

Marka umacnia pozycję na polskim rynku

Szeroka gama produktów Motul



BORYSŁAW CZAJCZYŃSKI

DYREKTOR SPRZEDAŻY MOTUL POLSKA

GDY W ROKU 2007 MOTUL WYSTARTOWAŁ W POLSCE, KOJARZYŁ SIĘ KONSUMENTOM JEDYNIIE Z OLEJEM DO MOTOCYKLI. I ŚŁUSZNIE. MARKA JEST MOCNO ZWIĄZANA Z JEDNOŚLADAMI, ALE MA RÓWNIEŻ SILNĄ WIĘZ Z DUCHEM WYŚCIGÓW SAMOCHODOWYCH I WSPÓŁZAWODNICTWEM

Motul zawsze musiał spełniać najwyższe normy jakościowe w związku z wymaganiami pojazdów biorących udział w wyścigach Le Mans 24, gdzie od ubiegłego roku ma swój własny zakręt – *Virage du raccordement Motul*. Le Mans jest kolebką rozwoju marki, a dziś to także motocyklowe mistrzostwa świata *Moto GP*, coroczny festiwal sportów motorowych *Goodwood Revival of Speed* i od tego roku – *Tour de France* w związku z debiutującą gamą produktów rowerowych.

Zaufanie do marki pozwala umacniać obecność na rynku i rozpoznawalność. Motul ma dzisiaj dwucyfrowy udział w rynku samochodów osobowych i jest numerem jeden na rynku motocykli w Polsce. Wypracowana latami pozycja zobowiązuje, dlatego firma stara się w spójny i przemysłowy sposób poszerzać swoją ofertę, wprowadzając produkty w nowych, nieoczywistych dla niej segmentach, robiąc to tak, by produkty te zapewniały odbiorcy wartość dodaną.

Dodatki do oleju silnikowego i paliw

Dodatki na dobre osadziły się w świadomości polskiego nabywcy na rynku aftermarketowym. Motul podjął wyzwanie i od kilku lat intensyfikuje działania w zakresie rozwoju i doskonalenia tej grupy produktów. Dziś, po wykrystalizowaniu się oferty produktowej, obserwowany jest geometryczny wzrost dynamiki ich sprzedaży.

Specjalistyczne produkty zarówno do silnika, paliw, jak i układu chłodzącego, jakie Motul ma dziś w ofercie, to efekt selekcji jakościowej i weryfikacji rynku w tym zakresie. W odróżnieniu od nie logicznie szerokiej gamy dodatków, jakie można spotkać u innych graczy rynkowych, Motul wykorzystuje zweryfikowane formułacje i oferuje klientom możliwie skuteczne rozwiązania do poszczególnych mechanizmów pojazdów, zamiast sztucznie powiększać gamę celem zapełnienia półki dystrybutorskiej w placówce handlowej.

FOT. MOTUL

Płukanki do silnika oraz produkty do oczyszczania układu paliwowego zarówno w pojazdach z silnikiem benzynowym, jak i Diesla stanowią dziś trzon sprzedaży i bardzo dobrze przyjęły się na rynku. Producent liczy, że wraz z rosnącą na rynku świadomością z korzyści, jakie daje stosowanie dodatków, polski konsument doceni ukryty w nich know-how.

Zrównoważony rozwój i wymogi Zielonego Ładu

Ochrona środowiska jest obecnie kwestią istotną w wielu dziedzinach gospodarki. Dziś, bardziej niż kiedykolwiek, naciski związane ze zrównoważonym rozwojem biznesu formalizują się, co owocuje wieloma inicjatywami firm z rynku Automotive Aftermarket. Reguły Zielonego Ładu wymagane są i stosowane w wielu branżach, zwłaszcza w FMCG – dobrach konsumenckich szybko rotujących.

Motul od wielu lat podejmuje działania z domeny społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR). Należą do nich np. fundacja Motul Corazon, pomagająca rozwijać się dzieciom z nieuprzywilejowanych środowisk, oraz działania optymalizacyjne w zakresie gamy produktowej, celem zbliżenia się do standardu Zero Waste. Wprowadzenie gamy produktów motocyklowych przyjaznych dla środowiska z linii NGEN jest jedynie kontynuacją trwającej od lat sekwencji działań.

NGEN to dwie linie dla rynku motocyklowego (NGEN 5 i 7), których opakowania wykonane są z plastiku pochodzącego z recyklingu i same w 100% nadają się do recykulacji tworzywa. Również same te produkty tworzone są w oparciu o olej regenerowany, co może nie brzmieć zachęcająco, ale po przeanalizowaniu testów wydajnościowych wykazują one bardzo wysokie parametry jakościowe i nadają się do szerokiej gamy zastosowań, nie ustępując miejsca flagowymi liniami motocyklowym Motul 5100 i 7100.

NGEN Hybrid to propozycja dla użytkowników pojazdów o napędzie hybrydowym, które zyskują z roku na rok na popularności. Produkt ten, w zasadzie bez okresu przejściowego, po swojej premierze zajął wysokie miejsce w klasyfikacji sprzedażowej i radzi sobie bardzo dobrze.

FOT. MOTUL



NOWE, EKOLOGICZNE OLEJE DO MOTOCYKLI NGEN 5 I 7 ORAZ PÓLSYNTETYCZNY 5100 I SYNTETYCZNY 7100



DODATKI W OPAKOWANIACH 300 ML: WZMACNIACZ LICZBY CETANOWEJ OLEJÓW, PREPARATY DO CZYSZCZENIA DYŚZ WTRYSKOWYCH I UTRZYMYWANIA UKŁADÓW PALIOWYCH W CZYSTOŚCI (DO SILNIKÓW DIESLA I BENZYNOWYCH)

Producent spodziewa się zdecydowanego wzrostu popytu w najbliższych latach.

Z toru wyścigowego na drogi publiczne

Taką trasę zwykle pokonują kreacje działu R&D Motula. Nie inaczej było w przypadku gamy premium 300 V, przeznaczonej zarówno do samochodów sportowych, jak i motocykli. Gama ta charakteryzuje się bardzo wysokim sparymetryzowaniem, przez co spełnia wymogi nawet najmocniejszych silników. Jest to regularnie weryfikowane na torze Le Mans zarówno w LM24, jak i w seriach wyścigów cyklicznych oraz podczas DTM w Nürburgringu. Chyba nie potrzeba lepszej rekomendacji. Istotne jest to, że gama obejmuje duży zakres lepkościowy, przez co znajdują się w niej także mniej sportowe warianty dla przeciętnego Kowalskiego, jeśli pojazd, niekoniecznie z silnikiem HEMI, powinien być traktowany wysokojakościowym lubrykantem.

Gama HD dla rynku flotowego

Na rynku flotowym liczą się dwa parametry – cena i dostępność. Cena powinna być dostosowana do jakości produktu i takim podejściem charakteryzują się oleje z gamy TEKMA. Bazując na sukcesie oferty adresowanej do samochodów osobowych, naturalnym krokiem dla marki było przedłożenie polskim konsumentom propozycji do samochodów ciężarowych. TEKMA zdobyła zaufanie na wysoce konkurencyjnym polskim rynku samochodów ciężarowych i dziś z powodzeniem zajmuje czołowe miejsca w koszykach zakupowych dystrybutorów. Główną przewagą konkurencyjną olejów do samochodów ciężarowych z rodziny TEKMA jest odpowiedni stosunek jakości do ceny.

Wszystkie wyżej opisane produkty marki Motul dostępne są w oficjalnej sieci dystrybucji na stronie internetowej: www.motul.com/pl