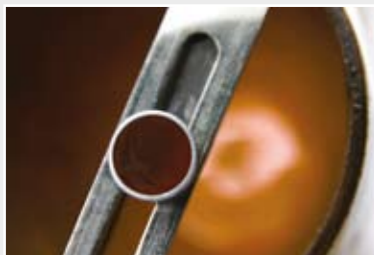


Innowacja jest sztuka



Mistrz Innowacji Winkhaus



Skąd się biorą innowacje?

Kolejna, już III edycja naszej akcji Mistrz Innowacji dowodzi, że w biznesie okiennym nie brakuje ludzi twórczych. Zapytaliśmy tegorocznych Mistrzów, skąd czerpią swoje pomysły. Ich odpowiedzi wskazują dwa główne źródła wprowadzanych innowacji – klienta i wewnętrzną potrzebę doskonalenia, tkwiącą w samym producencie.



Mariusz Sobieła z firmy Baumann został wyróżniony za promowanie czujników zamknięcia okna activPilot Control.



Firmę Marsel z Goleniowa reprezentował Mariusz Walkiewicz.

W ostatnich latach innowacje zdobyły uznanie jako główny motor wzrostu i warunek przetrwania w długim okresie. Twierdzi się (S. Lachowski 2012), że liderzy Nowej Gospodarki zbudowali swoją pozycję niemal wyłącznie dzięki innowacyjnym produktom i nowatorskim koncepcjom biznesowym. Innowatorzy nie tylko lepiej orientują się, gdzie tkwią źródła wartości dla klientów i jakim ulegają one zmianom, ale także znacznie częściej wykorzystują zdobytą wiedzę przekraczając granice, które wyznaczyła konkurencja.

Pewnym jest, że zysków nie osiąga się przez ulepszanie tego, co już znane oraz to, że nie każda innowacja



Bartłomiej Hajzler (Okna Hajzler z Oleśnicy) – z nagrodą.

przynosi zyski przedsiębiorstwu. Źródłem dochodu są tylko te innowacje, które są użyteczne dla konsumentów, bądź dla samego przedsiębiorstwa.

Okna Hajzler, Mielczarek i Fenetra to przedsiębiorstwa czerpiące wiedzę od swoich klientów. Arletta Kempieńska (Fenetra), Bartłomiej Hajzler (Okna Hajzler) i Ryszard Obidziński (Mielczarek) są zgodni, że konsumenci są coraz bardziej świadomi. **Bywa, że czasem pomysły naszych klientów przekraczają nasze możliwości, ale zawsze są dla nas inspiracją** – dodaje pan Bartłomiej. Pani Arletta potwierdza, że produkty muszą być coraz lepsze i dostosowywać się do zmieniającej rzeczywistości, a jej firma

chce być postrzegana jako ta, która nie boi się wprowadzać na rynek nowości. My lubimy wyzwania i przede wszystkim mamy potencjał, żeby nowe rozwiązania realizować. **Dzięki wprowadzeniu do oferty nowych, ulepszonych, czy też wzbogaconych produktów możemy skutecznie odróżnić swoją ofertę od konkurencji.** Dodać należy, że obecnie klienci są zainteresowani wszystkim, co ma związek z energooszczędnością oraz poprawą funkcjonalności i bezpieczeństwa użytkownika stolarki, dodaje pani Arletta.

Firma BAU-MAN z Oleśnicy i Marsel z Goleniowa należą do drugiej grupy przedsiębiorstw – w ich naturze leży

doskonalenie zastanej rzeczywistości. Nigdy nie byliśmy i nie zamierzamy być jedną z wielu nijakich firm na naszym rynku – mówi Mariusz Sobieła z firmy BAU-MAN. **Wciąż szukamy nowych rozwiązań, które moglibyśmy zaoferować naszym klientom tak, aby użytkowanie okien było łatwe, bezpieczne i przyjemne.** Mariusz Walkiewicz z Marsela potwierdza, że jego firma stale poszukuje innowacyjnych rozwiązań. **Chcemy, aby nasze wyroby posiadały nowoczesne rozwiązania techniczne, a tym samym wyprzedzały trendy rynkowe ku satysfakcji klientów.**

Rozmawiać, rozmawiać i jeszcze

raz rozmawiać z klientem – podkreśla pan Ryszard Obidziński z firmy Mielczarek. **Jeżeli obiektywnie przedstawimy klientowi naszą ofertę i to, co powiedzieliśmy, pokryje się z prawdą, zyskamy wówczas zaufanie**



W imieniu firmy Mielczarek ze Zduńskiej Woli nagrody w dwóch kategoriach odebrali właściciel Grzegorz Mielczarek z synem Tomaszem.

– klient będzie postrzegał nas jako rzetelną firmę. Kupiecka rzetelność jest jedną z wielu wartości, o których zapomina się w procesach gospodarowania. Wszyscy moi rozmówcy zwracają uwagę na ogromną rolę jaką we wprowadzaniu innowacji na

rynek odgrywają umiejętności pracowników bezpośredniego kontaktu – biur handlowych, punktów sprzedaży itp. **Zadaniem sprzedawców jest pokazanie zalet nowych rozwiązań w taki sposób, aby potencjalny klient**

zrozumiał, że to nie jest wizja odległej przyszłości, tylko standard dnia jutrzejszego! – tłumaczy Bartłomiej Hajzler. Umiejętności sprzedawców są kluczowe, ponieważ pewna grupa klientów boi się nowości. Problem polega na tym, że choć się boimy, to

bardzo chcemy mieć dobre rzeczy. Ten lęk zdaje się niwelować zaufanie do producenta, który na rynku postrzegany jest jako dostawca towaru wysokiej jakości – uważa pan Ryszard Obidziński. Dlatego podstawowe jest dbanie o wizerunek przedsiębiorstwa. Pani Izabela Tryba podziela tę opinię – klienci krakowskiego Oknoplusa, przekraczając próg przedsiębiorstwa, doskonale wiedzą, czego mają spodziewać się po marce i czego mogą oczekiwać. Nasi klienci cieszą się z wprowadzanych przez nas nowości, ponieważ nie muszą chodzić do konkurencji, mówi pani Izabela. **Własna droga plus obserwacja rynku, a zwłaszcza wyczerpanie na potrzeby klienta, zawsze doprowadza do pojawienia się pomysłu, a co za tym idzie innowacyjności, nowości i w efekcie przewagi konkurencyjnej.**

Monika Olszewska

Więcej

<http://www.winkhaus.pl/Prasa/mistrzinnowacji.asp>

Winkhaus Polska – 20 lat innowacji



10 października 2012 zaprosiliśmy do naszej firmy media branżowe z Polski i Rosji. Okazją do zwołania pierwszej w historii naszej firmy konferencji prasowej było zakończenie 3 edycji konkursu Mistrz Innowacji Winkhaus, które zbiegło się w czasie z jubileuszem 20-lecia Winkhaus Polska – stąd temat przewodni konferencji: Winkhaus Polska – 20 lat innowacji.

Rozstrzygnięcie konkursu Mistrz Innowacji 2012

1 października podsumowaliśmy 3 edycję konkursu Mistrz Innowacji Winkhaus i wyłoniliśmy łącznie 9 laureatów kategorii produktowych spośród firm dużych oraz firm średniej wielkości. W segmencie firm małych nie wytypowaliśmy w tym roku żadnego laureata.

Aktywny udział w naszym konkursie wzięło 23 producentów okien – wszystkim bardzo dziękujemy za promowanie na rynku innowacyjnych produktów do stolarki budowlanej.

A oto nasi tegoroczni laureaci:

Kategoria produktowa - innowacyjne okucia okienne – czujniki magnetyczne activPilot Control

biura sprzedaży firmy Hekaplast z Leszna (w segmencie firmy duże)

• **OKNA HAJZLER** z Zielonej Góry

• **BAU-MAN** z Oleśnicy

• dział handlowy firmy MARSEL z Goleniowa (w segmencie firm średniej wielkości)

Kategoria produktowa – innowacyjne wkładki patentowe – wkładki keyTec VS jako małe systemy lub identycznie kodowane lub wkładki keyTec RPE

przedstawiciele handlowi firmy Oknoplus z Krakowa (w segmencie firmy duże)

• **GRODPLUS** z Nowego Sącza i Krościenka

• **G&G Grzegorz Żuławiński** z Dobczyc i Brzeska

• firmowe biuro sprzedaży PPHU Mielczarek Zduńska Wola za sprzedaż wkładek keyTec RPE (w segmencie firm średniej wielkości)

Kategoria produktowa – innowacyjne zamki drzwiowe autoLock AV2 z automatycznym ryglowaniem

przedstawiciele handlowi firmy Fenetra z Ostrowa Wielkopolskiego (w segmencie firmy duże)

• **ALMATO** z Ostrzeszowa

• **PHU TOMBUD TOMASZ MĄDROWSKI** z Międzyzochu

• firmowe biuro sprzedaży PPHU Mielczarek Zduńska Wola (w segmencie firm średniej wielkości) – to nasz laureat dwóch kategorii! Brawo!

Wszystkim zwycięzcom serdecznie gratulujemy.

Chcielibyśmy także wymienić firmy zasługujące na wyróżnienie. Zajęły one wysokie miejsca w swoich kategoriach produktowych. Tuż za podium znalazły się firmy:

• **Sapor** z Buku w segmencie firm średniej wielkości – w kategorii zamki drzwiowe autoLock AV2

• **Empol** ze Żródła w segmencie firm dużych – w kategorii czujniki zamknięcia okna activPilot Control.