



eko.bg

Бензиностанции „ЕКО“ предлагат висококачествени горива и услуги за максимален комфорт на своите клиенти. „ЕКО България“ е една от най-бързо развиващите се компании у нас, с висок процент на лоялните към марката потребители.

ПАЗАР

„ЕКО България“ стъпва у нас през юли 2002 г. под името „ЕКО – Елга България“. Тя е част от най-голямата индустриална корпорация в Гърция – Hellenic Petroleum Group, която има водеща роля в енергийното развитие на страните от Югоизточна Европа. Компанията Hellenic Petroleum S. A. е основана през 1998 г., присъства в над десет страни в регион на и развива дейност по цялата енергийна верига. Акциите ѝ



се търгуват на Атинската борса (ATHEX: ELPE), а пазарната ѝ капитализация е около два милиарда евро.

„ЕКО България“ ЕАД е сред бързо развиващите се големи компании у нас и е един от петте най-големи дистрибутори на гориво на българския пазар. До началото на 2009 г. компанията създава мрежа от 77 бензиностанции „ЕКО“ и четири петролни бази в цялата страна. До края на 2009 те вече са 80. Инвестициите на компанията за строителство на нови съоръжения, придобиване и модернизирани на вече построени обекти са за 300 млн. лв.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

Бензиностанциите „ЕКО“ са модерни, предлагат качествени горива и услуги и ценят времето на клиентите. Продуктите са произведени според последните стандарти и технологически изисквания на Европейския съюз и се предоставят на локални цени.



Постиженията на „ЕКО“ са високоценени в професионалните среди. През 2007 г. компанията „Обади се, като стигнеш!“ получава специалната награда на Конфедерацията на работодателите в България (КРИБ) в категорията „Социална кампания“ на традиционните награди за постижения в областта на PR, организирани от Българското гружество за връзки с обществеността (БДВО). Тя е удостоена и с трето място в категорията „Инвеститор в обществото“ на Годишните награди за отговорен бизнес 2007, организирани от Българския форум на бизнес лидерите. През 2008 г. „Обади се, като стигнеш!“ отново печели трета награда, но в категорията „Маркетинг, свързан с кауза“.

Събитието „Пътят продължава“ по повод петия рожден ден на бензиностанции „ЕКО“ получава наградата за най-добро PR събитие за 2008 г. на Българското гружество за връзки с обществеността.

ПРОДУКТЪТ

Бензиностанции „ЕКО“ предлагат пълна гама от висококачествени горива и масла. От юни 2004 г. „ЕКО“ е ексклузивен дистрибутор на българския пазар на новата серия горива EKO KINITRON – UNLEADED 100<sup>Speed</sup>, UNLEADED 95 Plus и DIESEL PLUS. Серията EKO KINITRON отбелязва началото на нов период в развитието на пазара на горива в България. Те не само отговарят на всички стандарти на Европейския съюз,

но са и по-благоприятни за околната среда, тъй като отделят по-малко вредни емисии в атмосферата.

Бензиностанции „ЕКО“ предлагат висококачествени масла „ЕКО“ – продукти от ново поколение със специално разработени формули, които подобряват динамичните характеристики на двигателя. Осигуряват максимална защита и отговарят на изискванията на всички видове бензинови и дизелови двигатели, двутактови двигатели и съвременни скоростни и спирачни системи.

Всяка бензиностанция „ЕКО“ разполага с модерни минимаркет, кафе и автомивка.

От октомври 2005 г. „ЕКО България“ предлага на корпоративните си клиенти „ЕКО карти ПАРТНЬОРИ“, които дават възможност за безкасово плащане, текущи справки и контрол на разхода на гориво. Това е програма за лоялни клиенти, която гарантира отстъпка при закупуване на всички видове горива при плащане в



брой и показване на картата. Дебитни карти „ЕКО“ предоставят удобството на безкасовото плащане, като се зареждат предварително и могат да бъдат използвани и допълнително зареждани във всяка бензиностанция „ЕКО“ в цяла България. Картите са подходящи както за индивидуални клиенти, така и за социална фирмена политика.

СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

От 2002 г. „ЕКО България“ работи с грижа за хората на път, като се старае да улеснява клиентите в забързаното им всекидневие и да им предлага повече удобства, когато пътуват. До 2010–2011 г. компанията предвижда броят на бензиностанциите „ЕКО“ да надхвърли 100, което ще гарантира 10% пазарен дял.

„ЕКО България“ е член на браншови, социални и обществени организации, с което подчертава своята бизнес и социална отговорност. Компанията е социално отговорен инвеститор, който не е безразличен към значимите обществени проблеми, какъвто е



проблемът за безопасността по българските пътища. От 2006 година в партньорство с КАТ – Пътна полиция, започва дългосрочна програма „Обади се, като стигнеш!“, която подкрепя разумното шофиране и толерантността на пътя и акцентира върху личната отговорност на всеки шофьор. От април 2007 г. „ЕКО България“ е и една от компаниите, подписали Европейската карта за пътна безопасност, като по този начин още веднъж затвърждава ангажимента си за успешно развитие на дългосрочната програма „Обади се, като стигнеш!“. От началото на програмата до края на 2009 г. в нея са инвестирани повече от 275 000 евро.

През 2007 г. компанията става основен спонсор на Българското футболно първенство.

ПРОМОЦИЯ

Най-добрата реклама на марката е качеството на самите продукти и услуги, които се предлагат в мрежата от бензиностанции „ЕКО“ в цялата страна. Като един от лидерите на пазара на горива „ЕКО България“ има собствен образ, разпознаваем и чрез рекламния слоган на компанията „Има разлика“. Той подкрепя ангажимента на „ЕКО“ да бъде различният партньор на пътя, който гради отношенията с клиентите чрез позитивното и емоционално общуване и възможността за качествено изживяване.

Актьорът Краси Рагков, който е рекламно лице на бензиностанции „ЕКО“, е и главен герой в имиджовите кампании и националните и регионалните промоции на марката. Популярният и обичан актьор пресъздава различни роли и е посланик на ценностите на компанията. По време на футболните промоции на „ЕКО“ Краси Рагков раздава „километри футболно настроение“ и „легендарни“ награди.

„ЕКО България“ инвестира в популяризирането на марката и чрез промоции, свързани с отстъпки в цените на горивата, както и чрез получаване на бонуси и подаръци. Компанията постоянно изненадва своите клиенти с нови възможности за спечелване на награди. „ЕКО“ използва активно телевизионна и радиореклама, а интересът на медиите към инициативите ѝ създава широка публичност на марката.

С идеята да предлагат качествено ново изживяване на своите клиенти бензиностанции „ЕКО“ реализират и първия си съвместен проект с веригата Flosafe. С него компанията променя разбирането за приятно пътуване. На предпочитана спирка на магистрала „Тракия“ клиентите могат да получат висококачествени „ЕКО“ горива и услуги, както и възможност за кратък отпих в модерна и приветлива обстановка с отличното меню

2002

„ЕКО – Елга“ стъпва на българския пазар.

2005

Компанията придобива местната верига Ego Petroleum. С тази стъпка тя удвоява мрежата от бензиностанции и остава единствената фирма в бранша с ЕКО в името си.

2008

„ЕКО – Елга България“ се преименува на „ЕКО България“ и придобива Tempo Petrol. Така прибавя към обектите си още седем бензиностанции и една петролна база. През същата година компанията придобива и Opet Augaz, собственост на турския „Коч холдинг“, и присъединява към търговската си мрежа нови седемнадесет бензиностанции и три нефтени депа.

2009

В началото на годината бензиностанциите „ЕКО“ са 77. В края на 2009 те вече са 80.

Факти, които не знаете за ЕКО

Името „ЕКО“ е съкращение от трите начални букви на Елника Kafsima Oryktelaisa, което означава 'гръцки горива и масла'.

„ЕКО България“ има над хиляда служители. В централния офис работят 62 души, средната им възраст е 37 години.

От 2004 г., без прекъсване, мъжкият състав на ЕКО участва в благотворителните великденски и коледни турнири, организирани от ДФК „Лъвчетата“ в подкрепа на детския футбол. В турнирите се включват най-големите фирми в България. Отборът на „ЕКО България“ се представи отлично на осминафинала през 2006 и 2007 г. Индивидуален приз за голмайстор на Великденския турнир през април 2009 спечели Петър Донков – дилър на бензиностанция „ЕКО“ в София.

Във Flosafe, за да продължат пътуването си с удоволствие.

ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Корпоративната култура на „ЕКО България“ се гради с разбирането, че отговорностите на компанията са както към нейните акционери, така и към служителите, клиентите и обществото като цяло. Основните ценности на марката са качествени продукти и качествено изживяване. Водещи в общуването с клиентите са позитивният тон и приятелското отношение.

