



«ГАЗПРОМ НЕФТЬ» СОЗДАЕТ НОВУЮ СЕТЬ АЗС

В сентябре «Газпром нефть» объявила о начале внедрения на всех АЗС компании нового розничного бренда, получившего по маркетинговым соображениям слитное наименование — «Газпромнефть».

Под новым брендом — с девизом «Надежный ориентир» — формируется единая сеть АЗС федерального масштаба. В рамках ребрендинга, помимо единого фирменного стиля АЗС, компания планирует внедрение единых стандартов работы, предоставление клиентам качественных нефтепродуктов и дополнительных сервисных услуг по доступной для автомобилистов цене с учетом специфики каждого региона.

Бизнес-проект, завершение которого намечено на конец 2011 года, затронет свыше 1000 АЗС «Газпром нефти» в 14 регионах России — всем им предстоит заметно измениться.

«Развитие сегмента розничной реализации нефтепродуктов — одно из приоритетных направлений деятельности компании, направленное на формирование единой сети автозаправочных станций. Появление на рынке национального бренда с высокой узнаваемостью и степенью доверия к качеству продукции будет способствовать достижению стратегической цели компании — выходу в число лидеров по продажам нефтепродуктов в России», — заявил Александр Дюков, председатель правления «Газпром нефти».

Исторически сложилось так, что в управлении «Газпром нефти» находится неоднородная по формату, эксплуатируемому оборудованию, уровню сервиса и оформлению сеть АЗС, работающих под разными брендами, среди которых «Сибнефть», «Славнефть», «Новосибирскнефтепродукт», «Альянс», бывший EPetrol и другие.

Фактически на сегодняшний день компания эксплуатирует несколько отдельных сетей АЗС, расположенных в различных регионах России. По данным на август 2009 года, в их состав входит около 900 станций в 17 регионах РФ (в частности, Кузбасс, Алтай, Урал, а также Новосибирская, Омская, Тюменская, Нижегородская, Ярославская, Ивановская, Новгородская, Тверская и Калужская области, Москва и Московская область, Санкт-Петербург и Ленинградская область и др.).

Помимо того, что относящиеся к «Газпром нефти» АЗС существенно отличались друг от друга степенью технической оснащенности, применяемой системой оплаты, количеством топливно-раздаточных колонок, наличием дополнительных сервисов, наконец, внешним видом, они еще и никоим образом не отражали принадлежность к материнской компании. В ряде случаев клиенты и не догадывались, кто именно обеспечивает качество топлива и сервиса на этих автозаправочных станциях.

Больше, чем ребрендинг

После того как в 2005 году «Газпром» стал мажоритарным акционером «Сибнефти» и компания в мае 2006 года была переименована в «Газпром нефть», перед ней встала задача создать единый бренд сети АЗС с учетом новых стратегических целей. Необходимо было создать современный, уникальный и в то же время узнаваемый визуальный образ сети АЗС, провести глобальный ребрендинг на существующих станциях и построить целый ряд новых.

Регионы сети АЗС ОАО «Газпром нефть»

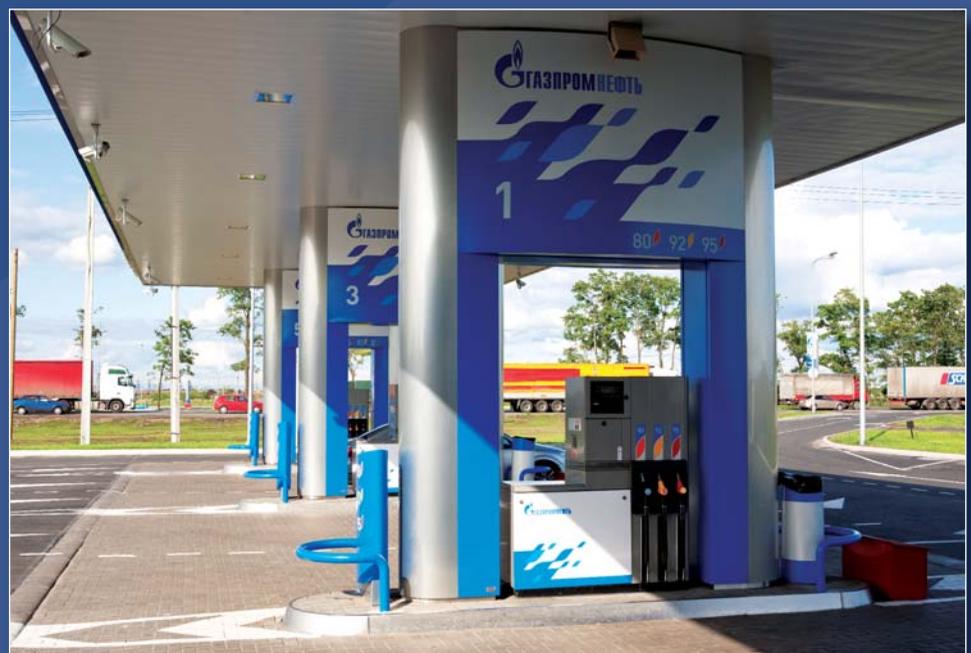


Комплексный процесс разработки нового бренда начался в 2007 году. Он включал в себя масштабные исследования, разработку дизайна, нового фирменного стиля АЗС и т.д. На сегодняшний день этот процесс завершен, и начинается этап внедрения бренда, который, по расчетам «Газпром нефти», займет около трех лет (2009–2011 годы).

В течение этого времени все АЗС «Газпром нефти», подверг-

аясь ребрендингу и модернизации, будут последовательно переведены на единые стандарты качества топлива, сервиса, обслуживания и поставок нефтепродуктов.

Финансирование проекта осуществляется в рамках инвестиционной программы «Газпром нефти». В течение трех лет объем инвестиций составит около 7 млрд рублей. По сути, речь идет не об обновлении старых брендов, а о создании абсолютно нового.





«Газпромнефть»: без пробела

По итогам маркетинговых исследований, проведенных компанией, выяснилось, что максимальным потенциалом в качестве визитной карточки будущей единой сети АЗС обладает название «Газпромнефть». В отличие от названия самой «Газпром нефти» оно пишется слитно.

По мнению разработчиков, новый бренд «Газпромнефть» соответствует имиджу национальной сети АЗС, предлагающей продукты и услуги высокого качества, с современным уровнем сервиса для массовой аудитории по доступной конкурентной цене.

С одной стороны, название подчеркивает принадлежность сети АЗС к группе «Газпром», на ценности которой опирается система ценностей нового розничного бренда «Газпромнефть». С другой, слово-дескриптор «нефть» в названии призвано донести до клиентов суть специализации нового бренда: это именно автозаправочные станции.

Первым шагом на пути реализации проекта стало создание нового, уникального и в то же время узнаваемого облика фирменных станций. Новое визуальное оформление АЗС было разрабо-

тано международным брендинговым агентством Mildberry в соответствии с современными тенденциями в области промышленного дизайна.

Уникальная форма и дизайн информационной стелы стали заметной составляющей фирменного стиля АЗС «Газпромнефть». Видные издали восьмиметровые бело-голубые стелы-«маяки» с яркой динамичной подсветкой будут украшать все автозаправочные станции «Газпром нефти».

Визуально-графические элементы нового бренда построены на основе элементов символики «Газпрома» (логотип, знаменитая «зажигалка», характерные цвета) и так называемой суперграфики, представляющей собой стилизованные языки пламени. Активная диагональная форма суперграфики символизирует движение, лидерство, мощь: она, по замыслу разработчиков, должна ассоциироваться с позитивной энергией, динамикой и развитием.

Под новым брендом

Автозаправочные станции под брендом «Газпромнефть» одна за другой уже появляются в разных регионах страны. К настоящему моменту полностью завершена модернизация ряда АЗС в

Омске и Санкт-Петербурге, а также в некоторых других городах.

С 2009-го по 2011 год под новым брендом планируется объединить свыше 1000 АЗС компании в 14 регионах присутствия сети АЗС «Газпромнефть». Только в 2009 году ребрендингу будут подвергнуты 230 АЗС в Санкт-Петербурге, Москве и Московской области, Калуге, Нижнем Новгороде, Тюмени. В 2010 году ребрендинг будет проведен на 360 АЗС, в 2011-м — на 414 станциях.

На всех станциях, помимо смены дизайна, произойдет целый ряд существенных изменений. Так, планируется, что перекомпоновка станций сделает их более удобными с точки зрения подъезда, маневра и отсутствия очередей. Отличительной особенностью обновленных автозаправочных комплексов станет расширенный набор дополнительных сервисных услуг, таких как замена масел и технических жидкостей, шиномонтаж, СТО, автомойка. Помимо этого, на станциях будут предусмотрены магазин, кафе, банкоматы, доступ в Интернет и другие услуги.

«Газпром нефть» уже выполнила большую подготовительную работу в территориальных сбытовых подразделениях, которая в настоящее время находится в завершающей стадии. Они, в частности, переведены на унифицированную организационную структуру, завершается унификация учета и бюджетного планирования.

На всех АЗС внедрена корпоративная система безналичных расчетов за нефтепродукты, построенная на единой платформе поддержки топливных карт Petrol Plus. Система позволяет фиксировать расход денежных средств и объемов приобретенных нефтепродуктов, устанавливать лимит приобретения топлива, а также контролировать время и место заправки автотранспорта корпоративных клиентов сбытовых подразделений «Газпром нефти». В настоящее время компания ведет работу над созданием аналогичной системы для физических лиц.

Уже на этапе внедрения нового бренда компания отводит значительную роль вопросам

коммуникации с клиентами. В частности, для персонала АЗС организовано специальное обучение единым стандартам обслуживания клиентов и тренинги; вводится система контроля качества обслуживания.

Цена-качество

Не секрет, что наиболее важным фактором привлекательности АЗС является цена топлива. Станции, работающие под новым брендом, будут ориентированы на все категории автомобилистов — владельцев частного транспорта и профессиональных водителей, обладателей дорогих автомобилей и машин среднего класса.

В компании особо подчеркивают, что проект сети АЗС «Газпромнефть» задуман и реализуется с учетом баланса коммерческих и государственных интересов. Коммерческие интересы требуют обеспечения конкурентоспособности новой сети на розничном рынке топлива, что достигается привлечением клиентов за счет оптимального соотношения цены и качества продукции, а также лучшего набора дополнительных услуг. Для потребителей планируется, в частности, реализовать единую дисконтно-бонусную программу, охватывающую все АЗС «Газпром нефти».

Для региональных властей «Газпром нефть» в лице своих сбытовых предприятий является ответственным работодателем и налогоплательщиком. Чем выше спрос на продукты и услуги АЗС, работающих под брендом «Газпромнефть», тем больший объем налогов будет перечислен в местные бюджеты.

Девиз новой сети автозаправок — «Надежный ориентир» — призван отразить основные принципы работы сети АЗС «Газпромнефть»: единые во всех регионах стандарты работы, качество нефтепродуктов и правила ценообразования.

Последние два вопроса напрямую связаны с организацией поставок топлива. На АЗС, работающие под новым брендом «Газпромнефть», топливо поставляется собственными пере-

рабатывающими предприятиями компании.

В частности, ключевой актив компании в области нефтепереработки — Омский НПЗ (ОНПЗ) — является одним из наиболее высокотехнологичных заводов России и входит в число крупнейших в мире. Сильная сторона ОНПЗ — самая высокая в России глубина переработки нефти. К тому же транспортное плечо, связывающее завод с нефтяными месторождениями, является самым коротким в Западной Сибири.

Это позволяет минимизировать издержки на транспортировку нефтепродуктов, обеспечить контролируемое стабильное качество топлива, а также исключить посреднические наценки.

Цель — лидерство

«Газпром нефть» планирует дальнейшее расширение сети АЗС как в России, так и за рубежом. Недавно компания приобрела сеть автозаправок в Челябинской области (40 станций), на розничном рынке которой до совершения сделки не присутствовала. В компании отмечают, что перспективным регионом для дальнейшего наращивания сети АЗС «Газпромнефть» являются государства СНГ.

Так, «Газпром нефти» уже принадлежит сеть АЗС в Киргизии, включающая около 100 станций. В настоящее время компания реализует сделку по приобретению сети из 19 АЗС в Таджикистане.

Кроме того, планируется и строительство ряда новых станций. В частности, в северо-западном регионе России (Санкт-Петербург, Ленинградская и Новгородская области) в ближайшей перспективе «Газпром нефть» намерена построить порядка 20 новых АЗС.

Ожидается, что эффект от реализации комплексной программы ребрендинга, реконструкции существующих и строительства новых АЗС в разных регионах будет разным. В частности, в тех регионах, где «Газпром нефть» пока не имеет масштабного присутствия, компания будет стремиться увеличить долю рынка за счет новых АЗС.

Там же, где присутствие «Газпром нефти» и так значительно (например, в Омске), акцент будет сделан на увеличении продаж на уже существующих станциях.

В конечном итоге, главной целью создания нового бренда сети АЗС, обусловленной бизнес-стратегией «Газпром нефти», является превращение компании в одного из ведущих игроков на российском розничном рынке топлива за счет создания единой разветвленной региональной сети автозаправок с гарантированным качеством топлива и сервисных услуг.

Планируется, что со временем единая сеть заправочных станций «Газпром нефти» обретет статус глобального международного бренда благодаря интеграции зарубежных активов компании. 

