

Делаем не просто красивые,
а прибыльные АЗС.

Что делать, когда продажи топлива неуклонно падают,
на дорогах всё больше электромобилей,
а пандемия меняет привычки и потребности
клиентов?



Что можно сделать уже сейчас



Сегментация

Понимать нужды клиента в каждой конкретной локации



Инновации

Опережать конкурентов с инновационными решениями



Лояльность

Расширять список услуг и работать над программой лояльности



Категорийный менеджмент

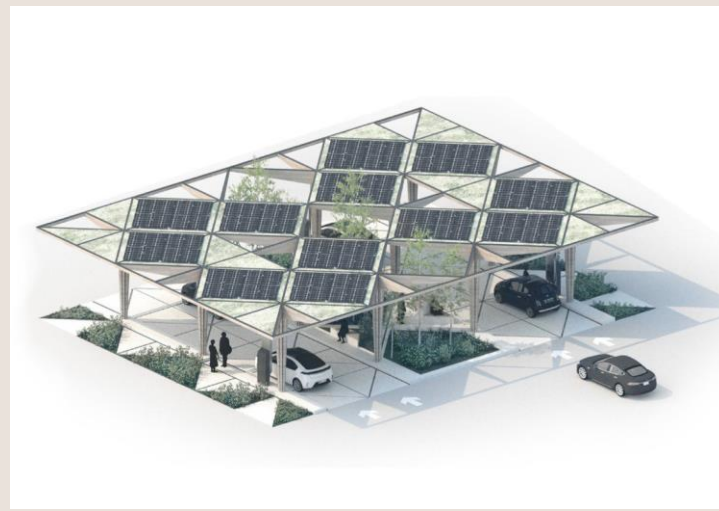
Работать с ассортиментом и поставщиками

В быстроменяющемся мире современные АЗС должны стремиться стать частью ежедневного ритуала каждого человека, а не просто продавать топливо.

Мировые тренды, на которые стоит обратить внимание



Архитектура и дизайн



Экологичность



Изучение клиента (форматы)



Электрификация



Автораздача



Партнерства брендов



СТМ



Доставка



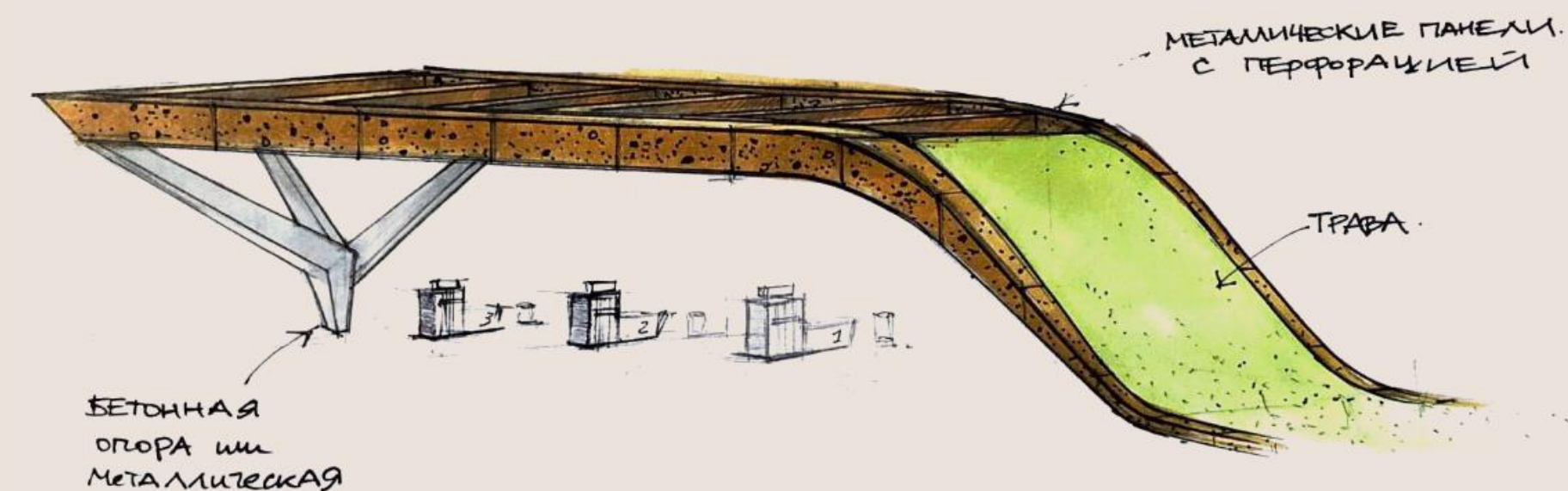
Автономные магазины



Кофе и еда

Мы вам поможем:

- Расскажем, на какие тренды ориентироваться
- Придумаем, как стать лучше конкурентов и заработать больше
- Проанализируем ваши локации и продажи, чтобы знать, где начать
- Спланируем пространство и Путь клиента
- Обновим магазин, чтобы он стал ещё прибыльнее
- Поможем построить и запустить локации
- Перезапустим ваш бренд



Case study: Новый бренд АЗС и отдельно стоящих магазинов

Создали с нуля дизайн и форматы АЗС и Магазинов, исходя из разработанного позиционирования.

Первый магазин под новым брендом открывается 12 сентября 2022 года,
первая АЗС — в середине 2023 года.

- ✓ Определили конкурентные преимущества бренда, отразили это в планировке, дизайне и макропланах;
- ✓ Разработали формат Convenience Store (потребление в течение 4-х часов) с упором на ключевые категории: кофе, готовая еда, алкоголь;
- ✓ Создали модель P&L для будущих магазинов и АЗС;
- ✓ Разработали формат магазина, путь клиента, планировку, ассортимент, распределили полочное пространство по категориям;
- ✓ Отразили концепцию в архитектуре всего комплекса АЗС совместно с архитектурным бюро TOU!architects;
- ✓ Провели тендеры для выбора строительных подрядчиков, производителей мебели, поставщиков холодильного оборудования;
- ✓ Придумали программу лояльности и механики промо акций.



Case study: Флагманская АЗС Shell

В 2016 году Shell купил АЗС, чтобы сделать из неё Флагманскую станцию. Мы полностью вели проект с момента покупки участка до открытия.

Реконструированная АЗС была открыта в 2016 году и быстро стала АЗС номер 3 в сети по обороту магазина и номер 1 среди городских станций. Ежедневные продажи кофе достигли 250 чашек в день.

- ✓ Разработали формат магазина, путь клиента, планировку, ассортимент, распределили полочное пространство по категориям;
- ✓ Создали новый формат кафе с категорией продуктов «супер-фреш» в сотрудничестве с кофейнями «Хлеб Насущный»;
- ✓ Внедрили целый ряд инновационного оборудования на всём пути клиента (цветовая индикация свободных колонок, экраны, новые модели холодильного оборудования, новая зона кафе и посадки, новое оборудование в сан.узлах и т.д.);
- ✓ На данной АЗС была установлена первая для сети на тот момент зарядка Электромобилей.

БЫЛО



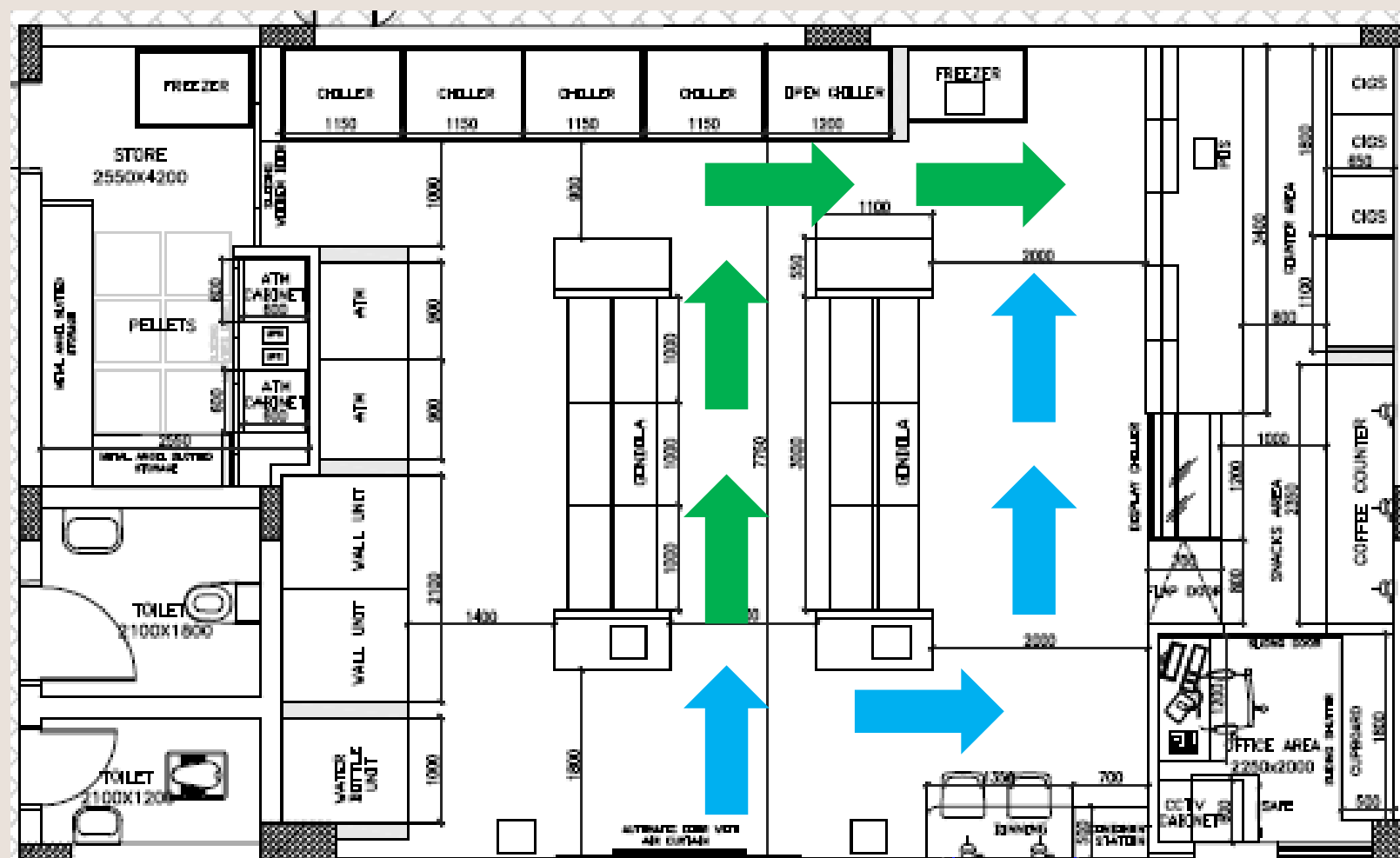
СТАЛО



Case study: Влияние планировки на путь клиента и средний чек в магазине

Локация: Оман, Маскат.

Ключевые категории: напитки, кофе, табак, телефонные карты.

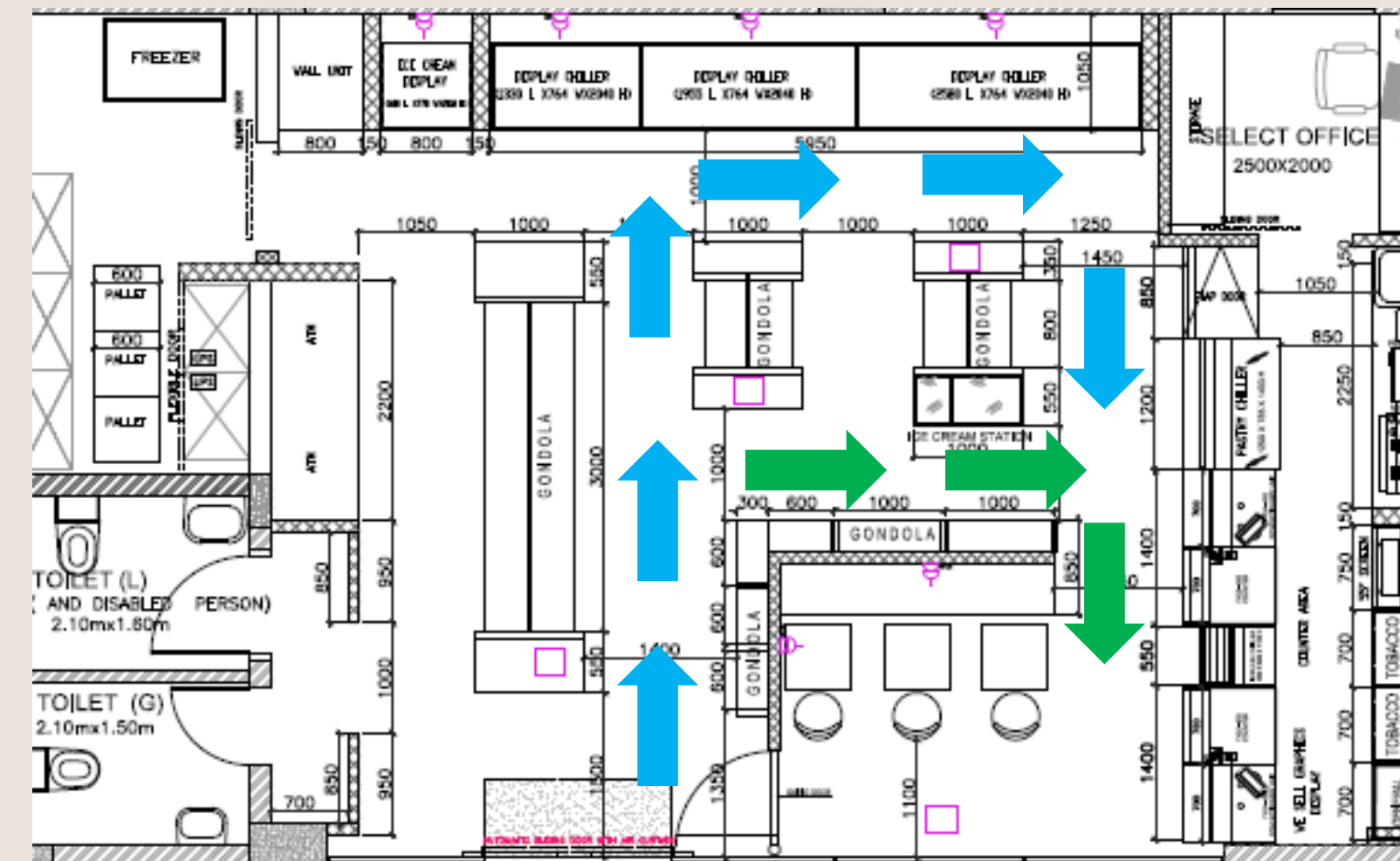


Клиент на пути к кассе проходит мимо

1 гондолы и 1 двери холодильника

Средний чек \$2.8

+28%
Вырос средний чек после изменения
планировки магазина



Клиент на пути к кассе проходит мимо

5 гондол и 8 дверей холодильника

Средний чек \$3.6



Николай

Признанный эксперт в области АЗС
по Ближнему Востоку

- ✓ CEO ProStore Consulting (ОАЭ)
- ✓ Региональный Директор по Ближнему Востоку консалтинговой компании Shopworks
- ✓ Спроектировал и открыл десятки новых АЗС и магазинов в разных странах
- ✓ 10 лет международного опыта на локальных и глобальных позициях в Shell в отделах операционного управления, развития сети, управления недвижимостью, маркетинга, категорийного менеджмента, управления форматами магазинов при АЗС, создания и запуска собственных торговых марок
- ✓ Работал с 26 странами в регионах Америка, Европа, Южная Африка, Ближний Восток, Юго-восточная Азия



София

Маркетолог с опытом более 14 лет в FMCG,
ресторанном и нефтегазовом бизнесе

- ✓ Запускала Krispy Kreme и Pinkberry на новых рынках, развивала L'Oreal и Shell на позициях Brand manager, Trade Marketing manager, Category Manager
- ✓ Во время работы в Shell отвечала за развитие с нуля предложения Кафе на АЗС (создание ассортимента, работа с поставщиками, выбор оборудования, создание промо-механик, запуск продуктов, разработка стандартов пищевой безопасности)
- ✓ Под ее управлением были обновлены зоны кафе на 250 станциях Shell в течение 2 лет, что принесло рост продаж на 170%, а также рост маржи в категории на 200%

Бренды, с которыми мы работали:



L'ORÉAL

shopworks



MARS



СМИ и медиа о нас:

- Convenience in the Middle East – a very important part of the global retail map, 12 янв 2021 — [Читать статью](#)
- Middle East — Oil rich region on the path to Decarbonization, 4 янв 2021 — [Читать статью](#)
- The GCC region is fast becoming a global centre for growth and innovation, 14 июн 2022 — [Читать статью](#)
- Ближний Восток становится глобальным центром роста и инноваций АЗС, 15 авг 2022 — [Читать статью](#)
- Convenience in the Middle East – with ADNOC & ENOC — [Смотреть вебкаст](#)
- The Middle East: Innovation and convenience retail excellence — [Смотреть вебкаст](#)
- Кофе против незамерзайки, интервью с Софией — [Читать интервью](#)

Контакты

ProStore.Consulting@gmail.com

+971 58 58 38 135

+7 916 055 1 055 (WhatsApp)

