

*Опрос региональных
представительств ROLF.
Март 2022*

Отчёт по результатам

- Целью опроса было комплексно понять ситуацию на рынке: как реагируют ЛПР, дистрибьютеры и покупатели на повышение цен и изменение ассортимента на рынке в связи с ситуацией в стране.

- Задействованы:

Республика Крым
Ставропольский край
Оренбургская область
Новгородская область
Псковская область
Санкт-Петербург и Ленинградская область
Екатеринбург
Тула
Тверь



Республика Крым



На какие категории
(вязкости) образуется
дефицит?
10W40, 5W40, 5W30

Как реагируют на изменение цен?
Какие основные барьеры (опасения),
препятствующие покупке, существуют на
сегодняшний день?

ЛПР

дистрибьюто
ры

покупател
и

Реагируют плохо.
Многие торговые
точки переходят
на наши бренды.

Опасаются, что
не хватит того
количества
товара, который
просит рынок.

Реагирует плохо.
Опасения:
полный уход
востребованных
брендов с рынка
РФ.



Соответствует ли цена ROLF
конкурентному окружению?

Соответствует

Как реагируют на информацию о том, что рынок
покидают некоторые бренды? На какие масла в
первую очередь ориентированы в покупках?

ЛПР

дистрибьюто
ры

покупател
и

Реагируют плохо.
Клиенты, у
которых есть фин.
подушка, делают
увеличенные
товарные остатки
и пока этим
товаром не
торгуют.

Реагируют
отлично.
Ориентированы
в покупках на
ROLF, TAKAYAMA,
Sintec.

Ориентированы
в покупках на то,
что подешевле:
Лукойл, ROLF,
TAKAYAMA, G-
Energy

Ставропольский край



На какие категории (вязкости) образуется дефицит?
0W20, 5W40, 5W30

Как реагируют на изменение цен?
Какие основные барьеры (опасения), препятствующие покупке, существуют на сегодняшний день?

ЛПР

дистрибьюторы

покупатели

Заменяют многие дорогие бренды на менее дорогие

Переоценку производят сразу с выходом нового прайса

Активно идет импортозамещение



Соответствует ли цена ROLF конкурентному окружению?

Соответствует

Как реагируют на информацию о том, что рынок покидают некоторые бренды? На какие масла в первую очередь ориентированы в покупках?

ЛПР

дистрибьюторы

покупатели

Торговые точки более охотно заключают договора и закупают наши масла

Увеличивают закупки наших масел

Переходят на другие бренды, более доступные

Оренбургская область



На какие категории (вязкости) образуется дефицит?

- 0W20 API SN, ILSAC GF5
- Масло с допуском GM Dexos 2
- Трансмиссионные масла синтетика 75w90 GL4/GL5
- Трансмиссионные масла с допуском API GL5 SL

Как реагируют на изменение цен?

Какие основные барьеры (опасения), препятствующие покупке, существуют на сегодняшний день?

ЛПР

дистрибьюто
ры

покупател
и

Отрицательно.
Барьеры:
перевод клиентов на предоплату, отсутствие продаж в ТТ, нет желания вкладывать деньги в новый продукт, только если для замены дефицитной продукции у поставщиков.

Негативно, но цены меняются у всех. Барьеров кроме денег пока нет.

Отрицательно.
Барьеры:
перевод клиентов на предоплату, отсутствие продаж в ТТ, нет желания вкладывать деньги в новый продукт, только если для замены дефицитной продукции у поставщиков.



Соответствует ли цена ROLF конкурентному окружению?

Цена по отношению к некоторым конкурентам стала не привлекательной таких как Mannol, G-Energy, GENESIS и др.

Как реагируют на информацию о том, что рынок покидают некоторые бренды? На какие масла в первую очередь ориентированы в покупках?

ЛПР

дистрибьюто
ры

покупател
и

Закупают дефицитный продукт в основном импорт у кого есть свободные деньги.

Надеются на лучшее. На те контракты по которым работает, старается держать ассортимент на складе без OOS

Ищут продавцов которые еще не успели изменить цены.

Новгородская и Псковская области



На какие категории
(вязкости) образуется
дефицит?
На все, кроме 5W20

Как реагируют на изменение цен?
Какие основные барьеры (опасения),
препятствующие покупке, существуют на
сегодняшний день?

ЛПР

дистрибьюто
ры

покупател
и

Скупают все.
Опасаются, что в
связи с
сокращением
отсрочки, не
смогут платить за
товар.

Опасаются
купить за дорого,
не успеть
оплатить и
попасть на ШН.

Масло берут по
остаточному
принципу, на
одну-две
замены - ждут
окончания
санкций и
снижения цены.



Соответствует ли цена ROLF
конкурентному окружению?
Сильно ниже цены
конкурентов

Как реагируют на информацию о том, что рынок
покидают некоторые бренды? На какие масла в
первую очередь ориентированы в покупках?

ЛПР

дистрибьюто
ры

покупател
и

Берут, что есть,
смотрят на цены.
Разобрали всё.
Остатки на всех
дистрах нулевые

Ойл-Сити, все
деньги тратит на
Газпром и G. Нас
берут всего одну
машину - 20-25%
от закупки.

Скупают Шелл и
Мобил. Далее-
любое не успевшее
подорожать,
импортное масло.
Разобрали Такаюму,
пылившуюся на
полках по два года.

Санкт-Петербург и Ленинградская область



На какие категории
(вязкости) образуется
дефицит?
На продукт допуском
A5/B5 в канистрах

Как реагируют на изменение цен?
Какие основные барьеры (опасения),
препятствующие покупке, существуют на
сегодняшний день?

ЛПР

дистрибьюто
ры

покупател
и

Принимают.

Не реагируют.
Работают с
новыми ценами.

Принимают.



Соответствует ли цена ROLF
конкурентному окружению?
Соответствует

Как реагируют на информацию о том, что рынок
покидают некоторые бренды? На какие масла в
первую очередь ориентированы в покупках?

ЛПР

дистрибьюто
ры

покупател
и

Основные
игроки рынок не
покидают,
информация
меняется
каждый день.

Основные
игроки рынок не
покидают,
информация
меняется
каждый день.

Основные
игроки рынок не
покидают,
информация
меняется
каждый день.

Екатеринбург



На какие категории
(вязкости) образуется
дефицит?
5W40, 5W30

Как реагируют на изменение цен?
Какие основные барьеры (опасения),
препятствующие покупке, существуют на
сегодняшний день?

ЛПР

дистрибьюто
ры

покупател
и

Боятся брать по новым ценам т.к. думают, что цены могут снизиться или ищут аналоги, но дешевле.

Думают, что будет дефицит. Запрещают продавать большие объемы. Продаем товар по предоплате. Клиенты работают с компаниями которые дают отсрочки.

Закупаются сразу на долго (по коробке масла) или уходят без покупок, потому что для них это дорого.



Соответствует ли цена ROLF конкурентному окружению?

Соответствует

Как реагируют на информацию о том, что рынок покидают некоторые бренды? На какие масла в первую очередь ориентированы в покупках?

ЛПР

дистрибьюто
ры

покупател
и

В штатном режиме пополняют склады и поднимают цены

Тула



На какие категории
(вязкости) образуется
дефицит?

5W30, 5W40

Как реагируют на изменение цен?
Какие основные барьеры (опасения),
препятствующие покупке, существуют на
сегодняшний день?

ЛПР

дистрибьюто
ры

покупател
и

Неопределеннос
ть в завтрашнем
дне по ценам.
Ждут изменения
цен.

НЕ
поддерживают
ассортимент в
связи с
недостатком ДС.
Клиенты ищут
отсрочку.

Очень дорого,
ждут изменения
цен в меньшую
сторону.



Соответствует ли цена ROLF
конкурентному окружению?

Да, но
незначительно
после подорожания

Как реагируют на информацию о том, что рынок
покидают некоторые бренды? На какие масла в
первую очередь ориентированы в покупках?

ЛПР

дистрибьюто
ры

покупател
и

Ищут замену в
более доступном
ценовом сегменте-
Газпром и Лукойл.

Ищут замену. Или
ждут
возобновления
поставок,
подбирают новые
бренды
основываясь на
цене, популярности
и стабильности в
поставках.

Спокойно,
переходят на
более
бюджетные
масла - Газпром
и Лукойл,
частично Синтек.

Тверь



На какие категории
(вязкости) образуется
дефицит?
5W40

Как реагируют на изменение цен?
Какие основные барьеры (опасения),
препятствующие покупке, существуют на
сегодняшний день?

ЛПР

дистрибьюто
ры

покупател
и

Реагируют оперативно.
Меняют наценку на подорожавший товар. Опасения: дорогой продукт не будут покупать

Реагируют оперативно.
Дорогой продукт будут покупать реже

Реагируют 50/50.
Барьеров и опасений нет.



Соответствует ли цена ROLF конкурентному окружению?

Соответствует

Как реагируют на информацию о том, что рынок покидают некоторые бренды? На какие масла в первую очередь ориентированы в покупках?

ЛПР

дистрибьюто
ры

покупател
и

Перестраиваются на другие бренды.

Перестраиваются. В первую очередь ориентированы в покупках на доступные товары.

Перестраиваются. В первую очередь ориентированы в покупках на доступные товары.

«Качественные» выводы

1. Сейчас на рынке ROLF становится более востребованным. Это нам показывает большой спрос на продукцию, а на складе дистрибьюторов возникают out of stock.
2. Ценообразование по мелкой фасовке вопросов не вызывает. По бочкам мы пока выпадаем из рынка. Цена продажи дистрибьютора в 85 000 за бочку 5-30/5-40 в данный момент неактуальна. Газпром сохранил цены на уровне 43000-48000, X-ойл продается в точку примерно на уровне 57 000 руб.
3. В целом ситуация такова, что покупатели и ЛПР в точках, которые и слышать не хотели про наши бренды, с удовольствием их покупают, заменяя конкурентов. Практически нет сожаления что уходят Шелл или Мобил.
4. Такие бренды как Шелл долгое время держались на инвестконтрактах, в том числе и с дилерскими станциями, т.е. по большому счету на силе бренда. Сейчас ситуация меняется в корне.
5. Мы рассматриваем всю эту ситуацию как время возможностей занять большую долю рынка.



ROLF
Qualität ohne Kompromisse