Robert Stefanowski, prezes firmy Greinplast opowiada o przyszłości branży chemii budowlanej oraz o tym, w jaki sposób z powodzeniem zarządzać firmą z tego sektora.

Jak ocenia Pan rok 2018 w kontekście działań prowadzonych przez firmę Greinplast?

W minionym roku zanotowaliśmy wzrost sprzedaży swoich produktów w stosunku do roku poprzedniego, co jest odzwierciedleniem wspólnego wysiłku i pracy wszystkich osób zatrudnionych w firmie. Sukces ten motywuje nas do dalszych działań. W 2018 roku wprowadziliśmy wiele nowych produktów do oferty, m.in. nową linię farb do wnętrz, szpachle polimerowe, kwarcowe okładziny elewacyjne i wiele innych materiałów spełniających najwyższe standardy.

Co stanowiło największe wyzwanie dla firmy Greinplast w 2018 roku?

Rok 2018 był dla nas wyjątkowo intensywny. Otworzyliśmy kilka nowych oddziałów w Polsce, a co za tym idzie musieliśmy podjąć działania marketingowe i promocyjne na szeroką skalę. Stopniowo rozszerzamy działalność na skalę ogólnopolską, a w związku z tym wykorzystywane przez nas mechanizmy marketingowe uległy w pewnym stopniu zmianie. Zaczęliśmy promować się za pośrednictwem ogólnopolskich telewizji oraz stacji radiowych komunikując ich odbiorcom, że jesteśmy solidną polską firmą.

Czy jako firma rodzinna Greinplast ma silniejszą pozycję na rynku? Jakie korzyści niesie ze sobą taki charakter spółki?

Przede wszystkim to muszą być rzeczywiste, mocne więzi, a nie sama nomenklatura. Uważam, że udane relacje rodzinne mogą przełożyć się na sukcesy w życiu zawodowym. Jedno wynika z drugiego i wierzę w to, że w naszej firmie tak właśnie się dzieje i pomaga nam to sprawnie funkcjonować na rynku. Klienci czują się z nami bezpiecznie, wiedzą, że kierujemy się etyką i uczciwością – jak w rodzinie. Jeżeli wprowadzamy produkt, to sami musimy być przekonani, że jest on po prostu dobry, żebyśmy mogli z czystym sumieniem go polecać. Wierzymy, że klienci widzą nasze zaangażowanie. Nie manipulujemy naszą ofertą, nie optymalizujemy sprzedaży na tyle, żeby korzyści były odczuwalne tylko dla nas. Klient jest dla nas bardzo istotny. I to nie są puste słowa - razem tworzymy całość. Nie jesteśmy firmą korporacyjną i z roku na rok utwierdzamy się w przekonaniu, że obrana przez nas droga jest właściwa.

Do kogo w szczególności skierowana jest oferta firmy?

Greinplast posiada bardzo szeroki asortyment, który umożliwia kompleksową obsługę glazurników, malarzy, firm wykańczających wnętrza itd. Jest to wynik naszej długoletniej pracy, wysiłku i pozyskiwanego doświadczenia. Dzięki bogatej ofercie możemy dostarczyć wszystkie niezbędne materiały potrzebne na różnych etapach budowy. Jesteśmy w stanie zapewnić chemię budowlaną do zastosowania od fundamentów po poddasze. Oferujemy także nowoczesne rozwiązania na hydroizolację. Przez wiele lat uczyliśmy się jak skutecznie zabezpieczyć balkon przed czynnikami atmosferycznymi i dysponujemy gotowymi, sprawdzonymi rozwiązaniami. Na tym jednak nie poprzestajemy i nieustannie poszukujemy nowych metod. Powiększamy właśnie nasze laboratorium o kolejne kilkaset metrów kwadratowych, aby zwiększyć przestrzeń do prac badawczo-rozwojowych.

Jakie są kluczowe aspekty, którymi kierują się klienci przy wyborze produktów?

Tak jak w przypadku większości branż, bardzo wielu klientów kieruje się przede wszystkim cenami poszczególnych towarów, ale są też tacy, którzy szukają czegoś wyszukanego, oczekują oryginalnych rozwiązań i pomysłów. Dla nich istotne jest, aby produkty były interesujące, nowoczesne albo też ciekawe w swoim wyglądzie czy zastosowaniu. Co ważne, z roku na rok rośnie świadomość zakupowa klientów oraz wykonawców. Ci, którzy decydują się na ofertę Greinplastu, mogą być pewni, że nasze produkty są równie dobre, jak te oferowane przez największe zachodnie marki, a jednocześnie są dostępne w konkurencyjnych cenach. Ma to znaczący wpływ na dynamikę i efektywność sprzedaży. Warto wspomnieć, że nasza oferta jest nieustannie dostosowywana do potrzeb i oczekiwań klientów, wykonawców i firm handlowych. Ich sugestie, uwagi oraz pomysły są dla nas niezwykle cenne i mają spory wpływ na ostateczny kształt oferty firmy Greinplast.

Które produkty z Państwa oferty uważa Pan za flagowe?

Jest wiele takich produktów. Naszą ofertę z pewnością wyróżniają panele kwarcowe – to jest nasza najnowsza propozycja. Przedstawialiśmy je na targach budowlanych w Poznaniu i spotkaliśmy się z ogromnym zainteresowaniem. Oprócz tego możemy się pochwalić szerokim wachlarzem farb, paneli elewacyjnych, produktami ceramicznymi, do wnętrz, fasadami charakteryzującymi się wysokim współczynnikiem odbicia promieniowania słonecznego (TSR), o niższej absorpcji promieni UV itp. Te produkty stanowią trzon naszej oferty, cieszą się największym zainteresowaniem klientów i wyróżniają Greinplast na tle konkurencji.

W branży budowlanej trendy zmieniają się bardzo szybko. Jest to głównie związane z dynamicznym rozwojem technologicznym chemii budowlanej. Czy w ostatnim czasie pojawiły się nowe możliwości produkcji materiałów?

Branża chemii budowlanej nieustannie ewoluuje i praktycznie co roku pojawiają się nowe trendy. Jako firma nieustannie je śledzimy i dostosowujemy do nich naszą ofertę. Wprowadzamy m.in. nowe okładziny elewacyjne czy systemy renowacji balkonów. Nie ograniczamy się wyłącznie do tradycyjnych, metod docieplania budynków ale na bieżąco szukamy nowych. Ten rynek dynamicznie się zmienia i ma pewien specyficzny charakter. Jest bardziej wyszukany, bardziej wymagający. Wynika to m.in. z różnorodności dostępnych produktów oraz ich specjalnych właściwości. Obecnie w fazie projektowania, ulepszania lub wprowadzania do sprzedaży są np. produkty z zastosowaniem nanocząsteczek, samoczyszczące czy bardziej odporne na działanie warunków atmosferycznych.

Co spośród branżowych nowinek wzbudziło ostatnio Pana największe zainteresowanie?

Niedawno uczestniczyłem w targach budowlanych, na których miałem okazję zapoznać się z nowymi technologiami farb, które charakteryzowały się funkcją ocieplenia budynku. Niewykluczone, że w przyszłości takie farby zastąpią tradycyjne metody ociepleń. Jest to interesujące oraz innowacyjne rozwiązanie, któremu uważnie się przyglądamy i obserwujemy jego rozwój.

Rynek budowlany przybiera na sile – powstaje coraz więcej mieszkań i innych budynków użytkowych. Czy nadchodzący rok zapowiada się owocnie dla producentów i wykonawców, a tym samym dla firmy Greinplast?

Z perspektywy firmy Greinplast mogę powiedzieć, że notujemy ciągły wzrost zapotrzebowania na nasze materiały. Myślę, że w przyszłym roku ten trend się utrzyma, co jednoznacznie świadczy o kondycji branży. Nie możemy narzekać na zainteresowanie naszą ofertą i tak naprawdę jedyne co nas ogranicza to liczba rąk do pracy. Cieszymy się, że jako producent chemii budowlanej zdobyliśmy zaufanie konsumentów. Każde wyzwanie traktujemy jako szansę na dalszy rozwój. W 2019 roku położymy szczególny nacisk na rozbudowę sieci dystrybucji. Powiększamy nasze zdolności produkcyjne i wychodzimy naprzeciw najnowszym badaniom rynku. Obserwujemy dynamikę rozwoju poszczególnych produktów i ciągle udoskonalamy technologie budowlane uzupełniając je o zdobytą przez lata wiedzą i doświadczeniem.

Jakie wyzwania i cele firma Greinplast stawia przed sobą w bieżącym roku?

Obecnie kładziemy bardzo duży nacisk na to, aby pokazać Polakom, że jesteśmy dobrą, profesjonalną firmą pochodzącą z Podkarpacia. To nasza duma. Chcielibyśmy, żeby marka Greinplast była znana już nie tylko w rejonie południowo-wschodnim, ale w całej Polsce. Wierzymy, że nasza szeroka oferta i wieloletnie doświadczenie w branży budowlanej to atuty, które pomogą nam osiągnąć ten cel.