



Rynek

BP Polska Sp. z o.o. od 13 lat działa na polskim rynku paliwowym oraz rynku convenience (czyli dogodnych sklepów z artykułami spożywczymi). Rynek paliwowy w Polsce z roku na rok przybiera coraz bardziej dojrzałą formę. Stale wzrasta liczba samochodów osobowych, na koniec roku 2003 było zarejestrowanych 11,2 mln. Taki sam trend dotyczy liczby stacji benzynowych – jest ich obecnie prawie 10 tys. Sieć stacji BP liczy 285 obiektów, w tym 65 stacje dealerskie. Stawia to firmę na pierwszym miejscu w Polsce wśród koncernów zagranicznych. Przyrost sklepów na stacjach benzynowych kształtuje się na wysokości 15% w skali roku. BP ze swoją rozbudowaną o Petit Bistro ofertą pozostaje liderem na tym rynku.

Osiągnięcia

BP zarządza 28 tys. stacji paliw w ponad 50 krajach. Jest właścicielem 18 rafinerii. W 18 krajach wytwarza, a w 50 sprzedaje produkty naftowe, chemiczne oraz gaz. W światowym rankingu 100 Top Marek, opublikowanym w BusinessWeek w lipcu 2004 roku, BP zajęło 72. pozycję, a wartość marki szacowana jest na 3,6 mld dolarów.



BP jest laureatem wielu nagród w różnych dziedzinach działalności. W 1999 roku spółka otrzymała tytuł Dobroczyńcy Roku za program ekologiczny Czysty Biznes, a cztery lata później w kategorii Pomoc Społeczna i Ochrona Zdrowia – za sponsorowanie programów: Pajacyk (akcje żywiania dzieci) oraz Pola Nadziei (pomoc dla hospicjum). W latach 2001 i 2003 BP zostało uznane za najlepiej skomputeryzowane przedsiębiorstwo w Polsce w raporcie Teleinfo 100 – Almanach polskiego rynku teleinformatycznego. BP było oceniane w sektorze olejowym i handlu paliwami. W 2002 roku firma otrzymała tytuł Lidera IT w kategorii Handel i Usługi w VI edycji rankingu opracowywanego przez czasopismo Computerland. Firmie przyznano również tytuł Inwestora w kapitał

ludzki w konkursie organizowanym przez Krakowski Instytut Zarządzania (2003 rok). BP szczyt się też nagrodą polskiego oddziału Międzynarodowego Forum Liderów Biznesu Księcia Walii (IBLF) za 10 lat wspierania programu Autokreacja, zajmującego się szkoleniami zawodowymi grup społecznych najbardziej zagrożonych problemami bezrobocia (absolwentów, kobiet po 35 roku życia) – 2003 rok. W konkursie na Najczystsza Ekologicznie Stację Paliw w Kraju, organizowanym przez firmę Sintac Polska w roku 2003, stacja paliw BP – TULIPAN zajęła pierwsze miejsce.

Historia

Początki marki BP sięgają roku 1901, kiedy zamożny Brytyjczyk, William Knox D'Arcy, otrzymał koncesję od szacha Persji na eksploatację – nieodkrytych jeszcze – złóż ropy. Ropę – po raz pierwszy na Bliskim Wschodzie w ilościach komercyjnych – znaleziono dopiero po 7 latach kosztownych poszukiwań i w 1909 roku powstała firma Anglo-Persian Oil Company. Firma rozwijała się bardzo szybko, rozszerzając operacje na wydobycie i przerób ropy naftowej

w roku 1970 i na Alasce w roku 1969. Eksploatacja tych złóż zapewniła BP możliwość przetrwania i rozwoju, kiedy w latach 70. majątki firm naftowych na prawie całym Bliskim Wschodzie zostały znacjonalizowane. Dziś, oprócz Alaski i Wielkiej Brytanii, BP prowadzi wydobycie w Abu Dhabi, Australii, Kolumbii, Norwegii i Papui-Nowej Gwinei. BP rozwijało się też przez przejmowanie innych firm naftowych. W latach 80. przejęło jedną z największych firm amerykańskich, Standard Oil. W roku 1998 doszło do największego w historii połączenia dwóch firm produkcyjnych, BP i brytyjskiego Amoco; w 1999 roku ARCO i Burmah Castrol. W roku 2002 BP przejęło niemiecką firmę Aral. Nowa ogólnoswiatowa marka BP została zaprezentowana 24 lipca 2000 roku. Łączy ona dorobek korporacji, które ją stworzyły: British Petroleum, Amoco, ARCO i Castrol.

Rozszerzona firma odtąd nazywana jest po prostu BP, a znajoma tarcza BP i pochodnia Amoco zastąpione zostały nowatorskim symbolem przedstawiającym jaskrawą i słoneczną zieleń, biel i żółć. Nowy znak – Helios (po greckim bogu Słońca) ilustruje dynamiczną energię we wszystkich jej postaciach, od ropy naftowej i gazu do energii słonecznej.

W Polsce firma BP rozpoczęła działalność 17 września 1991 roku. Początkowo działało jedynie biuro handlowe olejów dla samochodów i przemysłu. Pierwsza stacja benzynowa BP została otwarta 5 sierpnia 1995 roku w Gliwicach, 3 lata później pierwsza – z dystrybutorem gazu – w Zakopanem. W następnych latach BP budowało kolejne stacje benzynowe, zarówno własne, jak i partnerskie.

Obecnie BP posiada największą sieć stacji wśród zagranicznych koncernów paliwowych i prowadzi w Polsce działalność w ramach następujących działów: paliwowego, gazowego, chemicznego, produkcji asfaltów, smarów i olejów.

Od roku 1991 firma BP zainwestowała w Polsce ponad 800 mln dolarów. Jest zaklasyfikowana do pierwszej trzdziestki najlepszych polskich firm i zatrudnia około 2 tys. pracowników w 6 działach.

Produkt

Stacje BP

Stacje BP są estetyczne oraz przyjazne środowisku. Spełniają najwyższe standardy ekologiczne. Opary paliwa podczas tankowania na stacji dzięki specjalnej instalacji są odprowadzane do zbiornika głównego, dzięki czemu do atmosfery nie dostają się szkodliwe węglowodory. Na każdej stacji klienci mogą też kupić żywność, napoje, środki higieniczne, prasę i wiele innych produktów.

BP oferuje wysokiej jakości paliwa objęte systemem ciągłego monitoringu jakości, prowadzonym przez niezależną firmę kontrolną J.S. Hamilton Poland Ltd.

W grudniu tego roku (2004) zostały wprowadzone paliwa nowej generacji BP Ultimate. Paliwa te występują w dwóch wersjach: jako benzyna bezołowiowa BP Ultimate 98 i jako olej napędowy BP Ultimate Diesel. Ich unikalna formuła powoduje, że z jednej strony poprawiają osiągi silnika: moc; przyspieszenie, wydajność, a z drugiej strony emitowanych jest mniej zanieczyszczeń do środowiska (mniej toksycznych substancji w spalinach i mniej spalin). Paliwa te posiadają

również dwa razy większą moc czyszczącą (w porównaniu do paliw standardowych), dzięki której usuwane są zanieczyszczenia z silnika, a silnik pracuje sprawniej (i ciszej – redukcja hałasu w silnikach Diesla – nawet do 10%). Paliwa te spalają się dokładniej, dzięki czemu są wydajniejsze (mniejsze zużycie = oszczędność). Z tymi dwoma nowymi paliwami oferta paliw na każdej stacji BP w Polsce to: dwie benzyny (standardowa PB 95 i zaawansowana technologicznie BP Ultimate 98) oraz dwa oleje napędowe (standardowy diesel i zaawansowany BP Ultimate Diesel).

Petit Bistro

We wszystkich sklepach BP Express znajdują się kawiarenki Petit Bistro – również czynne przez całą dobę. Serwowana jest w nich kawa Segafredo z ekspresu ciśnieniowego, prawdziwe cappuccino ze spienionego mleka, świeżo wypiekane szwajcarskie ciasteczka oraz rozmaite przekąski. Ulubieńcem klientów stał się chrupiący hot dog francuski, który od niedawna zagościł na stacjach.

BP Carwash

BP oferuje klientom automyjnię i myjnię ręczne. Myjnię automatyczną na stacjach paliw BP firmy Ceccato i Christ należą do najnowocześniejszych na świecie.

BP Gas

Koncern BP jest jednym z największych dostawców gazu płynnego w Polsce, w ofercie znajduje się zarówno hurtowa, jak i detaliczna sprzedaż gazu. W październiku 2004 roku został wprowadzony nowy produkt – innowacyjna butla kompozytowa BP Gas Light.

BP Bitumen

Koncentruje się na produkcji i sprzedaży drogowych asfaltów modyfikowanych elastomerami termoplastycznymi. Asfalty te służą do budowy dróg o dużym natężeniu ruchu pojazdów ciężkich: autostrad, dróg szybkiego ruchu, ulic i skrzyżowań w miastach oraz do budowy nawierzchni mostów.

Dział hurtowej sprzedaży paliw

Oferuje pełną gamę najwyższej jakości produktów paliwowych pochodzących z rafinerii krajowych i zagranicznych. Gwarantuje jakość, kontrolę dostaw i konkurencyjne ceny.

Lubricants

Dział olejów BP ma w swojej ofercie wysokiej jakości środki smarne, przeznaczone dla pojazdów oraz różnych gałęzi przemysłu.

Ostatnie wydarzenia

W 2002 roku połączyły się dwie firmy: Aral i BP. Najważniejszym wyzwaniem w całym tym procesie było zminimalizowanie ryzyka związanego z wprowadzeniem zamieszania w odczuciach klientów, dlatego też przeprowadzono szeroko zakrojoną akcję informującą o zachodzących zmianach i ujednolicaniu oferty obu sieci. Proces rebrandingu zakończył się w 2003 roku. Symbol koncernu



BP otrzymało 111 stacji Arala, 87 z nich zostało wyposażonych w LPG, a 16 w Petit Bistro. W Polsce w roku 2003 otwarto 15 stacji partnerskich, m.in. w Chrzanowie, Mińsku Mazowieckim, we Władysławowie, w Elku oraz uruchomiono dwie stacje własne w Warszawie. W 2003 roku rozpoczął się program na rzecz jakości paliw Tankowanie bez Ryzyka. Wszystkie firmy członkowskie Polskiej Organizacji Przemysłu i Handlu, w tym BP, podpisały porozumienie w celu zapewnienia wysokiej jakości paliw na swoich stacjach. W ramach programu prowadzony jest m.in. ciągły monitoring zbiorników na większości stacji, każda dostawa paliwa oraz każdy produkt posiadają atest jakościowy, w przypadku ewentualnej reklamacji klienta każde zgłoszenie jest szczegółowo analizowane.

Promocja

W strategii promującej markę BP kładzie nacisk na spójność swoich działań reklamowych. Jest to możliwe do osiągnięcia dzięki dwóm narzędziom stosowanym w firmie na całym świecie: AMF – Advertising Methodology Framework, czyli ustalony proces planowania, kreatywnego rozwoju i analizy reklamy BP, który porządkuje i ujednolica techniki reklamy i reklamowania się BP na całym świecie. stwarza wsoólnv iezkw nracv



z globalnymi partnerami. Jego głównym zadaniem jest maksymalizacja efektywności komunikacji firmy z klientem. Stawia czytelne i realistyczne cele reklam, których efekty są później łatwo mierzalne. Look & Feel – to kolejne narzędzie, które ustanawia standardy komunikacji wizualnej. W swojej komunikacji spółka nie boi się stawiania konkretnych pytań, jest otwarta i chętnie podejmuje dialog z otoczeniem. Look & Feel daje dokładne wskazówki co do projektowania materiałów komunikacyjnych i reklamowych, standardy dotyczące umiejscowienia logo oraz podaje paletę kolorów brandowych. BP jest obecne zarówno w ATL, jak i w BTL, przy czym BTL to przede wszystkim komunikacja oferty na stacjach i wszelkie okresowe promocje, natomiast ATL-em corocznie wspierany jest program lojalnościowy BP partnerclub, głównie poprzez prasę, radio i outdoor.



BP partnerclub – to nowoczesny program marketingowy, który został wprowadzony na wszystkich stacjach BP w Polsce 2 czerwca 2000 roku. W programie może wziąć udział każdy, kto dokona na stacji BP zakupu paliwa lub wybranych towarów i usług, których sprzedaż premiowana jest punktami. Punkty te mogą być później wymieniane na nagrody zaprezentowane w specjalnie wydanym katalogu. Tematem przewodnim tegorocznej, piątej już edycji katalogu, jest bezpieczeństwo na drodze.

Dzięki współpracy BP z Polską Akcją Humanitarną program BP partnerclub umożliwia też przyłączenie się jego uczestników do akcji pomocy społecznej Pajacyk. Zgromadzone punkty można przekazać na dożywianie dzieci. Jeden posiłek to równowartość 100 punktów. Od początku funkcjonowania programu BP wraz ze swoimi klientami przekazało na tę akcję ponad 1,3 mln złotych. Dodatkowo Polska Akcja Humanitarna otrzymuje od BP paliwo do samochodów na potrzeby akcji.

Realizacją odpowiedzialnej postawy wobec środowisk lokalnych, w których funkcjonuje BP, jest wspieranie Tatrzańskiego Ochotniczego Pogotowia Ratunkowego. Jako organizacja społeczna TOPR utrzymywane jest z dotacji państwa i prywatnych sponsorów. Od lat BP finansuje zakup paliwa i olejów niezbędnych do eksploatacji samochodów ratowniczych.

Wartości marki

Tożsamość firmy to znacznie więcej niż kolorowe logo, chwytliwa reklama czy nowe pomysły marketingowe. To także reprezentowanie własnych przekonań. Podstawą działań BP jest wytwarzanie energii w różnych jej postaciach, a tym samym wpływanie na postępek całej ludzkości. Energia, produkty i usługi firmy przyczyniają się do podniesienia jakości życia. Zapewniają swobodę poruszania się, ogrzewania, widzenia. Dla BP podstawowe są cztery wartości: **koncentracja na efektach**, wyrażana przez dotrzymanie obietnic, **innowacyjność** połączona z twórczym użyciem nowoczesnej wiedzy technologicznej, **postępowość**, czyli poszukiwanie lepszych sposobów działania oraz bycie „**zieloną firmą**”, rozumiane jako postawa odpowiedzialności społecznej, związana głównie z szeroko pojętym środowiskiem i działaniami proekologicznymi. Jednym z przejawów tej filozofii jest np. program Zielone Biuro, w ramach którego segregowany papier poddaje się procesowi recyklingu, a ten jednostronnie zapisany przekazywany jest przedszkolom.

Czego nie wiedzieliście o marce

BP

- Logo BP – słoneczny Helios, którego nazwa odwołuje się do greckiego boga Słońca, zostało zaprojektowane przez specjalistów Feng Shui, a idealna konstrukcja znaku odwołuje się do harmonii i pozytywnej energii.
- Znak graficzny nowego logo utrzymywany był w ścisłej tajemnicy aż do kulminacyjnego momentu w dniu 24 lipca 2000 roku, kiedy to wszyscy pracownicy firmy na całym świecie w tym samym momencie zobaczyli nowe słoneczne logo koncernu.