



W naszym kraju wciąż pokutuje stereotyp „budowlańca z wąsem”, który ma problem z obsługą komputera i telefonu komórkowego. Agencje interaktywne uważają branżę budowlaną za jedną z newralgicznych, których obsługa jest mało skuteczna i mało efektowna. Producenci natomiast obawiają się działań w Sieci, traktując ją jako miejsce zabaw dla nastolatków.

Czas jednak zrewidować ten pogląd – osoby związane z budownictwem zaczynają stanowić w Internecie coraz bardziej znaczącą grupę. Użytkownicy serwisu budowlanego grupy Gazeta.pl stanowią podobną ilościowo grupę, co członkowie społeczności biznesowej GoldenLine czy serwisów sportowych Interii.

Niezwykła aktywność w Internecie firmy Xella Polska jest pozytywnym przykładem zmian sposobu myślenia o branży budowlanej. Xella, producent bloczków z betonu komórkowego YTONG oraz bloków wapienno-piaskowych SILKA, wieloma interaktywnymi kanałami szuka kontaktu z klientem.

- *Od 2006 roku nasza firma aktywnie działa w Internecie. Oprócz strony firmowej www.xella.pl zdecydowaliśmy się na uruchomienie stron tematycznych.* – mówi **Monika Mychlewicz, dyrektor ds. marketingu Xella Polska.** - *Internet daje nam możliwość przekazu nie tylko tekstowego, ale również wideo, prezentacji typu flash, i co najważniejsze – wejścia w interakcję z potencjalnym klientem.* – dodaje Monika Mychlewicz.

Tylko w ciągu ostatnich kilku miesięcy na Facebooku powstała dla Xelli gra edukacyjna [YTONG Budowa](#), która przeprowadza internautów przez cały proces budowania domu – poczynwszy od kupienia działki aż po parapetówkę. - *Branża budowlana postrzegana jest jako branża trudna do promocji w Internecie - jest branżą, od której wiele agencji ucieka. My lubimy wyzwania, dlatego właśnie powstała gra YTONG Budowa* - tłumaczy **Marcin Osman, szef agencji Someday Interactive**, odpowiedzialnej za stworzenie gry.

Pokazanie procesu budowy domu w formie gry jest pomysłem nowatorskim, jednak – jak się okazuje – interesującym dla Internautów. Już po miesiącu od startu, gra [YTONG Budowa](#) miała na Facebooku 1.200 fanów oraz 5.500 unikalnych użytkowników. Całkowity koszt nakładów na kampanię reklamową na Facebooku wyniósł zaledwie 340 dolarów. Atrakcją dla fanów strony były cotygodniowe konkursy, w których do wygrania były gadżety występujące w grze: kolorowe kombinezony robocze, lornetka czy super wytrzymałe radio budowlane.

Innym projektem Xelli jest stworzenie strony internetowej energoscienne.pl. Sama nazwa energoscienne jest neologizmem – oznacza „domy o energooszczędnych ścianach”. Ścianach, które pomagają oszczędzać energię. Strona, mimo, iż poświęcona jest poważnemu tematowi energooszczędności i ekologii w budownictwie jednorodzinny, zawiera wiele interaktywnych elementów. Za pomocą kilku przycisków można zmienić na stronie główną porę roku, zaś w zakładce Konfigurator znajduje się aplikacja, w której przesuwając proste suwaki można łatwo obliczyć szacunkowe koszty budowy domu z różnych materiałów. Oprócz tego, witryna zawiera obszerną akademię wideo na temat podstaw murowania budynków.

Od 2009 roku, zapoczątkowana przez Xellę rok wcześniej akcja „Folia znika z budowy”, zawitała do Internetu: na portal ZdrowaBudowa.pl oraz YouTube.com. Dzięki uczestnictwu w akcji każdy, kto ma na swojej budowie przynajmniej jeden metr sześcienny folii (czyli opakowania z około pięćdziesięciu palet bloczków), może się jej łatwo

pozbyć zupełnie za darmo. Wystarczy wypełnić [formularz](#) dostępny na stronach internetowych xella.pl. Folia trafia do ponownego przerobu, a nie na śmietnik czy do lasu, tak jak dzieje się to najczęściej. Osoby, które nic akurat nie budują, a podoba im się ta proekologiczna akcja, mogą zagrać w jej wirtualną wersję na profilu Energoscienne.pl na Facebooku.

- Innowacyjne produkty SILKA i YTONG wymagają innowacyjnych form komunikacji. Zalicza się do nich Internet i ogólnie pojęte „nowe media”, które dla wchodzących w dorosłe życie młodych ludzi nie są mediami nowymi, lecz standardem w komunikacji. – wyjaśnia Monika Mychlewicz, dyrektor ds. marketingu firmy Xella Polska. – Dla nieprzekonanych dodam tylko, że rok rocznie polskie szkoły budowlane kończy około 90.000 absolwentów, którzy w większości deklarują związanie swojego życia zawodowego z branżą budowlaną. Czyż nie jest to nasza grupa docelowa? – podsumowuje Monika Mychlewicz.

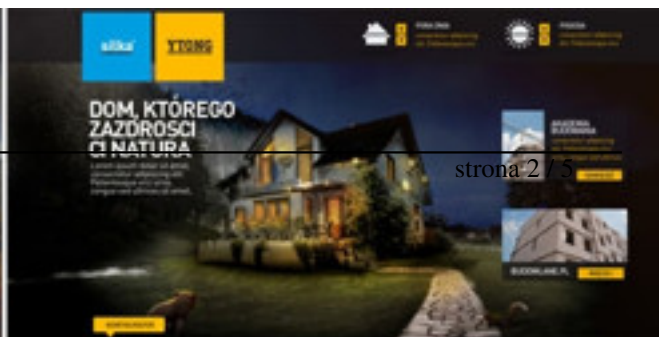
Powyższe przykłady pokazują, że komunikacja internetowa liderów branży budowlanej z inwestorami prywatnymi oraz profesjonalistami jest możliwa. Pozostaje czekać na następne ciekawe projekty tego typu, mając nadzieję, że przemogą się i firmy budowlane i agencje z nimi współpracujące. W końcu każdy z nas choć raz w życiu zmierzy się z budową lub remontem, a w tej sytuacji bardzo pomaga w wyborze materiałów świadomość, że producent o nas dba.

Temat obecności branży budowlanej w social mediach będzie omawiany podczas konferencji „Monitoring Rynku Budowlanego 2010”, która odbędzie się 28 października w Warszawie. Zainteresowanych zapraszamy do udziału w konferencji, więcej informacji można znaleźć pod tym adresem:

http://www.asm-poland.com.pl/index.php?r=a&l=zaproszenie_MRB_2010.



Strona www.energoscienne.pl



newss.pl

Branża budowlana coraz bardziej interaktywna

Energoscienne.pl w czterech porach roku



Blog o ekologicznym budownictwie www.ZdrowaBudowa.pl



newss.pl

Branża budowlana coraz bardziej interaktywna

Gra edukacyjna YTONG Budowa na Facebook'u



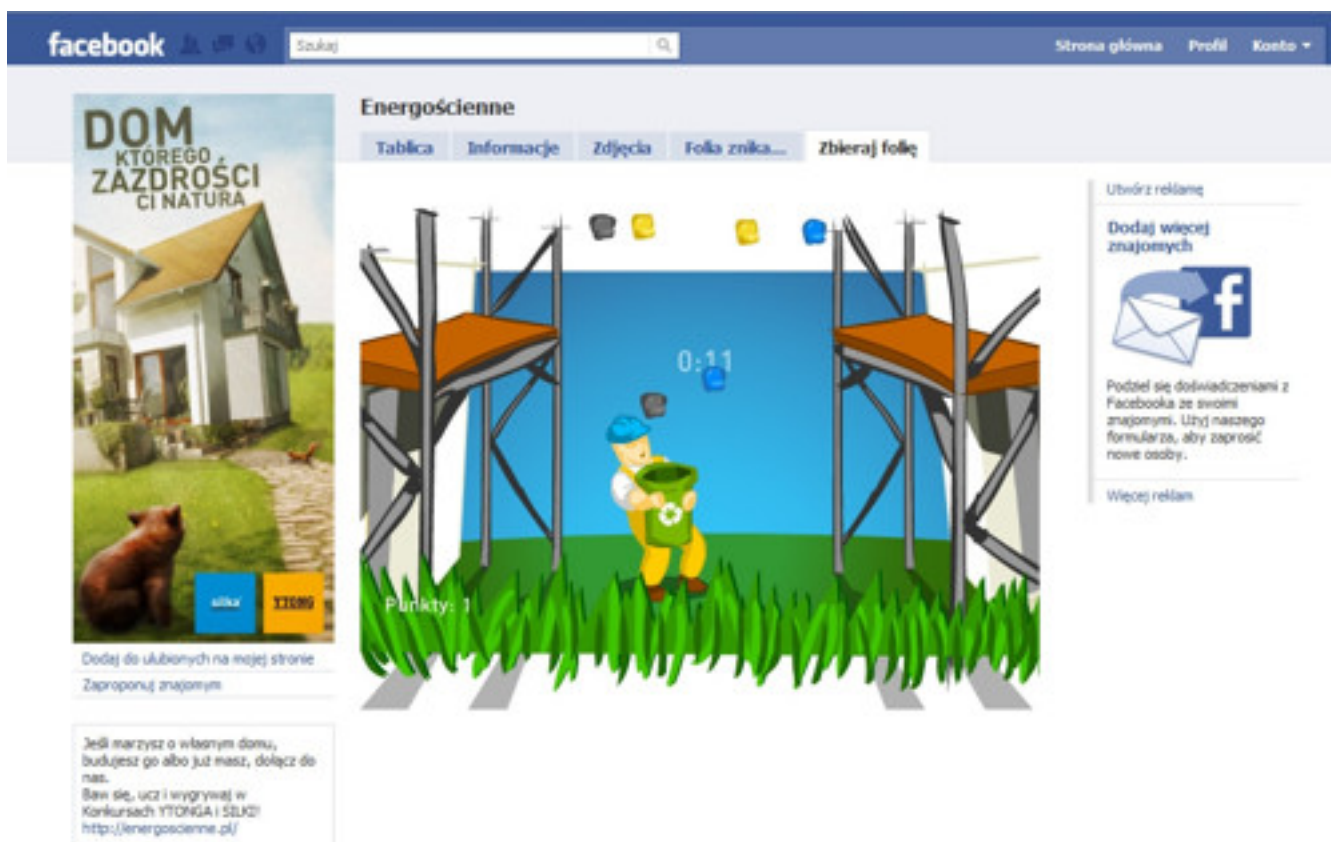
Gra edukacyjna YTONG Budowa



newss.pl

Branża budowlana coraz bardziej interaktywna

Energoscienne.pl na Facebook'u



Gra Zbieraj folię na Facebook'u

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 11 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.xella.pl, www.budowane.pl, www.miastonoca.budowane.pl, <http://www.termodom.pl/termodompasywny/>, <http://sklep.xella.pl>, www.inspiracje.budowane.pl, www.multipor.budowane.pl, www.15latYTONG.pl, www.energoscienne.pl oraz na blogach: <http://blog.xella.pl/budujemy>, www.ZdrowaBudowa.pl. **Xella Polska**
Więcej informacji z firmy Xella Polska (PRESS BOX)