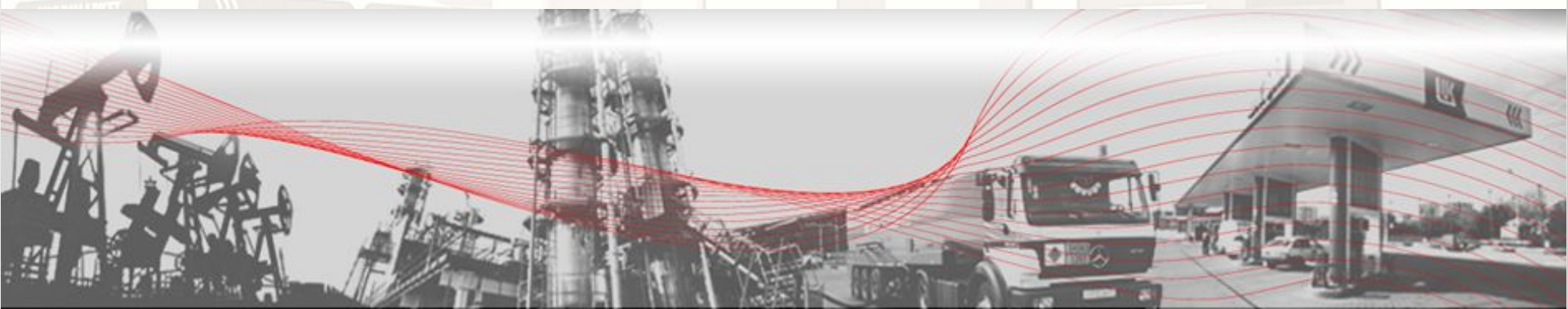




ООО «ЛУКОЙЛ-Пермнефтепродукт»



«Совещание с коллективами АЗС»



Пермь,
Февраль 2018



Итоги работы за 4 квартал 2017 года



ЛУКОЙЛ

Нефтепродукты

№ АЗС	Факт 4 кв 2016 млн	Факт 4 кв 2017 млн	2017/2016	Кол-во транзакций по НП 2017/2016
12	75 458 628	73 616 477	97,55%	-16,7%
47	68 578 346	62 862 915	91,67%	-14,6%
75	130 961 038	125 692 329	95,98%	-9%
94	74 847 570	72 785 035	97,24%	-11%
127	60 913 559	58 613 673	96,22%	-11,1%

НТУ

№ АЗС	Факт 4 кв 2016 млн	Факт 4 кв 2017 млн	2017/2016	Кол-во транзакций
12	2 328 491	2 471 285	6,1%	-3,5%
47	1 670 339	1 765 400	5,7%	1,08%
75	2 857 771	3 581 928	25,3%	18,27%
94	1 528 824	1 858 923	21,6%	15,94%
127	710 316	908 126	27,8%	9,77%

Продажи по кафе



№ АЗС	Факт 2016 млн	Факт 2017 млн	2017/2016 %	Кол-во транзакций 2017/2016
12	364 170	356 566	-2,1%	- 43,3%
47	144 873	201 976	39,4%	-49,5%
75	777 187	936 672	20,5%	-33,5%
94	248 810	278 462	12%	-47,3%
127	67 809	115 852	70,4%	-52,1%





ЛУКОЙЛ

НТУ

Оперативный отчёт за 6 дней февраля 2018



№ АЗС	План на дату	Факт на дату	% выполнения	Прирост к февралю 2017	Прирост к январю 2018
12	190 783	186 108	98%	-8,6%	4,1%
47	156 924	159 727	102%	2,2%	6,4%
75	337 332	326 686	97%	1,7%	-0,4%
94	163 871	151 085	92%	-1,4%	-5,6%
127	75 976	72 859	96%	3,0%	-8,1%

Кофе

№ АЗС	План на дату	Факт на дату	% выполнения	с/с реализация декабрь 2018	с/с реализация январь 2018
12	180	123	68%	25 шт.	28 шт.
47	190	213	112%	26 шт.	37 шт.
75	385	402	104%	65 шт.	78 шт.
94	180	191	106%	19 шт.	37 шт.
127	180	133	74%	14 шт.	25 шт.



ЛУКОЙЛ

Лучшие продавцы АЗС за январь



АЗС	Ф.И.О.
АЗС № 12	Захарова А.В.
АЗС № 47	Мыгина М.Ю.
АЗС № 75	Кузнецова С.А., Конюкова Ю.Н
АЗС № 94	Морозова Т. И.
АЗС № 127	Ковина И.В.





1. Объединяемся в группы с «лучшими продавцами»;

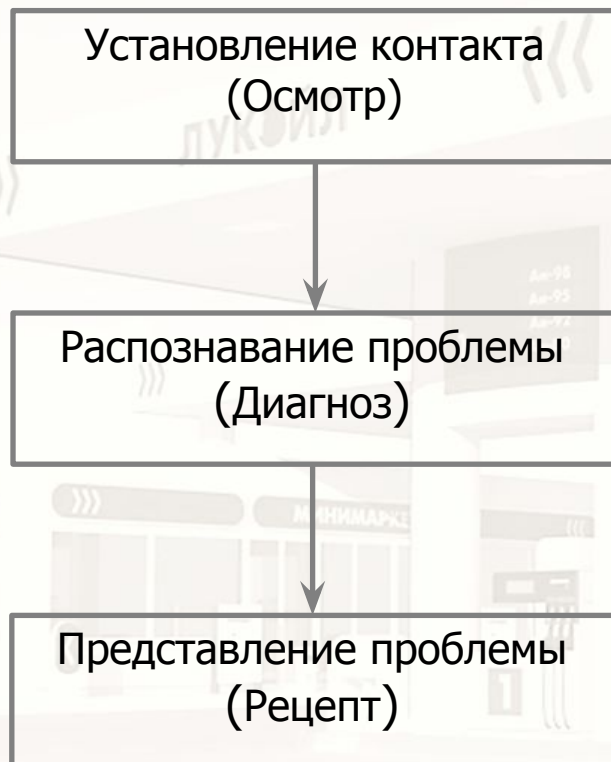
2. Разрабатываем презентацию «СУПЕРПРОДАВЕЦ»:

- 5 качеств успешного продавца;
- Отличия в работе (не менее 3х);
- Мотивация;
- «Список литературы».

3. Презентация группы.



Основная модель процесса продажи:



Семь качеств профессионального продавца:

- 1. Внутренне равновесие и позитивная установка;**
- 2. Хороший внешний вид;**
- 3. Полная осведомлённость о товаре;**
- 4. Умение «закреплять» клиента;**
- 5. Умение проводить презентации;**
- 6. Умение убеждать;**
- 7. Самоорганизация;**



Основные качества

Оценка

1. Внутренне равновесие и позитивная установка –
2. Хороший внешний вид –
3. Полная осведомлённость о товаре –
4. Умение «закреплять» клиента –
5. Умение проводить презентации –
6. Умение убеждать –
7. Самоорганизация –
8. Общая оценка продавца (сумму разделить на 7) –

Вы «президент» своей компании



- ❑ **Ваша эффективность напрямую зависит от вашего отношения к работе!**
- ❑ **Относитесь к АЗС как к собственной торговой точке, всё что вы делаете на станции, вы делаете для себя;**
- ❑ **Не клиенты влияют на продажи, а продавцы! Именно продавцы формируют тренд!**
- ❑ **Эффект «растущего дерева»;**
- ❑ **Победитель получает всё!**





Почему клиенты покупают?



Желание



Время

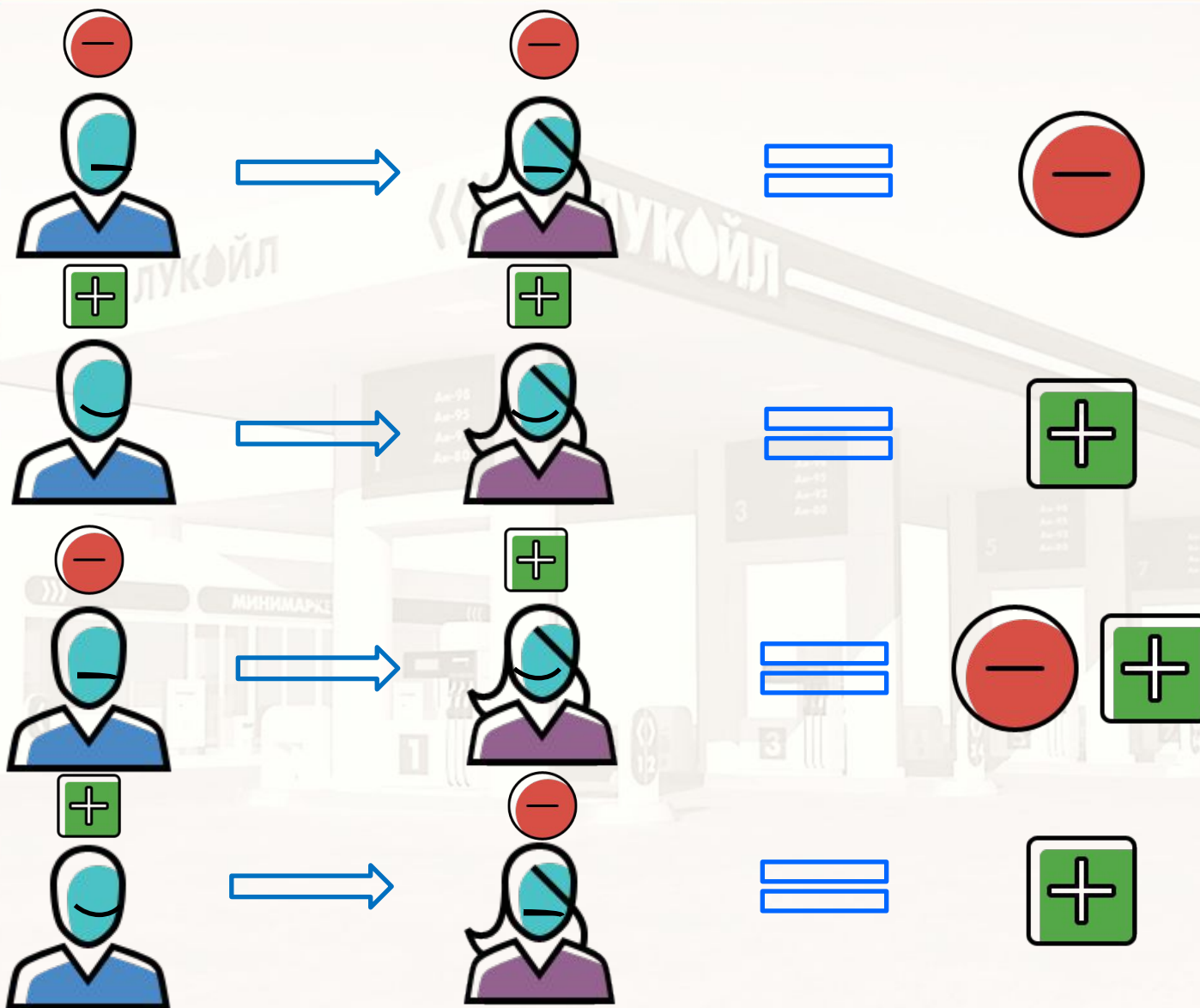


Цена



Условия

Восприятие «свой-чужой»



Проговаривать или продавать?



Проговаривать это:

- Разговаривать с клиентом в формате монолога (скорость);
- Выбирать стратегию избегания: «Ну я же проговорила»;
- Утверждать что «клиенты не берут»;
- Показывать свою зависимость от внешних факторов;
- Ждать рекомендаций и не проявлять инициативу;
- «Плыть по течению»;
- Не развиваться;

Допускается при потоке!

Продавать это:

- ✓ Разговаривать с клиентом в формате диалога (качество);
- ✓ Выбирать стратегию достижения: «Я смогу, у меня получится!»;
- ✓ Влиять на клиента;
- ✓ Показывать свою независимость от внешних факторов;
- ✓ Проявлять инициативу и искать новые варианты;
- ✓ Вместе с командой достигать целей;
- ✓ Постоянно расти и развиваться;



Основные возражения:

- Дорого
- Уже поел (выпил кофе)
- Не хочу
- Нет спасибо
- Я спешу

А сколько не дорого?



Фильтр – «ролевое» поведение оператора АЗС при ответе на возражение клиента:

- **Фильтр «Оптимист»;**
- **Фильтр «Специалист»;**
- **Фильтр «Хозяин»;**



«Лампа Алладина»



План 1080 шт. кофейных напитков
на месяц;

□ это 36 шт. кофе в сутки

□ это 1,5 шт. кофе в час (при 24 ч)

□ получается 3,3 чашки в час (при 11 ч)

□ получается 5,2 чашки в час (при 7 час)

□ получается 2,5 чашки в час (при 2 операторах)

**А СКОЛЬКО ВОЗМОЖНО НА
ВАШЕЙ АЗС???**



Продажи в торговом зале



Классическая продажа (5 шагов):

1. Приветствие;
2. Выявление потребностей;
3. Презентация;
4. Преодоление возражений;
5. Завершение продажи.

Упрощённая схема:

1. Подойти;
2. Поздороваться;
3. Предложить помощь.





Цель – 100% выполнение плана продаж

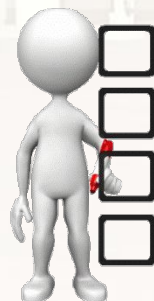
Задачи:

Прирост уровня продаж к предыдущему месяцу, за счёт:

- Грамотной организации работы торгового зала;
- Эффективной и слаженной работы персонала АЗС;

Обеспечение бесперебойной работы АЗС, за счёт:

- Бережливого и правильного использования оборудования АЗС;
- Постоянного мониторинга «проблемных зон» АЗС;
- Своевременной подачи заявок в МС.





Масла «ЛУКОЙЛ»



Группа «ЛУКОЙЛ» – лидер российского рынка смазочных материалов.



Классификации масел



SAE – классификация вязкости моторных масел;

API – классификация качества, или, вернее сказать, эксплуатационных характеристик масла;

ACEA – европейская классификация, включающая информацию и о сфере применения масла, и о его качестве;

ILSAC – японо-американская система оценки эксплуатационных характеристик масла;

ГОСТ – рождённый ещё в СССР, однако действующий и по сей день российский стандарт моторных масел.

Виды масел



Вид масла	Способ получения
Минеральное	Переработка нефти
Синтетическое	Органический синтез
Полусинтетическое	Смесь минерального и синтетического базовых масел

Расчёт температурного режима работы масла



Вид	Значение	Расчёт
Синтетика	40	40-5w=35c 40-0w=40c
П/Синтетика	35	35-5w=30c 35-10w=25c
Минеральное	30	30-10w=20c 30-15w=15c



Классификация по эксплуатационным свойствам (API)



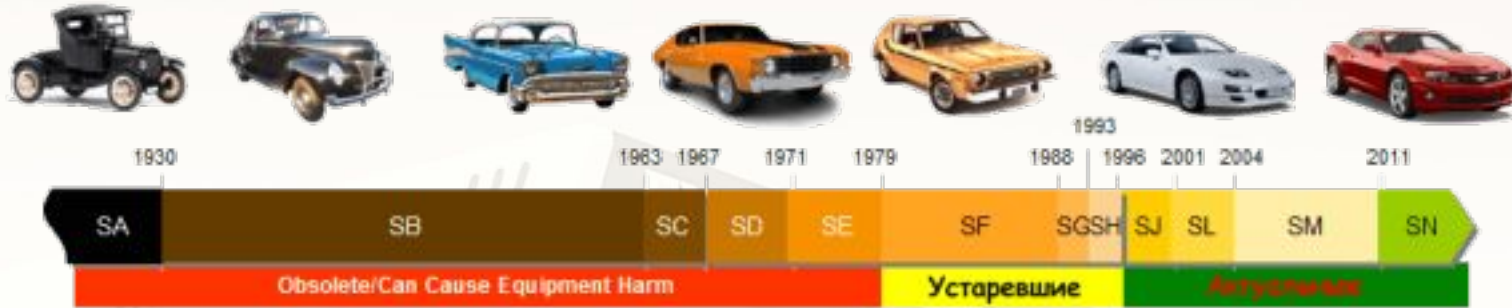
В классификации API масла разделены на группы по уровню характеристик.

S для бензиновых двигателей

C для дизельных двигателей

S (service) Бензиновые двигатели	Год утверждения	C (commercial) Дизельные двигатели	Год утверждения
SN	2010	CJ-4	2006
SM	2004	CI-4	2002
SL	2001	CH-4	1998
SJ	1996	CG-4	1995
SH	1993	CF-4	1990
SG	1989	CD	1955
SF	1981	CC	1961

Подбор масел по эксплуатационным свойствам



При проведении консультации необходимо спросить у клиента:

1. Руководство по эксплуатации/сервисная книжка (если нет, можно посмотреть каталог)
2. Марку авто
3. Год выпуска
4. Тип двигателя + что было залито ранее
5. Пробег (состояние двигателя)

Классификация ГОСТ



Первая буква "**М**" – масло моторное

8 – зимний класс

10 – летний класс

Масла ГОСТ разделяются по степени форсированности двигателя, обозначаются заглавными буквами:

В - для среднефорсированных двигателей;

Г - для сильнофорсированных двигателей;

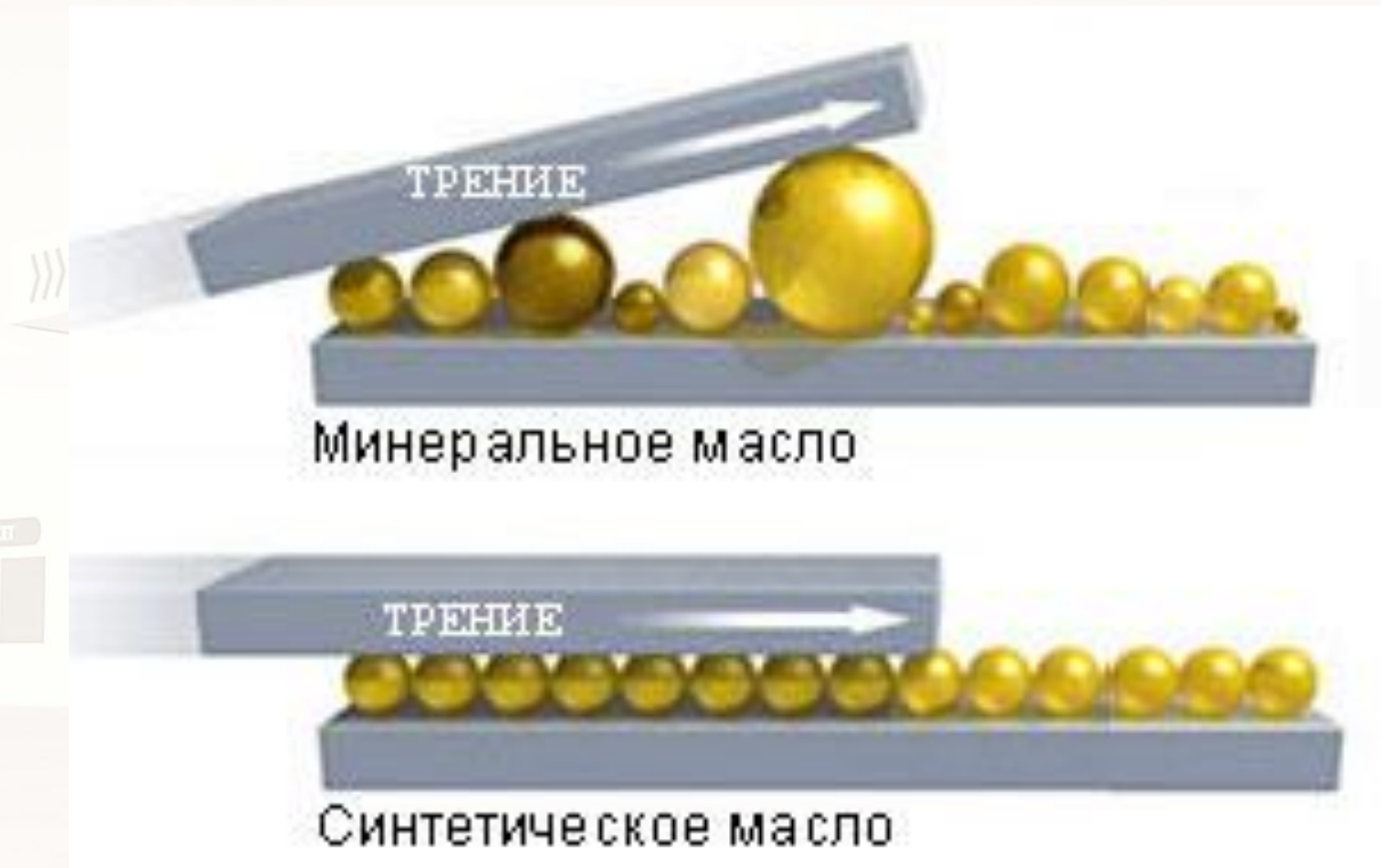
Д - для сильнофорсированных дизельных двигателей, работающих в тяжелых условиях;

Вторым показателем является тип двигателя, для бензинового двигателя

- **1** (например, **Г1**), для дизельного двигателя - **2** (например, **Г2**);

- Буква "**к**" после второго показателя означает, что масло предназначено для сильнофорсированных дизельных двигателей автомобилей КамАЗ и тракторов К-701 (Кировец) **М8Г2к**
- Буква "**м**" обозначает, что масло малозольное, подходит для применения в двигателях с турбонаддувом. **М10Дм**

Толщина масляной пленки





ЛУКОЙЛ

Трансмиссионные масла «ЛУКОЙЛ»

TM-5/GL-5

75W-90, 80W-90, 85W-90

TM-4/GL-4

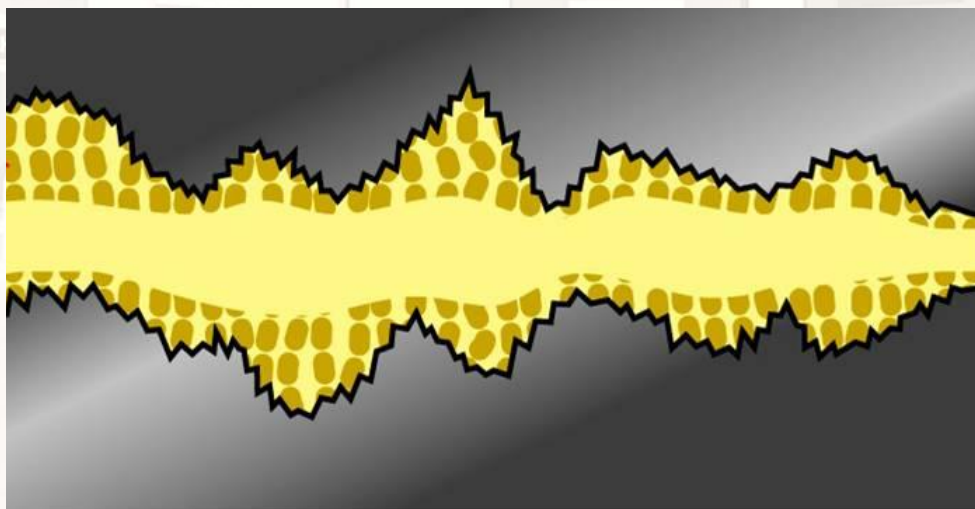
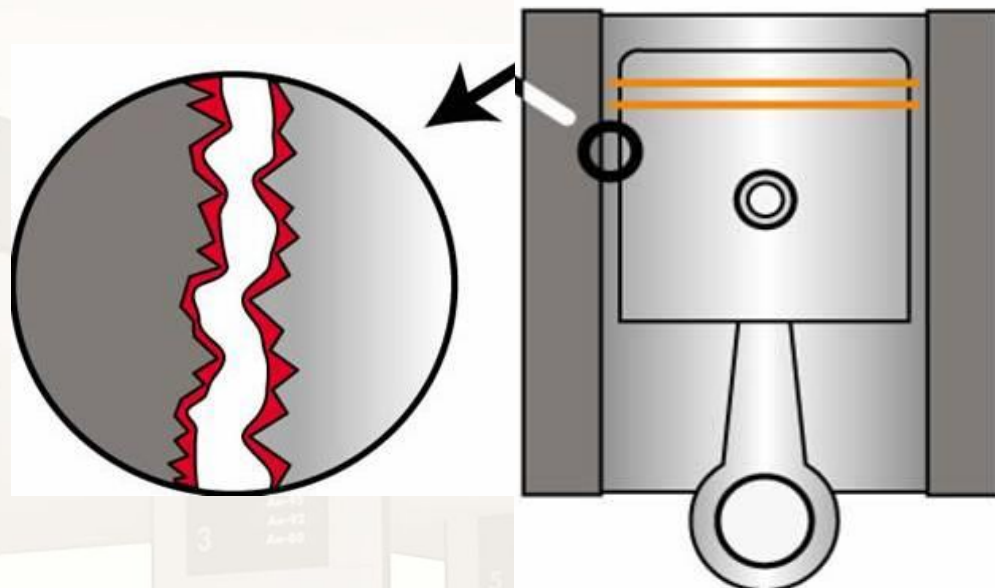
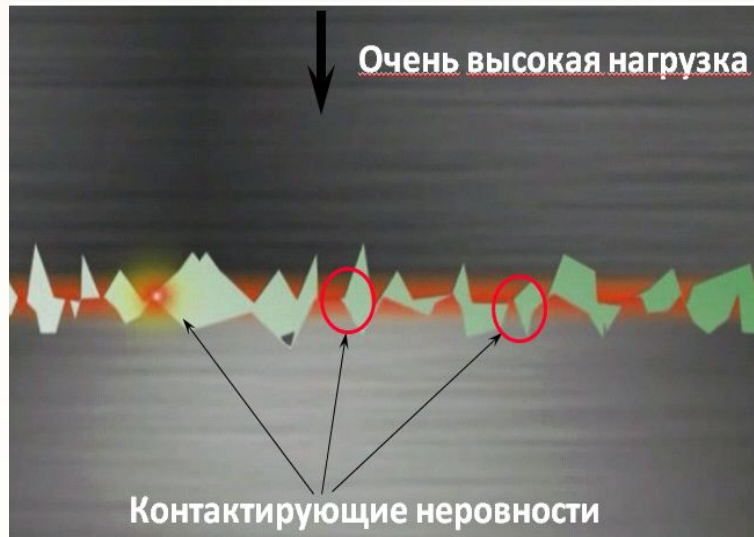
75W-90, 80W-90, 80W-85

ATF

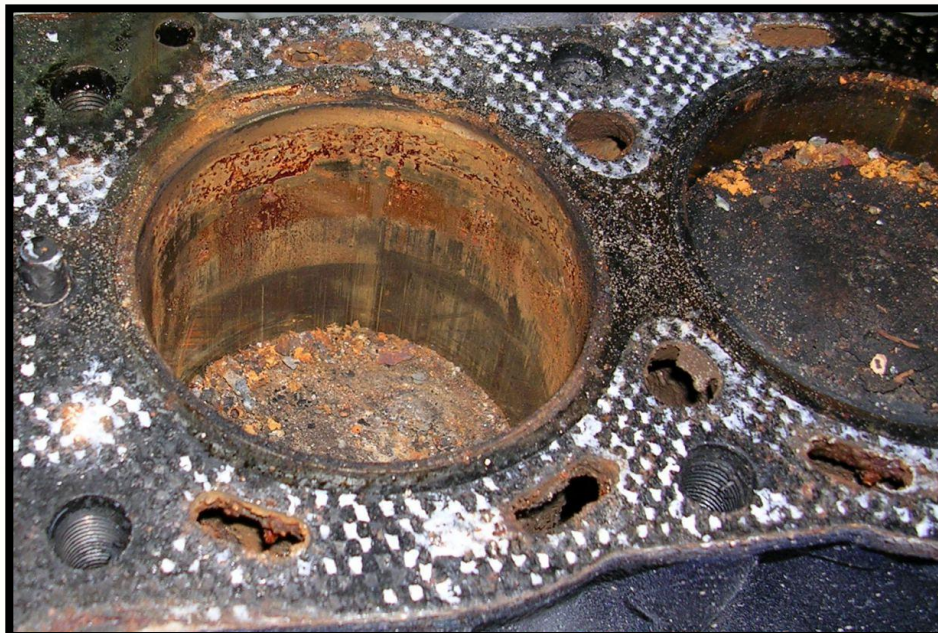
DEXRON III



1. Смазывающая функция



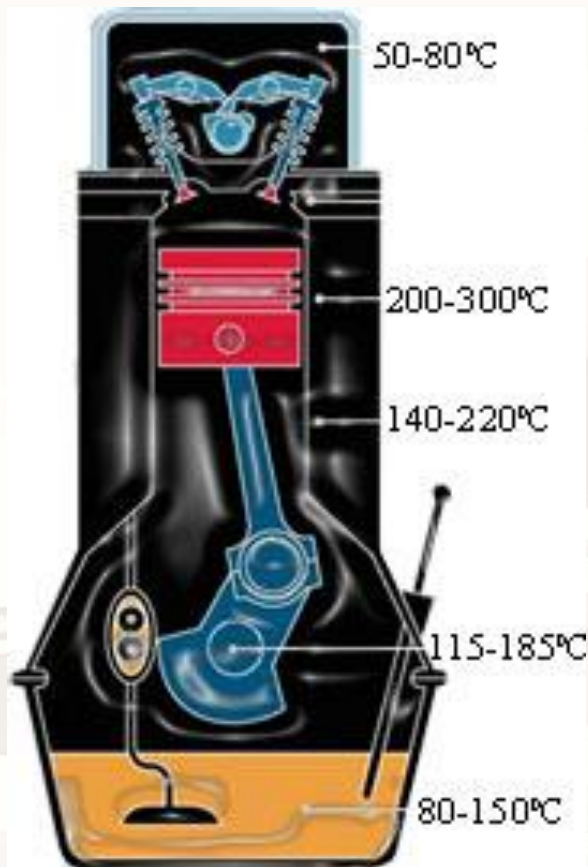
2. Защитная функция





ЛУКОЙЛ

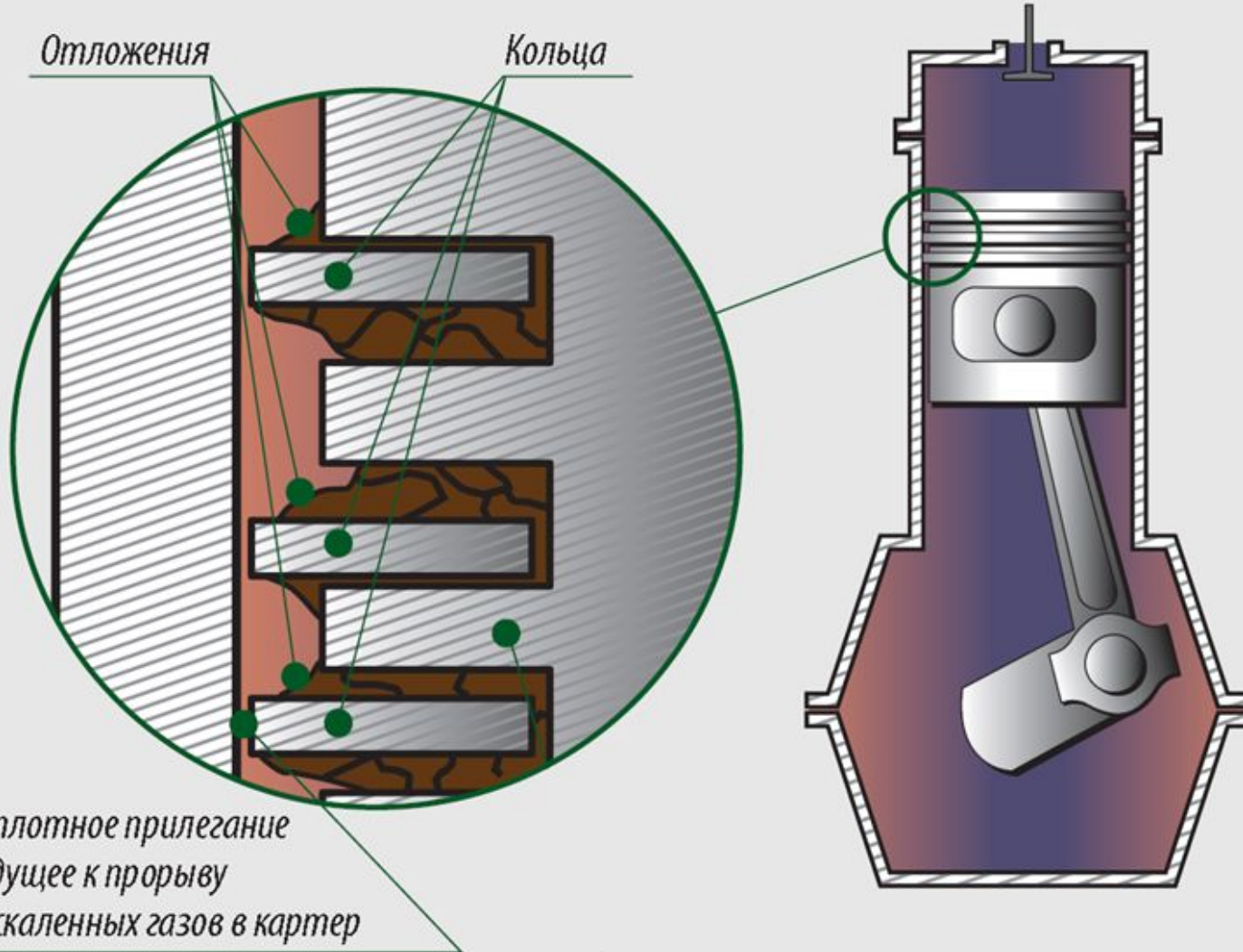
3. Терморегулирующая функция



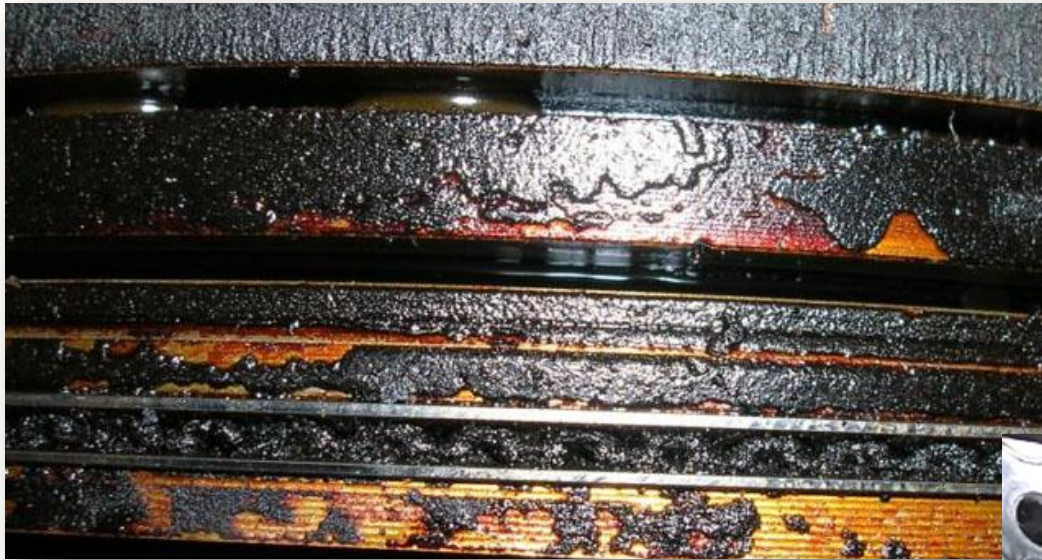


4. Моющая функция

Нагар в камере сгорания



Нагар



Мазеподобные отложения



Мазеподобные отложения



Допустимо



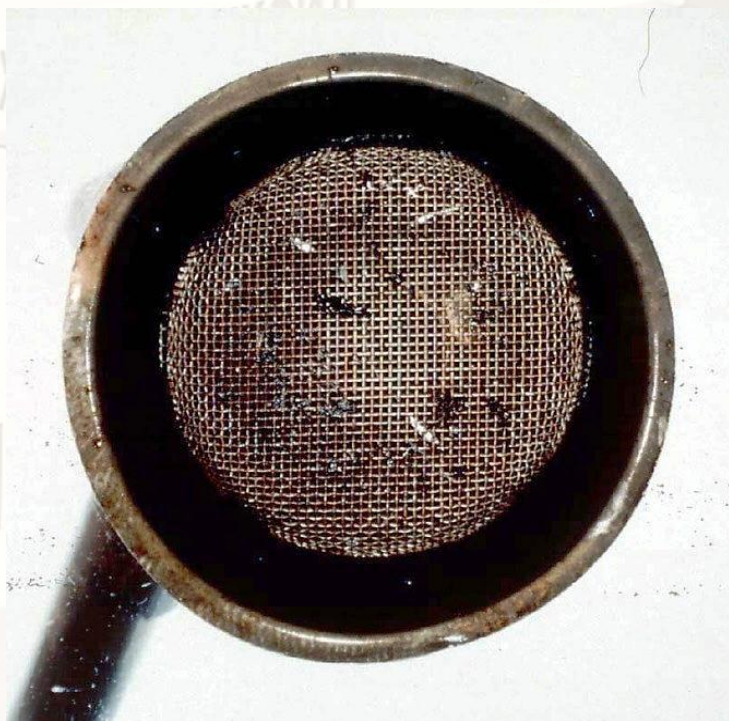
Не допустимо



Накопление отложений на сетке маслоприемника



Приемлемое



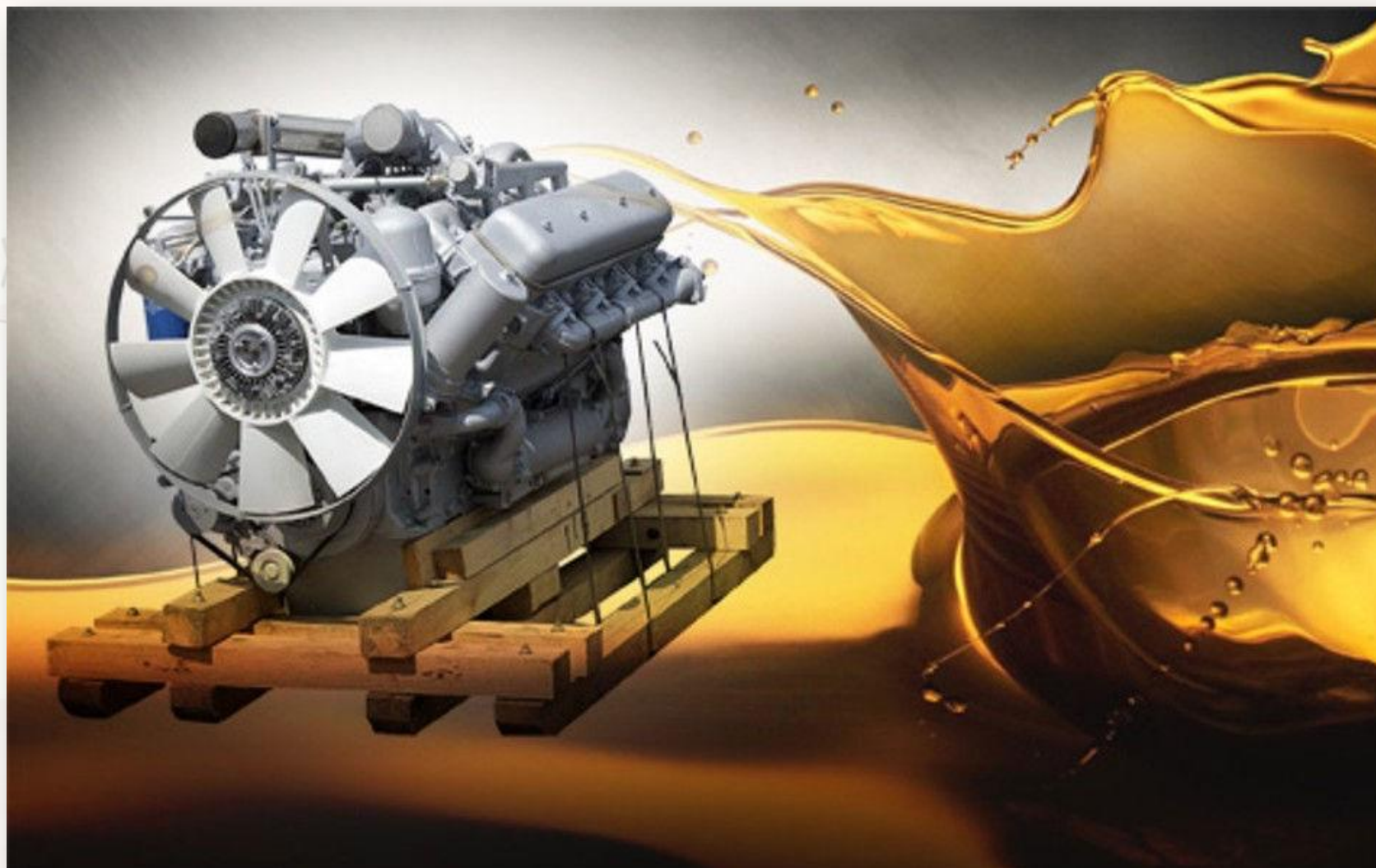
Чрезмерное





ЛУКОЙЛ

5. ЭКОНОМИЧНОСТЬ



ИНФОРМАЦИОННЫЙ

Промывка двигателя



Промывочное масло



Промывочная жидкость





1. Правило вытянутой руки – товар в прикассовой зоне (из очереди) на АЗС продаётся эффективнее товара расположенного в зале;
2. Правило «Золотая полка» – товар расположенный на уровне глаз, продаётся лучше;
3. Правило «Присутствия» – товара на полке должно быть много, полка должна быть заполнена в глубину полки не менее чем на 3 позиции SKU ;
4. Правило «Эффективной презентации» – товара на полке должен располагаться лицом к покупателю (выкладка желательна не менее 30 см), обязательно наличие актуального ценника. Не допускается наличие дыр в выкладке («Выбитый зуб»);

Рекомендации при работе с клиентами



Один или 2 клиента:

- Уменьшаем скорость работы;
- Стараемся задавать открытые вопросы;
- Задаём вопросы о предпочтении клиента (кафе, кофе);
- Подробно рассказываем об акциях;
- Формируем лояльного клиента!

Очередь от трёх человек:

- Увеличиваем скорость работы;
- Стараемся задавать закрытые вопросы (возьмете с собой горячий напиток);
- Предложение в формате «выбор без выбора»;
- Выдаём буклеты по ФА;
- Второй оператор на доготовке, предлагает товар в «очередь»;
- Работаем на поток!

Виды кофейных напитков



ЭСПРЕССО



Классический,
бодрящий напиток

АМЕРИКАНО



Меньше крепости
чем в эспрессо,
без горечи

КАПУЧИНО



Молоко смягчает
вкус и
насыщенность

ЛАТТЕ



Двойная порция
молока делает
напиток совсем
легким

ГОРЯЧИЙ ШОКОЛАД



Хорошая
альтернатива для
тех, кто не пьет кофе,
подходит для детей



Практикум



- - проверка оператором АЗС сопроводительных документов (ТТН, ТН, свидетельство о поверке АЦ, путевой лист и паспорт продукции на доставленный продукт);
- - подготовка к сливу нефтепродуктов (открытие/закрытие на площадке слива нефтепродуктов задвижек резервуаров аварийного пролива и отвода дождевых вод соответственно, проверка наличие свободной емкости в резервуаре для приема нефтепродукта);
- - проверка фактическое наличие и соответствие номеров постоянных и временных пломб, установленных на АЦ, записи в ТТН, их целостность и установку, исключающую доступ к нефтепродукту (несанкционированному сливу нефтепродукта в период транспортировки);
- - сверка фактического уровня взлива нефтепродукта в секциях АЦ относительно планки с данными, указанными в ТТН;
- - проверка правильности подсоединения водителем сливного рукава секции АЦ к сливной муфте трубопровода резервуара (соответствие марки нефтепродукта секции (сливного устройства) и резервуара);
- - предоставление разрешения водителю на слив нефтепродукта из секции АЦ;
- - обеспечение постоянного контроля за ходом слива нефтепродукта и уровнем заполнения резервуара, не допуская переполнения или разлива нефтепродукта;
- - определение объема и массы фактически принятого продукта, после отстоя и успокоения нефтепродукта в резервуаре;
- - оформление документов по приему нефтепродуктов («Акт приемки нефтепродуктов по количеству в автомобильных цистернах на АЗС № », отметка в ТТН, ТН, путевом листе о времени окончания слива нефтепродукта(ов) с указанием должности, ФИО, подписи и печати АЗС.



ЛУКОЙЛ



Спасибо за внимание!

Территориальный менеджер
Баев Николай Владимирович