

Стартира сайтът www.azobichamkolatasi.com, част от инициативата на Shell България „Аз обичам колата си!“

Стартира първият за България уебсайт, посветен на грижата за автомобила – www.azobichamkolatasi.com. Проектът е част от инициативата на Shell България за грижа за здравето на автомобила „Аз обичам колата си“, която се провежда с партньорството и техническите консултации на експерти от веригата BOSCH Car Service. Платформата осигурява практически съвети и дава полезна информация за това как автомобилът може да се поддържа в добро здраве. Инициативата е подкрепена и от българските представителства на водещите автомобилни марки.

Сайтът www.azobichamkolatasi.com дава възможност на шофьорите за индивидуални консултации с техническия експерт на инициативата – инж. Васил Димитров, управител на сервиз МИТВАС, част от веригата BOSCH Car Service. За първи път технически експерт ще отговаря он-лайн на потребителски запитвания и ще консултира шофьорите по въпроси, свързани с грижата за автомобила, и основни принципи на неговото действие.

Уникалната за България платформа съчетава в себе с възможността за потребителите да получат детайлна и надеждна информация за системите в автомобила, като в същото време дава експертни съвети, представени с достъпен и разбираем език дори за начинаещи. Информацията е профилирана в специализирани секции, като е отделено и специално място за онези шофьори, които искат да споделят своите съвети и тайни за добрата грижа за колата. Сред атракциите на сайта са и забавни анимационни игри, тест за икономично шофиране, както и месечен въпрос с награди от Shell България и BOSCH Car Service.

„Горди сме от това, че Shell България е първата компания в бранша, която избира Интернет, за да е в непрекъснат контакт с потребителите и да споделя своя опит, като провокира диалога с клиентите и ги консултира по въпроси, свързани с автомобила. В създаването на сайта участват различни експерти и специалисти в поддръжката и грижата за автомобила и вярвам, че неговата стойност и надеждност ще бъдат високо оценени от шофьорите“ – каза г-жа Камелия Славейкова, Изпълнителен директор на Shell България.

Shell България подписа Коледния пакт "Коледата безопасна 3! Внимавай какво купуваш"

Shell България подписа Коледния пакт в рамките на кампанията "Коледата безопасна 3! Внимавай какво купуваш". С това компанията се присъедини за пореден път към националната кампания, инициентирана от в. Стандарт и Дарик радио, целяща да предпази потребителите в дните на голямото Коледно пазаруване от опасни или некачествени играчки, стоки, храни и услуги. Този пакт бе подписан и от Министъра на икономиката, енергетиката и туризма, Министъра на земеделието, МВР, Комисията за защита на потребителите и редица представители на бизнеса, търговски вериги и т.н.

С подписа си участниците в кампанията се ангажират да осъществяват завишен контрол, да засилят тестванията на стоките и услугите си с цел да се осигури предлагането на безопасни стоки и услуги на потребителите през месец декември, по време на голямото Коледно пазаруване. Наред с това в търговските обекти на присъединилите се към кампанията ще бъдат разпространени плакати, които призовават потребителите да бъдат активни в защитата на своите права.

Слагайки подписа си в полза на кампанията "Коледата безопасна 3! Внимавай какво купуваш", Shell България засвидетелства своята подкрепа и присъединяването си към нея. В тази кампания ние виждаме един акт на гражданското общество, целящ създаването на европейска култура на потребление и който надяваме се ще помогне да се ограничи размера на сивата икономика, която в повечето случаи се явява източник на некачествени и опасни стоки, горива и услуги.



Shell е сред най-добрите работодатели в България, според проучване на Hewitt Associates

Shell е сред най-добрите работодатели в България, според проучване на Hewitt Associates
13/11/2009

София, 13.11.2009 г. - Shell България е отличена с приз „Най-добър работодател“ в годишното проучване на Hewitt Associates за 2009 г., като е класирана втора сред петте най-добри работодатели в категория „Големи компании“. Shell България за първи път заема място в челната петица на класацията, като получава 35% по-висока оценка за ангажираност на служителите си, спрямо предишното ѝ участие в изследването през 2006 г. Високото постижение е резултат на дългосрочната и целенасочена политика на Shell България по отношение на управлението и развитието на човешките ресурси. Високата ангажираност на служителите и позитивно отношение към компанията се потвърждават и от вътрешнофирмено проучване на нагласите и поведението на хората в Shell, приключило наскоро.

В проучването „Най-добрите работодатели на България“ Shell България е оценена високо в областите ангажираност на служителите, екипен дух, репутация на компанията и условия на работа, като резултатите ѝ надминават оценките на най-добрите компании в категорията. Проучването на Hewitt се базира на регистриране на мнението на служителите, което има най-голяма тежест за крайния резултат, мнението на мениджърите и на одит на политиките за управление на човешките ресурси в компанията.

„Щастлива съм, че формулата на нашия екип е също толкова ефективна, колкото и формулата на нашите горива“ – сподели г-жа Камелия Славейкова, Изпълнителен директор на Shell България по време на връчването на отличието. „Тя е уникална комбинация от съставки като висока степен на ангажираност на хората в Shell, екипен дух и двупосочна комуникация, със специална добавка от изключително високо ниво на гордост от работата в нашата компания. Високите резултати, които постигаме, са възможни благодарение на ефективния баланс между бизнес интересите и индивидуалните потребности на хората и търсенето на синхрон между ценностите на компанията и хората в дългосрочен план.“

В резултат на провежданата дългосрочна и целенасочена политика за управление и развитие на човешките ресурси компанията регистрира подобрена комуникация и ефективни процеси за управление на промяната, намалено текучество през последните две години и подобряване на основните показатели за ангажираност и удовлетвореност на служителите.

Сред основните конкурентни предимства на Shell България по отношение на предложението на компанията към служителите са разнообразните възможности за обучение и развитие, гъвкаво работно време, както и работа на виртуални позиции на регионално и глобално ниво. По този начин



служителите имат възможност да съизмерват компетентностите си с колеги на регионално и глобално ниво, както и да планират успешно своето професионално развитие.

„За нас управлението на човешките ресурси е двупосочен и дългосрочен процес, в който равноправно участват, както мениджърите, така и служителите в компанията. Резултатите не се постигат бързо и за това сме щастливи, че плодовете на нашата политика са налице - чрез високата оценка, която получаваме както вътре в компанията, така и от независимото проучване на Hewitt” – коментира г-жа Юлита Дечева, Мениджър Човешки ресурси в Shell България.

Проучването „Най-добрите работодатели” се провежда за четвърта поредна година в България от международната компания Hewitt Associates и стратегическия ѝ партньор в България Мандей Инсайт чрез нейна патентована методология, включваща събиране и анализ на информация, анкета със служители и мениджъри на участващите компании. През 2009 г. в проучването участват 91 компании, 13 176 служители и 353 висши мениджъри. Начело на класацията в категорията „Големи компании” е Макдоналдс България, а след Shell България, заемаща второто място, се нареждат Авенди, Общинска банка и Шнайдер електрик България.

Shell България започва инициатива за грижата за доброто здраве на автомобила „Аз обичам колата си!“

Shell България започва инициатива за грижата за доброто здраве на автомобила „Аз обичам колата си!“

27/10/2009

Българинът се гордее с автомобила си и полага грижи за здравето му, показва проучване по поръчка на Shell на отношението на шофьорите към техните автомобили

Българинът се гордее с автомобила си и полага грижи за здравето му, показва проучване по поръчка на Shell на отношението на шофьорите към техните автомобили

София, 27.10.2009 г. Голямата част от българските шофьори са силно емоционално привързани към колата си, наслаждават се на шофирането, гордеят се с автомобила си и виждат в него по-скоро приятел или партньор, отколкото единствено средство за придвижване. Това показват резултатите от национално проучване, проведено от TNS BBSS през м. септември 2009 г. по поръчка на Shell България. „У нас все още част от тази култура на емоционална обвързаност е свързана с полагането на лична грижа за автомобила, тъй като 54% от шофьорите се грижат за автомобила си сами или с помощта на приятели“ – коментира Живко Георгиев от TNS BBSS. В сравнение с резултатите от подобно проучване, проведено по поръчка на Shell в САЩ, като цяло българските шофьори са малко по-силно привързани към автомобилите си и са склонни в по-голяма степен да се грижат сами или с помощта на приятели за автомобила си.

За да осигури още по-добра грижа за автомобила и да подпомогне шофьорите в това отношение, Shell България започва инициатива „Аз обичам колата си!“. Нейната цел е да осигури практически съвети за грижа за здравето на автомобила, полезна информация и да насърчи шофьорите да извършват редовни технически прегледи на автомобилите при професионалисти. Специален акцент в инициативата ще бъде грижата за сърцето на автомобила – неговият двигател – и начинът, по който той може да се поддържа в добро здраве. Като част от инициативата са разработени и съвети за избора на качествени горива и смазочни течности, както и препоръки за профилактика на двигателя на автомобила. Първият информационен материал, който е част от инициативата, представя седем стъпки, които ще помогнат на шофьорите да запазят двигателя си чист от отлагания и да се възползват от неговата максимална мощност по-дълго време. През м. ноември ще стартира тематичен сайт azobichamkolatasi.com, където шофьорите ще имат възможност за он-лайн консултации с технически експерти, както и да споделят информация и съвети за грижата за автомобила. През следващите месеци предстоят допълнителни инициативи, фокусирани върху конкретни съвети за грижата за автомобила.

„Ние знаем, че българският шофьор обича колата си и е склонен да се грижи за нея дори повече, отколкото за личното си здраве.“ – каза г-жа Камелия Славейкова, изпълнителен директор на Shell България. „Решихме да започнем тази инициатива, за да подкрепим шофьорите в усилията им да имат

зdrави автомобили с добре работещи двигатели. Вярваме, че чрез нея ще бъдем полезни, както на опитните, така и на начинаещите шофьори, в грижата им за автомобила както чрез нашите съвети, така и чрез висококачествените ни горива, с които допринасяме за оптималната работа на двигателя.” Техническата експертиза на програмата се осигурява от експерти от веригата сервиси BOSCH Car Services, които партнират на Shell България в тази инициатива, консултират информационните материали и подготвят практическите съвети към шофьорите.

Резултати от национално проучване на отношението на българските шофьори към техните автомобили, проведено през м. септември 2009 от TNS BBSS по поръчка на Shell България

27 октомври 2009 г.

Изследването е проведено сред шофьори на леки автомобили на възраст между 18 и 72 г., с най-малко 7 500 км годишен пробег с автомобил. 80% от анкетираните са мъже.

Основните резултати от изследването показват, че:

- **Автомобилът е източник на гордост и положителни емоции** – за 82% от българските шофьори шофирането носи удоволствие, 72% се гордеят с автомобила си, а 65% се чувстват емоционално привързани към него. Грижата за автомобила носи удоволствие на 14% от шофьорите.
- **Повече мъже са привързани към автомобилите си**, а жените по-често са прагматични шофьори
 - o Най-силно привързани към автомобила са мъже, със средни или по-високи доходи, живеещи в градовете, но по-рядко в столицата, с автомобили от семеен или представителен тип и с пробег над 12 000 км годишно.
 - o С по-слаба емоционална връзка преобладават жени с по-високо образование, с доходи около средните или по-ниски, с по-малки автомобили и със средногодишен пробег до 12 000 км. Жените са по-склонни да поверяват поддръжката на автомобила си на непрофесионалисти.
- **Автомобилът е личност със собствен характер** – силната тенденция за персонификация на автомобила се потвърждава от 79% от шофьорите, според които автомобилът има собствен характер. За 60% от шофьорите автомобилът има пол, а автомобилите на 9% от българските шофьори имат и собствено име.
- **Прагматичността е водеща в грижата за автомобила** - над 80% от изтъкнатите мотиви за грижа за автомобила са функционални или прагматични – „за да се чувствам спокоен на пътя”, малко над 50% са социални („всеки е длъжен да се грижи за автомобила си”), и почти половината са финансови („ако не го правя сега впоследствие ремонтът ще ми излезе по-скъпо”). 14% от споменатите мотиви са чисто емоционални („доставя ми удоволствие да се грижа за колата си”).
- **GP-то на автомобила често е приятел-непрофесионалист** - 54% от българските шофьори правят рутинна поддръжка на автомобила си сами или с помощта на приятели. „Направи си сам” културата в България е много по-силно изразена от САЩ, където само 28% от шофьорите доверяват поддръжката на колата си на непрофесионалисти.
- **Здравето на колата е на първо място** - шофьорите по-често водят колата си на профилактичен преглед, отколкото преглеждат собственото си здраве. На всеки 2-3 месеца се преглеждат” 20% от колите и 5% от шофьорите, а поне 2 пъти годишно се преглеждат” 57% от автомобилите и само 18% от шофьорите.
- **Качеството заслужава парите си** - 73% от шофьорите плащат повече за качествени горива и

смазочни материали, докато само 46% плащат повече за качествена храна.

- **Автомобилът, освен здрав, трябва и да изглежда добре** – 84% от шофьорите декларират, че се грижат за техническото състояние на автомобила и 73% - за външния му вид.
- **Качествените горива и масла са ключови за здравето на автомобила** – подредбата на ключовите фактори, според участниците в проучването е следната:
 - o Качествените горива и смазочни материали – според 90%.
 - o Профилактичните прегледи и диагностика – според 86%
 - o Качествените аксесоари и резервни части – според 85%.

Кой обича най-много колата си?

Всеки седми участник в анкетата е силно емоционално привързан към автомобила си. Най-често това са:

- Предимно мъже
- От малки населени места
- С доходи около и над средните
- С луксозен тип автомобили
- Годишен пробег 12-25 000 км

Имената на българските автомобили

60% от българските шофьори определят пол на своите автомобили, като автомобилите от мъжки пол преобладават значително (70% срещу 30% автомобили от женски пол). 9 % от шофьорите у нас потвърждават, че се обръщат към автомобила си с конкретно име. За сравнение, 15% от шофьорите в САЩ също кръщават автомобилите си с различни имена.

Най-добрата грижа за сърцето на автомобила

Според г-н Васил Димитров, представител на BOSCH Car Service и управител на автосервиз „Митвас“ в София, който е технически консултант на инициативата „Аз обичам колата си!“, най-добрата грижа за запазване на здравето на двигателя на автомобила включва:

- Използване на горива и масла с високо и гарантирано качество
- Разумното шофиране, щадящо двигателя
- Редовни профилактични прегледи
- Навременната консултация със специалист при най-малкото съмнение за проблем в двигателя.
„Двигателят е сърцето на автомобила и отговорната грижа за здравето му може да спести много бъдещи главоболия и разходи“ – коментира г-н Димитров.

Според г-н Пламен Янкулов, Мениджър Качество на горивата в Shell България, стриктният контрол на качеството на доставяните и продавани горива е една от гаранциите, че шофьорите могат да получат продукт, който осигурява добра грижа за автомобила.

Качествените горива имат няколко основни признака:

- **Съдържание и технологични нововъведения**

За чистия двигател на автомобила има значение всеки литър заредено гориво. Както

конвенционалните бензин и дизел Shell Безоловен и Shell Diesel, които са обогатени с добавки, които не позволяват образуването и отлагането на нагар и поддържат двигателя чист, така и усъвършенстваните горива Shell V-Power, обогатени с присадки за допълнителен почистващ ефект, водещ до отстраняване на натрупаните в миналото отлагания, запазват характеристиките на двигателя и му осигуряват по-дълъг живот. В бензиновите горива Shell V-Power се използва и т.нар. технология за намаляване на триенето, благодарение на която се освобождава ценна енергия и се увеличава ефективността на двигателя още след първото зареждане на резервоара.

- **Сертифициран произход и контрол на качеството**

Строгийт контрол на качеството на горивото, което стига до крайния клиент, е допълнителна гаранция за добро здраве на автомобила. В Shell България, както и в световната мрежа на Shell, се прилага строга система от правила за контролиране на съответствието на стандартите на горивата в търговските обекти с високите изисквания на компанията, които у нас надминават по някои показатели минималните държавни изисквания за качеството на продаваните горива.

Компанията прилага пет-степенна система на контрол на качеството на горивата, която беше демонстрирана чрез от горивно депо в София и при зареждане на търговски обект Shell с гориво. Системата включва следните етапи на контрол:

- о Сертифициране и проверка при приемане на горивото в рафинерията или депото за горива, както и контрол по време на транспортиране на горивото до търговските комплекси Shell. Контрол на извършеното адитивиране на горивата.

- о Проверка на горивото преди доставка на търговския комплекс и проверка на съответствието с документите от депото / рафинерията.

- о Преглед на данни от електронната система за контрол на резервоарите, която дава индикация за количеството гориво във всеки резервоар, регистрирана промяна, температура на горивото, индикация за евентуално наличие на вода. Данните се следят ежедневно, както от управителите на бензиностанциите, така и от експерти в офиса на компанията.

- о Проверка на горивата от бензиноколонката – ежедневен нагледен преглед на горивото от управителите на бензиностанциите, както и планирани и извънредни проверки на всеки търговски обект от мениджъри на компанията.

- о Съществува и възможност за проверка на качеството на горивата по сигнал на клиент, когато се вземат три проби от горивото, което се изпраща за изследване в лаборатория.

- **Наличие на фискална система за регистриране на продажбите на горива**

Зареждането на гориво от бензиностанции, в които има работеща фискална система и точно отчитане на продажбите, не само гарантира, че всички данъци и такси върху продаденото гориво са платени на държавата и че горивото е внесено легално у нас, но и гарантира качеството на това гориво и съответствието му със законовите стандарти за качество, както и със стандартите на съответната компания.

Заповядайте в новия Shell Калотина!

Здравейте!

Нашият нов търговски комплекс Shell Калотина отвори врати. Обектът се намира на международен път E80, непосредствено след ГКПП Калотина, посока София. Бензиностанцията разполага с 6 мултипродуктови колонки, 2 високодебитни TIR колонки, просторен магазин, както и колонка за AdBlue.

Елате и се възползвайте от специалните ни предложения за добре дошли:



- двойни SMART точки при всяко зареждане до 31.10.2009 г.;
- 3 хотдога на цената на 2 – за 2.99 лв. – до 20.11.2009 г.

Офертата е валидна само за Shell Калотина.

Ще се радваме да Ви видим скоро в Shell Калотина!

[Екипът на Shell](#)

[Открийте Shell Калотина на картата](#)

Изпълнителният директор на Shell България ще обслужва клиенти на бензиностанция

Инициативата „Повече за клиента“ е част от международната стратегия на компанията за подобряване на обслужването на всяка бензиностанция Shell по света

Ръководният екип на Shell България



Отляво надясно: Игор Янок, Петър Стратиев, Катя Деливичева, Пламен Янкулов, Маргарита Богданова, Александър Малячки, Юлита Дечева, Камелия Славейкова, Радко Стаменов

София, 29.09.2009 г. На 1-ви и 2-ри октомври топ мениджърите на Shell България ще обслужват клиенти на бензиностанции в София. В ролята на обикновени служители на търговските комплекси ще влязат 9 висши мениджъри, сред които Изпълнителният директор на Shell България Камелия Славейкова и Търговският директор на бензиностанции Shell Игор Янок. Те ще зареждат гориво в 8 бензиностанции в София, ще разясняват на клиентите предимствата на различните горива и ще предоставят допълнителни услуги като почистване на стъклата на автомобилите.

Не за първи път висши мениджъри от Shell захвърлят костюмите и вратовръзките, за да сложат униформите на служителите на бензиноколонките. Инициативата „Повече за клиента“ е част от международната стратегия на компанията за подобряване на обслужването на всяка бензиностанция Shell по света. В България тя се провежда от 3 години, като тази година компанията за първи път анонсира датите и обектите, на които клиентите ще могат да бъдат обслужени от мениджърите на Shell.

В продължение на два дни клиентите на Shell ще имат възможност да споделят своите впечатления с ръководството на компанията, да зададат въпроси или да направят предложения за подобряване на офертата и обслужването на клиентите. Списък с бензиностанциите и график на работа на мениджърите в Shell България е достъпен на интернет страницата на компанията www.shell.bg.

„Нашата цел е да се отличим от конкурентите, като предлагаме последователно най-доброто обслужване на всяка бензиностанция, при всяко посещение, всеки ден. Най-добрият начин да постигнем това е като опознаем нашите клиенти, техните потребности, нагласи и очаквания към

компанията. Маркетинговите проучвания ни дават точна картина на пазара, но директният контакт с потребителите на бензиноколонката или в магазина е най-добрият начин да усетим пулса на бизнеса ни”, коментира Камелия Славейкова, изпълнителен директор на Shell България.

Контролът над оперативните стандарти е ежедневие за мениджърите от Търговския отдел на Shell. Всяка седмица те извършват посещения на бензиностанциите в различни краища на страната, за да проверят в детайли дали е спазена офертата на Shell към клиентите, включително основните стандарти като безопасност, чистотата и етикет на обслужване.

Стандарти в обслужването

Тази година за първи път български управител на търговски комплекси Shell взе награда „Златен търговец” за най-добър мениджър на обект за Централна и Източна Европа за 2008 г. Един от критериите за присъждане на тази награда е високата оценка за добро обслужване, получена в резултат на проучване тип „Таен клиент”, проведено от международната агенция за маркетингови проучвания GAPbuster.

„Повече за клиента”

1-ви и 2-ри октомври 2009 г.

График на работа на мениджърите в Shell България

Име	Длъжност	Бензиностанция	Дата / час
Игор Янок	Търговски директор Бензиностанции Shell	<u>Младост, срещу Деница</u>	01.10, 11:00 – 15:00
Камелия Славейкова	Изпълнителен директор	<u>Младост, срещу Деница</u>	01.10, 14:00 – 18:00
Пламен Янкулов	Мениджър Качество на горивата	<u>Изток</u>	01.10, 9:00 – 13:00
Радко Стаменов	Ръководител Снабдяване	<u>Бели брези</u>	01.10, 9:00 – 13:00
Петър Стратиев	Търговски директор Транспортен сектор	<u>Симеоново</u>	01.10, 9:00 – 13:00
Мargarита Богданова	Финансов директор	<u>Дружба</u>	01.10, 13:00 – 17:00
Катя Деливичева	Правен съветник	<u>Дианабад</u>	02.10, 14:00 – 18:00

Юлита Дечева	Мениджър Човешки ресурси	<u>Владимир Вазов</u>	02.10, 09:00 – 13:00
Александър Малячки	Ръководител Дистрибуция	<u>Хемус</u>	02.10, 09:00 – 13:00

Екипирайте се за лятото!

Вземете футболна топка, раница или кърпа за спорт от Shell само в рамките на едно посещение!

Това лято Shell Ви предлага да вземете футболна топка, раница или кърпа за спорт само в рамките на едно посещение на специална цена:

- **само за 2,59 лв.**, ако заредите минимум 25 литра от **горивата Shell V-Power** (Shell V-Power, Shell V-Power Racing или Shell V-Power Diesel);
- или за 5,59 лв., ако заредите минимум 25 литра от основните горива Shell (Shell Безоловен 95, Shell Diesel, Shell AutoGas) или при покупка на 1 литър или 4 литра моторно масло Shell Helix по избор;
- в допълнение за всеки закупен от вас спортен аксесоар получавате и бонус от **25 SMART точки!**



Ще се радваме да Ви видим скоро в Shell!

Срокове и условия: Промоцията е валидна **до 30.08.2009 г.** или до изчерпване на количествата и важи за всички горива и моторни масла Shell Helix, които се продават в търговските комплекси Shell. Можете да закупите само един аксесоар в рамките на едно посещение. Промоцията е валидна в търговските комплекси Shell, обозначени с рекламни материали, и важи според наличностите на видове промоционални продукти в съответния търговски комплекс.

[Съобщение до клиентите на търговските комплекси Shell във връзка с лятната промоция на горивата »](#)

Повече от 1500 клиенти на Shell спечелиха бесплатно зареждане!

Вижте списъците с печелившите от промоцията на търговските комплекси Shell!

Правила и условия

Списък с участниците от промоцията на горивата Shell, които печелят бесплатно зареждане за 50 лв. към 06.04.2009 г.

Списък с участниците от промоцията на горивата Shell, които печелят бесплатно зареждане за 50 лв. между 06.04.2009 г. и 13.04.2009 г.

Списък с участниците от промоцията на горивата Shell, които печелят бесплатно зареждане за 50 лв. между 13.04.2009 г. и 20.04.2009 г.

Списък с участниците от промоцията на горивата Shell, които печелят бесплатно зареждане за 50 лв. между 20.04.2009 г. и 27.04.2009 г.

Списък с участниците от промоцията на горивата Shell, които печелят бесплатно зареждане за 50 лв. между 27.04.2009 г. и 04.05.2009 г.

Списък с участниците от промоцията на горивата Shell, които печелят бесплатно зареждане за 50 лв. между 04.05.2009 г. и 11.05.2009 г.

Списък с участниците от промоцията на горивата Shell, които печелят бесплатно зареждане за 50 лв. между 11.05.2009 г. и 18.05.2009 г.

Списък с участниците от промоцията на горивата Shell, които печелят бесплатно зареждане за 50 лв. между 18.05.2009 г. и 25.05.2009 г.

Списък с участниците от промоцията на горивата Shell, които печелят бесплатно зареждане за 50 лв. между 25.05.2009 г. и 31.05.2009 г.



Shell България получи две отличия в годишния конкурс за PR постижения "PR Приз"

Това е признание за усилията на компанията да се позиционира сред своите служители и външни заинтересовани лица по един нестандартен начин, по начин, който е уникален за нас и не би могъл да бъде копиран от нашите конкуренти.

Наградите са:

1) PR Приз за обществено значима кампания на организация от стопанския сектор за проекта Shell Eco-Marathon 2008, заедно с агенция AMI Communications. Другите двама кандидати в категорията, които не се докоснаха до наградата бяха: Пощенска банка, с проект: „Кристално чисто Панчарево“ и PR Агенция V+O Communication с проект: "Национална информационна кампания за рака на гърдата „С приятел до теб“, с възложител: Roche България

2) PR Приз в категория Вътрешноорганизационен PR с проекта "Другата България в Shell" с агенция Публисис Кънсалтънтс | МАРК.

Проектът Другата България в Shell стартира през юли 2008 г. и благодарение на спонтанната подкрепа, която получи от колегите в София и извън страната се превърна в изключително успешен пример за стимулиране на вътрешната комуникация и професионалното развитие. Както вече знаете, програмата е насочена към насърчаване на комуникацията между екипа на Shell България, позициониран в София, и българските колеги, заемащи позиции в глобалната мрежа на компанията в други държави или които са част от виртуални екипи. Нейната цел е да стимулира допълнително професионалното развитие на колегите чрез споделяне на практически, професионален и личен опит на колегите, които работят в други държави и други екипи.

В рамките на проекта бяха проведени срещи с Боряна Стамболова, Христо Иванчев и Катя Атанасова, както и с колеги от виртуалните екипи, работещи в София.

В своята категория проектът се конкурираше с още два други вътрешно-комуникационни проекта - на ДЗИ и на Уникредит Булбанк.

Журито на състезанието включваше 12 български и международни експерта, сред които председателят на Международната PR конфедерация (CERP) г-н Роберто Дзангранди, г-жа Сера Гьорпе, член на бърда на CERP и г-н Колин Фарингтън, Председател на международната организация Global Alliance и Директор на Chartered Institute of PR. Наградите PR Приз са единственото професионално отличие в областта на PR в България и се връчват за девета поредна година.

Нови пет рекорда в Shell Eco-marathon Европа 2009

Окуражаващо представяне на двата български отбора

София, 12 май 2009 г. – 25-то издание на Shell Eco-marathon Европа счупи досегашните рекорди като постави 7 нови рекорда по време на тридневното състезание. Рекорди бяха поставени в категориите „Прототипи“ - двигатели с вътрешно горене и в „Градски тип“ отново при двигателите с вътрешно горене, рекорд имаше и за най-малко отделени вредни емисии при „Градски тип“ автомобили и при използването на слънчева енергия.



Забележителен сред всички рекордьори тази година е отборът Microjoule от френското училище St Joseph La Joliverie, чийто автомобил с двигател с вътрешно горене счупи дългогодишния рекорд от 3 410 км в категорията „Прототипи“, поставен преди пет години от отбор от същото училище. Френският отбор удължи изминатото разстояние с нови 172 км. Недоволни от новия рекорд от 3 582 км учениците го подобриха малко по-късно вечерта с нови 189 км и така постигнаха рекордно разстояние от 3 771 км само с един литър гориво. Друг френски отбор измина забележителните 665 км само с един киловатчас слънчева енергия.

Петте нови рекорда на Shell Eco-marathon (сравнени с предишните рекорди):

- Френският отбор Microjoule от St Joseph La Joliverie, 3 771 км/л (2005 г. - 3 410 км/л), категория „Прототипи“, двигатели с вътрешно горене
- Френският отбор ProductTeam от Lycée Louis Pasquet, 665 км/kWh (2008 г. - 570 км/kWh), слънчева енергия
- Норвежкият Отбор NTNU от Norges Tekiske og Naturvitenskapelige Universitet, , 1 246 км/л, най-добър сред всички типове горивни двигатели в категорията „Градски тип“ (2008 г. - 848 км/л)
- Отборът FL Smith Roadrunners от Технически университет - Дания, 589 км/л в категорията „Градски тип“, двигатели с вътрешно горене (2007 г. - 306 км/л)
- Норвежкият отбор NTNU от Norges Tekiske og Naturvitenskapelige Universitet, най-малко количество отделени емисии въглероден диоксид в категорията „Градски тип“ – 2,6 г/км (2008 г. - 6,15 г/км)

Окуражаващо българско представяне

Двата български отбора в Shell Eco-marathon Европа 2009 се представиха окуражаващо. Сред 200 участващи отбора те финишираха успешно, като се има предвид, че 80 автомобиля не завършиха състезанието най-вече по технически причини. Отборът на Технически университет – София за втора поредна година се състезава в категорията „Градски тип“, като успя да заеме 25-то място. „Това е голям успех за нас, тъй като се борим с конкуренцията на „ветерани“ с над 20-годишен опит в Shell Eco-marathon. Затова тази година направихме още една голяма крачка към успеха. Имаше възможност да видим много нови технологии и решения, както и да обменим опит и идеи с другите отбори. Обогатихме знанията си и догодина ще се върнем с нов олекотен автомобил и усъвършенстван

хибриден двигател”, коментира участието на отбора капитанът Желязко Картунов.

В своето първо участие в Shell Eco-marathon отборът на Техническия университет – Варна пресече финалната линия в категорията „Протипи“. Автомобилът Морски дух се движи с пропан-бутан. Само три от класираните общо 91 автомобила са използвали този тип гориво. Студентите са мотивирани да премерят сили с най-добрите отбори и догодина.

„Представянето на двата ни отбора е важен етап от българското участие в Shell Eco-marathon. Предвид огромната конкуренция на участници с дългогодишен стаж в състезанието, нашите студенти се представиха много добре. Надявам се да запазят състезателния дух и амбицията си, за да подобрят автомобилите си и следващата година да се представят още по-успешно. Също така се надявам в изданието на Shell Eco-marathon Европа 2010 България да бъде представена и от други технически университети”, коментира българското участие Камелия Славейкова, изпълнителен директор на Shell България.

Студенти представиха двата български автомобила за Shell Eco-Marathon 2009

София, 28 април 2009 г. – Остават само 9 дни до юбилейното 25-то издание на Shell Eco-marathon Европа. Тази година България ще бъде представена от два отбора – на Техническият университет – София и на Техническият университет – Варна, които ще се състезават в двете основни категории – „Прототипи“ и „Градски тип“.

Днес студентите представиха своите еко автомобили на официална церемония пред медиите в Техническият университет – София. Българските отбори ще се състезават с още 207 отбора от Европа, Северна Африка, Близкия изток и Азия. Между 7 и 9 май на пистата EuroSpeedway в Лаузиц, Германия ще победи автомобилът, който измине най-голямо разстояние с най-малко количество гориво, като отдели възможно най-малко вредни емисии.

„Икономията на гориво, намаляването на емисиите въглероден диоксид, развитието на алтернативните горива и на иновативните технологии са в основата на справянето с предизвикателството на устойчивата мобилност – предизвикателство, пред което Shell Eco-marathon се изправя от създаването си. Радвам се, че тази година в Shell Eco-marathon ще участват два български отбора, тъй като тя е юбилейна за състезанието“, коментира участието на двата отбора Камелия Славейкова, Изпълнителен директор на Shell България.

Автомобил на Технически университет – София

Отборът на Технически университет – София продължава участието си в Shell Eco-marathon 2009 отново в категорията „Градски тип“. Автомобилът P1a отразява идеите на студентите за компактно, икономично, удобно и атрактивно превозно средство с перспектива за масово ползване в градска среда.

„За да отговорим на най-голямото предизвикателство на Shell Eco-marathon – постигането на максимална енергийна ефективност, и тази година избрахме хибридно задвижване - електродвигател и бензинов двигател“, сподели капитанът на отбора Желязко Картунов.

P1a се задвижва от едноцилиндров двигател с вътрешно горене Honda, електродвигател, ултракондензатори и генератор за тяхното зареждане. За да се олекоти конструкцията с цел нисък разход на гориво, шасито е изработено от дуралуминиеви профили, които съчетават здравината на стоманата и лекотата на алуминия. Използвани са олекотени спиращи дискове за допълнително намаляване на теглото. Автомобилът може да развие скорост от 50 км/ч като изразходва приблизително 0,7 литра на 100 км.

P1a се отличава с ергономична обтекаема форма, съчетание на зелен гланц и черен мат, контраст между гладки и грапави повърхности, футуристични линии и ретро елементи. За да се намали въздушното съпротивление и разхода на гориво, автомобилът е съобразен с изискванията на аеродинамиката.

Автомобил на Технически университет – Варна

Осем студенти от специалност „Транспортна техника и технологии“ на Технически университет – Варна ще дебютират на европейския Shell Eco-marathon 2009 в категорията „Прототипи“. Отборът е проектирал футуристичен автомобил от стомана, алуминий и фибромат. Наречен е Морски дух и има аеродинамична обтекаема форма с дължина над 2 м. Прототипът е с 3 колела, задно предаване и верижно задвижване. Има едноцилиндров, четиритактов двигател с въздушно охлаждане. За да се отговори на изискването за енергийна ефективност на Shell Eco-marathon, моторът е конвертиран специално да работи с втечен въглеродороден газ (пропан-бутан).

Морски дух може да измине 1580 км само с 1 л гориво. Автомобилът развива скорост от 40 км/ч, като отделя десет пъти по-малко въглероден диоксид в сравнение със стандартен бензинов автомобил.

Отборът на Технически университет – Варна кандидатства за награди в категориите „Сигурност“ и „Отборен дух“.

Президентът на Европейската Комисия подкрепя Shell Eco-marathon

Днес Shell обявява и патронажа на Жозе Мануел Барозу, Президент на Европейската комисия, на 25-тото юбилейно състезание Shell Eco-marathon Европа 2009. Подкрепата на президента на ЕК отразява значимостта на Shell Eco-marathon Европа като ключово европейско образователно събитие, което дава шанс на младите инженери да търсят нови решения за енергийно-ефективната мобилност.

За България патрон на инициативата Shell Eco-marathon е Министерството на транспорта. „Най-големите замърсители в населените места са автомобилите, което логично води до търсенето на решение за разрешаването на този проблем. Едно от средствата за намаляването на вредните емисии е въвеждането в експлоатация на все по-екологични и нискоразходни двигатели. Поради тази причина Министерството на транспорта подкрепя всички инициативи, които биха довели до развитието на устойчивия транспорт и подобряването на енергийната ефективност“, коментира патронажа главният секретар на Министерство на транспорта Румен Христов.

Спечелете посещение за двама на Формула 1 в Монца!

Какво е нивото на маслото в автомобила ви? Познайте и ще получите Voilpy и шанса да посетите Формула 1 на пистата Монца!



Когато зареждате в Shell, позволете на асистента на бензиноколонката да отвори капака на вашия автомобил и се опитайте да познате дали нивото на маслото е под, над или точно на необходимото ниво. Ако успеете, ще ви дадем шанса да спечелите екскурзия за двама на състезанието от Формула 1 в Монца, Италия, 11-13 септември 2009 г.

Промоцията е валидна от 24.04.2009 г. до 24.06.2009 г.

[Вижте подробните Правила и условия.](#)

Спечелете VIP пътуване до Льо Ман с играта на Shell V-Power Diesel и Sportal.bg

Shell и Sportal.bg дават възможност на един читател и негов приятел да видят на живо битката на титаните в легендарното автомобилно състезание «24-те часа на Льо Ман»

Спечелете VIP уикенд за двама в Льо Ман (Франция) и билети за автомобилното състезание «24-те часа на Льо Ман» в играта на Shell V-Power Diesel, която се провежда от 10 април до 10 май за читателите на Sportal.bg.



За да се включите, отговорете на въпроса: Колко съвместни победи имат Shell V-Power Diesel и Audi Sport в „24-те часа на Льо Ман“?

[Започнете успешното си участие в играта Shell V-Power Diesel.](#)

Shell България открива нов магистрален обект

София, 12.02.2009 г.

Shell България открива нова бензиностанция на магистрала Хемус, която представлява 113-ят обект от мрежата на Shell в България. **Shell Правец** се намира на 43 км на магистрала Хемус, 500 м след детелината за Правец и Ботевград в посока от Варна към София. В съответствие със стандартите на компанията за изграждане на магистрални обекти бензиностанцията предлага отделни места за обслужване на частни и бизнес клиенти (TIR линия), TIR паркинг, кът за хранене и богат асортимент в магазина.



Shell има 655 магистрални обекта от общо над 11 000 в 20 европейски страни, включително България. "Откриването на Shell Правец е поредна стъпка от дългосрочната цел на Shell да изгради конкурентна мрежа от бензиностанции по магистралите в цяла Европа, която да предлага всички удобства за клиентите на дълъг път и достъп до продуктите с марка Shell.", коментира Теодора Колева, Търговски директор на Shell България.

В България Shell притежава мрежа от 83 собствени търговски комплекса (в това число и новият магистрален обект) и 30 обекта с франчайзингови договори за управление, открити през последните 3 години.

Shell Правец ще предлага всички горива Shell, включително усъвършенствените горива Shell V-Power. Тук ще се приемат фирмените карти euroShell Card за зареждане на гориво, които имат покритие в цяла Европа.

До края на март 2009 г. клиентите на новия магистрален обект ще бъдат посрещнати със специални оферти - двойно повече SMART точки при зареждане на гориво, както и хот-дог и напитка на промоционалната цена от 1.99 лв.

Pearl GTL: построяването на най-големия в света завод за втечен газ

В Катар довършването на най-големия в света завод за втечен природен газ (GTL), Pearl GTL, ще бъде основна стъпка към посрещането на световните нужди от по-чиста енергия. Строежът на завода Pearl GTL продължава по график в Рас Лафан, индустриална зона обширна колкото Амстердам, разположена на крайбрежието на Катар на около 90 километра западно от Доха.



За построяването на завода за втечен природен газ и оборудването му са необходими общо 2 милиона тона и стомана, с която могат да бъдат построени 10 Айфелови кули. На строежа на Pearl GTL работят над 40 000 работници от над 50 страни, което го прави едно от най-големите индустриални начинания.

[Вижте новини от проекта Pearl GTL](#)

Новините включват видео интервюта с управляващия директор, инженери и работници. Има и нови снимки, включително интерактивна 360-градусова снимка, за една виртуална обиколка на завода.

Използвайте своите SMART точки за отстъпка от цената на горивата!

Вземете отстъпка от 10 ст. срещу 8 SMART точки за всеки литър гориво в Shell.

Елате в Shell и се възползвайте от предложението ни към клиентите на програма Shell SMART! Заредете и вземете 10 ст. отстъпка от цената на всеки литър гориво срещу 8 SMART точки на литър!

Побързайте и посетете най-близкия търговски комплекс Shell още сега - промоцията е валидна до 29.03.2009 г.

[Подробни правила и условия на промоцията](#) »

Shell раздаде трите големи награди в годишната томбола на Програма Shell SMART.

Андрей Хайтов от с. Слащен, обл. Благоевград спечели лек автомобил Фолксваген Поло. „Това е неочакван, но страхотен подарък за Коледа“, сподели 29-годишният Андрей, след като получи ключовете за своя чисто нов автомобил от Ивайло Фичев, Мениджър Програма Shell SMART, Shell България. Наградени бяха още двама участници в програмата – Вихрена Василева от Благоевград спечели 8-дневна екскурзия за двама до Кайро и Хургада, а Дияна Иванова-Попова от Пловдив получи 32” LCD/TFT телевизор Samsung.



Вече 8 години Програма Shell SMART предоставя възможност на клиентите на Shell в България да получават допълнителни бонуси за своята лоялност. Шофьорите могат да събират точки, както за всяко зареждане на гориво, така и при покупки на някои от най-популярните стоки в магазините на търговските комплекси Shell – например списания, масла, цигари и др. Точки се натрупват и чрез ползване на услугите и продуктите на партньорите на програмата - GLOBUL и Хеликон. От май 2008 г. клиентите, които заредят в неделя, получават два пъти повече SMART точки, ако заредят с гориво Shell V-Power.