

Systematycznie rozszerzamy ofertę dla DOFO



mówi Dyrektor Mariusz Pięta, Biuro Zarządzania Siecią, Obszar Sprzedaży Detalicznej w PKN ORLEN w rozmowie ze Zdzisławem Pisińskim.

Jaki jest dziś udział stacji franczyzowych (DOFO) w sprzedaży PKN Orlen?

PKN ORLEN od ponad dekady konsekwentnie rozwija sieć stacji franczyzowych. Z satysfakcją odnotowujemy, że grono naszych Partnerów systematycznie się zwiększa. W ostatnich 5 latach przybywa w nim każdego roku średnio 20-30 nowych obiektów. Obecnie w sieci franczyzowej ORLEN działa ponad 440 obiektów, z czego przeszło 340 jest pod marką ORLEN, a reszta pod marką BLISKA. Potencjał naszej sieci DOFO oznacza, iż co czwarta stacja w kraju w marce ORLEN lub BLISKA jest zarządzana przez Partnera przy naszym wsparciu. Mimo spadku liczby stacji w Polsce utrzymujemy stabilną bazę DOFO. W tym segmencie przeszliśmy z fazy dynamicznego pozyskiwania lokalizacji do optymalizacji sieci i poprawy standardów operacyjnych. Wolumen paliw sprzedawanych przez stacje DOFO stanowi obecnie kilkanaście procent całej sprzedaży detalicznej paliw w sieci stacji PKN ORLEN.

Co legło u podstaw konstruowania nowej umowy franczyzowej?

W ubiegłym i w tym roku koncentrujemy się na opracowaniu i wdrożeniu szeregu nowych inicjatyw w sieci DOFO, mają-

cych na celu pożądaną przez klienta ujednolicenie oferty handlowej w sieci stacji własnych i franczyzowych. Ujednolicenie oferty postrzegamy jako uzyskanie jednorodności wizerunku stacji w obu kanałach sprzedaży. Nowa strategia współpracy z Franczyzobiorcami zakłada osiągnięcie poprawy efektywności po obu stronach. Szczególnie dużo uwagi poświęcamy wprowadzeniu nowych, często bardzo innowacyjnych rozwiązań, które dadzą wsparcie Franczyzobiorcom w pracy nad podnoszeniem jakości świadczonych usług. Naszą ambicją jest zniwelowanie wszelkich różnic w zakresie oferty stacji w sieci CODO i DOFO. Jesteśmy przekonani, że podejmowane działania przełożą się na stworzenie nowych wartości, które przyczynią się do poprawy zadowolenia i satysfakcji klientów naszej sieci. Obecnie już niemalże 200 stacji podjęło współpracę na nowych zasadach franczyzowych. Cały proces zmian planujemy sfinalizować do końca przyszłego roku.

Z jakimi nakładami inwestycyjnymi wiąże się zmiana umowy?

W ramach inwestycji na stacjach DOFO, których koszty ponosi PKN ORLEN, tak jak dotychczas finansowane są prace związane z dostosowaniem stacji do standardów sieci w zakresie elementów identyfikacji wizualnej oraz jej wyposażenia w system

informatyczny. Pozostałe prace niezbędne do uruchomienia obiektu są po stronie Franczyzobiorcy.

Co oprócz gastronomii i sklepu obejmuje wsparcie Koncernu?

Systematycznie rozszerzamy naszą ofertę handlową dla DOFO, starając się, by była ona atrakcyjniejsza zarówno z punktu widzenia potencjalnego Franczyzobiorcy, jak również dla klienta stacji. W tym celu w najbliższym czasie chcemy np. umożliwić korzystanie na stacjach DOFO z usługi WiFi.

Czy czas b. niskich marż detalicznych to dobry czas na takie inwestowanie? Jakie działania podjął Koncern w celu zapewnienia DOFO marż pozwalających na ww. inwestowanie?

Rynek sprzedaży detalicznej paliw w Polsce cechuje się dużą zmiennością, na co wpływ ma wiele czynników leżących bezpośrednio lub pośrednio po stronie sprzedawców. Inwestycja w stację paliw to bez wątpienia inwestycja długofalowa. Umowa franczyzy zawierana jest z Koncernem na kilka lat, ale z możliwością jej przedłużenia za zgodą obydwu stron. PKN ORLEN wspiera swoich partnerów w działaniach mających na celu poprawienie rentowności biznesu prowadzonego na stacji DOFO, zarówno w zakresie

sprzedaży paliw, jak też sprzedaży produktów pozapaliwowych oraz usług.

Na czym polega dziś i jak w nowej umowie będzie modyfikowana oferta flotowa Orlen BiznesTank?

Wdrożenie gotówkowej karty rabatowej BiznesTank w sieci DOFO wpisuje się w całokształt działań związanych z ujednoliceniem oferty handlowej obu sieci – zarówno CODO, jak i DOFO. Po zawarciu stosownego aneksu do umowy DOFO mają możliwość akceptacji kart BiznesTank wydanych przez inne stacje, a także we własnym zakresie proponują przedsiębiorcom wydanie nowej karty BiznesTank na swoich obiektach.

Jakie jeszcze wsparcie oferuje PKN franczyzobiorcom?

PKN ORLEN wspiera DOFO w celu budowania ich przewagi konkurencyjnej i osiągania stabilnej pozycji rynkowej m.in. poprzez: uatrakcyjnianie oferty handlowej stacji, dostęp do ogólnopolskiego programu flotowego (FLOTA, MIKRO-FLOTA) oraz programu lojalnościowego Vitay, wdrożenie innowacyjnego programu badania satysfakcji klientów stacji, dostępu do nowoczesnej elektronicznej platformy szkoleniowej, organizowaniu szkoleń dla kadry zarządzającej stacjami, wspieranie oferty pozapaliwowej – szczególnie poprzez ciągły rozwój conceptów gastronomicznych, atrakcyjne działania marketingowe – w tym liczne ogólnopolskie akcje promocyjne oraz dostęp do wyjątkowych rozwiązań optymalizujących biznes związany z prowadzeniem stacji.

Czy będą tu wykorzystywane doświadczenia PKN we współpracy z Eurocash i Tesco?

Uważamy, iż stacje w sieci DOFO powinny spełniać najwyższe standardy, zakres i poziom usług oferowanych na stacjach w sieci własnej PKN ORLEN. Planujemy wdrożenie w sieci DOFO wszelkich funkcjonalności i projektów służących zwiększeniu atrakcyjności stacji oraz uzyskiwaniu przez te obiekty przewagi konkurencyjnej. Wdrożenie nowych rozwiązań musi być jednak często poprzedzone licznymi analizami, zarówno od strony ekonomicznej, jak i prawnej.

Czy poza zakupem paliw stacje DOFO mają dowolność w kształtowaniu oferty pozapaliwowej, np. poprzez grupy zakupowe czy inwestując w marki własne?

Franczyzobiorca jest zobowiązany prowadzić na stacji sprzedaż produktów obowiązkowych oraz zapewniać poziom zapasów tych produktów w sposób umożliwiający ciągłość ich sprzedaży. Produkty są wskazane na przekazywanej Liście Asortymentowej. Oprócz nich Franczyzobiorca może sprzedawać na stacji inne produkty pozapaliwowe spoza tej listy, *de facto* wg własnego wyboru. Franczyzobiorcy samodzielnie też określają ceny towarów pozapaliwowych. Mają także dowolność w wyborze dostawców tych produktów, choć PKN ORLEN ma prawo rekomendować dostawców, których wybór naszym zdaniem gwarantuje wysoką jakość oraz terminowość dostaw. Tego rodzaju wskazanie w żadnym razie nie ogranicza jednak Franczyzobiorcy w wyborze innych dostawców. Obecnie finalizujemy prace dotyczące oferty dla stacji DOFO w zakresie centralnej dystrybucji towarów pozapaliwowych, polegającej w szczególności na umożliwieniu Franczyzobiorcom zakupu tych produktów na jednolitych warunkach cenowych i logistycznych od wybranych przez nas dystrybutorów wraz z zapewnieniem wsparcia systemowego w zakresie składania zamówień oraz zapewnieniu Franczyzobiorcom wsparcia w zakresie merchandisingu produktów pozapaliwowych.

Jak kształtowane są ceny zakupu paliw dla DOFO wg mikrorynków? Czy podczas konstruowania cennika brana jest pod uwagę konieczność konkurowania na rynkach lokalnych z cenami oferowanymi przez tzw. stacje garażowe, nie ponoszących kosztów przynależnych obiektom premium (tj. mają na to nakłady nawet kilkudziesięciokrotnie niższe)? Jak jaki wpływ ma tu tzw. szara strefa?

Stosujemy określone kryteria ustalania oferty cenowej zakupu paliw przez Franczyzobiorców z uwzględnieniem szeregu parametrów, w tym ilościowych i jakościowych, premiujących Franczyzobiorców realizujących wzorowo postanowienia umowy wzajemnej współpracy. Natomiast

współpracując z kompetentnymi instytucjami państwowymi, staramy się podejmować działania związane z ograniczeniem rozwoju szarej strefy sprzedaży paliw w Polsce, oczywiście w ramach swoich możliwości i uprawnień np. monitorując rynek.

Jaka idea przyświecała konsolidacji spółek PKN Orlen (ostatnio Orlen Paliwa i Orlen Gaz) dostarczających paliwa franczyzobiorcom? Jakie zmiany przyniesie to franczyzobiorcom? W jakich etapach będzie przebiegało i kiedy zostanie zakończone?

W ramach działań związanych z realizacją strategii budowy unikatowej oferty w obszarze sprzedaży hurtowej paliw do małych i średnich przedsiębiorstw PKN ORLEN podjął decyzję o połączeniu spółek ORLEN Paliwa i ORLEN GAZ. Połączenie to nastąpi na drodze sukcesji uniwersalnej. Polega ona na przejęciu przez ORLEN Paliwa wszystkich praw i obowiązków ORLEN GAZ. Połączenie obydwu podmiotów oznacza dla naszych Franczyzobiorców, że wszystkie dotychczasowe zobowiązania wynikające z umowy obejmującej dostawę paliwa LPG zawartej z ORLEN GAZ jeszcze w tym roku przejmie spółka ORLEN Paliwa. Nie ulegną zmianie dotychczasowe warunki handlowe zawartych umów ani też sposób świadczenia dostaw produktu oraz wymagane formy zabezpieczenia płatności.

Czy zmiana umowy i rebranding stacji do formatu premium oznacza, że definitywnie z rynku zniknie format BLISKA (bez gastronomi i paliw premium) czy też w zależności od mikrorynku, ze względu na wielokrotnie niższe nakłady, BLISKIE będą wciąż jednak powstawały?

Nie planujemy obecnie nowych lokalizacji stacji franczyzowych w marce BLISKA, natomiast stacje dotychczas działające pod tą marką, które nie spełniają kryteriów rebrandingu do formatu Premium, nadal będą funkcjonowały. Wobec tych obiektów także skutecznie podejmujemy i będziemy podejmować działania w celu zmiany formuły współpracy na najnowszy wzór umowy franczyzy.

Dziękuję za rozmowę