



Probouzení spícího obra:

nová strategie pro BENZINU na období 2006 – 2009



Agenda

- Retail segment v rámci strategie UNIPETROLU
- Historický vývoj BENZINY a dosažené výsledky od doby akvizice
- Nová strategie
- Realizační plán nové strategie



Retail jako jeden ze strategických segmentů skupiny UNIPETROL se transformuje v souladu s ohlášenou strategií UNIPETROLU



1) Dále bylo ohlášeno: a) integrace BENZINY s PARAMO TRYSKEM (v procesu formálního dokončování) a b) Dosažení úspor plynoucích z nákupních synergií s PKN ORLEN (v procesu)

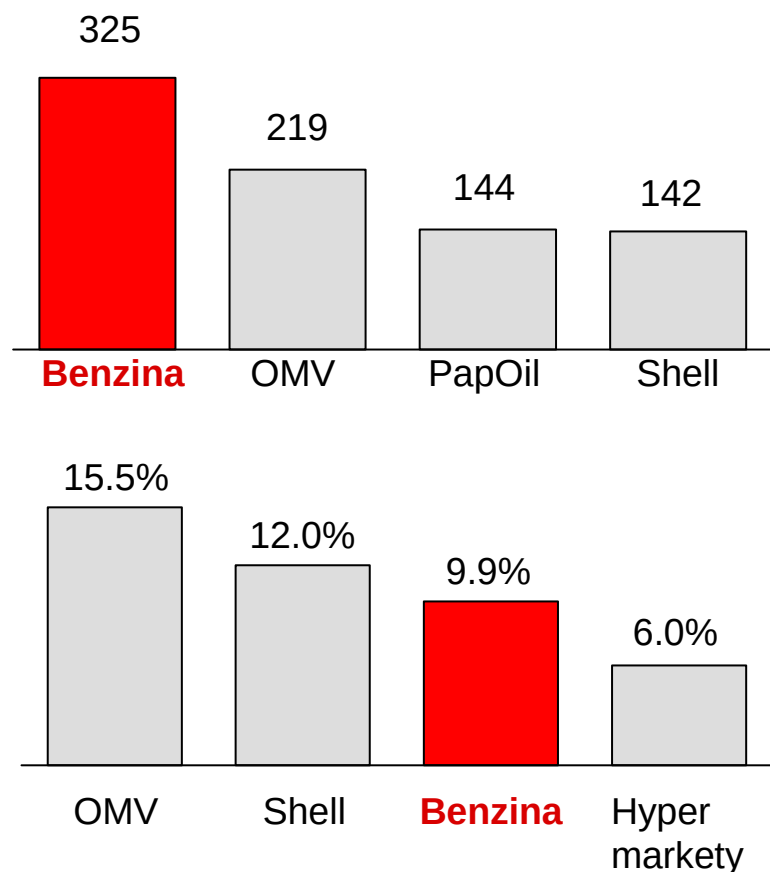
Agenda

- Retail segment v rámci strategie UNIPETROLU
- Historický vývoj BENZINY a dosažené výsledky od doby akvizice
- Nová strategie
- Realizační plán nové strategie

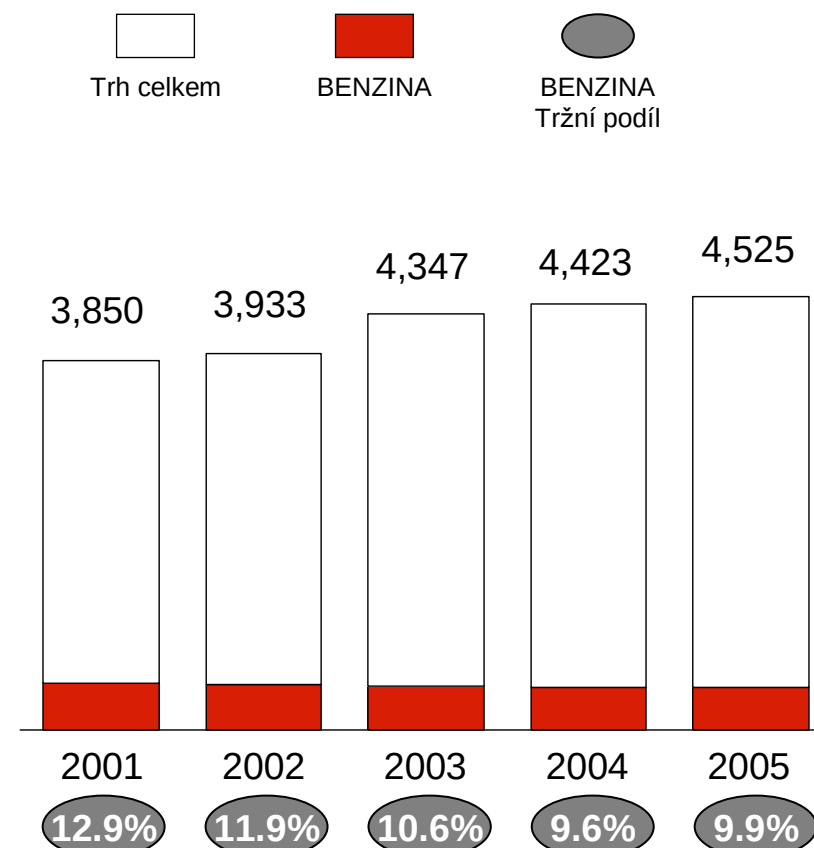


Do doby akvizice PKN odpovídala pozice BENZINY na trhu jedničky v počtu čerpacích stanic a trojce v objemu prodaných paliv

Tržní pozice BENZINY podle počtu ČS a
objemu prodaných paliv (stav ke konci roku
2005)



Vývoj trh vs. BENZINA [mln lt]

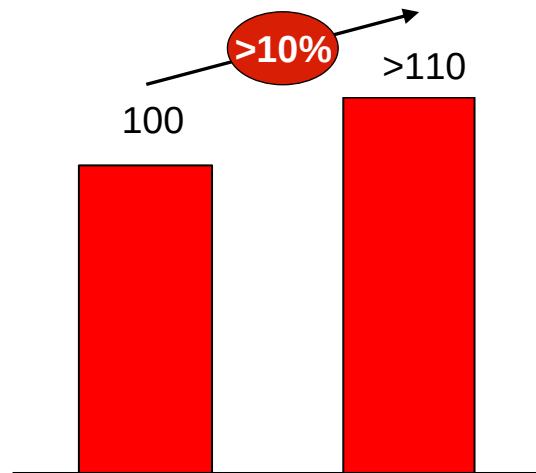


Mezi dva hlavní důvody poklesu prodejů BENZINY patří nejednoznačnost vizuální identity BENZINY a nespokojenost spotřebitelů s poměrem kvalita/cena u nabízených služeb



- Největší spontánní znalost značky ačkoliv...
- ...vnímání podřadnosti v téměř všech attributech kvality oproti prémiovým značkám (vyjma dostupnosti) a navíc...
- ...vnímání vyšší ceny v porovnání k podřadné kvalitě nabídky
- Výsledkem byl
 - Odliv zákazníků
 - Pokles prodejů a následné zhoršení ekonomických výsledků

Hlavním cílem od doby akvizice byla stabilizace BENZINY po finanční i provozní stránce...

Oblast	Popis	Výsledky						
Obnovit finanční stabilitu	• Finanční injekce ve výši 1,3 mld Kč z UNIPETROLU • Snížení administrativních nákladů (zvýšení efektivity o 70%) a odprodej neefektivních aktiv	• Nárůst prodeje PHL  <table><tr><th>Rok</th><th>Prodej PHL</th></tr><tr><td>2005 ²⁾</td><td>100</td></tr><tr><td>2006</td><td>>110</td></tr></table>	Rok	Prodej PHL	2005 ²⁾	100	2006	>110
Rok	Prodej PHL							
2005 ²⁾	100							
2006	>110							
Marketingové aktivity	• Úspěšné promoce pro individuální motoristy i řidiče TIR „šité na míru“ českému zákazníkovi • Dynamizace cenotvorby za účelem rychlejších reakcí na změny tržního prostředí	• Jistota dosažení pozitivních výsledků oproti roku 2005						

1) Odpovídá prodejm od doby akvizice

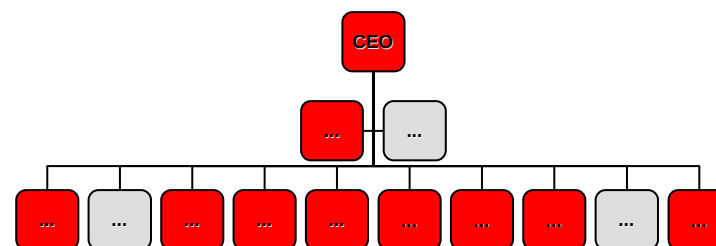
2) Meziroční porovnání 2006/2005

Zdroj: BENZINA

... a zlepšení oblastí klíčových pro vypracování nové strategie

Oblast	Popis
Modernizace organizace	Společnost byla restrukturalizována a posílena 17 novými managery s mezinárodními zkušenostmi
Sdílení „know-how“	Na projektu oživení značky BENZINA intenzivně spolupracují čeští i polští retailoví manažeři

Ilustrativní



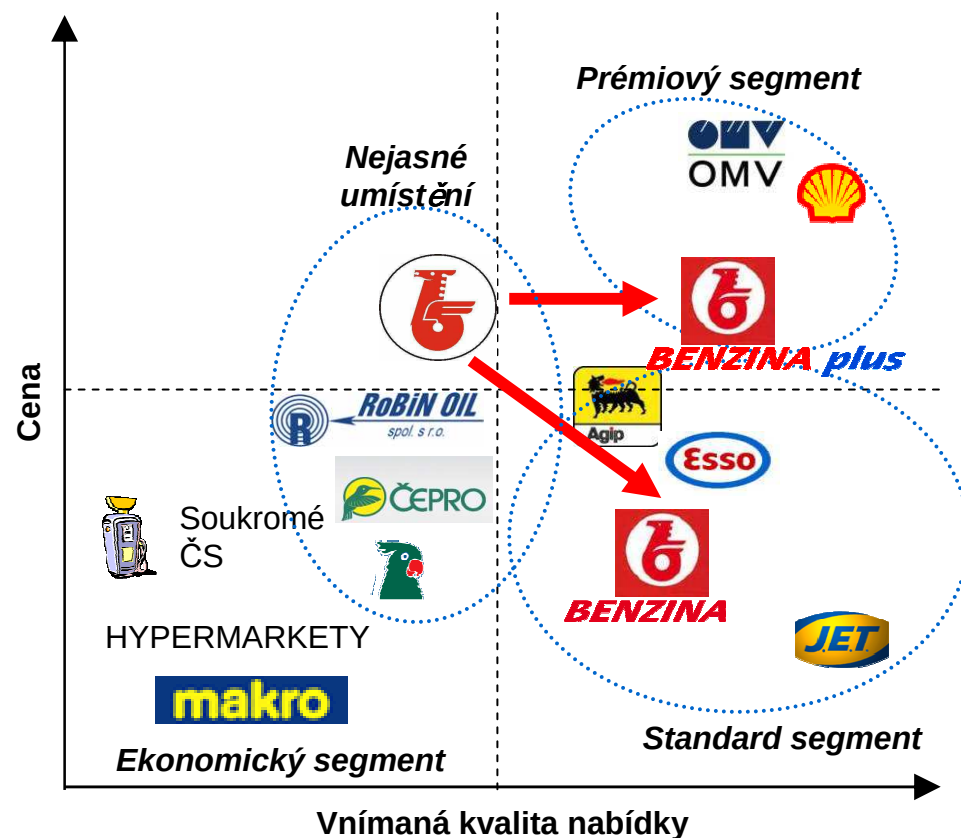
Agenda

- Retail segment v rámci strategie UNIPETROLU
- Historický vývoj BENZINY a dosažené výsledky od doby akvizice
- Nová strategie
- Realizační plán nové strategie



BENZINA rozdělí svou síť na dvě značky a bude usilovat o upevnění pozice na maloobchodním trhu PHL v ČR

Nová BENZINA jasně míří do dvou tržních segmentů



BENZINA plus

- Široká nabídka produktů
- Vyšší kvalita služeb

BENZINA

- Vylepšená nabídka v celém spektru produktů a služeb

Struktura nabídky dvou značek BENZINY odpovídá segmentům a tedy zákazníkům, kterým je určena

***BENZINA* plus**

Je pro zákazníky vyhledávající to nejlepší, kteří:

BENZINA

Je pro zákazníky věrné značce BENZINA, kteří:

- ← ————— • Rádi tankují nedaleko ————— →
- Vyhledávají prémiová paliva
 - Upřednostňují vysokou kvalitu služeb a široký sortiment zboží
 - Očekávají nadstandardní nabídku občerstvení
 - Vyhledávají paliva vysoké kvality
 - Ohlíží se po lepším sortimentu a vyšší kvalitě služeb než na jiných nedalekých čerpacích stanicích

V obou případech se jedná o zásadní zlepšení oproti stávajícímu stavu

U čerpacích stanic pod značkou BENZINA Plus zákazníci zaregistrují podstatné změny ...

Před změnou



Po změně



Zdroj: BENZINA

... stejně tak i na ostatních čerpacích stanicích BENZINA

Před změnou

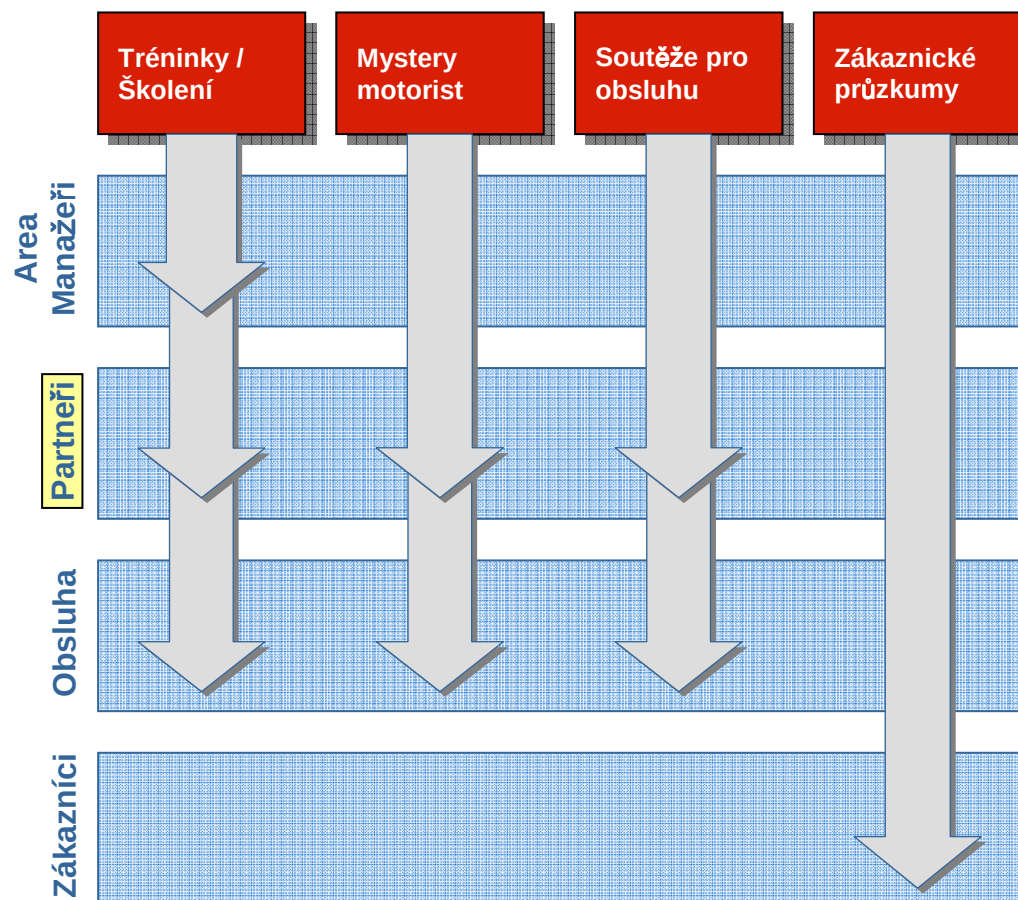


Po změně



BENZINA radikálně zlepší úroveň péče o zákazníka v rámci BENZINY Plus i BENZINY

Zavádění standardů péče o zákazníka



Cíle v oblasti služeb zákazníkům

- Během 1-2 let dosáhnout úrovně standardů prémiových značek
- Standardy péče o zákazníka plně zavést v celé síti

Klíčová taktika

- Zaměření se na „momenty pravdy“, v nichž zákazník soudí kvalitu čerpací stanice a služeb
- Motivovat obsluhu na ČS zejména pomocí soutěží pro nejlepší obsluhu

BENZINA zvolila 4 formáty nabídky občerstvení pro své zákazníky

BENZINA
plus

Restaurant

BENZINA

Popis

- Spolupráce s prémiovými řetězci v oblasti fast-food



- Nabídka teplých jídel, čerstvé bagety připravované na místě, čerstvá káva nejvyšší kvality



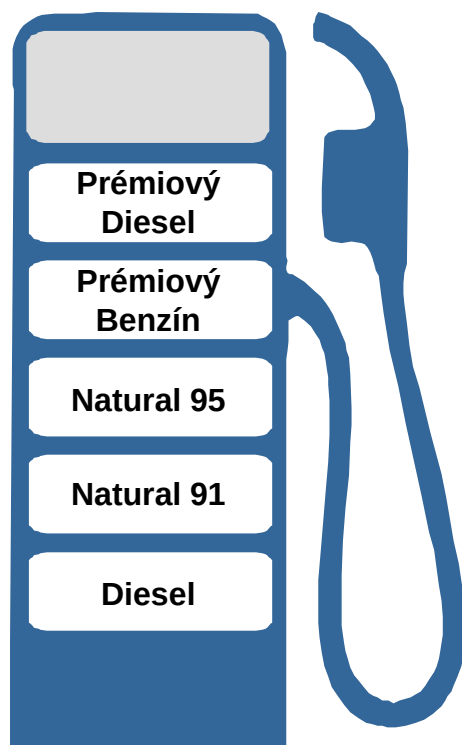
- Hot dogy a čerstvá káva nejvyšší kvality



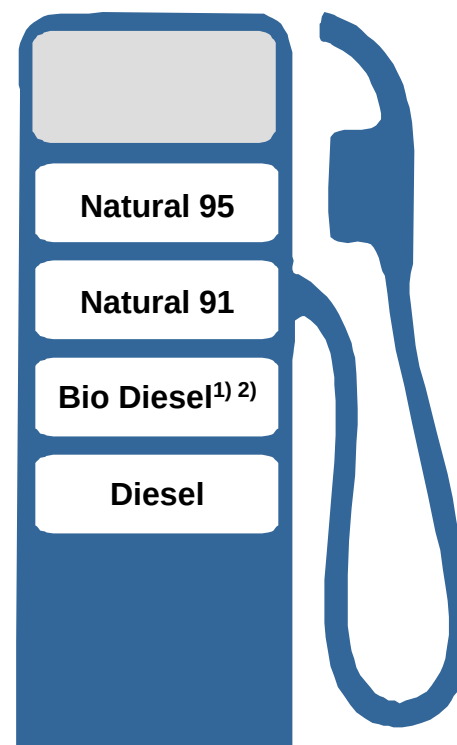
- Čerstvě připravovaná káva nejvyšší kvality

Sortiment paliv na ČS BENZINA Plus bude rozšířen o prémiová paliva, BENZINA bude nabízet BioDiesel

BENZINA *plus*



BENZINA



1) 30% Bio složky

2) Pouze na vybraných ČS

Zdroj: BENZINA



verva



Na čerpacích stanicích BENZINA Plus budou zavedena prémiová paliva VERVA



Požadavky spotřebitelů

Vyšší výkon

- Vyšší oktanové číslo usnadňuje spalování paliva a zajišťuje tak větší otáčivý moment – silnější výkon
- Současně sníží spotřebu o 3–4 %

Ochrana motoru

- Speciální aditiva zajišťují lepší promazání motoru a tedy menší tření
- Snižuje nebezpečí koroze

Šetrnost k životnímu prostředí

- Obsah síry pod 10mg/kg plně splňuje normy EU pro bezsírná paliva
- Nižší emise NO_x a CO

Kvality prémiového paliva

• Formule a koncept paliv VERVA byl úspěšně vyzkoušen v Polsku

• VERVA paliva budou zaváděna na nově přestavěných ČS BENZINA Plus

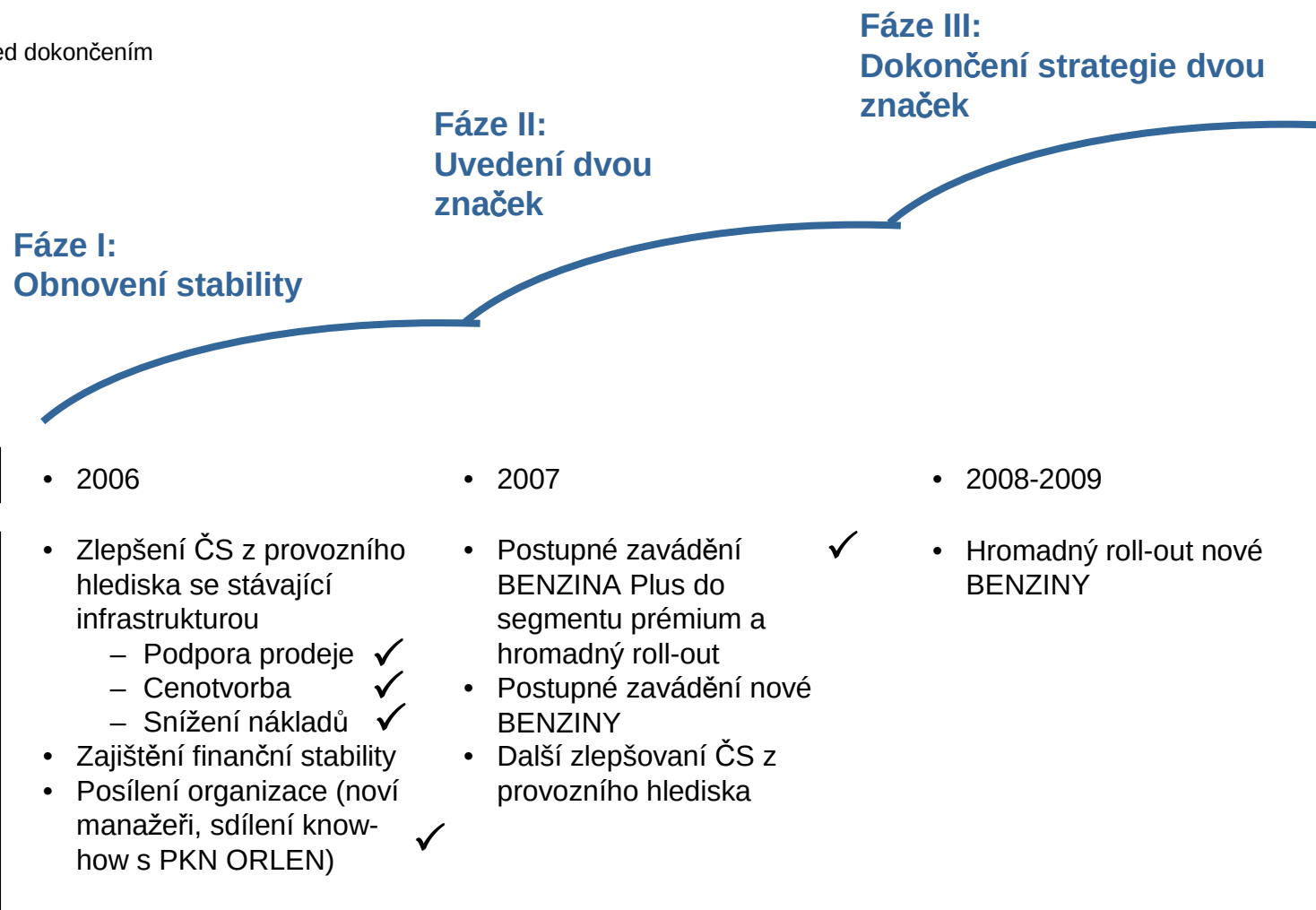
Agenda

- Retail segment v rámci strategie UNIPETROLU
- Historický vývoj BENZINY a dosažené výsledky od doby akvizice
- Nová strategie pro retail segment
- Realizační plán nové strategie



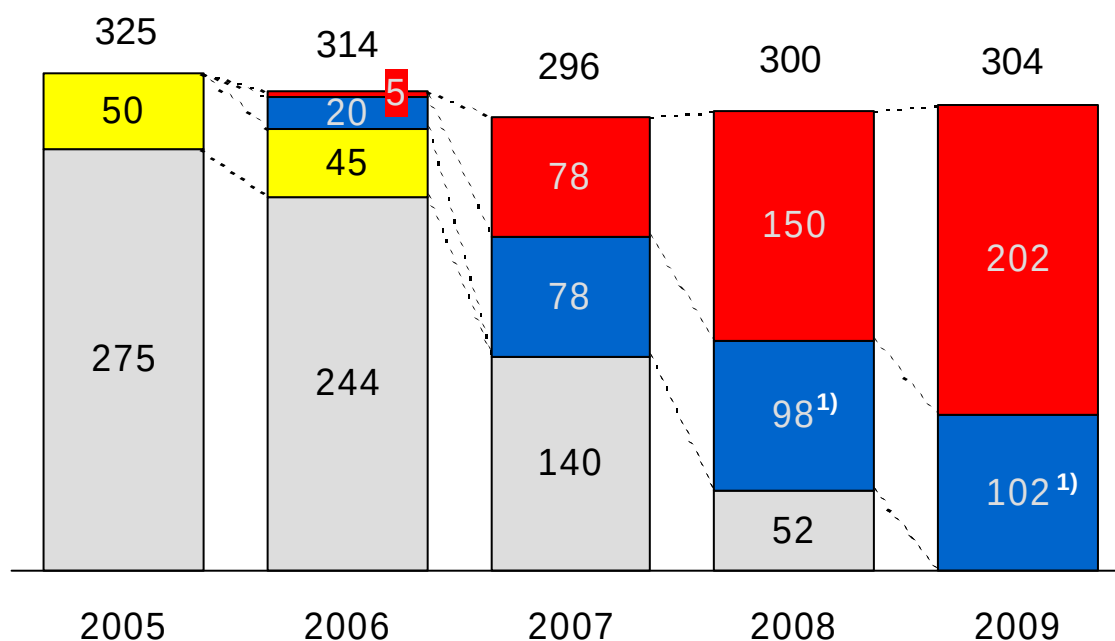
Nová strategie BENZINY bude realizována ve třech fázích

✓ - Hotovo / před dokončením



Více než 50% čerpacích stanic bude dokončeno již v roce 2007 Realizace strategie bude dokončena v roce 2009

Segmentace sítě a realizační plán změn 2005 - 2009



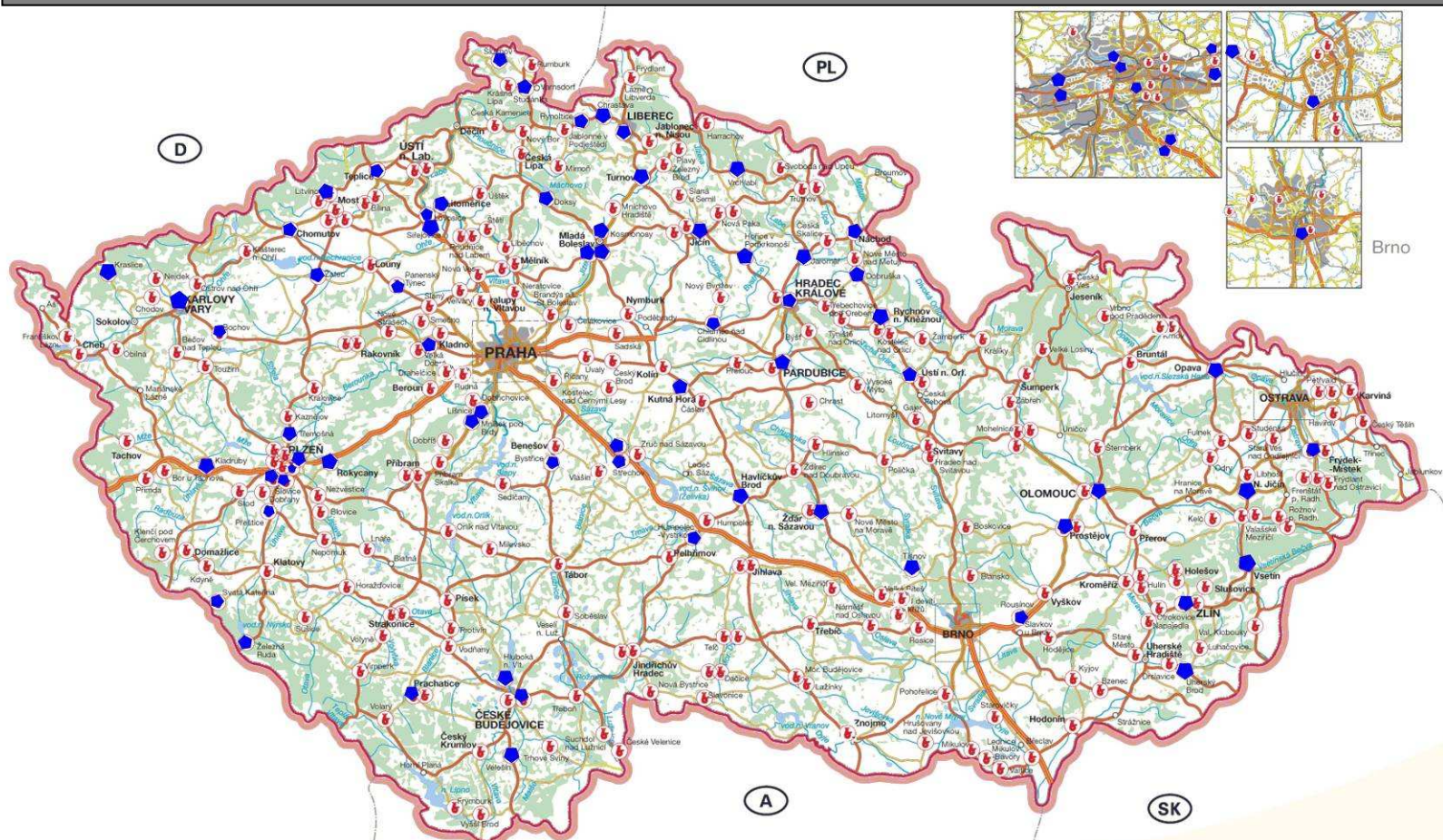
Současná BENZINA
 „Žlutá a Modrá“ BENZINA
 BENZINA plus
 BENZINA

- Pilotní projekty spuštěny v roce 2006
- Jádru sítě Plus v roce 2007
- „Žluté a Modré“ BENZINY plně přebarveny v roce 2007
- 4 nové ČS Plus každý rok
- Dokončení strategie v roce 2009

1) Za předpokladu, že dalších 16 podmíněně schválených ČS do značky Plus bude realizováno. Podmínkou realizace je dosažení očekávaných efektů přebarvení na 74 ČS Plus

Čerpací stanice BENZINA Plus se objeví po celé ČR

74 ČS BENZINA Plus



◆ - BENZINA Plus ČS

♦ - BENZINA ČS

Shrnutí

- BENZINA, největší řetězec čerpacích stanic v ČR, bude usilovat o radikální zvýšení svého tržního podílu
- Za účelem co nejlepšího se přiblížení potřebám zákazníků bude BENZINA rozdělena na dvě sub-značky
- Zavedeme nové standardy péče o zákazníka, vylepšíme nabídku shopu a občerstvení; na čerpacích stanicích Plus nabídneme prémiová paliva VERVA
- Vytvoříme pro zákazníky, zaměstnance i akcionáře „jedno velké Plus“



**DĚKUJEME ZA
POZORNOST**