

# ПРЕДСТАВЯНЕ НА ГАМАТА ПРОДУКТИ DELO®



## Въпроси и отговори

### **В) Защо Chevron Lubricants преминава от Texaco® Ursa® към Texaco Delo?**

**О)** Въпреки че Ursa има свое наследство и идентичност на марката, за Chevron е от все по-голямо значение да унифицира стратегията си за търговската марка на смазочните продукти за техкотоварни автомобили. Ursa е главната търговска марка в Европа, докато Северна и Централна Америка, Азиатско-тихоокеанският регион, Близкият изток и Африка използват марката Delo под шапката на основните марки Chevron® и Caltex®. Преминаването към Delo ще ни даде възможност да работим в международен план с производителите на оригинално оборудване (OEM), партньори и крайни клиенти под егидата на световно призната марка. Използването на марката Delo ще осигури по-голяма ефективност и оптимизация по отношение на нашата продуктова гама, технологии, предлагани услуги и програми.

### **В) Какво е значението на използването на числото 400 в продуктите Delo?**

**О)** Delo 400 е първото всесезонно моторно масло за тежкотоварни автомобили, въведено от Chevron. В исторически план, Delo използват продукти, класифицирани в числови групи, като гамата 400 включва продукти от най-високия клас. Наследството на този продукт (не само в САЩ) означава, че 400 има значимост и надгражда наследството на марката.

### **В) Как Delo Ви помага да “стигнете по-далеч”?**

**О)** “Delo. Let’s Go Further.” (Да стигнем по-далеч) е нашият маркетинг слоган и предложение на марката. Вярваме, че той възбужда духа на големите възможности, партньорство, иновации и експертен опит, които са необходими, за да помогнем на нашите клиенти да постигнат най-добрите бизнес резултати. Това послание е подкрепено от доказателства за ефективна работа, които показват, че двигателите работят по-дълго, маслата имат по-дълъг експлоатационен срок и автомобилите стигат по-далеч с продуктите Delo. Същината на “Let’s Go Further” не е в това да се сравняваме с нашите конкуренти, а да подчертаем нашия ангажимент да предоставим на клиентите си всички ползи и предимства от избора им на нашите продукти и услуги. Ние ще работим, за да натрупаме специфични за Европа доказателства за ефективна работа, които ще ни гарантират за по-силно представяне на Delo в региона.

### **В) Ще продължат ли да се прилагат настоящите европейски одобрения и препоръки/спецификации или за продуктите Delo ще важат американските одобрения и спецификации/препоръки ?**

**О)** За продуктите, преминаващи към марката Delo без промени във формулациите, ще продължат да важат всички съществуващи европейските одобрения. За нови продукти и продукти с променени формулации ще имаме допълнителни одобрения и спецификации. Поемаме сериозен ангажимент да отговорим на нуждите на европейските и евроазиатските пазари, а не да налагаме американските приоритети. Въпреки това, ние ще въвеждаме световни формулации (където е финансово оправдано) и ще се възползваме от доказателства за ефективна работа, тъй като много производители на оригинално оборудване и международни клиенти биха искали да могат да купуват един и същ продукт във всички региони.

### **В) Ще се запази ли фокусът върху икономията на гориво?**

**О)** Икономията на гориво се вписва идеално в нашия маркетинг слоган “Let’s Go Further”. Като част от нашето предложение ние ще имаме гама продукти, осигуряващи икономия на гориво, и ще продължаваме да се позоваваме на икономията на гориво като ключова част от нашето послание.

### **В) Тенденциите по отношение на моторните масла за тежкотоварни автомобили се движат към вискозитетни класове 0W-30 и 5W-30. Ще може ли предложението на Delo да отрази тази промяна по отношение на изискванията към базовите масла?**

**О)** Ние осъзнаваме много добре посоката на въздействие върху базовите масла и работим в тясно сътрудничество с Oronite и други наши доставчици, за да отговорим на най-новите изисквания. В резултат на това се надяваме, че разработката и продажбата на нашите моторни масла за тежкотоварни приложения с по-нисък вискозитет и изключително нисък НТНС вискозитет ще нараснат с излизането на Delo на пазара.

### **В) Това ли е началото на ребрандирането от Техасо към Chevron в Европа?**

**О)** Не, Техасо ще остане основната марка в Европа. Надяваме се, че въвеждането на Техасо Delo ще помогне за по-нататъшно укрепване на марката Техасо.

[texacodelo.com](http://texacodelo.com)

A Chevron company product

**Delo®**  
Let's go further.™