



**Gratulacje za okno Future Energy, które wyróżniono główną nagrodą Wystawy Innowacji 2019. Skąd pomysł na ten produkt?**

Wynika on z misji naszej firmy, którą jest zmierzanie ku doskonałości. 25 lat temu tworzyłem ją wraz z żoną, która była wtedy studentką ostatniego roku medycyny. Do dziś mimo, że nasze branże znacznie różnią się od siebie misja/wizja firmy jest dla nas kluczowa. Nie oglądamy się za siebie lecz wpatrujemy się w przyszłość. To w niej liczyć się będzie ekologia, czysta energia i jej oszczędzanie. Oknem Future Energy tworzymy nową ścieżkę tej przyszłości, którą tworzy otwartość na nowości. Być może dzisiaj jeszcze ludzie nie potrzebują masowo okien, które produkują prąd. Jestem jednak przekonany, że za kilka lat będzie to coś, bez czego nie będą potrafili i nie będą chcieli się obejść. Na tym polega rozwój cywilizacyjny.

**To takie trochę wizjonerskie podejście do biznesu?**

Jak pan widzi w moim gabinecie wisi portret Steve'a Jobsa, wizjonera, który powiedział, że ludzie nie wiedzą tak naprawdę czego będą potrzebować w przyszłości. To my, kreatorzy stwarzamy to, czego mogą potrzebować, co będzie dla nich dostatecznie użyteczne. Jobs wzorował się także na Henrym Fordzie. Ten nietuzinkowy człowiek zauważył natomiast, że gdyby w czasach jego rozwoju zapytać czego potrzebują do podróżowania, odpowiedzieliby zapewne: szybszych koni. Dopiero Ford wskazał, że zamiast tego mogą potrzebować dobrych, szybkich, a tanich samochodów. A tym samym konie odeszły w zapomnienie. To właśnie tacy wizjonerzy jak Ford czy Jobs pokazują ludziom, że mogą chcieć czegoś całkiem innego niż dotychczas. Czegoś nowego.

**A teraz Ignacy Petecki z Łodzi pokazuje ludziom czego mogą oczekiwać od okien?**

Zachowując proporcje muszę powiedzieć, że ci wizjonerzy inspirują mnie właśnie do myślenia o przyszłości, także o przyszłości mojego biznesu. A że nie ma przyszłości bez innowacyjności, to również ja próbuję wprowadzać udoskonalenia, których w przyszłości mogą potrzebować moi klienci. Chodzi aspekty, które będą podnosiły komfort ich życia. Dzisiaj mam przekonanie, że technologia okien Future Energy wytycza nam przyszłość, nadaje kierunek myślenia o oknach, czy tego chcemy czy też nie. Zatem kto szybciej ją wdroży ten uzyska przewagę rynkową, ten będzie liderem rynku. Oczywiście, że nie będzie to proste bo dzisiaj jeszcze nie ma na to dużego popytu. To zjawisko należy dopiero wykreować. Ale jak pan zauważył jestem jednym z pierwszych, który już zrobili krok w tym kierunku.

**Postrzegam Future Energy Line już nie jako okno, ale jako urządzenie produkujące energię. Ono będzie wymagało chyba jednak wyższych kompetencji w ich instalowaniu?**

Bardzo słuszna uwaga. Tego okna nie wystarczy wyprodukować, ale trzeba zapewnić holistyczny program, dzięki któremu klient będzie mógł cieszyć się jego funkcjonalnością i wieloletnim użytkowaniem. To też jest pole do modernizacji rozwiązań, w czym specjalizujemy się już od lat. Nasze nowatorstwo w usługach montażowych ukazywaliśmy wtedy, kiedy inni w ogóle nie zwracali na to uwagi. Od zawsze stosowaliśmy wysokojakościowych materiałów do montażu, badaliśmy jakość montażu, jego dokładność i efekty cieplne. Używaliśmy do tego nawet kamer termowizyjnych. Dzisiaj jednak to już nie wystarcza. I to nie jest jedyny powód dla którego chcemy pójść dalej. Wiosną wprowadzimy szeroko zakrojony program zwiększający jakość obsługi, w ramach współpracy inwestorskich. Mam nadzieję, że wyznaczymy tym samym nowe, wyższe standardy obsługi klienta. Będzie to także element naszego wyróżnienia się na rynku, kolejnej nowości.

**Coś więcej o tym? Bo przyznać muszę, że sposób pracy waszych montażystów zawsze wyróżniał się spośród innych.**

Na tym polegała nasza innowacja w usługach. Już 20 lat temu nasi montażyści wchodząc do mieszkania na wymianę zakładali ochraniacze na buty, a elementem wyposażenia ekipy był odkurzacz do posprzątania po sobie. Na klatce schodowej, na każdej kłamce wieszaliśmy przywieszkę z informacją o prowadzonych pracach i przewidywanej godzinie ich zakończenia. Sąsiedzi nie tylko byli mniej zdenerwowani, ale jeszcze zapraszali do siebie, żeby wycenić im koszty ewentualnej wymiany okien albo podregulować okucia. To była autentyczna nowość. Na zakończenie prac natomiast klient otrzymywał bezpłatnie komplet materiałów do pielęgnacji okien. To zbudowało naszą markę na łódzkim rynku. Od tego roku pójdziemy krok dalej. Chcemy dać klientom pewność, że dokonali właściwego wyboru zlecając nam te prace. Wszystko będzie udokumentowane, zoptymalizowane i przejrzyste.

**Właśnie ten przykład pokazuje, że na jakość marki Petecki pracuje nie tylko prezes ze swoją żoną, ale każdy pracownik, który ma kontakt z klientem?**

Każdy pracownik. Także ten, który nie ma kontaktu z klientem. Jeśli chce się być najlepszym to trzeba pozyskać do swojego pomysłu najlepszych ludzi. A to już jest proces, bo najlepszym można stać się dopiero po jakimś czasie. Kiedy więc już wyszkoli się takich pracowników, kiedy nabiorą oni doświadczenia, to następnie wskazane jest ich też utrzymać w organizacji. A żeby to uzyskać ważna jest identyfikacja z firmą, wspólne realizowanie celów, chęć bycia najlepszym. Każdy z nich na co dzień buduje wizerunek firmy, niezależnie od tego czy produkuje, prowadzi kadry, sprzedaje czy też montuje. To dlatego sztuką jest odpowiednie dobranie ludzi, ich właściwe wykształcenie oraz jasne określenie zadań. Kluczem jest zaufanie im, szczerowość oraz stworzenie możliwości do podejmowania decyzji. W centrum każdego biznesu musi być przede wszystkim człowiek i zespół, który on współtworzy.

**Menedżer więc jest trochę jak selekcjoner piłkarski, który dobiera kadre, trenuje i wyznacza zadania?**

Bardziej adekwatne chyba byłoby porównanie do roli dyrygenta w orkiestrze, który określa tempo pracy, tempo zmian i rozwoju. Zespół w firmie jest bardziej jak orkiestra niż drużyna piłkarska - to grono zdolnych indywidualności, które w harmonii muszą wygrać dość szczegółowo rozpisaną partyturę, a każdy fałsz da się usłyszeć. Zadaniem dyrygenta jest dobranie sobie zespołu, określenie utworu do zagrania, wspólne wyćwiczenie tego i takie zgranie, że wykonanie

będzie sukcesem. Ale ten sukces nie zależy od samego dyrygenta – jego jest pomysł i wizja – to sukces każdego pojedynczego muzyka, który brał w tym udział.

### **Zależny chyba jednak trochę także od instrumentu na jakim ma szansę zagrać?**

I to nas trochę różni od orkiestr symfonicznych, gdzie muzycy mają własne instrumenty. W firmie oczywiście te instrumenty musi dostarczyć organizacja. Będą to więc odpowiednie technologie, maszyny, narzędzia, procedury, marketing, ale też programy szkoleniowe podnoszące kwalifikacje. Ze szkoleniami, z ciągłym doksztalcaniem nierozzerwalnie związany jest rozwój technologiczny, ale też rozwój całej organizacji. A nie ma rozwoju bez innowacji – to jak awers i rewers tej samej monety. Wdrażamy więc nowe standardy służące nieustannemu progresowi. Wiedza jest więc naszym bogactwem. W obecnym sezonie będziemy chcieli podzielić się nią z naszymi partnerami handlowymi. Wierzę, że na rynku zwyciężą ci, którzy będą posiadać wiedzę. I tą wartość dodaną chcę przekazać partnerom, aby zarazić ich naszą wizją oraz strategią firmy. Chciałbym aby ich działania były spójne z naszymi. Ostatecznym celem jest zadowolenie klienta, że wybrał naszą wspólną ofertę, satysfakcja z powodu dokonanego wyboru. Miarą sukcesu będzie natomiast wzrost obrotów w naszych salonach i niepowtarzalna jakość usług pozwalająca realizować coraz wyższe marże.

### **Warunkiem sukcesu na tym polu jest jednak najwyższej klasy doradztwo techniczne...**

A to właśnie jest kolejna nasza przewaga oparta na wiedzy. Nasi handlowcy czy sprzedawcy w salonach zawsze byli dobrymi doradcami, gdyż to wynikało ze specyfiki naszych produktów. Zawsze stawialiśmy na jakość, nigdy nie sprzedawaliśmy najniższą ceną. U nas nie ma podawania z półki, zawsze chodzi o krojenie garnituru na miarę. Ten garnitur nie może być ani za duży ani za mały. To nie może być za drogie ani za tanie. Inne okna doradzę do garażu czy budynku gospodarczego, inne do rezydencji, a jeszcze inne do domku jednorodzinnego. To musi być program indywidualnie dobrany do potrzeb klienta, do jego preferencji, do jego poczucia estetyki. Sprawny i dobry doradca zawsze będzie potrafił tak doradzić, ale musi być wyposażony w wiedzę i musi ją stale uaktualniać. To jest warunek sine qua non fachowego doradztwa technicznego.

### **Szczególnie przy tak szerokim asortymencie, jaki ma pańska firma?**

To efekt przemyślanego różnicowania naszej oferty, która już od dawna pozwala klientom zaopatrzyć się u jednego partnera, dającego łączną gwarancję i biorącego na siebie pełną odpowiedzialność. Dzisiaj niemal 100 proc. zamówień dla domków jednorodzinnych dotyczy u nas kompletu stolarki: i okien, i drzwi, i rolet, i bramy garażowej. Ale też stolarki przeciwłamaniowej, przeciwpożarowej czy fasad. Naszym klientom najczęściej nawet szkoda czasu na poszukiwanie innych rozwiązań. W ogromnym stopniu jest to efekt dobrego doradztwa w punkcie sprzedaży, ale też różnorodności naszej oferty. Jako nieliczni chyba w kraju produkujemy okna tworzywowe w 3 różnych zakładach, korzystając z 3 różnych systemów, a do tego okna, drzwi, fasady na dwóch różnych systemach aluminiowych. Oczywiście bardzo trudno jest mieć takie możliwości, magazyny, narzędzia obróbcze, ponieważ trzeba posiadać do tego odpowiednich fachowców. Prowadzenie takiego biznesu jest 4-krotnie trudniejsze, niż pojedynczego zakładu. To właśnie jest kolejny element naszej innowacyjności: dopasowywanie się organizacyjne do potrzeb klienta.

### **Czy podzieli pan opinię, że już sama przedsiębiorczość ma w swoich genach bycie innowacyjnym?**

Niewątpliwie każda firma bierze się z jakiegoś pomysłu na biznes. Im bardziej jest on nowatorski, tym większe szanse na sukces można z nim wiązać. W tym znaczeniu u podstaw większości przedsięwzięć leży jakaś innowacja, nowa wartość. Ale u podstaw każdego biznesu leżą też marzenia, często wiążą się one z pieniędzmi. Warto natomiast zauważyć w biznesie także inne wartości: człowieka, pracownika, partnera, przyjaciela i radość jaką oni mogą nam dawać. Także radość realizacji marzeń, nie tylko własnych, ale też marzeń pracowników, partnerów handlowych czy klientów. Oni też przecież mają swoje troski i swoje marzenia. A my możemy pomóc, by się spełniły. Ludzie i ich marzenia są najważniejsi, bo przecież jedna osoba nie zbuduje solidnej firmy.

### **Solidnej, czyli jakiej?**

Prowadzonej porządnie, etycznie, zaspokajającej w miarę możliwości potrzeby wszystkich, całego łańcucha wartości. Nie tylko właściciela, także pracowników, klientów, partnerów handlowych. Solidna firma postępuje właściwie nie tylko wobec swoich, ale i wobec konkurentów, którzy również mają swoich pracowników, partnerów i klientów. Postępuje uczciwie wobec środowiska, wobec władz lokalnych i wobec fiskusa. Solidna firma jest otwarta na świat, na innych ludzi i na dialog. Szeroko pojętą komunikację. Bo warto rozmawiać, warto się uśmiechać do siebie i warto się wzajemnie szanować. Tylko na takim fundamencie da się zbudować coś solidnego.

### **A często też znaleźć przyjaźń?**

Dla większości z nas biznes okienny jest pasją życia. To nas łączy, to daje podstawy do wzajemnej sympatii, a niekiedy także przyjaźni. Ja mam dodatkowo to szczęście, że firmę prowadzę wspólnie z żoną – ona jest moim najlepszym przyjacielem. Razem tworzymy strategię firmową od początku jej istnienia, razem określamy cele i bierzemy wspólnie odpowiedzialność za ich realizację. Wspaniale uzupełniamy się i wspieramy wzajemnie nie tylko w życiu prywatnym, ale również w pracy. Śmiało mogę wyznać, że z tego powodu jestem ogromnie szczęśliwy. I każdemu życzę z całego serca nie tylko na ten rok ale też na każdy kolejny, by towarzyszyło mu poczucie szczęścia z tego co robi i w jakim otoczeniu. Bądźmy szczęśliwi i dawajmy szczęście innym.

**Do tych pięknych życzeń i ja się przyłączam, dziękując za rozmowę.**

**Rozmawiał: Robert Klos / Forum Branżowe**

*Ignacy Petecki, lat 60. Doktor nauk ekonomicznych, od 25 lat aktywny na rynku stolarki, właściciel firmy PETECKI. Zajmuje go wszelkie dziedziny nauk humanistycznych, a największą jego pasją jest praca.*

**Firma PETECKI**

[press box](#)