-Интернешнл» и участников дилерской сети роль региональных менеджеров в совершенствовании этого взаимодействия становится ключевой.

После возвращения наших коллег к своим непосредственным обязанностям журнал «Масла@ЛУКОЙЛ» попросил их поделиться впечатлениями от проведенной учебы, рассказать о том, какие задачи они ставят перед собой на ближайшую перспективу...

Светлана Тихонова (Пермь)

Мне понравилась интенсивная и напряженная программа обучения, которая дала мне огромный заряд гордости за компанию, в которой я работаю. Уже в ходе обучения я почувствовала, что мы Команда с большой буквы, ориентированная на достижение результата. Мы готовы помогать друг другу и делиться

ся опытом, необходимым для его достижения. Этому эмоциональному подъему способствовали лекции. У Ярослава Литвинцева они отличались легкостью подачи технически сложного материала и интерактивным общением с аудиторией.

Марина Кондрина обрисовала нам стратегическое видение целей компании, рассказала куда идем и где планируем быть, например, в 2020 году. А ее анализ опыта зарубежных дочерних компаний показал, как нас воспринимают за границей и как нам можно применить это для преодоления стереотипов, складывающихся у покупателей.

Отдельная благодарность нашему руководителю Алене Чемезовой за умение сплотить и объединить коллектив для достижения поставленных целей.

Анна Солкина (Южный Ф.О.)

Обучение было очень интересным и полезным. Особенно хочется отметить выступление Ярослава Литвинцева, лекцию по маркетингу Марины Кондриной и тренинг Алены Чемезовой.

Посещение музея ОАО «ЛУКОЙЛ» оставило неизгладимое впечатление.

Знания, полученные в ходе обучения, буду использовать в дальнейшей работе: для обучения дилеров, для работы с розничными продавцами. Буду стремиться, чтобы это благотворно сказалось на увеличении объемов продаж в регионе.

Сергей Штынин (Урал)

Впечатления от обучения очень положительные. Семинары помогли мне узнать немало нового, дополнить и систематизировать имеющиеся знания, ну и зарядиться для работы энергией от своих руководителей. С профессиональной точки зрения мне были наиболее интересны курсы Ярослава Литвинцева и Алексея Довыденкова. В целом, все обучение было организовано очень доступно и будет весьма полезно на практике. В ближайшие месяцы главное внимание буду уделять развитию качественной дистрибуции и прямым продажам на всей территории ответственности, развитию продаж в каналы сбыта СТО, АТП, РТТ, помощи дилерам в реализации этих задач. А в целом, во главу угла ставлю выполнение плановых показателей.

В ПЕРЕРЫВЕ СЕМИНАРА (СЛЕВА НАПРАВО): ОЛЕГ ДОЛГОВ, СЕРГЕЙ ШТЫНИН, АЛЕНА ЧЕМЕЗОВА, ВЛАДИМИР КОРЫТНЕВ, АННА СОЛКИНА, ВЛАДИМИР МАКАРОВ, ИВАН КОНДРАТЕНКО





Стрельченко Алексей Валентинович назначен на должность заместителя генерального директора по коммерческим вопросам – начальника Управления продаж на экспорт. А.В. Стрельченко поручено возглавить продажи на внутреннем и внешних рынках и руководить работой Управления логистики и обеспечения торговых операций. Журнал «Масла»/ЛУКОЙЛ» подробно знакомил своих читателей с биографией Алексея Валентиновича в декабре 2009 года (№22), когда он был включен в кадровый резерв Президента РФ.

Литвинцев Ярослав Игоревич переведен на должность Руководителя проекта в Проектный офис перспективных направлений деятельности ООО «АЛК-Интернешнл». На новой должности Я.И. Литвинцев будет возглавлять работу по учреждению компании ООО «АЛК Украина», которое создается с целью повышения эффективности бизнеса масел группы «ЛУКОЙЛ» на территории Украины. До нового назначения Ярослав Игоревич возглавлял Управление продуктового менеджмента и развития бизнеса ООО «АЛК-Интернешнл».



Сазонов Максим Борисович возглавил Управление продуктового менеджмента и развития бизнеса.

До нового назначения Максим Борисович работал в должности коммерческого директора LUK Finland. Имеет значительный опыт в коммерческой деятельности, свободно владеет английским и финским языками.

Марков Дмитрий Вадимович назначен на должность заместителя начальника управления продаж на внутреннем рынке - начальника Отдела прямых продаж. В 1999 году Дмитрий Вадимович окончил Уральскую государственную горно-геологическую академию. В 2003-2004 годах работал начальником отдела маркетинга и развития розничной сети в ООО «ЛУКОЙЛ-Екатеринбургнефтепродукт», ООО «ЛУКОЙЛ-Пермнефтепродукт». В 2005 году занимал должность коммерческого директора ООО «ЛУКОЙЛ-Энерго» (г. Екатеринбург). С октября 2006 года работает в ООО «АЛК-Интернешнл», с июля 2009 г. - начальник Отдела прямых продаж на внутреннем рынке.



Ширинкин Всеволод Сергеевич назначен на должность руководителя Группы продаж базовых масел в Управлении продаж на экспорт. Всеволод Сергеевич работал на ООО «ЛУКОЙЛ-Пермнефтеоргсинтез» и одновременно учился на экономическом факультете Пермского государственного университета, который окончил в 2006 году. Имеет диплом BA (Hons) Business Economics Manchester Metropolitan University (Манчестер, Великобритания). С 2007 года работает в ООО «АЛК-Интернешнл». Свободно владеет английским языком.

Пожелаем нашим коллегам новых профессиональных успехов!

Неотразимая логистика "Новой формулы движения"

С 2010 г. фасованная продукция под маркой «ЛУКОЙЛ» будет доставляться дилерам и конечным потребителям МАЗами, оформленными в цветах «Новой формулы движения».



Внимание! Редакция журнала «Масла@ЛУКОЙЛ» объявляет конкурс на лучшую фотографию «Путешествие по стране». Сделай фотографию с рекламой «Новой формулы движения» на борту автопоезда и пришли на электронный адрес редакции с указанием места и времени съемки!

Самый красивый и яркий снимок получит приз редакции.

Февральско-мартовские праздники отмечаются в нашей стране уже почти сто лет. Они дают сослуживцам прекрасный повод порадовать всех тех, с кем вместе работаешь.



В преддверии 8 Марта снег из лепестков роз усыпал дорогу для всех наших Женщин...





В бизнесе цель достигается легче и быстрее, когда под рукой есть надежные и мощные средства. В тяжелых условиях финансовой нестабильности сегодняшнего дня, специально для российских потребителей, мы согласовали с производителями комплектацию, учитывающую специфику работы в различных климатических зонах, на любых дорожных покрытиях и в самых разных производственных направлениях. Широкая гамма модификаций позволяет нам поставлять надежные, мощные и качественные грузовые автомобили на выгодных условиях. За более подробной информацией обращайтесь к Вашему дилеру Ford Trucks.

Ford Trucks. Просто Форд.



member of
LUKOIL Group



Москва

РусБизнесАвто Форд
тел.: (495) 223-06-97
www.rba-trucks.ru

Группа компаний Автостар
тел.: (495) 221-74-54
(800) 333-66-24
www.usimpex-trucks.ru

Сэйф Тракс
тел.: (495) 659-14-18
www.safetrucks.ru

ПБС Тракс
тел.: (495) 663-32-82
(495) 730-89-25
www.pbs-ford.ru

Санкт-Петербург

Аларм Трак
тел.: (812) 777-2-777
www.alarctrucks.ru

Группа компаний Автостар
тел.: (812) 309-11-71
www.usimpex-trucks.ru

Ростов-на-Дону

Группа компаний Автостар
тел.: (863) 247-44-08
www.usimpex-trucks.ru

Воронеж

ИП Суховерхов Н.В.
тел.: (4732) 30-61-93
8 910 344-53-45

Нижний Новгород

Нижегородец
тел.: (831) 415-32-28
www.st-nn.ru

Екатеринбург

Автоспецмаш
тел.: (343) 217-17-00
www.ford.avtospec.ru

Челябинск

РусБизнесАвто
тел.: (351) 259-90-88
www.rba-trucks.ru

Пермь

ТрансКамСервис
тел.: (342) 219-06-44
(342) 219-06-45
www.tks-perm.ru

Ford Trucks рекомендует масло TEBOIL

www.ford.ru

С 1 АПРЕЛЯ ПО 31 МАЯ 2010 г.
ПРИ ПОКУПКЕ МАСЛА ЛУКОЙЛ ЛЮКС –
СТЕКЛООМЫВАЮЩАЯ ЖИДКОСТЬ ЛУКОЙЛ
В ПОДАРОК!

ЭНЕРГИЯ ВЕСНЫ **АКЦИЯ!**

В АКЦИИ ПРИНИМАЮТ УЧАСТИЕ:



ЛУКОЙЛ ЛЮКС 5W-40 SM/CF 4л
+ Стеклоомывающая жидкость
ЛУКОЙЛ 4л



ЛУКОЙЛ ЛЮКС 5W-40 SL/CF 4л
+ Стеклоомывающая жидкость
ЛУКОЙЛ 4л

ЛУКОЙЛ ЛЮКС 5W-40 SL/CF 5л
+ Стеклоомывающая жидкость
ЛУКОЙЛ 5л



ЛУКОЙЛ ЛЮКС 10W-40 SL/CF 4л
+ Стеклоомывающая жидкость
ЛУКОЙЛ 4л

ЛУКОЙЛ ЛЮКС 10W-40 SL/CF 5л
+ Стеклоомывающая жидкость
ЛУКОЙЛ 5л

ЛУКОЙЛ

МОТОРНЫЕ МАСЛА

ВНИМАНИЕ: КОЛИЧЕСТВО ТОВАРА, ПРИНИМАЮЩЕГО УЧАСТИЕ В АКЦИИ, ОГРАНИЧЕНО!
ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ ИНФОРМАЦИЮ МОЖНО ПОЛУЧИТЬ ПО АДРЕСУ: WWW.LUKOIL-MASLA.RU