

Rok 2011 to czas intensywnego rozwoju strategii edukacyjnej marek SILKA i YTONG, która objęła wykonawców, młodzież w szkołach o profilu budowlanym oraz inwestorów indywidualnych. Działania o charakterze informacyjnym dotyczyły również innych grup aktywnych w branży budowlanej, między innymi konserwatorów zabytków i zarządców nieruchomości. Akcje edukacyjne SILKA i YTONG zgromadziły w tym roku ponad 4 000 uczestników.

### **SILKA YTONG w 2011 r. - edukacja**

Inicjatywy edukacyjne SILKA YTONG wspierają przede wszystkim najwyższej jakości wykonawstwo i propagują dobre praktyki zawodowe wśród murarzy. Tematyczne szkolenia, profesjonalne pokazy murowania oraz fachowe konsultacje pozwalają wykonawcom i inwestorom pogłębiać swoją wiedzę i umiejętności. Rozwijają także świadomość rynku budowlanego. Szkolenia, prowadzone przez fachowych instruktorów SILKA YTONG w 2011 roku cieszyły się bardzo dużą popularnością.

W roadshow Miasteczko Akademia Murowania SILKA YTONG – akcji edukacyjnej, która odbyła się w kwietniu i maju – wzięło udział ponad 2200 wykonawców i uczniów szkół ponadgimnazjalnych o profilu budowlanym. Wiosną odbyły się również Dni Otwarte w fabryce YTONG w Pile, które były okazją, aby z bliska zaobserwować cykl produkcyjny bloczków. Fabrykę odwiedziło wtedy ponad 150 osób zainteresowanych zwiedzaniem zakładu oraz bezpłatnymi konsultacjami z ekspertami dotyczącymi budowy domu. Natomiast szkolenie dla nauczycieli zorganizowane w czerwcu w fabryce YTONG w Ostrołęce (również połączone z oglądaniem produkcji bloczków) zgromadziło ponad 50 osób.

W programie Akademia Murowania SILKA YTONG dla szkół ponadgimnazjalnych o profilu budowlanym przez cały rok uczestniczyło łącznie niemal 2300 uczniów.

*– Te liczby świadczą o tym, że zarówno uczniowie, jak i nauczyciele docenili koncepcję połączenia wiedzy teoretycznej o technikach murarskich i materiałach budowlanych z praktycznymi pokazami. Coraz więcej szkół dołącza do programu Akademia Murowania SILKA YTONG, a współpraca z zaprzyjaźnionymi placówkami pogłębia się –* twierdzi **Monika Mychlewicz, dyrektor marketingu Xella Polska, producenta materiałów budowlanych SILKA YTONG.**

Zapraszamy do obejrzenia filmu-podsumowania akcji Miasteczko Akademia Murowania SILKA YTONG 2011:  
<http://www.youtube.com/watch?v=Rvjb9YJ3Pb8>

### **SILKA YTONG w 2011 r. – lifestyle**

Rok 2011 obfitował również w projekty lifestyle. W czerwcu miała miejsce nowa odsłona serwisu [ZdrowaBudowa.pl](http://ZdrowaBudowa.pl), który zyskał jeszcze bardziej świeże i ekologiczne oblicze. Na portalu znajdują się wiadomości i ciekawostki dotyczące nowoczesnego i ekologicznego budowania, projektowania czy też urządzania domów. Serwis został wzbogacony o nowe funkcje: słownik pojęć – rozwijający i systematyzujący wiedzę budowlaną oraz kącik

bezpłatnych porad eksperckich.

– *ZdrowaBudowa.pl jest połączeniem treści edukacyjnych i lifestyle'owych. Dominują w nim informacje o tematyce ekologicznej, ponieważ dbałość o środowisko to aspekt bardzo istotny dla nas, jako producenta* – podkreśla **Monika Mychlewicz, dyrektor marketingu Xella Polska, producenta materiałów budowlanych SILKA YTONG.**

Nowe lifestyle'owe przedsięwzięcie Xella Polska dotyczy kolekcji odzieży YTONG Quality In Life. Ubrania sygnowane marką YTONG w połączeniu z modnymi dodatkami kreują styl sportowej elegancji składający się na dobry wizerunek firmy i jej pracowników. Produkty można zamówić przez Internet: [www.ytong-shop.com](http://www.ytong-shop.com).

### **SILKA YTONG w 2011 r – dla wszystkich**

SILKA i YTONG to marki, które wychodzą naprzeciw oczekiwaniom osób związanych z branżą budowlaną – zarówno klientów indywidualnych, jak i fachowców.

Edukacyjno-informacyjne konferencje dotyczące ocieplenia od wewnątrz zostały dedykowane konserwatorom zabytków, architektom oraz zarządcom nieruchomości. Łącznie w tych spotkaniach uczestniczyło ponad 120 osób.

Z myślą o inwestorach indywidualnych, ale także wykonawcach Xella Polska, we współpracy z TNS OBOP, przeprowadziła [badanie &bdquo;SILKA YTONG: Murarz Idealny&rdquo;](#), które dotyczyło oczekiwań wobec ekipy wykonawczej. Analiza danych pokazała, że dla inwestorów coraz bardziej niż koszt liczy się jakość wykonania i profesjonalizm usługi. Aby pomóc wykonawcom w poznaniu preferencji swoich potencjalnych klientów wyniki zostały zebrane i wydane w postaci poręcznej ulotki.

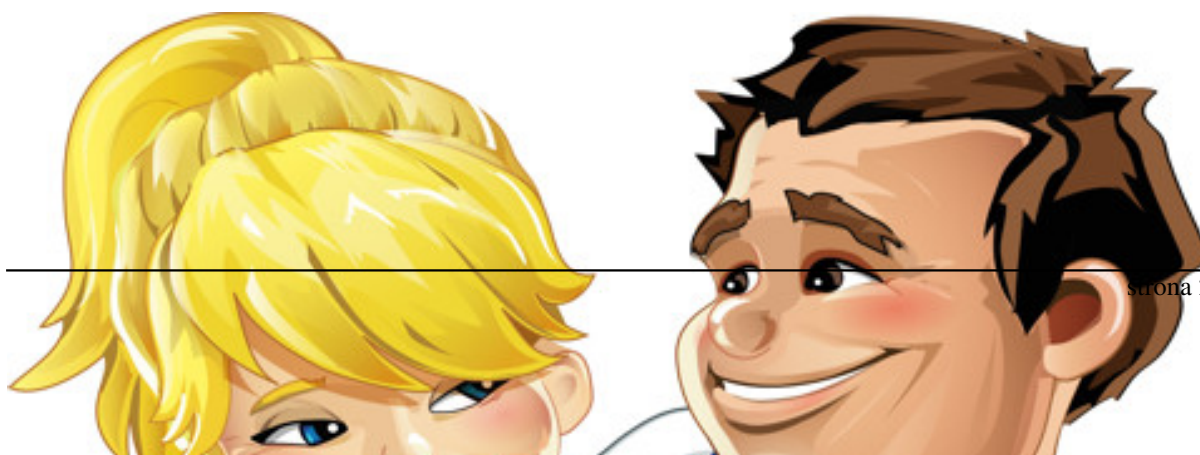
Jedną z nowych inicjatyw podjętych przez marki SILKA i YTONG w 2011 roku jest komunikacja skierowana do kobiet. W styczniu Xella Polska ogłosiła [wyniki badania &bdquo;Polka na budowie&rdquo;](#) przeprowadzone we współpracy z Instytutem Badania Opinii Homo Homini, które potwierdziło, że kobiety coraz chętniej i częściej angażują się w zagadnienia związane z budową domu, wyborem projektu, remontem mieszkania. Dla kobiet, które chętnie podejmują decyzje budowlane, Xella Polska zaplanowała na przyszły rok nowe, ciekawe propozycje.

### **SILKA YTONG w 2012 r. – plany**

W nadchodzącym roku Xella Polska planuje kontynuację szkoleń z zakresu Akademii Murowania SILKA YTONG. Nowe elementy programu będą dotyczyły interaktywnych działań dla uczniów oraz stworzenia materiałów dydaktycznych dla nauczycieli. Projekt zostanie również rozszerzony o propozycje skierowane do przyszłych inżynierów i architektów.

– *W roku 2012 będziemy dalej działać na rzecz edukacji i dbać o najwyższe standardy jakości związane z wykonawstwem. Szczególnie, że coraz wyraźniej widzimy efekty naszych działań oraz znaczny wzrost zainteresowania naszymi akcjami* – mówi **Monika Mychlewicz, dyrektor marketingu Xella Polska, producenta materiałów budowlanych SILKA YTONG.**

Długofalowym celem strategii Xella Polska jest trwałe podniesienie poziomu edukacji budowlanej oraz zwiększenie dostępności na rynku wszechstronnie wykształconych fachowców. Równie ważna dla firmy jest umiejętność odpowiedzi na potrzeby wszystkich osób działających w branży budowlanej, a przede wszystkim najbardziej aktywnych grup inwestorów. Następny rok będzie czasem realizacji tych zamierzeń.



**Firma XELLA Polska Sp. z o.o.** oferuje produkty marki YTONG, YTONG MULTIPOR, YTONG ENERGO i SILKA, stosowane w budownictwie mieszkaniowym. Produkcja materiałów odbywa się w 12 nowoczesnych zakładach na terenie całej Polski. Sprzedaż firma Xella prowadzi poprzez sieć dystrybucji na terenie całego kraju oraz w krajach takich jak: Litwa, Łotwa, Ukraina, obwód Kaliningradzki. W grupie zatrudnionych jest około 700 osób.

Więcej informacji w serwisach: [www.ytong-silka.pl](http://www.ytong-silka.pl), [www.budowane.pl](http://www.budowane.pl), [www.akademiamurowania.pl](http://www.akademiamurowania.pl), [www.miastonoca.budowane.pl](http://www.miastonoca.budowane.pl), <http://www.termodom.pl/termodompasywny/>, <http://sklep.xella.pl>, [www.inspiracje.budowane.pl](http://www.inspiracje.budowane.pl), [www.multipor.budowane.pl](http://www.multipor.budowane.pl) oraz na blogach: <http://blog.xella.pl/budujemy>, [www.ZdrowaBudowa.pl](http://www.ZdrowaBudowa.pl).

**Xella Polska**

[Więcej informacji z firmy Xella Polska \( PRESS BOX\)](#)