



Stawianie czoła branżowym wyzwaniom jest dużo łatwiejsze w oparciu o solidną rekomendację producenta. Firmy dołączające do sieci KRISHOME notują spore wzrosty.

Tendencje rynkowe

Branża stolarki okiennej przeżywa rewolucję internetową. Dziś, według badań, aż 69,6 % inwestorów do 39 roku życia – informacji o szeroko rozumianych materiałach budowlanych szuka w internecie. Równie ważnym źródłem informacji są eksperci w salonie sprzedaży. Dziś inwestor stawia na zakup scentralizowany – coraz częściej decyzję o zakupie okien, bram, drzwi i osłon podejmując w jednym miejscu. – Obserwujemy dynamikę wzrostu udziału zamówień kompletu stolarki. Rok do roku notujemy ponad 30-procentowy wzrost. Polacy chcą kompleksowej obsługi i cieszy nas, że możemy ten sektor tak dynamicznie współtworzyć – komentuje Radosław Gibki, Dyrektor Sprzedaży Krajowej firmy KRISPOL.

Rozwój sieci

Liczba aktywnych kooperantów KRISHOME wciąż rośnie. Od 2018 roku, kiedy firma KRISPOL oficjalnie ogłosiła nowy projekt, sieć zanotowała 40 procentowy wzrost. – Liczby są ważne, ale dla nas bardziej istotne jest to, że dołączający do sieci KRISHOME to wyjadacze lokalnych rynków, firmy z doświadczeniem i zaufaniem budowanym wśród klientów w danym rejonie od wielu lat, czasem już nawet pokoleń. To pokazuje, że spójną koncepcję i naszą wizję marketingową rekomendują ludzie, którzy o biznesie mogą wiele powiedzieć, to jest nasz powód do dumy i

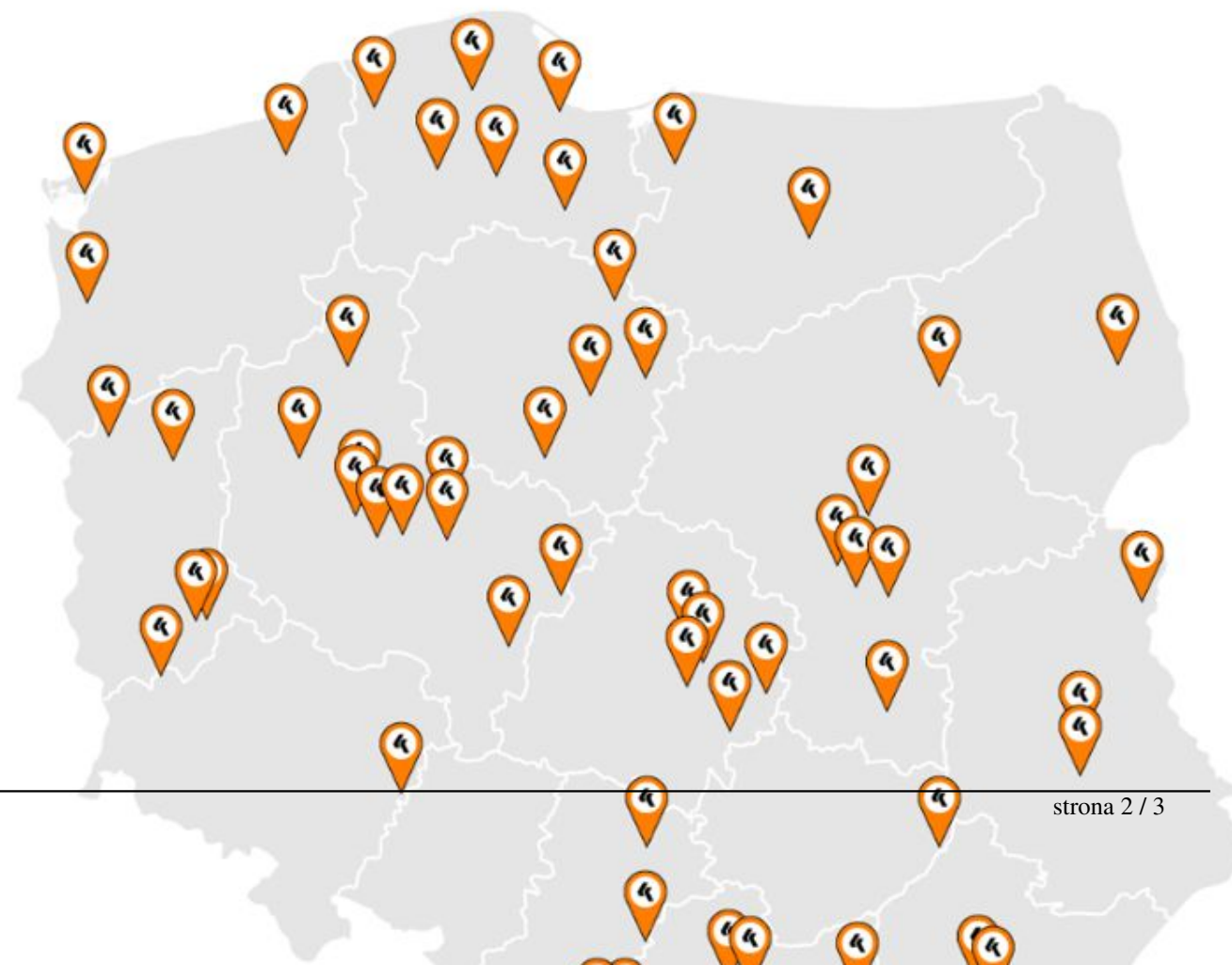
świetne środowisko do wspólnego synergicznego rozwoju – dodaje Radosław Gibki.

Jeden z flagowych salonów – Megabud z Gdańska z powodzeniem odnosi sukcesy na lokalnym rynku. – Nie wystarczy dobry produkt, dziś na proces sprzedaży i obsługi klienta trzeba spojrzeć szerzej. Naszym priorytetem jest dostarczyć inwestorowi, jak najwięcej informacji. Chcemy, by kupując w salonie Megabud klienci byli świadomi czego oczekują od swojej inwestycji i ich potrzeby zostały zaspokojone – od wstępnej rozmowy z doradcą techniczno-handlowym, po prawidłowy montaż na budowie, każdy etap ma kluczowe znaczenie. W mojej opinii to właśnie takie podejście daje stabilizację biznesową i efektywność – Michał Michnowicz – właściciel salonu z Gdańska. Właściciele salonu Prestige House w Grabówce pod Białymstokiem dodają, że sporą wagę odgrywa również wsparcie w postaci szkoleń, które zapewnia producent – Możliwość stałego rozwoju – zarówno kompetencji naszych monterów, jak i zespołu handlowego, to ważny element strategii budowania pozycji lidera, ale też eksperta na lokalnym rynku – komentuje Rafał Siwy. Paulina Witkowska właścicielka salonu WW Okna dodaje również, że dla inwestorów atutem jest elastyczność i komplementarność oferty. – Elastyczność ofertowa, ściślej możliwość łączenia w obrębie jednego zlecenia różnych rozwiązań z zakresu stolarki, pozwala nam przygotowywać konkurencyjne oferty, na które tak liczą budujący.

Plany na przyszłość

Firma KRISPOL zapowiada, że koncept będzie nieustannie się rozwijał. Już w najbliższym miesiącu na mapie pojawią się kolejne pomarańczowe punkty. – Nasz salon dołączył do sieci jako jeden z pierwszych i z perspektywy czasu uważamy, że była to świetna decyzja. Kompetencje i doświadczenie w połączeniu z świetnie prowadzonymi działaniami promocyjnymi, w których wspiera nas producent, zaowocowały satysfakcjonującymi wynikami – rekomenduje Waldemar Krysiński, właściciel salonu KRISTECH z Inowrocławia.

Zobacz film promujący sieć salonów KRISHOME: <https://www.youtube.com/watch?v=yveA3wo98EQ&t=1s>



newss.pl

Sieć KRISHOME liczy zyski

KRISPOL

[press box](#)