Ситуационный центр в Telegram
Самое важное об экономике и санкциях.
Подпишитесь и будьте в курсе главных событий в России и в мире.
Подробнее

Нефтяная компания меняет формат автозаправок (Бел "NEFT.by". 18 ноября 2019

08:35, 19 ноября 2019 г. @ADVIS.RU #Предпринимательство

Эксклюзивно в Seldon.News
Новый дипломатический словарь — присоединяйт...
Экспертное обсуждение доступно в Telegram-канал
Дипломатическая академия МИД Росси

Анализ

3 493
996
412
137
64

Кофе с историей, "магазин у дома", терр лы самообслуживания – началась перепрош Автозаправочные станции компании "Белоруснефть" стремительно меняются. Еще пять л АЗС воспринимались исключительно как топливный сервис. Ныне заправки все больше мультикомплексам, где готовы предложить целый спектр услуг – от топлива и электроза хорошего кофе и качественной быстро еды. Как развиваются отечественные АЗС, каки главенствуют и что ожидает клиентов в ближайшем будущем, разбираем на примере АЗ Гомельской области. Директор РУП "Белоруснефть–Гомельоблнефтепродукт" Андрей Ф возглавивший предприятие год назад, выступил нашим экспертом, познакомив с тенде новшествам. Слово – собеседнику.

СПРАВКА

Андрей Николаевич Федорович – директор РУП "Белоруснефть–Гомельнефтепродукт". три высших образования: экономическое, юридическое, международный маркетинг. О школу трейдинга в Лондоне. После вуза пришел в компанию "Белоруснефть". На протяж лет работал в Центральном аппарате объединения, возглавляя различные направления реализации. 15 ноября 2018 года назначен на должность руководителя предприятия "Белоруснефть–Гомельоблнефтепродукт", сеть которого насчитывает 88 АЗС, а число ра превышает 1,3 тысячи человек.

От и до

Изначально бизнес АЗС выстраивался как топливный. Однако реалии последних лет во изменили приоритеты развития заправочной сети. Причина: по маржинальности этот се вторичным. Сегодня продажа топлива убыточна. На первый план вышел сопутствующий тот факт, что "Белоруснефть" пять лет назад уловила эту тенденцию, начав активно разви дополнительные услуги, позволяет удерживать позиции ведущей нефтепродуктовой ко страны. Однако "сопутка" – это не только товары автомобильные и повседневного спро целый комплекс различных направлений. Как пример: подкачка шин, пылесос салона, стекол, аренда прицепов, кофе и общепит – то, что мы готовы предложить. Ныне самый ресурс – время. И, заехав заправиться, люди хотят получить максимум услуг в одном мес позиции компания и выстраивает концепцию развития автозаправочных станций в фо мультикомплексов.

АЗС становятся центром притяжения, где можно решить "автомобильные" и житейские в заправить машину, поесть, купить продукты питания по дороге домой.

Но и это не все. Прорабатываются и другие виды услуг, которые потенциально могут предоставляться в пределах АЗС: выдача заказов интернет-магазинов, страхование, хи мини-парикмахерская и другие бытовые сервисы. Подчеркну, для начала речь идет о то под такой бизнес предоставлять площадки автозаправочных станций.

Два года на перепрошивку

Новые подходы в развитии АЗС требуют перестройки управленческой структуры нефтепродуктовых предприятий. Суть "перепрошивки" – выделить сопутствующий бизн самостоятельное направление и развивать его комплексно. Заместитель директора пре который будет заниматься этой темой, не кабинетный управленец, а человек, живущий автозаправок, генератор идей по развитию АЗС. Почему структурные перемены необхо Объекты, которые строились более пяти лет назад, к сожалению, не типовые. Например перенести единую концепцию развития на все 88 АЗС, которыми представлена автозаг сеть гомельского региона, не говоря уже о 570, которые объединяет в целом компания "Белоруснефть". Дело в особенностях: есть торговый зал или его нет, расположены в гор трассе, в глубине региона или в полосе приграничья. С одной стороны, решение вопро быть индивидуальным, с другой, комплексным. Кроме того, переформатирование управ снимет сдерживающие факторы по закупкам, оперативности работы служб розничной снабжения, другим моментам, которые можно назвать "узким местом" производства.

Уже сейчас дочерним предприятиям по обеспечению нефтепродуктами дано право вв действие новую структуру. Срок – до конца 2021 года. К внедрению этой концепции в предприятии "Белоруснефть–Гомельоблнефтепродукт" планируют приступить с начала

Универсальность +

Перемены требуют готовности персонала это воспринять. Прежде всего, это касается ра
АЗС. Раньше они были операторами заправок, которые продавали только топливо и пр
бензовозы. Далее им добавили функции продавцов автотоваров, впоследствии – кофе.
включилось звено общепита. На многих АЗС появилось собственное производство фаст
кафе… Людей надо обучать и готовить к подобной универсальности. Речь идет не тольк
умении продавать, но и работать с клиентами. Несколько лет назад корпоративное обуч
распространили на топ-менеджеров компании. Затем выбрали лучших сотрудников из
операторов АЗС, чтобы создать команду коучей-наставников по принципу "равный обу
равного".

В этом году системой удаленного обучения на платформе i.neft.by охватили всех операт
Основной круг вопросов: продажи, работа с людьми, решение конфликтных ситуаций.

В конце октября было проведено итоговое тестирование операторов АЗС, прошедших
обучение. Что показало? Подавляющее большинство позитивно относится к расширени
профессиональных компетенций, готово к постоянному обучению и новым знаниям, по
это повышает конкурентность на рынке труда. Но есть и другой аспект, который компан
упускает из вида, что важно. Не перегрузить! Сегодня Центральный аппарат "Белорусне
прорабатывает инициативу по передаче водителям бензовозов функции слива нефтеп
на АЗС. Операторы заправок уже не будут в этом задействованы. Сейчас испытываем в т
режиме такой формат. В дальнейшем планируется распространить его на все заправки
"Белоруснефти".

Планограмма имеет значение

АЗС развиваются в едином стиле. Начиная от внешнего оформления заправок и залов д
выкладки на полках и ассортимента. Кстати, к концу года компания завершит работу по
централизованной планограммы товаров на АЗС и далее эту концепцию примут к дейст
повсеместно.

Посыл такой: будь то заправка в Гомеле или в Могилеве, человек должен увидеть одну
этом контексте и ведется обновление сети. Скажем, при модернизации залов АЗС
"Гомельоблнефтепродукта", которой в этом году уделяли особое внимание, ориентирова
именно на актуальные клиентские запросы. Выделили комфортные кофе-зоны с посадо
местами, предусмотрели установку хот-дог станций, объединили две зоны расчетов в од
удобства посетителей, за счет такой оптимизации пространства расширили ассортимен
торговых залах.

В этом году "Гомельоблнефтепродукт" модернизирует шесть торговых залов АЗС в Гомел
Светлогорске, Довске и Паричах.

В целом же современная АЗС начинается с проектирования. Раньше предполагалось то
типа строительства – городская и трассовая. В этом году внедрена новая стратегия. Разр
пять проектных решений АЗС. И это сделано правильно. Во-первых, имея типовые объе
управлять бизнесом, во-вторых, строительство ведется с учетом логистики. Если заправк
трассе, то востребован большой санузел, в городе – акцент на просторный торговый за
Следующий год для нашего предприятия обширный по инвестициям. Планируем строи
новой заправки на трассе М10 в границах Гомельского района у населенного пункта Зя
Сейчас там работает контейнерная АЗС, которую после ввода объекта перенесем в Лел
район – поселок Глушковичи, где она будет востребована. Также в планах реконструкц

23 в Речице. Здесь предусмотрен полный снос заправки и на ее месте строительство. Эт
решением стопроцентно закроем город нефтяников современными автозаправочными
станциями. В Гомеле на АЗС № 21 впервые планируем реализовать формат "магазин у д
заправка с самым большим объемом реализации топлива в городе, но без торгового за
будем строить типовой объект с торговым залом под оборудование, которое позволит
продавать востребованные продукты питания.

Миллионный кофе

За 10 месяцев "Белоруснефть–Гомельоблнефтепродукт" достиг хороших показателей и
топливном сегменте, и в сопутствующем бизнесе. По АЗС темп роста реализации состави
процентов. По сопутствующим товарам рост валового дохода на уровне 124 процентов
прошлого года. Однако ставим для себя еще более масштабные задачи… Из новаций: в
опробовали нестандартный для АЗС формат – фастфуд на колесах.

Первый наш фудтрак в канун II Европейских игр был установлен у пункта пропуска "Но
лето он себя полностью окупил. Сейчас начинаем тестировать формат передвижного об
городских заправках в Гомеле. Первая точка – АЗС № 21 на улице Докутович областно
слову, тему общепита мы только начинаем развивать. За последние три года на заправк
вырос вдвое. В чем особенность придорожного сервиса? Клиенту нужно быстро, он не
ждать. Поэтому упор на фастфуд и кафе, которых в нашей сети три: на АЗС №№ 20, 28, 8
Кафе обслуживают не только свои заправки, но и поставляют продукцию собственного
производства на другие АЗС. Например, прежде мы покупали блинчики с начинкой и ш
сторонних поставщиков. Сейчас готовим сами. И они продаются в 3–4 раза лучше!

На АЗС переходят на индивидуальную упаковку для собственной продукции шоковой з
чего раньше не было. Для этого приобретено оборудование, которое в тестовом режим
апробируется на гомельских АЗС.

Что касается рекордов продаж, то, как и во всем мире, лидируют хот-доги, твистеры, да
блинчики с начинкой и шаурма собственного производства. По тенденциям роста этого
продажи хот-догов выросли на 120 процентов, твистеров в 4 раза, шаурмы втрое, а вот
13 раз! Кстати, наш эксклюзив – сочники. Некоторые гомельские кофейни готовы у нас
эти кондитерские изделия. Но мы не спешим соглашаться. Имиджевые фишки должны б
Лидером по продаже хот-догов в этом году стала АЗС № 28 в Новой Гуте, где только за
реализовали 15 тысяч штук. Если подсчитать, на протяжении суток лишь одного месяца
каждые три минуты продавался хот-дог. Эта же заправка поставила рекорд сети по реа
кофе – в августе 17 тысяч чашек. В целом на АЗС гомельского предприятия в год прода
миллион чашек кофе. В рейтинге кофейного спроса на АЗС Гомельской области лидиру
капучино и латте, занимая 43 процента в объеме кофейных продаж, на втором месте –
замыкает "тройку" – эспрессо.

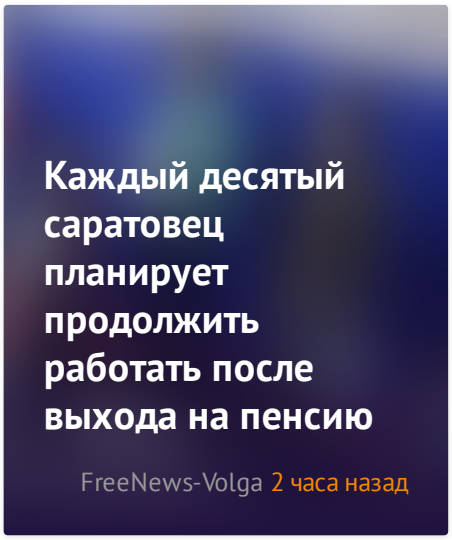
За последнее десятилетие культура пития кофе в Беларуси стала качественно иной. И к
поддерживает этот тренд на высоком уровне. В этом году на конкурсной основе сеть АЗ
"Белоруснефти" перешла на нового поставщика зернового кофе – бренд известен с 187
является поставщиком № 1 в страны Скандинавии, Россию, сеть "Макдональдс". Клиенты
оценили такой шаг.

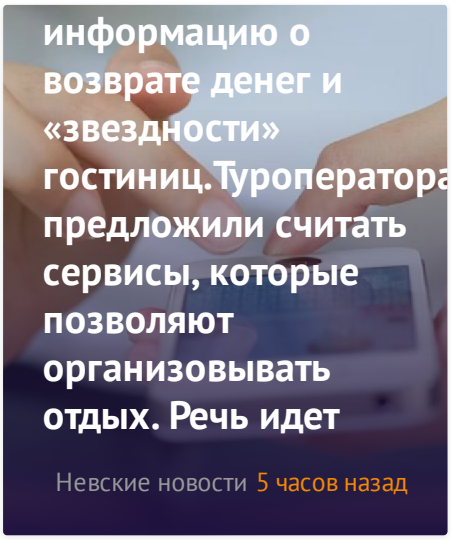
На протяжении последних лет активно обновляется кофейное оборудование на АЗС. В
Гомельской области на всех заправках с торговым залом установлены профессиональн

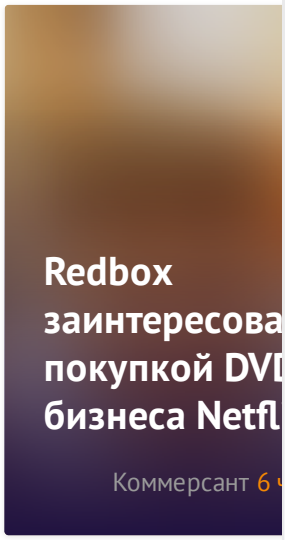
кофемашины последнего поколения, которые готовят напитки с цельным, "живым", мол
сухим. Подчеркну, сегодня кофе есть на каждой нашей заправке. Этот напиток – лидер
спроса. В кофейном бизнесе большой шаг сделан в оборудовании, кофе. Теперь на оче
внедрение телеметрии – удаленного контроля машин и планограммы витрин, над чем
работают специалисты "Белоруснефти".
Телеметрия – удаленный контроль, решит вопросы оперативности обслуживания кофе
правильности планограмм кондитерских витрин и торговых полок. В режиме онлайн м
эффективно отслеживать и корректировать эти процессы.
Клиент становится требовательным к сервису и отношению. Он голосует рублем. Поток
заправка, где услуги предоставляют качественно и по максимуму. Без сомнения, будуще
цифровизации, использовании гаджетов для удобства и экономии времени клиентов. Н
топливо оплатить через мобильное приложение, но и кофе, аренду прицепа, прочие ус
уже прорабатывается. Актуальна установка терминалов самообслуживания на активных
Кстати, в ближайшее время такой терминал опробуем на одной из наших автозаправок
уже очевидно, что кроме комплекса услуг не менее важен и "комплекс эмоций", когда с
приятные ассоциации с тем местом, где человек побывал. Плохое впечатление – больш
вернется. Теплые чувства – наш клиент. Полагаю, что в перспективе будут в тренде два
АЗС: комплексы с разнообразными сервисами и положительными эмоциями, и безопер
где человеческий фактор сведен к минимуму.
АЗС – это еще и часть туристического бизнеса. Автозаправки могут служить информацио
площадками по популяризации регионального туризма. Буклеты, проспекты, карты – то
способно привлечь клиентов, открывающих для себя достопримечательности Беларуси

Источник: ADVIS.RU

Темы: Предпринимательство







О сервисе

Партнёрам

© 2023 ООО «Селдон Новости»