

Termékkereskedelem, termékek felhasználása

Kolozár Andrea
Marketing és ár vezető

Százhalmombatta, 2010. november 25.

Ki tud többet a kőolajfeldolgozásról?

Vetélkedő általános iskolák 7-8. osztályos csapatai számára



► **MOL GROUP**

Az előadás fő vezérfonalai



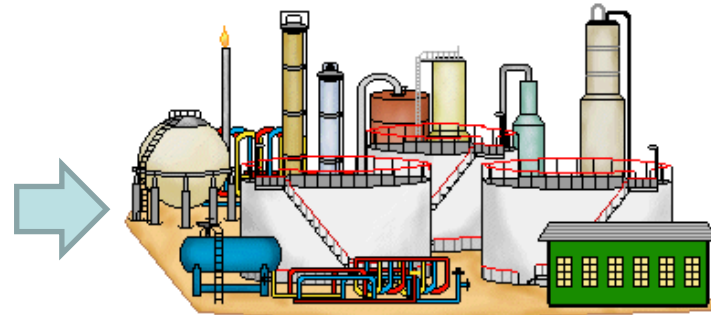
Működésünk három fontos tevékenységen alapul

UPSTREAM



KUTATÁS
& TERMELÉS

DOWNSTREAM



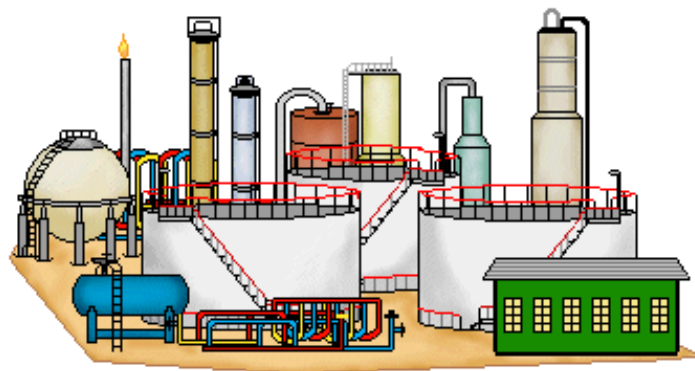
TERMÉKELŐÁLLÍTÁS



TERMÉK ELOSZTÁS
ÉS ÉRTÉKESÍTÉS

	Upstream	Finomítás	Elosztás & értékesítés
Kulcs jellemzők	Alapanyag kitermelés	Feldolgozás	Értékesítés
Kulcs mozgatóerők	- Abszolút árak - Alapanyagokhoz való hozzáférés - Technikai adottságok	- Árrés - Elhelyezkedés - Konfiguráció - Technikai adottságok - Gazdaságossági mutatók	- Árrés - Versenyképes ellátási költségek - Elhelyezkedés - Értékesítési technikák - Gazdaságossági mutatók
Pénzügyi erőforrások	Magas tőkeigény	Magas tőkeigény	Relatív alacsony tőkeigény
Kormányzati szerep	Gyakoriak a magas adók	Társasági adójogszabályok	Társasági adójogszabályok Európában magas termékadók

Milyen termékeket gyártunk?



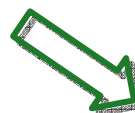
PB gáz



Motorbenzin
Dízel



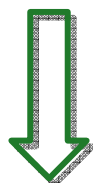
Kerozin/Jet



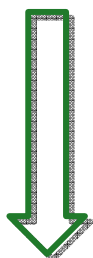
Fűtőolaj



Tűzelőolaj



Bitumen



Egyéb
speciális
termékek



Versenypiaci környezetben működünk



A világban kicsik vagyunk...

A négy olajipari óriás:

Tudtátok?

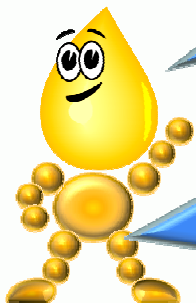
A MOL 0,5 %-át biztosítja a világ teljes kőolajfelhasználásának

Tudtátok?

és „mindössze” 7-szer kisebb a finomítói kapacitása, mint a Shell-é

Tudtátok?

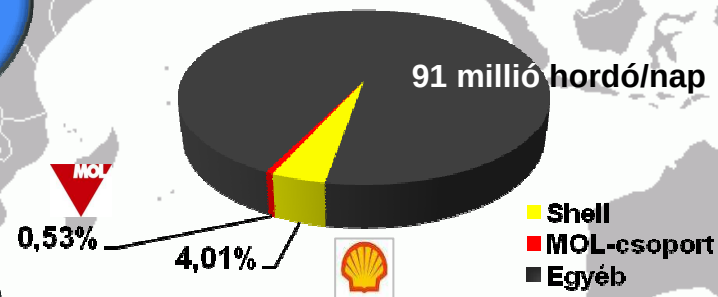
Az USA kevesebb, mint egy hét alatt felhasználná a MOL finomítója által egy év alatt létrehozott termékeket



2010. november 25.



A világ finomítói kapacitása (2010):

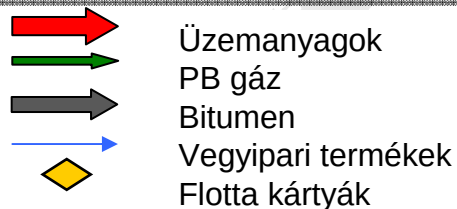


A világ kőolajfogyasztása (2010): 87,3 millió hordó/nap
1 hordó = 145 Liter

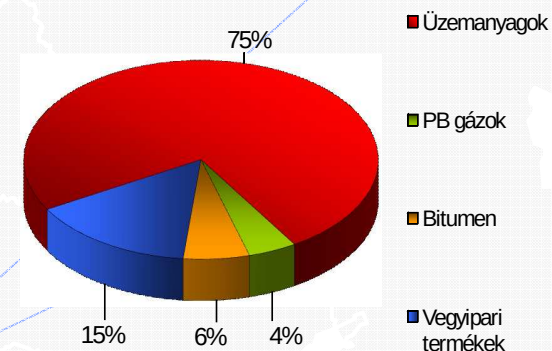
...elem, termékek felhasználása

...de a közép-kelet európai régióban erősek

A MOL Csoport Termékelőállítás és Kereskedelem által értékesített főbb termékcsoporthok



Értékesített volumen évi
22,5 Mt
Termékeink aránya az
értékesítési volumenben (2010)



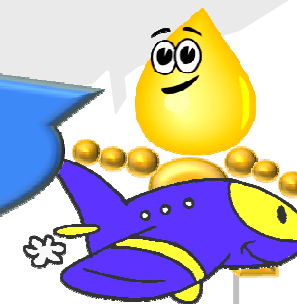
8
amerikai
állam

6 ázsiai
ország

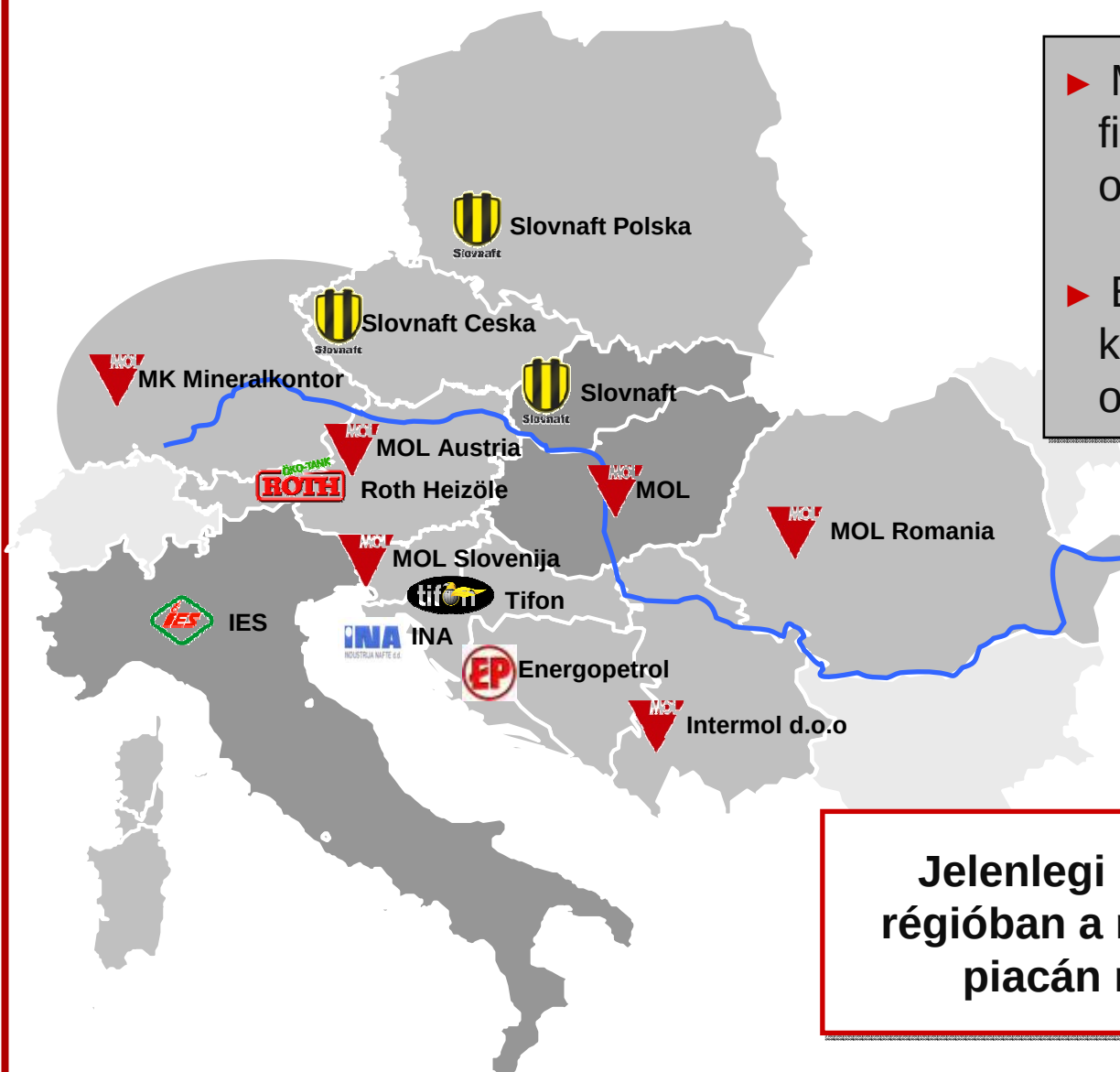
Tudtátok?

A Százhalombattán egy év alatt termelt kerozinnal megtankolt Boeing 737-es repülőgéppel hozzávetőleg 3500 alkalommal lehetne a földet körberepülni megállás nélkül

2010. november 25.



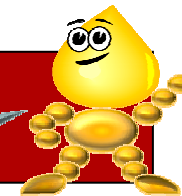
Közvetlen jelenlét 12 országban az anya- és leány- vállalatokon keresztül



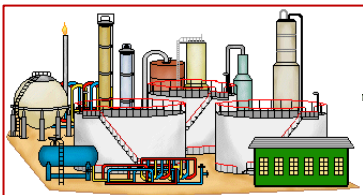
- ▶ Meghatározó szerep a finomítókkal rendelkező országokban
- ▶ Erős piaci pozíciók kiépítése a környező országokban

Jelenlegi piacrészesedésünk a régióban a motorikus üzemanyagok piacán magasabb, mint 20%

Az áru a finomítóból több módon juthat el a fogyasztókhöz



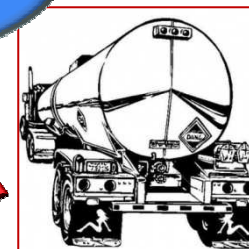
Finomító



Tudtátok?

Magyarország bármelyik pontján állva 50 km-en belül találhatunk egy MOL töltőállomást

tankautós
szállítás



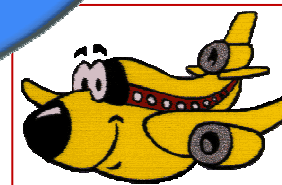
Tudtátok?

Ha a Százhalombattán termelt összes motorbenzint egyszerre szeretnénk tartályos kamionokkal elszállítani, kb. 11300 kamionra lenne szükségünk, amelyeket sorba rakva egy Szegedig érő kamion sort lehetne felállítani

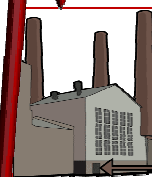
Kiskereskedelem



Közlekedés



Ipar



Háztartás



Tömegközlekedés
Árufuvarozás
Mezőgazdaság



Hajózás
Bunker

November 25.



regionális vagy globális
import/export



Hogyan jutnak el hozzánk a vevőink igényei?

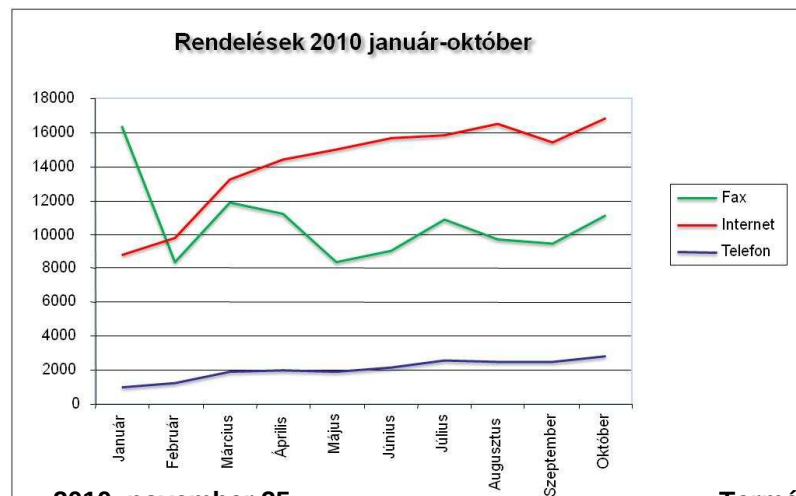
Belföldi rendelésfelvétel –Értékesítés-támogatás szervezet
(14 fő munkája éves szinten)

- ▶ Vevők száma 20.000 db
- ▶ Rendelések száma 370.000 db
- ▶ Rendelések mennyisége 3.000.000 TO felett
- ▶ 1 főre jutó rendelések mennyisége 27.000 db



Hogyan valósul ez meg?

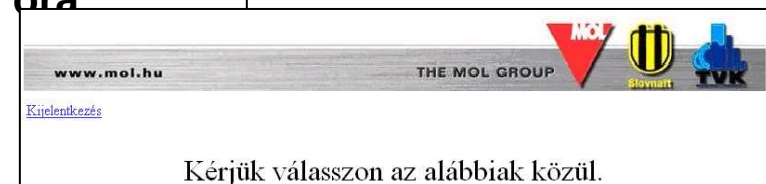
- ▶ Összes hívás 132.500 db
- ▶ Bejövő hívások száma 60.000 db
- ▶ Összes hívásidő 4.500 óra



2010. november 25.

Termékkeres

Internetes rendelésfelvétel



Rendelés manuális feltöltése

Kért kiszállási dátum: 2010/01/11
Kiszállási mód: MOL

Új sor hozzáadása Kijelölt sorok törlése

Árufüggetlen	Cyár	Exz95	Exz98	Gázolaj	Megjegyzés	Szállításlevegő
☐ 195452 TESZT VEVŐ	HLAL-Algyő	6000				

Rendelés

MOL Group

A Marketing Mix, avagy az úgynevezett 4P

„A marketing egy olyan tevékenység, melynek során áruk és szolgáltatások teremtése, árazása, promóciója és elosztása megy végbe azért, hogy egyéni és szervezeti célok valósuljanak meg.”

Price-Ár:

olyan árat kell megállapítani / képezni, amelyet a vevő képes és hajlandó megfizetni, de egyben profitot is termel, és versenyképes is

Place-Elosztás:

a termékeket és szolgáltatásokat a kellő helyre és időre, a szükséges mennyiségben és kínálatban kell eljuttatni



Promotion-Eladásösztönzés:

a vásárlókkal tudatni, hogy létezik a termék, felébreszti az igényt és a vágyat a termék iránt (Reklám, PR, eladásösztönzés)

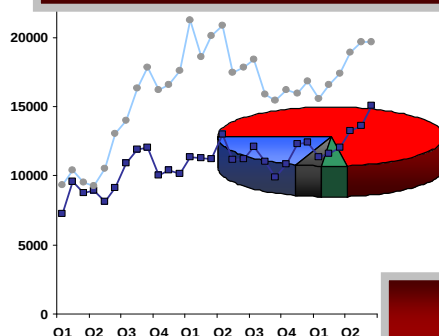
Product-Termék:

A vállalat termékkínálata, amely minőségben és választékban is képes a vevő igényeinek kielégítésére. Nemcsak a termék, hanem termékfejlesztés, a termékválaszték kialakítása, a termékekhez tartozó szolgáltatás

Hogyan támogatjuk még a Kereskedelem munkáját?

Marketing

Piackutatás és elemzés



Image

Üzemanyag kártya
PB gáz image;
Hirdetések

Szponzoráció/ adományozás

Média

Szakmai kiadványok
Termékkatalógusok
Hirdetések
Kampányok
Szakmai cikkek

Vevőelégedettségi felmérés

Külső és belső
elégedettségi mérések

Események,
Vevőtalálkozók,
Szakmai napok

Külső gazdasági elemzés

- Folyamatos piacfigyelés és elemzés (Kőolaj árak, Jegyzésárak, Árfolyamok...)
- Heti piaci elemzések

Riportálási kötelezettség

- Állami szervezetek felé (Adóhatóság, KSH, Energia)
- EU Statisztikák
- Auditorok

Támogatás

- Vevői kapcsolatok
- Regionális integráció

Árazás

Árképzés

- Versenyképes árképzés (Nagyker, Kisker, Export)
- Termékár számítások

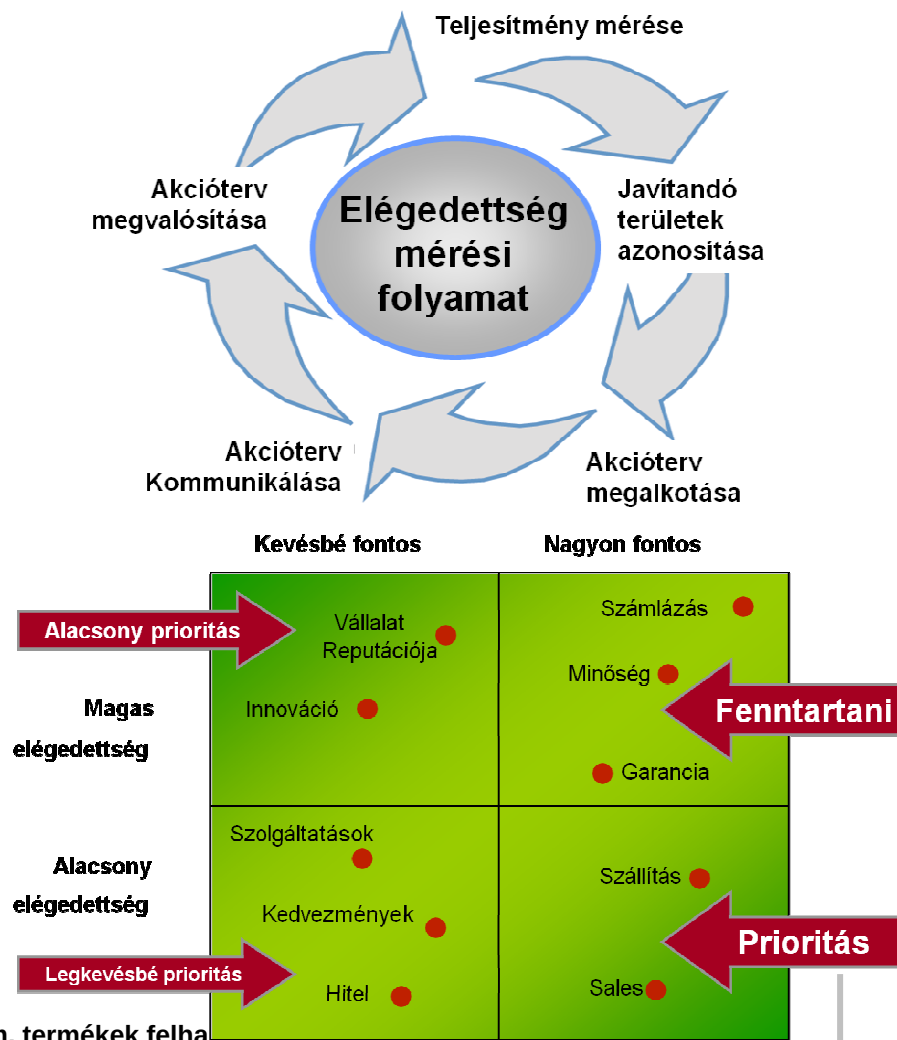
Ártervezés

- Rövid- és hosszú távú tervezés
- Riportok készítése

Fontos, hogy folyamatosan mérjük vevőink elégedettségét

A vevőelégedettség mérése megmutatja, hogy a vásárlóink mennyire elégedettek termékeinkkel és szolgáltatásainkkal

- ▶ A MOL 2002 óta évente méri saját és versenytársi vevőinek elégedettségét
- ▶ A közép-kelet európai régió 10 országában kérdezzük meg vevőink véleményét
- ▶ 2009-ben a vevőink a MOL magyarországi nagykereskedelmi tevékenységével való elégedettsége 4,4 volt 5-ös skálán
- ▶ Regionális szinten 4,5-re értékelték vevőink nagykereskedelmi teljesítményünket



Miért jó ha elégedettek a vásárlóink?

- ▶ Az elégedetlen fogyasztók 4%-a reklamál
- ▶ Egy elégedetlen vásárló 9-20 embernek mondja el a problémáját
- ▶ Az elégedett vevő 2-4 embernek meséli el elégedettségét
- ▶ Egy új fogyasztó megszerzése 5-7-szer kerül többbe, mint megtartani a jelenlegi vásárlókat
- ▶ A vásárlói hűség jobban befolyásolja a vállalat profitját, mint a piaci részesedés

Újra vásárolnak

Ajánlják termékeinket másoknak

Egyéb termékeket is vásárolnak

Többet is hajlandóak Fizetni (kevésbé árérzékenyek)

Hűségesebbek

***Elégedett fogyasztók
Sikeres vállalat***



Köszönöm figyelmetek!

