



Bogata oferta produktów i fachowe doradztwo

Z dr. inż. Mariuszem Jackiewiczem
– Prezesem firmy VISBUD-Projekt Sp. z o.o.
oraz mgr. inż. Radosławem Jackiewiczem
– Przedstawicielem Regionalnym (obszar Wrocław)
rozmawia Krystyna Wiśniewska

Krystyna Wiśniewska: *Kiedy powstała firma VISBUD-Projekt, jaka jest jej struktura i kierunki działania?*

Mariusz Jackiewicz: Firma powstała w drugiej połowie 2009 r., ale rozpoczęła swoją działalność praktycznie w 2010 r. Wiązało się to z moją rezygnacją z funkcji zarządzającego marką DEITERMANN po przejęciu tej marki przez firmę Saint Gobain. Byłem inicjatorem wprowadzenia marki DEITERMANN na polski rynek, a następnie zarządzałem tą marką przez ponad 18 lat, dlatego też nabyte doświadczenia przenoszę na obecną moją działalność. Zachowałem więc strukturę przedstawicieli regionalnych, mających dużą samodzielność w sprzedaży, ale też ich dochody w całości zależą od osiąganych wyników. Natomiast centrala wspiera przedstawicieli regionalnych przede wszystkim w zakresie logistycznym i marketingowym. Nie obsługujemy hurtowni materiałów budowlanych; naszymi klientami są bezpośrednio firmy wykonawcze. Bardzo zależy mi, aby VISBUD-Projekt postrzegany był nie tylko jako dostawca produktów, ale także firma, w której można znaleźć fachowe doradztwo. Na tym etapie rozwoju firmy obecna struktura spisuje się całkiem dobrze. Liczy się przede wszystkim indywidualność i kreatywność przedstawicieli regionalnych.

KW: *VISBUD-Projekt wprowadził na rynek technologie i wyroby niemieckiej firmy Heinrich Hahne GmbH & Co. KG oraz włoskiej marki Ruredil. Proszę przybliżyć kolejne etapy rozwoju firmy.*

MJ: Rozwój przebiega spokojnie. Naszą aktywność zaczęliśmy przede wszystkim na południu Polski. Podyktowane to było położeniem siedziby firmy we Wrocławiu oraz dużą aktywnością naszego przedstawiciela w Krakowie, z którym miałem przyjemność pracować ponad 10 lat w byłej mojej firmie. Obecnie na obszarze południowej Polski działa sześciu przedstawicieli handlowych firmy VISBUD-Projekt. W następnej kolejności znaleźliśmy się we wschodniej i centralnej Polsce, a na północy jesteśmy w województwie pomorskim. Przed nami jeszcze ok. 40% terytorium kraju, ale jak już powiedziałem, wybraliśmy drogę spokojnego rozwoju, w tym właściwego doboru przedstawicieli regionalnych, którzy muszą mieć za sobą doświadczenie zawodowe w branży chemii budowlanej i w bezpośredniej pracy z firmami wykonawczymi.

KW: *Co sprawiło, że VISBUD-Projekt zainteresował się wyrobami tych marek i jak przebiega współpraca z dostawcami?*

MJ: W 2009 r., kiedy złożyłem moją rezygnację z funkcji zarządzającego marką DEITERMANN, stanąłem przed pytaniem, co dalej? Muszę powiedzieć, że moja rezygnacja była mocno emocjonalna, ale już wtedy czułem, że marka DEITERMANN zniknie i chciałem uniknąć chwili, w której osobiście musiałbym w Polsce ściągnąć z masztu flagę tej firmy. Nie miałem wtedy nowego miejsca pracy. Wprawdzie posypało się

wiele ciekawych propozycji, ale nie byłem gotowy pracować dla firm, które były wcześniej na polskim rynku. Postanowiłem więc rozejrzeć się w ofercie producentów nieznanych dotychczas w Polsce. Tak trafielem do firmy Heinrich Hahne GmbH. Już pierwszy kontakt z nowo zarządzającym tej firmy, **Hubertem Looksem** otworzył drogę współpracy. Czułem, że razem z nim ulokowanie marki Hahne na rynku polskim powieździe się i rzeczywiście współpraca przebiega wzorcowo. Ze strony firmy Hahne mamy duże zaangażowanie w logistycę, marketingu, a także, co nie było bez znaczenia na początku działalności, pomoc finansową. Jeżeli chodzi o markę Ruredil, to kontakty handlowe z tym producentem miałem jeszcze z czasów firmy DEITERMANN-Polska. W tym przypadku, zaufanie firmy Ruredil do mojej osoby spowodowało, że współpraca jest bardzo owocnie kontynuowana w ramach firmy VISBUD-Projekt.

KW: *Obecnie VISBUD-Projekt ma w swojej ofercie bardzo bogaty asortyment systemów do renowacji budynków od piwnicy aż po dach, a także materiałów do wzmacniania betonów, naprawy i ochrony murów oraz konstrukcji żelbetowych. Czym wyróżniają się te wyroby na tle konkurencyjnych, dostępnych na polskim rynku?*

MJ: W Polsce działa wiele firm znanych na europejskim, a nawet światowym rynku. Nie czujemy jednak z tego powodu żadnego dyskomfortu, nie mówiąc już o kompleksach, gdyż marka Hahne, to ponad 80 lat obecności i doświadczeń na niemieckojęzycznym rynku. Są to produkty o bardzo dobrej jakości, spełniające z dużym zapasem wymagania europejskich norm, a także całe systemy, które w sposób kompleksowy rozwiązują problemy trwałości budowli.

Radosław Jackiewicz: Z kolei produkty marki Ruredil, przeznaczone do wzmacniania konstrukcji ceglanych i żelbetowych, odznaczają się innowacyjnością. Ich odpowiedniki nie są często spotykane w ofertach innych firm. Nie przesadzę nawet, jeżeli powiem, że są wręcz unikatowe, jak np. siatki z włókien węglowych i włókien PBO w systemach FRMC wzmacniania konstrukcji. W Polsce z ich zastosowaniem wykonano kilka wzmocnień sklepień ceglanych obiektów sakralnych, a obecnie realizowane jest wzmocnienie sklepień Sali Balowej pałacu Marii Orańskiej w Kamieńcu Żąbkowickim. Duże przedsięwzięcie, piękny obiekt.

KW: *Które grupy wyrobów odgrywają największą rolę w ofercie VISBUDU i co wyróżnia firmę na rynku?*

RJ: Oferta jest bardzo bogata. Wyroby marki Hahne, to osiem grup materiałowych, a w nich łącznie ok. 150 produktów. Ponadto są jeszcze produkty marki Ruredil oraz produkowane w Polsce, takie jak suche zaprawy wchodzące w skład systemu naprawy konstrukcji żelbetowych, mineralne utwardzacz do posadzek betonowych oraz żywice. Łącznie w ofercie mamy ok. 200 produktów.

MJ: Najważniejszą grupę sprzedażową stanowią materiały bitumiczne i mineralne do izolacji obiektów, a jako wyróżniający się na rynku mógłbym wskazać np. IMBERAL RSB. Jest to dwukomponentowa, elastyczna izolacja, również przeciw wodzie pod wysokim ciśnieniem (ponad 1 GPa), szybko działająca, o szerokim obszarze zastosowania, m.in. na zewnątrz obiektów, ponieważ jest odporna na UV. Ten produkt stanowi też skuteczną barierę przeciw promieniowaniu radonowemu, o którym w Polsce niestety mało się mówi. Oprócz doskonałych parametrów wyróżnia się kolorem – jest czerwony jak barwa marki Hahne i emituje zapach miętowy – to jest fakt, nie żartuję.

Bardzo ważny jest też system izolacji i wykładzin drenażowych balkonów i tarasów, który firma Hahne z powodzeniem stosuje od lat na terenie Niemiec. Jesteśmy w gronie nielicznych firm, które taki system mają w swojej ofercie. Dużą część sprzedaży stanowią produkty przeznaczone do realizacji betonowych posadzek – są to włókna kopolimerowe marki Ruredil oraz mineralne utwardzacze powierzchniowe. Włókna kopolimerowe, które z powodzeniem zastępują włókna stalowe, są importowane z Włoch, natomiast mineralne utwardzacze produkujemy w Polsce. W 2013 r. wprowadziliśmy na rynek nowy rodzaj posypki charakteryzujący się znacznie wyższą odpornością na ścieranie niż dostępne dotychczas.

KW: Jacy są główni odbiorcy oferowanego asortymentu?

MJ: Każdy klient jest przez nas z taką samą uwagą załatwiany. Dbamy, aby największą grupą naszych klientów były firmy o średniowysokiej sprzedaży. To te firmy zapewniają bowiem bezpieczny wymiar generowanego zysku, który pozwala się nam rozwijać. Oczywiście są klienci, którzy wybijają się wielkością zakupów, tacy jak m.in. Budimex, Skanska, MotaEngil, Strabag. To na zamówienie tych firm dostarczyliśmy m.in. izolacje płyty dennej Centrum Kongresowego w Krakowie, izolacje tuneli i hali kas Dworca Głównego we Wrocławiu, izolacje stropów garaży podziemnych Green Towers i miejskiego we Wrocławiu,

Dworca Kolejowego w Katowicach, włókna do wzmocnienia płyt betonowych kontenerowisk we Franowie k. Poznania i w Terespolu.

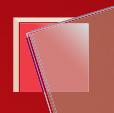
KW: Na czym będzie się koncentrować rozwój firmy w najbliższych latach?

MJ: Planujemy, że 2014 r. będzie rokiem dużego skoku w rozwoju firmy. Chcemy zwiększyć obszar sprzedaży, a jednocześnie jej wielkość tam, gdzie już działamy. Obecnie jesteśmy firmą nieznaną i coraz częściej nasze produkty oraz systemy są przywoływane w projektach. To wszystko wymaga jednak dużego wysiłku marketingowego, organizowania dużej liczby spotkań z obecnymi i potencjalnymi klientami, doskonalenia technik sprzedaży, a także utrzymywania trafionej oferty. Jesteśmy przygotowani na realizację inwestycji związanych z infrastrukturą. W 2013 r. wprowadziliśmy bowiem do oferty system MONOLITH do naprawy konstrukcji betonowych i żelbetonowych.

RJ: Na początku 2014 r. zwiększymy asortyment o kilka następnych nowych produktów, w tym bitumy jednokomponentowe, z możliwością ich podawania za pomocą pomp tłokowych. Małe zużycie produktów do wykonania 1 m² izolacji oraz wyeliminowanie wstępnego przygotowywania materiału może znacznie zwiększyć sprzedaż produktów izolacyjnych. Nadal będziemy upowszechniać system wykładzin drenażowych balkonów i tarasów, ale mam nadzieję, że prawdziwym hitem stanie się system mineralny i żywiczny wykładzin podłogowych o wysokich walorach architektonicznych o nazwie SIGNIA, opracowany przez firmę Hahne. Podczas seminariów, na których był prezentowany, wzbudzał ogromne zainteresowanie architektów.

Wierzymy, że 2014 r. i następne będą dobre dla rozwoju firmy. Ma to iść w parze z przewidywanym intensywnym wzrostem gospodarczym kraju napędzanym przez przyznane Polsce nowe dotacje unijne. Miejmy nadzieję, że nie popsuje tego politycy.

KW: Dziękuję za rozmowę i życzę, aby firmie VISBUD-Projekt udało się zrealizować wszystkie plany.



fensterbau
frontale 2014

TARGI.
OKNA –
DRZWI –
FASADY.

NORYMBERGA, 26 – 29 MARCA 2014

frontale.de

Informacje
MERITUM s.c.
Tel +48 22.8 28 27 34
meritum@meritum.it.pl



Równoległe z



HOLZ-HANDWERK

NÜRNBERG MESSE