

ПРИСТА

КОРПОРАТИВНО ИНФОРМАЦИОННО ИЗДАНИЕ

бр. 04/ 2015

*Заедно с пожелание
за благоденствие и успехи!*

PRISTA OIL UZBEKISTAN

PRISTA OIL HUNGARY

Желавам ви весела Коледа и
много щастлива Нова година!

ПОЖЕЛАВАМЕ ВИ
ВЕСЕЛО
ПОСРЕЩАНЕ НА
НОВАТА
2016-А
ГОДИНА!

PRISTA OIL UKRAINE

PRISTA OIL TURKEY

PRISTA OIL ROMANIA

HAPPY NEW YEAR
2016



PRISTA OIL SERBIA
JERJAB





8%

**ОТСТЪПКА
ДО КРАЯ НА
ЯНУАРИ 2016**

**ГАРАНТИРАНО НАЙ-ИЗГОДНИЯ НАЧИН
ЗА РЕЗЕРВИРАНЕ В АЛБЕНА**

 **Albena.bg**
Oasis for holidays

ЗА ИНФОРМАЦИЯ И РЕЗЕРВАЦИИ: 0700 12 110 ИЛИ WWW.ALBENA.BG

Отминава още една година от календара. Зад себе си тя остава труда, творческите търсения и професионалната реализация на един оформен вече екип, какъвто представлява Приста ойл холдинг.

През 2015 година вероятно и като цяло компанията е белязана със знака на късмета. Със сигурност има и ситуации, в които съдбата е дала превес и е подпомогнала развитието да продължи в правилната посока.

Няма как да не бъде отбелязан и ръстът на продажби на вътрешния пазар в България, и то представляващ доста добър резултат. Радват и традиционно добрите в последно време новини от Узбекистан и Румъния, подобряването на дейността в Централна Европа и в Турция.

Но няма как да не се отбележи и бялата лястовица в групата- Монбат, която е едно от най-успешните дру-

жества в България. Неслучайно то се приема и като еталон, който се следва и от другите фирми от компанията.

След равностетката идва и очертаване на приоритетите, които ще бъдат локомотивът на възраждащата се славна композиция Приста ойл през новата 2016 година. И това ще бъде начало в един сравнително чист в структурно отношение хоризонт, който ще даде възможност за успешно изпълнение на набелязаните цели.

Разбираемо е удовлетворението, когато човек е радушно посрещнат от клиенти и партньори на Приста в страната и които радушно го посрещат. Защото това е отношение и към производителя и търговеца на смазочни продукти с гарантирано качество Приста ойл, който получава лоялност и уважение, и сигурност.

Нека Новата 2016 година затвърди и развие успешните практики и направи всички, които имат отношение към семейството на Приста ойл, по-щастливи, по-работоспособни, по-добри!

Весело посрещане на новата 2016 г.



Р. Николаев
Гл. редактор

4

2015 година показва устойчивост на модела на управление в Приста ойл

7

Програмата "Private Label" работи в Приста ойл Румъния успешно

12

Нови предизвикателства през 2016

14

2015 – Едно ново начало за CEE клъстера

17

Приста ойл Украйна: Резултати 2015

18

Хидрострой АД- Варна залага на Приста ойл като доказан производител и надежден доставчик

20

Годишна среща между представители на Приста Ойл и партньорите от Тайван

22

Албена автотранс избира Приста ойл като доказан коректен български партньор

24

Базови масла 2015 Европа

Издава: Приста Ойл Холдинг ЕАД
Румен Николаев - главен редактор
моб.: 088 874 82 18
тел.: 082 810 123
e-mail: rumen.nikolaev@prista-oil.bg
www.prista-oil.com

Ирина Ропай
групов маркетинг координатор

Предпечат:



RUSE PRESS
printing house

За мнения и препоръки:
spisanie@prista-oil.bg

2015 година показва устойчивост на модела на управление в Приста ойл

Резултатът е следствие на изобретателност, от активност, но и от късмет



Интервю с Петър Бозаджиев

изп. директор на Приста Ойл Холдинг ЕАД

■ Как Приста ойл груп и в частност Приста ойл България изпращат 2015 година?

- 2015 година бе за Приста ойл груп определено добра година, тъй като Монбат традиционно постига високи резултати. Въпреки че за Монбат от гледна точка на пазара на олово цената бе много специфична /кривите се люшкаха в големи амплитуди и това води до затруднения на производствените компании/. Благодарение на нашата вертикална интеграция мисля, че не пострадахме и постигнахме дори много добри резултати. В част-

ност, и благодарение на увеличение на продажбите, Монбат и тази година показва растеж от 19 процента в приходите на годишна база и 15 на сто растеж в оборотите. Това е едно доста сериозно постижение.

Производството на масла и смазочни течности изпълни заложения план за 2015 г., като за първи път без големи експортни сделки. Резултатите са на база органичния ни бизнес, такъв, какъвто е в момента, който расте във всичките ни територии.

На практика вече втора година жънем добри резултати след придобиването на Шеврон- Румъния, който устойчиво се развива. Получава се много добра синергия в дружествата- на Приста и на Шеврон, въпреки че те работят по доста различен подход към пазара.

Приста ойл Украйна също показва растеж, Чехия възстанови позициите си и също показва растеж. Турция не създава онези затруднения, каквито имахме до миналата година. Узбекистан реализира фантастичен резултат за четвърта поредна година при едни затруднени обстоятелства. Цената на базовите масла е доста ниска и това доведе до ниска експортна ориентация. Но дружеството показва, че може успешно да предлага своите продукти на местния пазар и да реализира сериозни финансови резултати.

■ ■ Всъщност, затрудненията помагат на Приста ойл да се развива?

- Те помагат на всеки, който усеща проблемите, който е мобилизиран. Но успехът отива при подготвените. През 2012 и 2013 г. имахме много сериозни проблеми, беше време на преосмисляне на бизнеса ни, на подобряване на екипите. Ако погледнем реално, в една-две държави висшето ръководство е в същия си състав. В момента в **PRISTA** работят хора, които идват от много сериозни компании в бранша- от Шел, Кастрол, OMB, хора, които искат да комбинират този предприемачески дух с определено корпоративно ниво. Освен възможността за лична изява, те носят на **PRISTA** опит и оперативна дисциплина.

Не може един бизнес да е успешен, ако няма дисциплина, ако няма отношение към резултатите, към сроковете, към взаимодействието.

Вероятно и по тази причина, въпреки отсъствието на големи и сочни сделки, успяхме да реализираме плановете си. Ако това се беше случило през 2013 г., това сигурно нямаше да стане. Защото зрелостта на екипите, зрелостта на координацията, не беше на това ниво.

За мен 2015 г. беше тестова година за устойчивостта на този модел на **PRISTA**, тъй като аз лично съм прекарал много малко часове и дни с производството на масла и смазочни продукти. Времето беше изцяло подчинено на Монбат и затова ми беше много любопитно дали това, което сме съградили през изминалите 2-3 години, ще покаже устойчивост. А резултатите показват, че не само е устойчиво, но и еволюира.

Едновременно с това **PRISTA** продължава да прави всичко оптимално за цялото си финансово състояние, което не е лесен процес в днешно време. Имам предвид обслужването на заемната си структура, намаляване на дълговете и т.н.

■ ■ Да видим какво се случи в Приста ойл-България...

- Органичният бизнес на Приста ойл България е нараснал с 25 на сто. Имахме желание да осъществим две големи експортни сделки, но по стечение на обстоятелствата извън Приста не успяхме да затворим 2-3 големи търга, но в замяна на това



ще се случат през идващата година, което е добре като стартово положение.

Приста ойл – България е компанията, от която идва основното производство, тя е компанията-майка. Затова и тя носи един свръх товар от гледна точка на разходи, свързани с оперативното и груповото управление. Когато няма сделки като тези, свързани с големи обеми от международни търгове, тя е натоварена допълнително. Тази година, благодарение на другите дейности, не се усети толкова това натоварване.

Същественото е, че през 2016-2017 година вероятно печалбите, която ще идват, ще бъдат насочени към инвестиционно финансиране, а не за създаване просто на резултат. Така че може да се твърди, че имаме един възстановен бизнес във всички държави.

Не трябва да се пропуска и фактът, че партньорството ни с Шеврон също бележи своите резултати.

■ Симбиозата между PRISTA и Шеврон се оказва доста печеливша, и като ноу-хау, и като маркетинг...

- Симбиозата е подходяща, защото тя изисква да е отговорна организация и да има компетенции в частта на дистрибуцията. Не може да се работи с Шеврон, ако няма базови компетенции, оперативна и търговска дисциплина.

Под давление на тези ангажименти продължавате да градим грамотна търговска структура.

Далеч сме от твърдението, че сме най-добрата. Но със сигурност ще станем. Това е един от приоритетите ни за 2016 година.

През 2013 година положихме фундамента, следващата година бяха започнати структуроопределящи задачи и цели. През тази година тествахме дали са устойчиви.

През 2016 година ще бъдат положени много повече усилия върху компетенциите и развитието на служителите. Ситуацията вече позволява да се гледа и по един по прогресивен начин на бъдещето.

■ Преди време компанията се огласяше от един девиз, че PRISTA е обречена на успех, споделяте ли го?

- **PRISTA** е обречена на огромен късмет. Порано казах, че късметът отива при подготвените, но факт е, че ние сме се трудили много, но някои неща сме постигнали свръх обстоятелствата, дори в определени моменти самият аз се чудя, се всичко това се е случило така благополучно. Резултатът е следствие на изобретателност, от активност, но и от късмет. Не мога да дам формулата, дали късметът е дошъл, защото сме били отговорни, или сме галеници на съдбата. Помня няколко значещи за групата събития, при които късметът наистина беше на наша страна.

Но да приемем, че успехът и късметът вървят заедно.

Програмата “Private Label” работи в Приста ойл Румъния успешно

Габриел Хулубас
Търговски мениджър
Приста Ойл Румъния



УСПЕШНИ ПРОЕКТИ

В началото на 2015 година изготвихме план за действие, който даде възможност за устойчив ръст на марката Приста Ойл на румънския пазар, а също и ръст на продадените обеми. Следните проекти са част от този план:

■ **Увеличаване на броя на дистрибуторите** според вида адресируеми единици, на дребно или търговски и промишлени, за всеки един район, в който няма покритие. Успяхме да изградим партньорства с двама нови дистрибутори от района на Брашов, Alcip и Auto Ro, един от района на Яш, TOP Lubricants и един от района на Муреш, Rond Com. По този начин, увеличихме наличността от стоки на Приста и в крайна сметка на продаваните

обеми във всеки район. За следващата година прогнозирахме тази политика да продължи и да обхване всички зони с двама дистрибутори, един с подход към търговията на дребно и един за промишления и търговския бизнес.

■ Друг канал, който получи специално внимание, беше **промишленият сегмент**. С цел да имаме пълен подход, разделихме този канал на три различни сегменти:

- **Обща промишленост** и в този сегмент можем да споменем новото сътрудничество с Ferrolі Румъния, Ромпетрол Rafinare, Walter Tolstoi или PVC Compound;

- **Железопътни транспортни фирми**, където успяваме да продаваме на компании като Group Feroviar Roman, най-важният

оператор за железопътен транспорт на стоки, Via Terra Spedition, Interregional Calatori, или на компанията, която извършва поддръжка като Reloc or Multimodal;

- **Турбини и изолационни масла**, където, като нови клиенти, можем да споменем Air Liquide Румъния, ENEL Power Green или Veolia Румъния или EON Молдова.

■ Друг канал, върху който се фокусирахме беше **Програмата “Private Label”**, адресирана към фирмите за дистрибуция на резервни части, вносители на различни инструменти, които искат да имат собствена марка и мрежи от бензиностанции или магазини. По тази Програма успяхме да стартираме сътрудничеството с Conex Distribution, местна фирма за дистрибуция на резервни части с национално покритие, за

антифриз и греси, O'mac Padure si Gradina, важен вносител на инструменти за гората и градината и Honest General Trading, мрежа от магазини и фирма за дистрибуция на различни инструменти за градината и дома. За следващата година планираме да продължим и да развием тази Програма, като въведем друга важна компания за резервни части и една от най-важните мрежи от бензиностанции.

ПРОДУКТОВИ ИНОВАЦИИ

Макар Приста Ойл Румъния да не е производствена компания, което означава, че изследванията и разработките не са наш основен бизнес, ние сме дошли на румънския пазар с нови продукти и пакети с цел повишаване на конкурентоспособността и привлекателността на нашата оферта и да следим пазарната тенденция. От новите продукти, които въведохме на румънския пазар през 2015, можем да изброим:

■ **PRISTA® Bio- MMH 46** изцяло нови продукти биоразградими смазочни материали в ново поле от минната технология, които намаляват опасното замърсяване, причинено от случайни разливи на течност, понижават разходите за изхвърляне на използваната течност и помагат на потребителската индустрия да съблюдава регламентите за безопасност на околната среда;

■ Нов вискозитетен клас пластификатор в съществуваща-

та продуктова гама **PRISTA® PK**, който е бил разработен за употреба като един от компонентите в производството на каучукови запаси;

■ Широка гама от иновативни трансмисионни течности **VERILA® ATF**, проектирани да отговарят на изисквания GM „Тип A, Ссуфикс A“, нови опаковки и нов дизайн на етикета;

■ Нов вискозитетен клас при съществуващите Трансмисионни масла **PRISTA® Ultragear Synthetic 75W-80**, чиято формула е с разширен резерв за изпълнението за приложения, изискващи **API GL-4/5** и **MT-1** обслужване.

През 2016 г. планираме да излезем на пазара с два нови продукта:

■ Греси на основата на калциев сулфонат **PRISTA® Hyperbar CS 2**, за които се знае, че притежават превъзходна висока температура, екстремно налягане и антикорозионни защитни свойства, че отговарят на изискванията за общо предназначение и за много общи промишлени и автомобилни спецификации;

■ **PRISTA® 2T Outboard**, водно охлаждане на двутактови двигатели, използвани в извънбордов морски приложения, с цел да имаме достъп до нов пазар за леки лодки в пристанищните градове по Дунав.

НОВИ ЧЛЕНОВЕ НА ЕКИПА

Успяхме да попълним нашия търговски екип с нов мениджър продажби Ключови клиенти ASM за района на Молдова. Нашият нов колега има богат опит в про-

дажбите, дълго време е работил в компании като Pepsi Co., Ursus Breweries, част от SABMiller PLC, или фирми за дистрибуция на резервни части Conex distribution и ATP Exodus.

ПЛАНОВЕ ЗА 2016 Г.

За 2016 г. нашето предложение беше да продължим развитието на тези три проекта започнати през 2015 г., обхващайки цялата територия, с двама дистрибутори за всеки тип адресируеми единици, увеличен брой на индустриални клиенти и развитие на Програмата „Private Label“. Освен това планираме да открием нов пазар в Република Молдова, заедно с важни местни дистрибутори и да увеличим броя на SKU, продавани на румънския пазар, особено ТОП продукти в 1 и 4 L пакети. От маркетингова гледна точка, планираме да задържим текущите промоции, за ТОП продукти и продукти за тежкотоварни превозни средства, и да увеличим видимостта в интернет, особено във Facebook. Като новост за следващата година, планираме да направим техническо обучение, както и по регионални продажби, с дистрибуторска сила в продажбите, във всеки един регион, с цел да се повиши тяхната компетентност и доверието в нашите продукти.

Gabriel Hulubas
Търговски мениджър
Приста Ойл Румъния

Среща на Prista Oil Romania S.A. дистрибуторите

25-26 Септември 2015 г.



В края на Септември, Prista Oil Romania S.A. организира за своите дистрибутори събитие, което се проведе в рамките на два дни в Русе, България, на което присъстваха двамата основни сътрудници на компанията и някои от POR състава, а също и изключителните представители на Prista Oil Holding. Заявената цел на това събрание беше да се комбинира по един по-креа-

тивен начин, сесията за техническа информация относно продуктите на **PRISTA**, представянето на Компанията Prista Oil от Русе, обсъждането на пазарния тип и бизнес, но също така и да се преживеят приятни и поучителни моменти заедно, с посещение на Басарбовския манастир. Благодарение на хубавото време, на гостоприемството на Prista Oil Holding, но също така и на

откритостта и волята на всички участници, събитието премина с пълен успех, тъй като всеки притежаваше висок професионален опит и се радваше на приятно прекараното време със сътрудниците.

Световен ден на Околната среда 2015

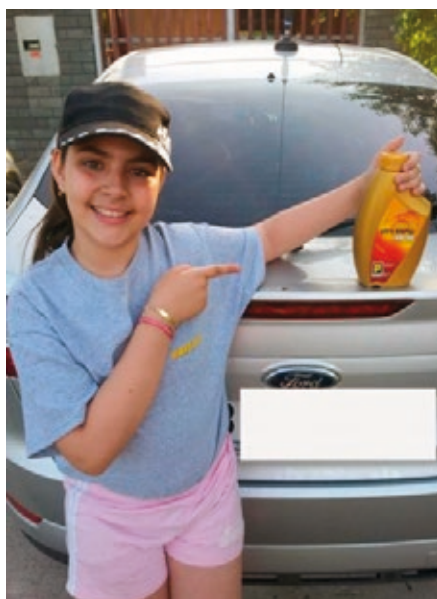


6 юни 2015 г. Световния ден на околната среда, с млади и стари, дойдохме да изчистим боклука от гората в Комана. Ето ни и нас, и така, започнахме да работим!

Благодарение на Горското стопанство на Комана, от участието на Г-н инж. Кътлин Кроитору, през това на Природния парк на Комана, до Г-н Доробанцу Йоан и нашия приятел Ана-Мария Богдан от More Green. Благодарим ви! В събота, 6-ти юни

2015 г., Компанията Prista Oil Romania организира, с помощта на Природния парк „Комана” и Горското стопанство „Комана” истинско почитване, оздравяване и събиране на рециклируеми отпадъци от Горското стопанство „Комана” и Делтата на

река Няжлов, като по този начин следвахме глобалната кампания за опазване на околната среда. На събитието присъстваха всички служители от Букурещ, заедно със своите семейства.



Ден на Детето

1 юни 2015 г.

Персоналът от Prista Oil Romania SA, по повод 1-ви юни, участва в съставянето на свой

собствен Семеен албум с всички деца в семейството си.



Награди „Детство“

12 Май 2015 г. 12.00 ч. - 24.00 ч. 31 Май 2015 г.

Facebook конкурс 'Награди Детство' Бр. 1, 2015

От конкурса:

'1ви юни – Фотоконкурс 'Награди Детство' –

Спечели Prista oil смяна на масло и таблет Samsun за вашите деца! В края на съревнованието, беше регистриран рекорден брой от над 150 снимки, които класирахме в албум във Facebook.

Победителите бяха:

Alexandra Mihai, с 1308 харесвания, ще получи Prista смяна на масло и таблет Samsun!

Следните 5 приза, един съгваем стол, бяха разпределени както следва:

Исаила Исса Иссабелле, 1063 харесвания

Ади Си Ремус Лука, 625 харесвания

Кристина Петку, 494 харесвания

Ками Йонеску, 464 харесвания

Андуту Алекс, 440 харесвания

Ден на Земята

22 април 2015 г.



През 2009, Обединените Нации обявиха 22-ри април за официален празник на планетата Земя и общ израз на желание на всички да се изгради стабилно общество, за по-чисто и по-зелено бъдеще. По отношение на Земята и за да отпразнува този ден, Prista Oil Romania SA реши да посади фиданки тази година в Гората на Комана, недалеч от Букурещ.

Нови предизвикателства през 2016



В периода 17-19 Ноември 2015 беше проведена втората съвместна конференция на ICIS & ELGI за Индустриални масла. Участваха представители на водещи производители, както на базови масла, така и на присадки. Бяха засегнати и дискутирани най-важните и значими теми, свързани с бъдещото развитие на индустриалния сектор. Една от най-интересните теми, на която беше обърнато много сериозно внимание, беше задълбочаващия се проблем от затварянето или реконструкцията на рафинерии, произвеждащи базови масла Group I. Очакваните в близко бъдеще промени, са свързани със:

- Total-Gonfreville - Реконструкция и намаляване на капацитета за производство на базови масла Група I до 50%
- Joint venture Exxon/Total/ BP-Dunkirk Продадена на Colas и затворена през Април 2015. Новият собственик се фокусира към производство на битуми.
- Exxon Mobil- Rotterdam- реконструкция за производство на базови масла Gr II, което е предвидено да стартира през 2018 г.
- Q8- продадена на Gunvor и затворена до приключване на сделката
- SK Lubricants/Repsol - Cartagena - Реконструкцията е завършена в края на 2014 и е свър-

зана с производство на базови масла Gr. II & Gr. III

- Shell- Hamburg- Продадена на Nynas, който я променя за производство на нафтови базови масла.

От гледна точка на приложението на базовите масла може да се каже, че тяхното разпределение в производство на смазочни продукти е следното: 70% за индустриални и 30% за моторни. Към 2014 година Gr I базовите масла заемат 44% от общото количество използвани такива, а Gr II около 34%. Очакванията и прогнозите са към 2019 година да има растеж в Gr II с около 14% и достигане до 48% и намаляване на Gr I до 26% .

Най-съществено тези промени се отразяват на количествата на Brt, защото ако всички базови масла от Група I до SN 600 имат алтернативен вариант, било то Gr II или GR III, то за Brt няма такива за момента. В голяма част от формулациите за моторни и индустриални масла, базови масло от Gr I вече са заменени и продължава следването на тази тенденция, както от производители на присадки, така и от производители на масла. Тази тенденция е особено валидна за Европейския пазар и в много по-малка степен за държавите от Близкия Изток и Африка.

Казано с други думи сме изправени пред сериозното предизвикателство за замяна на Brt в редукторни, циркулационни и други индустриални масла с вискозитетни класове от VG 150 до VG 680, пластификатори за качук, трансмисионни масла и др.

Вече има алтернативи и различни варианти, като всеки производител е свободен сам да избере в каква посока да насочи усилията си, чрез нафенов тип тежки суровини, различни по химичен състав сгъстители, синтетични или растителни базови компоненти.

В областта на корабните масла също се очакват промени, които ще бъдат продиктувани от промени в изискванията

за опазване на околната среда, като ограничаване на вредните емисии и замърсяване на морските води. Всички тези промени най-сериозно ще дадат отражение на типа на използваните горива. Очаква се в бъдеще да има основно два типа горива – такива с много ниско съдържание на сяра < 1.0% и с много високо съдържание на сяра – 3.5-4.0%. На практика в момента няма технология, която позволява използването на едно универсално масло, т.е. двигател, използващ различно гориво, се смазва с два коренно различни типа цилиндрични масла. В момента Lukoil и Maersk имат т. нар. Blending on Board, система, която частично удовлетворява изискванията за различни типове масла на борда.

Другата група продукти, при които промените са трайни и вървят постоянно, са COT. Там тенденциите са ръководени от въведените ограничения за използване при формулиране на борна киселина, формалдехид отделящи продукти и амини. Представителите на водещи компании споделиха, че е отнело повече от 10 години представянето на продукти по новите технологии. Това е свързано най-вече със запознаване на клиента със спецификата на работа на този тип продукти, начин на из-

ползване, мониторинг и т.н.

Не на последно място отново беше засегната темата за предстоящото издание на ACEA, както и новата спецификация на API. Основна тема на дискусиата от страна на маслата за леки и лектоварни автомобили е въвеждане на нова категория C5, което се налага от изискванията за по-добра икономия на гориво. Въпреки че тази спецификация за SAE Xw-20 с HTHS снижен до 2.6mPa.s беше обект на обсъждане, вече се говори все по-усилено, че ще е факт.

В подобна посока е очакваната категория API CK-4, която съдейства за предлагане на по-нисковискозитетни и гориво-спестяващи масла, достатъчно устойчиви на по-горещите и с по-високо налягане условия, характерни за съвременните двигатели. Технологията на добавките продължава да се усъвършенства, което е предпоставка за навлизането и утвърждаването именно на този тип продукти.

От всичко казано по-горе може да очакваме една динамична, интересна и предизвикателна 2016 година!!! Да си пожелаем успех!!!

Албена Василева



2015 – Едно ново начало за СЕЕ клъстера



Новосъздаденият СЕЕ клъстер работи по изграждането на бизнес, който ще му позволи да затвърди своите позиции в Централна Европа. В желанието си да бъде сред най-добрите в продажбите, организацията се стреми да предлага решения на своите клиенти по един постоянен и доходоносен начин.

*На снимката от ляво на дясно:
Тивадар Рунтаг, Ева Фенихел и Габор Егри
на Форума на превозвачите в Будапеща*

През 2015 СЕЕ Клъстерът реструктурира екипа, като лансира агресивна стратегия за растеж и развитие, насочена към постигането на стабилни пазарни позиции в Чехия, Словакия и Унгария. Амбициите бяха да се преобърне един бавен от историческа гледна точка бизнес, като се внесат изменения в организационната структура и почти напълно се обнови екипът. „Пър-

вата стъпка беше трансформацията на организацията по начин, който ще подкрепи ефективно нашата стратегия. Много е важно да се работи с правилните хора на правилните позиции“, обясни Тивадар Рунтаг, Мениджър на СЕЕ Клъстера. „Разполагаме с нов, тясно специализиран екип от експерти и всеки един от тях има желание да бъде част от това начинание и да допринесе за не-

говия успех. Позволете ми да ги изброя тук, тъй като всички те работят усилено, за да може този успех да стане реалност в този труден период: Павла Мелунова, Ленка Адамцова, Жужана Гараб, Ева Фенихел, Павел Херинк, Ян Башта, Томас Кренжелок, Якуб Мусил, Мартин Пехачек, Олдрих Олберт и Габор Егри. Благодаря на всички.“

¹СЕЕ – от англ. Central and Eastern Europe - Централна и Източна Европа

Основен акцент на новата бизнес стратегия беше фокусът върху продуктовото портфолио на Тексако.

С цел повишаване осведомеността за продуктите, екипът взе участие в ключови мероприятия, организирани от индустрията, като напр. Форум на унгарските превозвачи в Будапеща и организира успешни мероприятия за клиенти в Чехия и Унгария за допълнително популяризиране на търговската марка.

Първа стъпка от новата стратегия за растеж и развитие беше изграждането на силна мрежа от дистрибутори. Чешкият екип успя да покрие най-важните пазарни сегменти чрез изграждане на съюзи с локални партньори. „По време на нашата първата среща с дистрибуторите, проведена през октомври, обяснихме на нашите партньори колко е важно да работим в екип. Всички



се съгласиха, че е необходимо да се концентрираме върху онези разрастващи се пазарни сегменти, за които Приста и Тексако имат CVP¹“ каза **Павел Херинк**, Мениджър продажби Чехия и Регионален мениджър за Чехия и Словакия. „Скоро след срещата успяхме да привлечем нови клиенти в сътрудничество с наши дистрибутори и като резултат в този канал за продажби се забеляза обещаваща прогресия на обемите през 2015.“

Шеврон са изградили ценни партньорски отношения с производителите на машини и двигатели (ОЕМ) и от СЕЕ екипа имат желание за по-нататъшно експлоатиране на тези партньорства в региона. Приста Ойл снабдява сервизите на камиони DAF в Чехия с Urso -висококачествените моторни масла за тежкотоварни двигатели и скоро ще започне доставки и за Унгария. Приста обслужва и Jenbacher – пазарен лидер за газови двигатели - с HDAX

¹CVP – от англ. Customer Value Proposition - стойностно предложение за клиента



серията от световно ниво, като по този начин пазарният дял на Приста в енергийния сектор вече надвишава 10%. Следващата цел за търговските екипи е подписването на нови договори със сервизите на MAN и VOLVO.

Повишаването на ефективността на продажбите е ключов фактор за растеж. CEE екипът наскоро внедри CRM³ системата на Шеврон „Sales Force – mPower“ - мощна платформа за маркетинг и продажби с фокус върху бизнес растеж чрез прилагане на съвременна техника за управление на проспекти и съществуващи клиенти, както и маркетингови кампании. Приста Ойл е първият сред Европейските партньори на Шеврон, който въвежда тази платформа, а Чехия и Унгария ще бъдат първите държави, които ще „разгърнат“ този инструмент в рамките на Групата.

Наред с увеличаване ръста на продажбите е важно да се фокусираме и върху икономията на разходите, най-вече след оптимизиране на логистична-

та и офис структура. След преместване на последния офис в Прага, Приста Ойл Чехия намали разходите за наем с 800 евро на месец. С подкрепата на мениджмънта на дирекцията „Доставки“, Павел Херинк успя да предоговори условията по договора за логистични услуги за Чехия, което се очаква да доведе до допълнителни икономии. Приста Унгария премести своите складове в Будапеща през август. Централното местоположение, заедно с новите договорени логистични оператори, ще спомогнат за допълнително намаляване на транспортните разходи за доставка, а по-високото качество на обслужване ще съдейства за подобряване удовлетвореността на клиентите.

Какви са плановете за следващата година?

„2016 ще бъде една много натоварена година. Ще се придържа към нашата стратегия“, сподели г-н Рунтаг. „Планираме да засилим позициите си с помощта на повече директни местни и регионални клиенти като Arriva,

Tedom, the Bosch Car Service network и Ener-G. В сегмента „private label“⁴ виждаме възможност за повишаване ръста на продажбите на продуктите с марка **PRISTA**. Имаме желание да продължим да развиваме уменията на нашите колеги от търговския екип, като внедрим компетентностния модел на **PRISTA** и подобрим нашата техническа компетентност, за да сме по-добри в предлагането на решения на своите индустриални клиенти. Ще работим усилено и занапред в посока към постигане на амбициозния пазарен дял. Ще следваме подхода „Учи се от най-добрите, изпробвай наученото и го внедри по веригата.“

³ CRM - от англ. Customer Relationship Management - Система за управление на взаимоотношенията с клиентите

⁴ от англ. етикет с търговската марка на разпространителя

Приста ойл Украина: Резултати 2015

Екипа на
Приста Ойл Украина



- Увеличаване на търговския екип с още един Мениджър ключови клиенти - Владимир Левчук се присъедини към екипа на Приста Ойл Украина

- Прекратяване на бизнес отношения с неко-ректни партньори

- Търсене и определяне на нов канал за продажби, а именно оторизирани дистрибутори, и използване на маркетинг инструменти за подпомагане процеса на продажбите

- Значително подобряване на присъствието на марката Prista® във всички търговски канали чрез новоопределените дистрибутори, особено в точките за продажби на дребно

- Увеличаване броя на крайните потребители на продуктите **PRISTA**

- Увеличаване популярността на марката чрез различни маркетинг материали, продуктови и технически обучения, организирани за дистрибуторите и крайните клиенти, както и участие на компанията в специализирани изложения и панаири

- Възобновяване доставките към минния сектор - един стратегически проект и голямо наше постижение!

- Контролиране процеса на събиране на вземания по най-добър начин

- Оптимизиране на разходите, като например преразглеждане на основните договори с всички логистични доставчици

Направените през 2015 г. стъпки доведоха до рестартиране на бизнеса на украинския пазар и направиха Приста Ойл Украина генерираща печалба компания с положителен EBITDA.

Тъй като се бяхме фокусирали предимно върху непреки продажби през 2015 г., за 2016 е налице ясна и амбициозна цел за подобряване на директните ни продажби. Всичко това ни кара да вярваме, че през 2015 г. ние сме поставили солидна основа за постигане на целите ни, запланувани за 2016 г.

С уважение,
Екипът на Приста Ойл Украина



Хидрострой АД- Варна залага на Приста ойл като доказан производител и надежден доставчик



Инж. Найден Костадинов, работи от 11 години в Хидрострой АД като главен инженер. Отговаря за транспорта и механизацията, както и за различните видове производства- асфалтови бази, кариери. Най-общо служебните му ангажименти са свързани с „кръвоносната система“ на дружеството.

В момента тежкотоварните автомобили са 105, от които 75 са самосвали. Под надзора на инж. Костадинов е и пътно-строителната техника, включваща грейдери, багери, четири групи машини за асфалтополагане- асфалтополагаща машина, два големи бандажни валяка, един малък и един гумен валяк задължително. Правилната експлоатация и поддръжката на две трошачно-пресевни инсталации, които също са вменени в задълженията на главния инженер на дружеството.

От 2007 година насам автопаркът се обновява постоян-

но. Само следващата година новите машини представляват 60 на сто от всички. Основните марки тежкотоварни автомобили са Мерцедес и Форд.

Приста ойл влиза в Хидрострой преди две години. Пътят до този момент се оказва сравнително дълъг, признава Костадинов. Различията основно бяха ценови- ние открито сме показвали на оферти на други търговци. Става въпрос най-вече за високия ценови клас масла, каквито са тези на **TEXACO**. След като бе преодоляно това различие започнахме и сега работим с Приста ойл. Определено сме

доволни от създадените отношения и продуктите, които ползваме, споделя инж. Найденков.

Всъщност, Хидрострой от доста време работи с гресите на Приста. Вече идва ред на моторните масла, двутактови масла за машинките за рязане, каквито фирмата има голяма брой и е свързано с текущото поддържане на пътищата. Почти цялата гама хидравлични масла също са предпочитани от производителя Приста ойл. Ползва се антифриз с марката **PRISTA**, особено когато се изисква качество, а този е вече с доказано такова.

Освен цената, предимство-



то на Приста ойл пред останали- те търговци е възможността да реагира адекватно на всякакви ситуации. Ситуациите при нас нерядко са стихийни и изискват бърза реакция, споделя Костадинов. По принцип заявките са планови, но при аварии трябва да се реагира много бързо. Една машина може да събере от 200 до 600 литра масло. А такова голяма количество няма смисъл и не се поддържа на склад.

Хидрострой е голям клиент и на топлоносително масло. По принцип то никога не се сменя до момента, в който се случи авария и се пръсне серпентина.

Макар и отскоро да работи директно с продуктите на Приста ойл, инж. Костадинов добре познава възможностите на заводската лаборатория още от 2007 година. Тогава са закупени нови камиони от известна марка, които са заредени с моторно

масло със същата марка. Но според компютъра на камиона след определени километри е отчетено, че то е с 60 на сто изразходен ресурс, въпреки че на книга е бил доста по-голям пробегът за смяна. Праща литър масло в лабораторията на **PRISTA** и след известни деликатни перипетии получава отговор.

След проявените претенции от страна на Хидрострой и взетите нови проби, изследвани в лаборатория в чужбина, резултатите от лабораторията на Приста ойл се потвърждават.

Техниката, която експлоатира дружеството, е значително по-натоварена от машините и транспортните средства, които се движат по асфалтираните пътища на републиканската мрежа. При пътно-строителната техника маслото се сменя на моторчасове, независимо от характеристиките, дадени от производителя.

Работата с един доставчик е значително по-добра както по отношение на време, така и на комплексно извършване на услугата. По-големите обеми заявени масла и охлаждащи течности позволяват договаряне на по-изгодни цени. Практиката е доказала, че не си заслужава заради по-ниска цена на определен продукт да го вземаш от един доставчик, другия- от друг и т.н. Това наблюдение и контакти са ангажимент на отдел „Снабдяване“, които правят анализ на пазара и ежегодно се избират доставчиците на консумативи в периода февруари- март.





Годишна среща между представители на Приста Ойл и партньорите от Тайван се проведе в Тайчунг на 14 и 15 ноември

Дистрибутори, техни ключови клиенти и собственици на сервиси се включиха в двудневното събитие.



Тайван е малка държава, но промишлен гигант. Страната е три пъти по-малка по площ от България - 36 хил. кв.км, но с население от почти 23,0 милиона души. Брутният продукт на Тайван за миналата година е бил US \$ 529.5 милиарда, а средният годишен доход на глава от населението е US\$ 22,632. Икономическият растеж е бил 3.74% през 2014-а, а за тази година се очаква цифра от 3.78%. Нивото на безработица е направо нищожно по европейските стандарти - само 3.72%. Тайван е водещ производител на ноутбуци, таблети, LCD монитори, цифрови камери и

обувки.

В съответствие с икономическия растеж, продажбите на автомобили в Тайван се увеличава през последните 3 години. По данни на Министерството на транспорта и съобщеният, продажбите на новите превозни средства са се увеличили с над 12% до 423 829 единици през 2014 г., в сравнение с 378 456 единици през 2013 г.

През първата половина на 2015 година, продаж-

бите са били положителни пак с общи продажби от около 216 500 превозни средства. На групово ниво, Toyota Group държи 1/3 от пазара на нови превозни средства, следвана от Mitsubishi (10,5%), алианса Renault-Nissan



(10,5%) и Honda (6,5%). Европейските автомобили също са много популярни в Тайван.

Именно новият автопарк обуславя и повишеното търсене на синтетични и полусинтетични моторни масла, като почти всички големи производители са представени на този пазар. А продуктите с европейски произход са на особена почит в Тайван. От около 5 години продуктите с марка Приста присъстват на този пазар и се радват на огромен интерес, благодарение на високото си качество.

На 14 и 15 ноември в Тайчунг се проведе годишна среща между представители на Приста Ойл и основният партньор на компанията в Тайван, както и големите дистрибутори и техните ключови клиенти.

Основните дистрибутори на Приста Ойл за Тайван са Ming

Wei International Co и Zeng Tong Hang Company. И за двете компании това е семеен бизнес – докато собствениците г-н Wu Chi Chao и г-н Ling Xing Long са анагажирани с дистрибуцията на продуктите, техните съпруги отговарят и стриктно следят за финансовата дисциплина.

Ming Wei е създадена през 2003 г. и има 7 служители. Основният предмет на дейност на фирмата е дистрибуция на автомобилни масла и инструменти за диагностика. С 5 търговски представители и 3 дистрибутори, компанията предлага продуктите на Приста Ойл в целия Северен Тайван. Zeng Tong Hang е основана през 2002 г. Компанията има 10 служители, от тях 7 са търговци, отговарящи за дистрибуцирането на маслата **PRISTA** в южната част на острова.

След посещенията в основните сервизни центрове в райо-



на на Тайчунг, на 15 ноември, в заседателната зала на Ming Wei International Co се състоя срещата между представителя на Приста Ойл, дистрибуторите на **PRISTA** и техните ключови клиенти. Идеята на това мероприятие бе клиентите от Тайван да бъдат запознати с основните дейности на Приста Ойл Холдинг ЕАД и продуктите, предлагани от компанията.

Презентацията премина при очакван огромен интерес, като около 40 собственици на сервизни центрове присъстваха на събитието. Всички споделиха задоволството си от високото качество на продуктите с марка **PRISTA**, което е добра предпоставка за увеличаване на присъствието на марката на този далечен пазар.



Албена автотранс избира Приста ойл като доказан коректен български партньор

Деян Минев,
представяващ
/със статут на
управител/ **Албена**
автотранс от 2012 година

В дружеството работи от 1993 година. До 2007 година работата му е била свързана с експлоатацията на леките автомобили в холдинговата структура. От 2007 г. до 2012 г. - със строителство и оттогава досега – с автобусния транспорт.

В момента Албена автотранс менажира 56 автобуса, които са на различна възраст, като сравнително новите и по-старите са в съотношение 50 на 50. Условно може да бъдат разделени на произведени преди 2000 година

и след това. Основната дейност на фирмата е транспорт на туристи- екскурзии и транспорт от летищата на Варна и на Бургас, понякога и от София. През есенно-зимния сезон се пътува с български туристи в страната и в чужбина, както и се превозват работници от Добрич до Албена.

Наличните автобуси са DAF, MAN, холандските Vova. Спрямо популярните марки като цена и качество са значително по-конкурентни. Имаме и две китайски марки автобуси, които са купува-

ни през 2005 г.

В момента вече закупуваме основно европейски марки.

По една или друга причина, автопаркът на Албена автотранс е намалял наполовина. През 2007 година фирмата е разполагала със 120 автобуса. Тогава обаче конкуренцията в бранша притиска и дъщерната фирма на холдинговата структура. Малки фирми със значително по-малки разходи предлагат по-добри оферти за транспортна дейност,

което естествено води и до редуциране на транспортните средства. Често това се дължи и на нелоялна конкуренция, но пазарът е определящ при избора на превозвач, признава Минев.

Проблемът за Албена автотранс всъщност е извън туристическия сезон.

Албена автотранс вече повече от 8 години предпочита и ползва продуктите на Приста ойл. Може да се каже, че транспортната фирма предпочита TEXACO за по-новите автобуси ЕВРО 3 и ЕВРО 4, с катализатори и **PRISTA**® - за по-старите. Освен моторни масла, се използват трансмисионни масла за скоростни кутии, греси, антифризи. През цялото това време на партньор-



ство продуктите са се доказали като надеждни и без забележки, твърди представляващият Албена автотранс Деян Минев. И в този случай комплексното обслужване – доставка на почти всички консумативи и гаранция са основно предимство при из-

бора при снабдяване. Приста ойл доставя на място необходимите масла и смазочни материали и в същото време гарантира качеството им. И да не забравяме, че важно място в политиката на фирмата при избора на **PRISTA**®, е че компанията е българска.





Базови масла 2015 Европа

Все още няма облекчение в обозримо бъдеще за Европа

Нефтепреработвателните компании за базови масла на Европа са изправени пред още една трудна година с нарастващия внос на Група II, вялото търсене и потъващите цени. Не на последно място, част от капацитета работи на празен ход



С риск да прозвучим, като че се повтаряме, Европейските производители на базови масла в Група I са изправени лице в лице пред една изпълнена с трудности 2015 година. Същото това предсказание беше направено и за 2014 г., предимно заради очакваното идване на материал с конкурентни цени от Група II от новия завод на Chevrans с 1,2 м тона/

годишен капацитет в Паскагула, Мисисипи, в САЩ.

Трудните условия за Европейските производители в Група I реално настъпиха през 2014 г., макар и по-късно отколкото първоначално се предвиждаше, заради забавянето при пускането на проекта в Паскагула, вместо в края на първото тримесечие, в

началото на третото тримесечие.

Но макар и да се забавиха, трудните времена дойдоха и в крайна сметка се оказаха още по-утежнени поради други фактори, а именно слабото търсене и срива на цените на суровия петрол. Тези трудни условия настъпиха и продължиха през 2015 г.

Търсенето беше разочаро-

ващо през цялата 2014 г. не само заради лежащото в основата му, но и по отношение на Група I, и вместо това смесите все повече и повече се преместваха в посока към формули, които използват Група II и Група III. Слабото основно търсене на лубриканти е свързано с боледувашата Европейска икономика и като такава, не са високи и перспективите за значително подобрене през тази година.

Конкретният разпад на търсенето на търсенето за Група I за сметка на Групи II и III също е вероятно да продължава. Материалът от Паскагула е потекъл не само в Европа, но също и към някои ключови страни-вносителки, където се конкурира с Европейския износ от Група I. Добър пример е Индия, която също получава износа на Група II от Южна Корея и Тайван, и където европейските износители доскоро водеха борба за място на своите товари.

Джойнт-венчърният завод SK Lubricants/Repsol в Картаген, Испания, също беше пуснат в края на Септември 2014. Заводът има общ капацитет от 630,000 тона/годишно, приблизително една трета, от които е Група II

(макар и с по-малко разпространения вискозитет от 3 сантистока), и две трети Група III.

НОВИ МОЩНОСТИ НА СРЕДНИЯ ИЗТОК

Друг нов завод за Група II/III е заложен да започне производство през следващата година в Средния Изток. Заводът Абу Даби Нешънъл Ойл Ко'с (ADNOC) се очаква да излезе на преден план през второто тримесечие на тази година и ще произвежда 100.000 тона/годишно Група II и 500.000 тона/годишно Група III.

Резкият спад в цените на суровия нефт на пръв поглед не е допринесъл драстично за неприятностите на нефтепреработвателните компании от Група I, наред с факта, че колапсът им е дал достъп до по-евтини запаси от вакуумен газбол. Въпреки това, толкова скоростен се е оказал съответният колапс на цените на базовите масла, и толкова бързо купувачите очакват да видят стремглавите загуби да се отразят на цените на базовите масла, че някои нефтепреработвателни компании започнаха да страдат.

Това е особено вярно за разположени във вътрешността рафинерии, които са изправе-

ни пред по-високи транспортни разходи (и следователно по-тесни маржове), а също и по-дълго време за изпълнение на доставките. С крайни потребители, които са напълно наясно с падащите цени на запасите и на фона на по принцип слабите пазарни условия, нефтепреработвателните компании се принуждават да дисконтират базовите масла, които са били произведени от суров нефт, закупен по-рано, на по-високи цени.

ПЛАНИРАНИ ЗАКРИВАНИЯ ПРЕЗ 2015 г.

Докато нито една нефтепреработвателна компания от Група I не беше действително закрыта през 2014 г., което се смяташе за възможно, някои от закриванията бяха обявени за 2015 г.

Рафинерията Колас в Дюнкерк, Франция, ще затвори цеха си за 260.000 тона/годишно през първото тримесечие, а Shell ще затвори цеха си за 370.000 тона/годишно в Пернис, Нидерландия. Подразбира се също че и Total ще рационализират някаква част или цялото си производство за базови масла в Гонфрвил, Франция, но подробностите не са ясни.



Въпреки закриванията, пазарът в по-голямата си част останал особено слаб през цялата година. Януари поне, понесе това предсказание, с мащабното намаляване на цената, което не показва признаци на забавяне.

НЕФТОПРЕРАБОТВАТЕЛНИТЕ КОМПАНИИ СЕ ПРИНУЖДАВАТ ДА ДИСКОНТИРАТ БАЗОВИТЕ МАСЛА, КОИТО СА БИЛИ ПРОИЗВЕДЕНИ ОТ СУРОВ НЕФТ, ЗАКУПЕН ПО-РАНО, НА ПО-ВИСОКИ ЦЕНИ

Една нефтопреработвателна компания обясни, че вместо да се затегне пазарът за Група I, закриванията по-скоро просто ще го балансират, възможно е стабилизиране на цените, но не и повишаването им. В действителност, мнозина от участниците очакват да последва повече рационализиране на капацитета от Група I, тъй като производството на Група II и Група III нараства.

Въпреки това, не всичко е загубено. Първо, много индустриални смазочни смеси са очевидно устойчиви на изключването от Група I просто заради времето, усилията и парите, които би струвало. С вече високия

брой различни смазочни формули на основата на базови масла от Група I, преформулирането на същите с различни базови масла, няма да бъде проста задача.

Второ, заводите за базови масла Група II и III не произвеждат масла с тежък вискозитет, еквивалентни на брейтстока на Група I и произвеждат средни вискозитети при ниски заплатки. Ето защо някои заводи за базови масла Група I, може да бъдат в състояние да се пренаредят в нишата от производители на тежкия клас. Също така е вероятно да има и енергичен ход от нефтопреработвателните компании на Група I да ъпгрейднат производството на Група II или Група III, където е изпълнимо.

ДЪЛГООЧАКВАН СПАД

За мнозина въпреки това предстоящите закривания представляват началото на дългоочаквания спад в производството на Европейските базови масла от Група I.

Междувременно, нефтопреработвателните компании на Група I изглежда приемат една от двете стратегии. Някои от тези

гореспоменати цехове с по-високи транспортни разходи са намалили своите оперативни ставки, изправени пред свръх-предлагането на склад и може да се борят за превключване.

Въпреки това, много други, в частност тези по крайбрежието, които са идеално разположени за износ, са се възползвали от предимството на евтините цени на запасите и провеждат дейността в своите цехове с максимален капацитет.

Още повече, цените на базовите масла са намалели с пропорционално по-малко, отколкото на другите рафинерни производства, като например нафта, и по този начин базовите масла предлагат най-атрактивните чисти себестойности. Поради тях, нефтопреработвателните компании модифицираха своята продукция толкова, колкото беше възможно, в полза на производството на базови масла.

Откриване на причините за ниското налягане на маслото

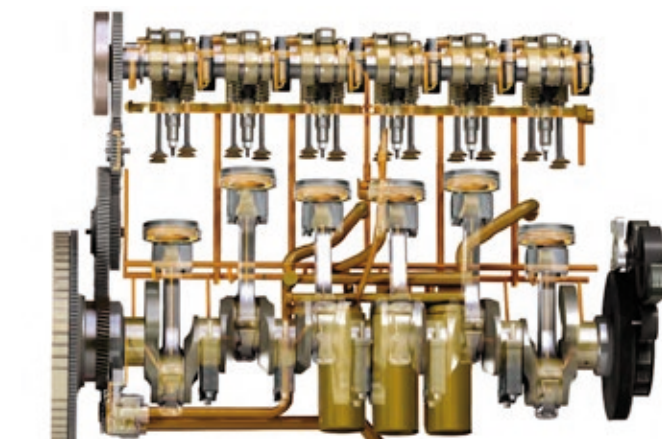
/продължение/

Съвети за инсталиране на маслената помпа.

Ако сте установили износена или повредена маслена помпа, която трябва да бъде сменена, прочетете всички инструкции преди да направите опит да инсталирате новата помпа. Това е един разумен съвет, но е учудващо колко много хора си мислят, че знаят как да сменят маслената помпа на двигателя при условие, че те никога не са правили това преди. Може да има изненади, ето защо отделете няколко минути, за да прегледате инструкциите.

Много производители на помпи не препоръчват да се използва филмиращ (уплътняващ) крем (sealer) при монтажа на помпата. Използвайте уплътнението (gasket) или О-пръстенът, които са доставени. Рискът от използване на крем е, че ако се нанесе твърде много, част от него може да отиде в помпата и да запуши каналите ѝ.

Хвърлете старият маслоприемник и грубия филтър, и ги сменете с нови. Да, можете да се опитате да почистите и използвате отново старата цедка, но е рисковано. Много често капакът на дъното крие доста частици и отломки, и разтворител може да ги „освободи“ вътре в маслоприемника, и после да бъдат засмукани в помпата.



Използвайте подходящ инструмент за разполагане на маслоприемника в помпата. Не използвайте чук за тази цел, тъй като може да деформирате кожата на помпата и/или да повредите маслоприемника.

Преди да смените долния картер, трябва първо да се убедите, че помпата и маслоприемникът са правилно монтирани. Обикновено маслоприемникът трябва да се намира на около половин инч над дъното на долния картер. Това ще намали риска от засмукване на парченца отломки или други частици, които се утаяват на дъното на картера. Убедете се, че маслоприемникът не е прекалено високо, защото не искате той да засмуква въздух, нали.

Помпата трябва да бъде залята, преди двигателят да бъде пуснат. Това може да стане като се добави малко масло в помпата, преди да бъде инсталирана (не се препоръчва напълване на помпата с грес). Ако помпата се задвижва извън дистрибутора (разпределителя), разпределителят може да бъде свален, така че помпата да се завърти и да се напълни системата с масло.

Друга алтернатива за всички видове помпи е да се използва спе-

циална аерозолна система, за да се подаде масло под налягане към двигателя през фитинга на датчика за налягане. Този тип система отначало беше създадена за ремонтирани двигатели, но може да се използва във всяко приложение, където двигателят трябва да бъде залят преди да се е завъртял колянвия вал.

Поставете нов маслен филтър и го напълнете с масло (това за съжаление не става за филтри, които се монтират странично на двигателя), за да премахнете закъснението в смазването, което нормално би се получило, когато двигателят първо се стартира след смяната на филтъра.

И накрая пуснете двигателя и се убедете, че налягането на маслото е според изискванията. Използвайте механичен манометър и не разчитайте на уреда за измерване на налягане на таблото или на предупредителната лампичка, за да се убедите, че ремонтът, който извършихте, е решил проблема с ниското налягане на маслото.

Забележка: Много от описаните ремонтни дейности са по силите само на специализираните автосервиси



Един пренебрегван инструмент за брандинг

E-mail подпис: един полезен маркетингов инструмент

Колко имейла изпращате всеки работен ден? А колко от тях се препращат на трети страни?

Електронната поща съставлява мрежа от милиони писма. Реално, тя е най-обширната и често използвана мрежа за световна комуникация. Всички знаем, че работи като чудесен инструмент за директен маркетинг, с нейните бюлетени с търговски оферти - за отстъпки при продажба на услуги като екскурзии, козметични процедури, и при предлагане на продукти като техника, облекло и др. Освен това обаче всеки имейл крие и още една чудесна маркетингова възможност, която е изключително пренебрегвана. Става дума за **подписа в края му**.

Това посочва в раздела за маркетинг на сайта на американското списание Inc. авторката Марла Табака. „Кога за последно обърнахте внимание на този дребен, но всъщност много важен детайл? Имате ли лого в края на всеки имейл, при подписа си?“, пита тя. Според нея подписът е важен и подценяван инструмент за брандинг.

1. „Обмислете начина, по който се подписвате във всеки имейл и го направете стегната

информация, която не дразни с твърде много подробности“, съветва тя. Ако става дума за малка фирма, при подписа на служител може да се посочи с две-три думи дали тя е носител на някаква престижна награда в индустрията, или пък дали е отличена за други постижения. Информацията за наградата може да се напише с включен линк.

2. Задължителен елемент в подписа на всеки имейл е **телефонът за контакт**. При логото някои слагат и **мотото на фирмата**, изразено във възможно по-малко думи. Ако смисълът на съществуването на бизнеса на пазара може да се изрази накратко и фирмата е горда, няма лошо да го посочи в края на всеки имейл.

3. Премахнете изображения - на лога и включени бизнес визитки. Много имейл системи превръщат графиките на подписите в прикачени файлове с илюстрации. Това не е хубаво - получателят губи време да обърне внимание какво е прикачено в края на имейла. Подписът не бива да изглежда така, а като внедрен в края на всяко писмо набор от думи и числа, придружени с името на компанията в

брандирания му вид.

4. Използвайте в **шрифт цветовете на логото** си, съветва още авторката. Имайте предвид, че информация като телефонния ви номер и адреса на уебсайта на фирмата ви не може да бъде копирана в електронни календари или документи, ако я покажете като графика. Придържайте се към текста - за максимална ефективност на подписа.

5. Както в повечето текстове в дигиталната комуникация, и тук е валидно правилото „**В малкото е многото**“. Не се изкушавайте да включвате в подписа си абсолютно всеки начин, по който човек може да се свърже с вас. Ако смятате, че няма нужда, не изписвайте адреса на офиса си - адресът може да бъде открит в графата „За контакти“ на уебсайта ви, който ще сте посочили. Не включвайте повече от един телефонен номер, може и без факс.

Покажете информацията чиста и ясна, кратка и функционална. Успех!

Марла Табака, сп. Inc.



Коледен купон 2015



Повече работа на всички пожела и обеща председателят на УС на Приста ойл Пламен Бобоков по време на традиционното си обръщение към работещите в Приста ойл по време на Коледното фирмено парти в комплекс „Левента“ в Русе.

Здраве и пълноценна почивка на всички пожела Бобоков, като през новата година той очаква заедно да се осъществи една реална цел- славата на Приста ойл като една от най-успешните компании

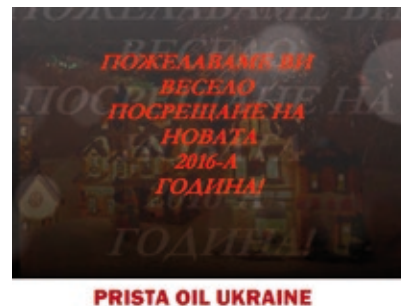
в региона и страната да се възвърне. И официално обяви желанието си Приста да успее да догони Монбат като финансови резултати.

Не закъсня и отговорът на Монбат в лицето на председателя на УС на дъщерното дружество Атанас Бобоков: „Много трябва да се работи в тази компания“, което бе прието и като сериозно предизвикателство.



Най-лаконичен бе Петър Бозаджиев, който пожела на всички здраве и успехи в личен и професионален план.

Изпълнителният директор Цветомир Анастасов се ограничи в показване на задоволство от изпълнените през 2015 година и в очакване същото да се случи и през новата 2016 г., въпреки че те са вече завишени.





Обръщението на члена на Съвета на директорите Милен Бойчев бе насочено към дамската част от колектива, която бе посочена като основа за успеха на Приста ойл. Бойчев очаква мъжката част от състава да развие потенциала, който притежава, като надеждите му са това най-вече да се усети в търговския екип. Специален поздрав Бойчев отправи към футболния отбор, които въпреки личните си и трудови ангажименти, са уважили футболното игрище.



За доброто настроение на всички празнуващи се погрижи и танцова формация „Фламинго“. Традиционната томбола донесе късмет на една голяма част от участниците в купона.





PROTECTION.
POWER.
PRISTA®

www.prista-oil.com

Protect your vehicles for long and reliable life.

WE ARE EXCELLENTLY AWARE OF WHAT YOUR MACHINES NEED.

WE SUGGEST THE RIGHT SOLUTIONS FOR OUR PARTNERS.

Your benefits: lower operative costs and better reliability.
Our lubricants are not ordinary lubricants: the outstanding performance and efficiency of Prista® brand lubricants combined with their finely tuned prices make them your perfect choice.
The advantages are obvious: better performance - lower operative costs.

Put the Local Distributor Name and Contact Details !



НАЦИОНАЛНА КОМПАНИЯ ЗА СЪБИРАНЕ И ОПОЛЗОТВОРЯВАНЕ НА ОТРАБОТЕНИ МАСЛА•ООД



„Национална компания за събиране и оползотворяване на отработени масла“ ООД /НКООМ/ е дружество, което не разпределя печалба, а акумулираните средства се инвестират в създаването на ефективна и устойчива система за събиране, транспортиране, съхранение и оползотворяване на отработени масла и нефтопродукти, която да осигурява високо ниво на защита на околната среда.

За изпълнение на своите задължения организацията сключва договори с лица притежаващи разрешение по чл. 4, ал. 1 от НИТТОМОН или с кметове на общини. Дружеството е коректен партньор на фирми, вносители и производители на смазочни масла и успешно осъществява политиката на страната ни по отношение на опазването на околната среда.

ПЛОЩАДКИ ЗА ПРИЕМО-ПРЕДАВАНЕ НА ОТРАБОТЕНИ МАСЛА

- | | | |
|--|--|---|
| 1. „ИВА – С“ ЕООД – гр. Ботевград
тел. 0723/66 020 | 9. „ДИКОМ“ ООД – гр. Пловдив
тел. 032/67 47 74 | 17. „ВЕСАН“ ООД – гр. София
тел. 02/973 22 28 |
| 2. „СКРИНО“ ЕООД – гр. Благоевград
тел. 073/88 27 01 | 10. „Евро ойл“ ООД – гр. Разград
тел. 084/66 29 85 | 18. „АМКО“ ООД – гр. Шумен
тел. 054/86 05 90 |
| 3. „КИОГ“ ЕООД – гр. Благоевград
тел. 073/88 16 63 | 11. „Идеа продукти“ ООД – гр. София
тел. 02/973 21 95 | 19. „Велтран“ ООД – гр. Бургас
тел. 056/811 466 |
| 4. „Поддържане чистотата на морските води“ АД – гр. Варна
тел. 052/63 06 27 | 12. „Камидо Ойл“ ЕООД – гр. Ямбол
тел. 046/66 41 50 | 20. „Евро ойл“ ООД – гр. Русе
площадка с. Мечка, община Иваново
тел. 082/82 39 76 |
| 5. „МТТ“ ООД – гр. Добрич
тел. 058/60 25 58 | 13. „Скорпион-ойл“ ООД – гр. Пазарджик
тел. 034/48 30 89 | |
| 6. „АЛ И КО“ АД – гр. Шумен
тел. 054/83 05 90 | 14. ЕТ „БОГИ-Б.ТИНКОВ-Е.ТИНКОВ“ – гр. Плевен
тел. 06484 11 48 | |
| 7. „ВЕКО ОЙЛ“ ЕООД – гр. Габрово и гр. Велико Търново
тел. 066/86 16 16; 062/60 03 24 | 15. „Верил Лубрикантс“ АД – гр. София
тел. 02/975 39 94 | |
| 8. „Геосим“ ООД – гр. Варна
тел. 052/60 00 31 | 16. „ЕМАКС“ ООД – гр. Силистра
тел. 086/82 10 10 | |

www.nksoom.com