

## Wiadomości

2019-10-08

### Marka ORLEN na zagranicznych stacjach koncernu



Jeszcze w tym roku na czeskich, niemieckich i słowackich stacjach koncernu pojawi się marka ORLEN.

[WIECEJ czytaj w najbliższym wydaniu "Paliw Płynnych". Z pełną ofertą PKN Orlen można było zapoznać się na organizowanych wyłącznie przez Polską Izbę Paliw Płynnych XXVI Międzynarodowych Targach STACJA PALIW 2019](#)

Jest to element wdrażanej strategii cobrandingu, zakładającej współistnienie lokalnych marek Benzina i star z logotypem Grupy ORLEN. W ramach działań, które docelowo mają zmierzać do pełnego rebrandingu sieci, na wszystkich rynkach będzie prowadzona spójna komunikacja, w której istotną rolę odgrywać będzie dalsze zaangażowanie w Formułę 1.

W ramach wzmacniania znajomości marki ORLEN połączone logotypy będą pojawiać się między innymi na dystrybutorach, pylonach cenowych oraz na ekranach wewnątrz stacji Benzina i star. Koncern wprowadzi flagową markę do lokalnych działań marketingowych, wykorzystując na rynkach zagranicznych także potencjał komunikacyjny wynikający z zaangażowania w Formułę 1 i sponsoring Roberta Kubicy.

*Podjęliśmy strategiczną decyzję, że będziemy budować jedną międzynarodową markę ORLEN na wszystkich*

rynkach, gdzie prowadzimy działalność lub sprzedawane są nasze produkty. Już dziś jesteśmy narodowym championem – największą firmą w tej części Europy i najcenniejszą polską marką wycenianą na 4,7 mld zł – ale bez spójnego wizerunku nie wykorzystujemy w pełni naszego potencjału. Będzie to proces, który rozłożymy na lata. Nie przewidujemy rewolucji, dlatego na tym etapie nie likwidujemy bliskich klientowi marek lokalnych w Czechach, na Słowacji i w Niemczech, ale łączymy je z logotypem Grupy ORLEN. Pozwoli to zbudować rozpoznawalność marki ORLEN na tych rynkach. Docelowy rebranding pozwoli nam uzyskać synergie w obszarze komunikacji i marketingu, a jego wsparciem będzie wykorzystanie naszego dalszego zaangażowania w jeden z najbardziej popularnych sportów na świecie, czyli Formułę 1 – powiedział **Daniel Obajtek, Prezes Zarządu PKN ORLEN**.

Najsilniejsze atrybuty wizerunkowe marki ORLEN to nowoczesność, zaufanie, przyjazność, szeroka oferta i wysoka jakość produktów i usług. Te ważne dla klientów wartości chcemy przenieść również na rynek czeski, słowacki i niemiecki. Najważniejszy cel jaki przyświeca nam przy rebrandingu, to dotarcie do nowych grup klientów i zwiększanie wolumenów sprzedaży – powiedziała **Patrycja Klarecka, Członek Zarządu PKN ORLEN ds. Sprzedaży Detalicznej**.

W ramach wdrażania strategii cobrandingu koncern planuje między innymi wspólny zakup powierzchni reklamowych dla wszystkich krajów, wspólne zakupy nagród w konkursach i promocjach, a także wzmocnienie komunikacji korporacyjnej na rynkach zagranicznych.

Źródło: PKN Orlen, [fot. arch. Międzynarodowych Targów STACJA PALIW](#)

Źródło: <http://paliwa.pl/strona-startowa/archiwum/marka-orlen-na-zagranicznych-stacjach-koncernu>