



НОВ
БЪЛГАРСКИ
УНИВЕРСИТЕТ

ВАНВ 532

Курсова работа

на тема:

Prestone®

Изготвил:

Проверил:

София, 2015

1. История на марката Prestone®

От 1927 година, когато марката Prestone® за първи път представя антифриза / охлаждащата течност за автомобили, хората се доверяват на името Prestone® като символ на изключителна защита на охладителната система на автомобила. Днешните автомобили са по-сложни от всякога. Антифризът/охладителната течност се предлага в разнообразие от цветове и биохимични съставки. Антифризът Prestone® е с формула, която го прави готов за употреба. Той е предназначен за употреба и е съвместими с всеки антифриз /охладителна течност и може да се използва за всяка марка или модел на лек автомобил, с бензинов или дизелов двигател и се смесва с всеки цвят антифриз. Тази смес от антифриз /охладителна течност предотвратява замразяване, прегряване и кипене на автомобила и в същото време защитава алуминия и всички други метали на двигателя. Формулата на антифриза Prestone® не съдържа силикат и фосфати с цел дълготрайно инхибиране и защита от корозия.



2. Продуктова линия на антифризи с марката Prestone®

Антифризът с марката Prestone® се предлага в 11 разновидности, които покриват изцяло изискванията на потребителите¹:

Prestone® Extended Life Antifreeze/Coolant

Prestone® 50/50 Prediluted Engine Coolant/Antifreeze

Prestone® Extended Life 50/50 Prediluted Engine Coolant/Antifreeze

Prestone® Dex-Cool® Extended Life Antifreeze/Coolant

Prestone® Low Tox® Antifreeze/Coolant

Prestone® RV Waterline Antifreeze

Prestone® Heavy Duty Antifreeze/Coolant

Prestone® Heavy Duty Extended Life Antifreeze/Coolant

Prestone® Heavy Duty Extended Life 50/50 Prediluted Engine Antifreeze/Coolant

Prime® Antifreeze/Coolant

Prime® 50/50 Prediluted Engine Antifreeze/Coolant

¹ http://prestone.com/products/antifreeze_coolant/product_list

3. Основни конкуренти на Prestone® на пазара на антифриз/ охладителни течности



❖ Prestone® Extended Life Antifreeze/Coolant

Ще разгледаме конкретен пример за марката Prestone® на пазара в лицето на Prestone® Extended Life Antifreeze/Coolant. Този антифриз/ охладителна течност с „удължен живот“ е съвместим с всеки друг антифриз или течност за охлаждане, независимо от цвят. Приложим е за всички марки и модели автомобили, което на практика го прави „универсален“. Патентованата формула на продукта осигурява голяма дълготрайност на действието и внимателно балансирана защита срещу екстремни температури и корозия на всички метални елементи на охладителната система, включително и на алуминиевите части. Цената на този антифриз в концентрат в Америка за 1 литър е около \$15-18. В България продукта може да се намери в различните сайтове и магазини на цени между 18-20 лева.

❖ Антифриз MOTOX® концентрат-72

Антифриз MOTOX е ефективна охлаждаща нисковизкозна течност, предназначена за използване в охладителната система на двигатели с вътрешно горене, както и в качеството на топлоносител в топлообменни апарати, експлоатирани при температура на въздуха -72 С. Цената за 0.940 литра е 7-8 лева. Българската марка за антифриз е изключително конкурентна на местния пазар поради съотношението цена-качество.



❖ Антифриз Castrol ELC™ (Extended Life Coolant)



Castrol е компания, която предлага смазочни продукти за почти всички битови, търговски и индустриални нужди. За автомобилната индустрия Castrol предлага моторни масла за 2-тактови и 4-тактови двигатели, бензинови и дизелови двигатели.

Продуктите включват широка гама от масла за ръчни и автоматични скоростни кутии, антифриз, спирачна течност, греси, средства почистване и поддръжка. Castrol също така произвежда и продукти за селското стопанство, за индустрията и морски инженерни приложения. Когато едн продукт е тестван в състезателни условия това е най-добрата гаранция, че когато купувате Castrol, Вие купувате най-доброто. С повече от 100 годишен опит Castrol са световен лидер на пазара за смазочни материали. Продуктите на Castrol са уникално съчетание от науката и опита на компанията. Големият имидж на марката прави продуктите ѝ разпознаваеми за потребителя.

Антифризът Castrol ELC TM е 50:50 микс от Castrol Heavy Duty и дейонизирана вода. Той разполага с патентованата формула на „органична киселина“, която гарантира цялостна защита на охлаждащата система за 600 хиляди мили на пътя. Цената на този антифриз е около \$15. На българския пазар цената е около 17 лева.

❖ Антифриз Ласол® 36

Осигурява нормална всесезонна работа на двигатели с вътрешно горене, като предпазва охладителната им система от замръзване. Употребява се разреден с омекотена или дестилирана вода - по схема. Продуктът е предложен в готов вид за употреба, с гарантирана студозащита до минус 36°C. Цената на този антифриз за бутилка от 0.970 литра е 2.50 лева, което го превръща в изключително конкурентен от гледна точка на цената.



4. Позициониране на марката Prestone® в съзнанието на потребителите.

Бранът Prestone® се позиционира в съзнанието на потребителите изцяло чрез функционалните характеристики и ползите на продуктите за потребителя. При позициониране на марката емоционалните ползи за клиента не са от водещо значение. Prestone® се асоциира от потребителите с доказано качество, иновативност, сигурност, защита. Именно това е и посланието на компанията към потребителите: «Само Prestone® е Prestone®!». Тук повтарянето, тафтологията са умишлени с цел утвърждаването на марката в съзнанието на потребителите със своята уникалност и идентичност. Рекламните послания на марката целят пълното разграничаване на бранда от другите конкурентни марки, което превръща Prestone® марка №1 за антифриз и охлаждащи течности в САЩ. Антифризът с марката Prestone® не е толкова популярен в България поради сравнително по-високата се цена и не достатъчно развитите

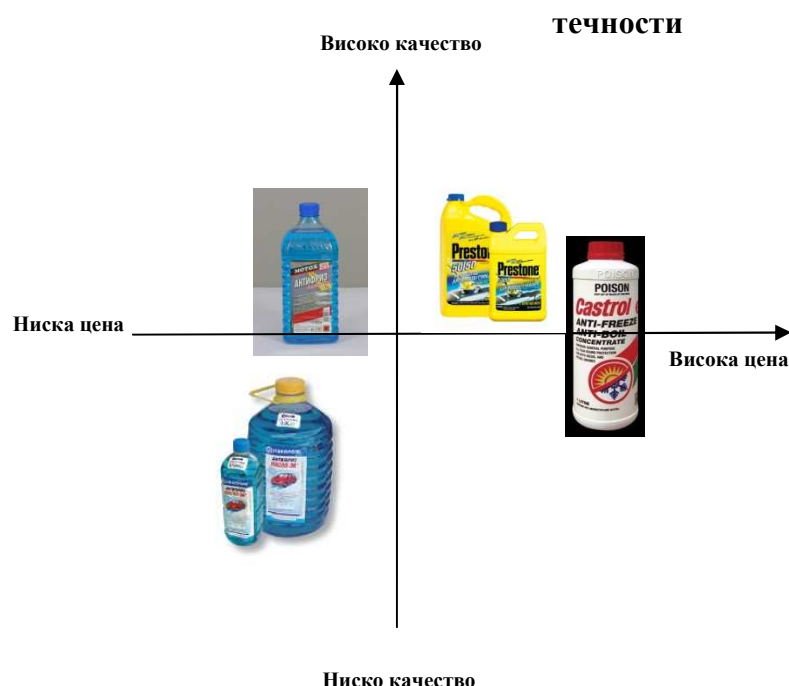
дистрибуционни канали. По-голямата част от българските потребители на антифриз/охлаждаща течност търсят баланса между цена/качество. В това отношение изключително конкурентни на марката са българските аналози на Prestone®. Поради лесната достъпност и широко разпространение на сравнително приемливи цени, потребителите често прибягват и до антифризи с марките Lukoil, Shell, OMV. Голяма част от потребителите посочват, че предлагането на антифриз в бензиностанцията, в която зареждат е голямо предимство и улеснение. Когато заговорим за луксозни и качествени марки антифриз, в съзнанието на потребителя веднага изникват марки като: Prestone, Castrol, Peak. Потвърждение за високото качество на антифриза Prestone® е признанието на потребителите, че никой, който е използвал продукта не е имал проблеми с охладителната си система. Поради това, Prestone® се превръща в гаранция за качество.

Схема 1. Позициониране на марката Prestone® в съзнанието на потребителя



На следващата графика е илюстрирано къде точно се позиционира брандът Prestone® в съзнанието на потребителите в сравнение с основните конкуренти на пазара на антифриз.

Схема 2. Позициониране на марката Prestone® на пазара на антифриз/ охлаждащи



„Идеалният вектор“ на Prestone® или идеалната комбинация от качества според които марката се диференцира на пазара са: гарантирано предотвратяване от замръзване, кипене или корозия, едновременно осигурявайки защита на частите на двигателя, 100% съвместимост с всички антифризи, марки и модели автомобили.

Изследванията от края на 90 години показват, че средно 7 от 10 автомобиля съдържат корозия и котлен камък. Над 60% от водните помпи дефектират поради проблеми с уплътненията и гарнитурите. Над 20% от дефектирането на двигателите се дължи на проблеми, свързани с охладителната система. Точно 0.6mm от отлаганията могат да намалят топлоотдаването с 40%. Всичко това е функция на поддръжката по време на експлоатация, която предлага Prestone®. А компанията набляга на посланието, че Prestone® не просто предлага поддръжка на Вашия автомобил, а предлага поддръжката за Вашия автомобил. Доверявайки се на марката, потребителят е спокоен и уверен в качеството и високата ефективност на продукта. Prestone® е специалистът в поддръжката на охладителната система на автомобила, постоянно обогатявайки гамата си от антифризи и усъвършенствайки технологиите си.

Целевата група на бранда Prestone®, която заема една по-специфична ниша, е несравнимо по-ограничена в сравнение с марки като PRESIDENT® или например Milka®, които са насочени директно към консуматора (потребителя) и целевата им група не е нито полови, нито възрастово диференцирана. Обратно, целевата група на Prestone® автоматично изключва потребителите под 16-18 години, както и потребителите, които нямат шофьорска книжка и/или автомобил. Предлагайки консумативи за автомобила, марката Prestone® се позиционира предимно сред мъжете.

Връзката, комуникацията на марката Prestone® с потребителя не е директна, а се изразява чрез ефекта на нейните продукти върху автомобила:

Схема 3. Връзка на бранда Prestone® с потребителите



Както се вижда от направеното по-горе сравнение и схема 2, марката Prestone® е сред най-предпочитаните марки за антифриз/охладителна течност поради високото качество, доказано високата ефективност, иновационната формула, отличните резултати в борбата срещу корозията, богатата продуктова гама и относително приемливата цена в сравнение с останалите антифризи от този клас. Името на марката създават у потребителя усещането за сигурност и ефективност. Името на марката директно се асоциира в съзнанието на потребителя с грижата за автомобила. Богатата продуктова гама на марката и иновативната технология, съчетани с дългогодишната история и доказан опит на бранда, са едни от основните фактори, които я правят толкова предпочитана в тази специфична ниша.

Ето защо спокойно можем да кажем, че Prestone® е марка, която се позиционира със своето качество и имидж. Според конкурентната стратегия на Майкъл Портьр има 3 основни алтернативи при позиционирането на една марка на пазара:

- концентриране върху постигането на богата продуктова гама

- концентриране върху постигането на ниски цени
- запълване на пазарната ниша

Предвид направения анализ и графиката можем да кажем, че Prestone® поставя своя фокус върху запълване на пазарната ниша и разработване на богата продуктова гама. Марката е световен лидер по продажби на антифриз, макар в източна Европа и в частност в България да не е толкова достъпна и разпознаваема за потребителя. Тук продуктите с марка Prestone® могат да се открият само в специализирани магазини и сайтове с възможност за доставка от чужбина, което допълнително оскъпява продукта и създава дискомфорт у потребителя. Анкетата показва, че не малка част от потребителите са склонни да отделят повече средства за поддръжката на своя автомобил, но да са сигурни в качеството на продукта.

Марката Prestone® предлага изключително богата гама от антифризи и охладителни течности за всяка марка, модел и вид двигател. Антифризът с марката Prestone® към настоящия момент се предлага в 11 разновидности.

Същевременно таргет групата на марката Prestone® е фокусирана към малко над средния клас потребители, което го прави сравнително приемлив в съзнанието на потребителя като цена, особено съотнесено с високото качество на продукта и доказаната ефективност. Prestone® се асоциира в съзнанието на потребителя като марка от висок клас, порди високия имидж на бранда сред релевантните си конкуренти.

Маркетинговата стратегия на Prestone® има за цел да се постигне значително увеличение на продажбите и печалбите чрез пазарните възможности, които предлага сегментът „продукти за поддръжка на автомобила”.

Prestone® е марка, която е изключително настроена към „потребностите” на автомобила, а потребителите са тези които решават дали да се погрижат за своя автомобил и на каква цена. Не трябва за забравяме, че антифризът не се счита за „люксозна” стока, защото е задължителен компонент за всеки автомобил. В този аспект, потребителите в този сегмент не си задават въпроса „Автомобилът ми има ли нужда от антифриз?”, а „Каква марка и какъв вид антифриз ми е необходим?”. Същевременно това е продукт, който не се закупува ежедневно или ежемесечно от даден потребител, а на по-голям интервал от време.

Продавачът трябва да определи стойността на продукта, който предлага т.е. да извърши стойностно позициониране. В този аспект можем да разграничим пет модела на определяне на стойността:

- Повече за повече

- Повече за същото
- Същото за по-малко
- По-малко за много по-малко
- Повече за по-малко

В своята ценова политика, марката Prestone® се придържа към модела повече за същото и повече за повече.