



A SHELL A VILÁG ELSŐ SZÁMÚ KENŐANYAG-FORGALMAZÓJA

Független kutatási eredmények szerint 2006-ban a Shell forgalmazta világszerte a legtöbb kenőanyagot - ez derül ki a Kline piackutató cég által kiadott jelentésből. Ugyanakkor a Shell kenőanyag üzletága megtartotta vezető szerepét a globálisan forgalmazott márkázott kenőanyagok kategóriájában is¹.

David Pirret, a Shell Lubricants elnökhelyettese a következőket mondta: “Vezető szerepünk mind az értékesített mennyiség, mind a márka erejét tekintve azt bizonyítja, hogy a fenntartható növekedésen alapuló stratégiánk helyesnek bizonyult. Megbízható márkáinkkal, vezető technológiáinkkal, valamint a vásárlóinkkal világszerte kialakított együttműködéssel alapoztuk meg növekedésünket, illetve alakítottuk ki a Shell egyéni arculatát, jellegzetességeit.”

2006-ban a világ teljes kenőanyag értékesítésének 12%-át a Shell bonyolította le. Az év során a vállalat 5%-kal több kenőanyagot forgalmazott, mint 2005-ben és az értékesített mennyiség meghaladta a 4,5 millió tonnát, ami rekordforgalmat jelent az üzletág számára. Számos kulcsfontosságú piacon ért el növekedést a Shell Lubricants: Oroszországban, Kínában, illetve Ázsia és Európa bizonyos területein. Mindemellett fontos szerepet játszott az üzletág teljesítményében a Beijing Tongyi cégben tavaly októberben szerzett 75%-os stratégia részesedése is.

A világ legmegbízhatóbb márkái közül jó néhány a Shell Lubricantshez tartozik – például a Helix, a Rimula, a Tellus, a Pennzoil, a Quaker State és a Tongyi. Ezen termékeknek köszönhető, hogy a vásárlói lojalitás szempontjából a Shell az első helyre került a világ kenőanyag értékesítő vállalatai között².

David Pirret hozzátette: “Mi vagyunk az első számú globális forgalmazó. Emellett mi vagyunk ez elsők a világ legnagyobb kenőanyag piacán, az Egyesült Államokban, illetve a legnagyobb nemzetközi olajvállalat (IOC) Kínában, a világ második legnagyobb piacán. Folyamatos növekedésünkkel támogatjuk a Shell stratégiáját, melynek célja a kutatási-kitermelési tevékenység növelése, valamint és a feldolgozási és az értékesítési tevékenység (downstream) nyereségessége.”

TOVÁBBI INFORMÁCIÓ:

Fenichel Éva – kommunikációs vezető, Shell Hungary Zrt.
Telefon: 06-1 436-3424, e-mail: eva.fenichel@shell.com

¹ Forrás: Kline: ‘Competitive Intelligence from the Global Lubricants Industry, 2006-2016.’ (A globális kenőanyag iparág versenytársfigyelése, 2006-2016)

² Vásárlói lojalitás szempontjából (6 kérdésre adott válaszon alapuló index) a globális kenőanyag forgalmazó vállalatok közül a Shell Lubricants bizonyult a legjobbnak 11 ország (USA, Chile, Brazília, Németország, Oroszország, Olaszország, Kína, Malajzia, Thaiföld, India és Dél-Afrika) több mint 6000 vásárlójának telefonos megkérdezése alapján. A telefonos felmérést a Shell megbízásából a Synovate bonyolította le 2006. július és augusztus között. Ennek során a kenőanyagpiac fogyasztói, közlekedési, valamint ipari értékesítési csatornáinak döntéshozóit kérdezték meg.



Háttérinformáció:

- A Kline, a világ számos országában működő menedzsment tanácsadó cég a jelen eredményeket a 'Competitive Intelligence from the Global Lubricants Industry, 2006-2016' című tanulmányában tette közzé.
- A 'Shell Lubricants' kifejezés a Shellnek a kenőanyag üzletben tevékenykedő vállalatait jelenti. A mintegy 120 országban működő, kenőanyaggal foglalkozó vállalatok világszerte vezető szerepet töltenek be a kenőanyag késztermékek értékesítése terén. A Shell Lubricants által gyártott és kevert termékeket a személyautóktól kezdve az élelmiszergyártáson és a nehéziparon át a szállítási rendkívül széles körben használják.
- A Shell kenőanyag portfóliójába tartozó termékek: Pennzoil®, Quaker State®, Tongyi, Shell Helix, Shell Rotella, Shell Tellus, Shell Cassida, Shell Rimula, Shell Spirax. Mindemellett a Shell rendelkezik még gépjármű ápolási termékek, valamint a Jiffy Lube® szolgáltatások portfóliójával is.
- A Shell kenőanyagokat a mintegy 70 keverőüzemből, 20 kenőzsír üzemből, valamint 10 alapolajat előállító üzemből álló hálózatban gyártják és több mint 300, a világ különböző pontjain működő disztribúciós létesítményen keresztül juttatják el a vásárlókhoz.
- A kenőanyagok márkázottak vagy nem márkázottak (utóbbi sokszor nevezik Genuine Parts Oil-nak, vagy GPO-nak) lehetnek. A márkázott termékek piacán a vásárlók készek megfizetni a minőségi termékeket kínáló, megbízható márkákat. A Shell Lubricants stratégiája, hogy vezető szerepet játsszon ebben a nyereséges piaci szektorban, és hogy fenntartható kapcsolatot építsen ki vásárlóival világszerte.
- 2002-ben a Shell megvásárolta a Pennzoil Quaker State Company-t és ezzel az USA legnagyobb kenőanyag értékesítő vállalatává lépett elő, ugyanakkor olyan jól ismert márkanevekkel bővítette portfólióját, mint a Pennzoil, a Quaker State és a Jiffy Lube.
- A Shell 2006-ban a kínai kenőanyagpiac vezető nemzetközi energiavállalata lett, miután 75%-os részesedést szertett a Kína vezető, független kenőanyag márkáját, a Tongyit gyártó és forgalmazó Beijing Tongyi Petroleum Chemical Company Ltd.-ben és a Tongyi Petroleum Chemical (Xian Yang) Company Limitedben.
- Vásárlói lojalitás szempontjából (6 kérdésre adott válaszon alapuló index) a globális kenőanyag-forgalmazó vállalatok közül a Shell Lubricants bizonyult a legjobbnak 11 ország (USA, Chile, Brazília, Németország, Oroszország, Olaszország, Kína, Malajzia, Thaiföld, India és Dél-Afrika) több mint 6000 vásárlójának telefonos megkérdezése alapján. A telefonos felmérést a Shell megbízásából a Synovate bonyolította le 2006. július és augusztus között. Ennek során a kenőanyagpiac fogyasztói, közlekedési, valamint ipari értékesítési csatornáinak döntéshozóit kérdezték meg.