«Газпром нефть», несмотря на кризис, готова потратить на ребрендинг своих АЗС 7 млрд рублей. Расчет на то, что «именем «Газпрома» затраты удастся отбить: продажи топлива на АЗС могут вырасти на 15–20%. Эксперты считают, что «Газпромнефть» несколько припозднилась с идеей.

«Газпром нефть» начала ребрендинг своих заправок. Официальная церемония открытия первой АЗС под новым брендом состоялась в пятницу в Омске, а всего до конца текущего года компания планирует привести в соответствие с новым стилем 230 заправочных комплексов.

Теперь заправки «Газпром нефти», большая часть которых ранее работала под брендом «Сибнефть», будут носить имя «Газпромнефть» – причем компания особо подчеркивает, что новое название пишется слитно. Стилистика оформления выдержана в цветовой гамме «Газпрома», кроме того, добавлена знаменитая «зажигалка», что должно вызывать ассоциации с газовой монополией.

Программа ребрендинга, которую запланировала «Газпром нефть», предполагает модернизацию более 1000 АЗС компании в 14 субъектах РФ. «Дочка» «Газпрома» планирует уложиться в три года и 7 млрд рублей.

«До сегодняшнего дня не было розничного бренда с участием «Газпрома»,

– пояснил «Газете.Ru» Вадим Журавлев, вице-президент брендингового агентства Mildberry, которое занимается кампанией «Газпром нефти». – Наша стратегия

заключается в синергии репутации, доверия и известности «Газпрома» применительно к розничному бренду». По словам Журавлева, результаты проведенных исследований уже показали, что потребитель позитивно относится к тому, что в названии заправок будет фигурировать «Газпром». По оценке самой «Газпром нефти», со сменой бренда продажи на АЗС возрастут на 15–20%.

«Газпром» поздно проснулся, – сомневается один из экспертов рынка. –

Переименовывать АЗС надо было раньше, а сейчас бренд «Сибнефть» широко известен, особенно в регионах,

в частности в Тюмени, и имеет хорошую репутацию благодаря качеству бензина».

А вот управляющий директора брендингового агентства BrandLab Александр Еременко полагает, что ребрендинг вполне способен подтолкнуть продажи АЗС «Газпром нефти» вверх. «Здесь в первую очередь работает имя самого «Газпрома», а «Газпром» – бренд на несколько порядков более сильный, чем «Сибнефть», – поясняет эксперт. – Фактически настолько раскрученного и известного бренда в нашей стране больше просто нет».

Для заправок бренды играют ключевую роль, так как потребитель не способен лично, на месте, убедиться в качестве продукта.

«Сумма 7 млрд рублей для такой компании, как «Газпром нефть», незначительная, даже в период кризиса, – считает аналитик ИК «Капиталъ» Виталий Крюков. – Тем более что вложение это долгосрочное и, скорее всего, оно окупится». Правда, многое будет зависеть от восстановления внутреннего спроса на бензин и дизельное топливо. «Пока мы наблюдаем лишь постепенную стабилизацию, торможение темпов снижения этого спроса», – констатирует эксперт.

www.Gazeta.ru
http://www.gazeta.ru/business/2009/09/04/3255947.shtml