



## ПАЗАР

Shell е една от най-силните марки бензиностанции, която се конкурира на глобалния пазар с имена като BP, Esso, Mobil и Техасо, а на българския – с OMV, „Лукойл“, „Петрол“, „Еко Елда“, „Опел“ и др. Тенденциите на пазара на горива в България са свързани с увеличение на пазарния дял на дизел и пропан-бутан и намаление на дела на бензиновите горива. Веригите за продажба на горива на гребно в страната се отличават с високо ниво на обслужване и предлагане на допълнителни услуги, като повечето играчи на пазара инвестират и в разработването на магазини и заведения за хранене в различни формати.

## ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

Shell България ЕАД е част от групата компании Royal Dutch Shell plc, както и една от най-разпознаваемите световни марки, представени на българския пазар. В световен мащаб Shell разполага с най-голямата международна търговска мрежа под една-единствена марка, като всеки ден обслужва над 25 милиона клиенти в над 46 хиляди търговски обекта. Тя е и една от 100-те най-ценни глобални марки на стойност почти три милиарда US \$. В България Shell е утвърден лидер на пазара на горива на гребно с верига от 90 търговски комплекса, които обслужват над 66 000 клиенти всеки ден. Марката се радва на изключителна популярност. Според регулярните национално представителни проучва-



ния, провеждани от компанията, клиентите в България свързват Shell с високо качество на горивата и обслужването, с лидерство в технологиите и новаторство. През 1998 г. Shell България получава номинация за чуждестранен инвеститор на годината от Агенцията за чуждестранни инвестиции при Министерския съвет. На следващата година Българската търговско-промишлена палата

награждава Shell за приноса на компанията в усъвършенстването на инфраструктурата и качеството на услугите в страната. Shell е лидер в категория „Бензиностанции“ според национално представителното проучване на GfK България „Най-добрите марки за 2003 г.“, а година по-късно получава номинация в категория „Търговия“ в рамките на конкурса „Голям данъкоплатец 2003“. На конкурса „БГ Сайт 2004“, организиран от Българската уеб асоциация, Shell печели наградата на публиката в категория „Производство и индустрия“ за своята интернет страница www.shell.bg. През 2006 г. Shell се нарежда на шесто място в класацията на списание BusinessWeek „Топ 50 компании в България“.

## ИСТОРИЯ

През далечната 1833 г. Маркус Самюел отваря малък магазин в Лондон за продажба на антики, сувенири и морски раковини. Търговията му с раковини се оказва толкова доходна, че той организира реговни гоставки от Далечния изток. През 1890 г. Маркус Самюел-младши започва да изнася керосин за Далечния изток, като изпраща първия в света петролен танкер през Суецкия канал. В чест на първоначалния бизнес на баща си той кръщава керосина с марката Shell (от английски shell – раковина). След още седем години Самюел нарича предприятието си Shell Transport and Trading Company. За емблема избира именно морската раковина, която дава и визуален израз на името на фирмата. През 1907 г. Shell сформира близък съюз с Royal Dutch Petroleum, която също работи в Далечния изток. Следва бърз растеж, подхранван от новата епоха на автомобилите. Shell започва дейността си в България в



началото на XX век с търговия с петролни продукти. Дейността на фирмата е прекратена след 1940 г., но Shell се завръща отново като търговско представителство в началото на 70-те години. Старт на новата история на компанията у нас е даден с регистрирането през 1991 г. на Shell България ООД. Първият търговски комплекс Shell Драгичево отваря врати през 1993 г. Въпреки тежката икономическа криза от 1997 г. и срива на пазара на горива Shell е една от малкото международни компании, които не се оттеглят от страната. През 2000 г. фирмата въвежда на пазара Shell V-Power – това е и първата марка усъвършенствано гориво у нас. На следващата година стартира Shell SMART – първата дългосрочна програма за възнаграждаване на лоялните клиенти. В продажба е въведен Shell V-Power Racing – гориво със специална формула на Shell, разработено въз основа на опита, натрупан във Формула 1. През 2002 г. Shell България вече присъства и в интернет чрез корпоративната страница www.shell.bg, а година по-късно програма SMART също стартира специализиран сайт www.shellsmart.com. Днес броят на регистрираните в SMART Online клиенти надхвърля 47 000. През 2003 г., веднага след дебюта в Италия, Shell представя на българския пазар дизелово гориво от ново поколение – Shell V-Power Diesel. Днес един от всеки трима клиенти на Shell у нас, които шофират дизелов автомобил, зарежда V-Power Diesel. На следващата година Shell погнусва споразумение с мобилния оператор Globul за взаимно партньорство в рамките на програма Shell SMART. Клиентите вече могат да събират бонус точки не само когато зарежат в Shell, но и когато говорят с Globul.

През 2006 г. Shell отбелязва победата на Shell V-Power Diesel и Audi в легендарното състезание за издръжливост „24-те часа на „Льо Ман“ с промоция за своите SMART клиенти. Шастливецът, спечелил голямата награда Audi A3 TDI, е клиент на Shell от гр. Сливен.

## ПРОДУКТЪТ

Shell помага на хората на път, предлагайки чрез своята мрежа от търговски комплекси основните продукти, необходими на шофьорите – горива и масла, автокозметика, храни и напитки плюс огромно разнообразие от други стоки. Гамата новаторски продукти на Shell нараства непрекъснато. Компанията е световен пазарен лидер в областта на диференцираните горива с обособени марки, включващи Shell V-Power, Shell V-Power Racing, Shell V-Power Diesel. Всички тези продукти са специално разработени, за да отговорят на нарастващите изисквания на клиентите.

Принос в нововъведенията има техническото партньорство на Shell с Ferrari, което датира от 30-те години на XX век със спонсориранието на Scuderia Ferrari, а по-късно и чрез участието във Формула 1 от началото на 50-те години. Заедно двата екипа са спечелили повече от 130 състезания в световния шампионат. Днес Shell разработва за Ferrari горива и моторни масла, а екип инженери предоставя на Ferrari първокласен анализ при всяко състезание. От 2000 г. до днес Shell България въвежда на пазара пълната гама горива Shell V-Power, създадени за по-добра работа както на бензиновите, така и на дизеловите двигатели. Горивото Shell V-Power е специално разработено да осигурява повече мощност и по-добра реакция на двигателя, като го почита по време на шофиране. Това се постига чрез специални добавки, които отстраняват отлаганията по всмукателните клапани и поддържат гюзите на инжекторите в идеално състояние. V-Power Racing е най-високотехнологичният бензин на Shell, създаден за изключителна мощност и динамично ускорение, които могат да бъдат изпитани още след първото зареждане. Shell V-Power Diesel предлага максимална ефективност и защита на дизеловите двигатели. Неговата формула помага за изчистване на отлаганията по гюзите за впръскване на горивото, поддържа ги в отлично състояние. По този начин V-Power Diesel дава възможност на шофьорите на дизелови автомобили да изпитат удоволствието от повече мощност по-дълго време. Стандартните горива на Shell (като Shell Diesel, Shell Безоловен 95) съдържат добавки, които помагат за поддържане чистотата на двигателя и осигуряват на шофьорите добро съотношение на високо качество



уването, гобива и продажбата на природен газ (сфера, в която фирмата е лидер), както и в областта на новата и възобновима енергия (вятърна и водородна). Shell е и първата компания, която въвежда употребата на синтетичната GTL горивна технология в дизеловите горива от ново поколение и вече използва GTL гориво като специална съставка на Shell V-Power Diesel в някои страни.



## СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

В края на 2005 г. Shell обявя в Париж началото на мащабно партньорство с Audi Sport за разработване на първия в света дизелов автомобил, способен да спечели легендарното състезание за издръжливост „24-те часа на „Льо Ман“. На 18 юни 2006 г. усилията на двете компании бяха увенчани с успех – състезателното гориво Shell V-Power Diesel помогна на Audi R10 да завоюва историческа победа. За Shell участието в „Льо Ман“ представлява най-значимото изпитание за качествата на дизеловата горивна технология. За да отпразнува новото партньорство, Shell България предложи на клиентите на програма SMART шанса да спечелят Audi A3 TDI.

## ПРОМОЦИЯ

Shell си поставя за цел да гради емоционална връзка с потребителите, като се стреми да направи маркетинговите си дейности външа за тях. Клиентите на Shell в

конкурентна цена. Shell предлага на клиентите си и възможност да участват в първата дългосрочна програма за лоялност, въведена на българския пазар – Shell SMART. Компанията се утвърди и като един от водещите доставчици на индустриални и автомобилни масла, най-известна сред които е гамата продукти Shell Helix. Най-корпоративните клиенти компанията предлага картата за безналични плащания euroShell Card, която се приема в 25 страни в Европа. В световен мащаб Shell развива дейност в про-

мотивите спортове се включиха и в състезания по смяна на гуми и презареждане с гориво на болид така, както се случва в бокса на Ferrari. Най-големите късметливи, участвали в промоции на Shell, спечелиха посещения на състезания от Формула 1, а тези с билет за Пагок клуба дори успяха да видят отблизо най-важните фигури от екипа на Ferrari, сред които Жан Тод, Рос Браун и седемкратния световен шампион Михаел Шумахер. Един от примерите за емоционално представяне на горивата Shell са и комуникационните материали на продуктите Shell V-Power. Телевизионният спот с багащото по морските вълни конче се нареди в месечната класация, публикувана от сп. „Медиа свят“, като една от най-харесваните реклами непосредствено след първото ѝ представяне в българските медии в края на 2002 г. Компанията активно използва директен маркетинг и е-маркетинг в общуването си с лоялните клиенти.

## ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Ценностите, които Shell спазва – честност, почтеност и уважение към хората, дефинирани в основните бизнес принципи на Royal Dutch Shell plc, са важни и за дейността на Shell в България. Ангажираността на компанията е да извършва търговската си дейност ефективно, отговорно, етично и печелившо. Поради тази причина Shell винаги търси актуални и новаторски енергийни решения, които са важни за всички, с които работи, включително за обществото като цяло.

## www.shell.bg

### ФАКТИ, КОИТО НЕ ЗНАЕТЕ

#### Shell

- Shell е най-големият в света търговец на гребно, работещ под една-единствена марка.
- Търговската мрежа на Shell обслужва около 25 милиона клиенти на ден, на повече от 46 хиляди бензиностанции, в повече от 90 страни.
- От откриването през 1993 г. на първия търговски комплекс Shell Драгичево до днес в България са обслужени над 115 милиона клиенти.
- Над 1 милиард са изгадените SMART точки на повече от половин милион притежатели на картата за лоялни клиенти Shell SMART.