

LUDZIE » WYWIADY

Wojciech Bocheński, Polska Grupa Ceramiczna: Dysponujemy największym potencjałem zakupowym i sprzedażowym w Polsce

Autor: Anna Raducha-Romanowicz | 25-11-2014 22:12



Wojciech Bocheński, prezes firmy Impero Bocheński oraz członek Rady Nadzorczej Polskiej Grupy Ceramicznej

Wojciech Bocheński, prezes firmy Impero Bocheński oraz członek Rady Nadzorczej Polskiej Grupy Ceramicznej mówi jakie są główne obszary działania PGC i korzyści związane z funkcjonowaniem w Grupie.

- Polski rynek wyposażenia łazienek jest bardzo gęsty i konkurencyjny, część łazienkowych punktów handlowych ma kłopoty by się na nim utrzymać. Jaki musi być dziś salon łazienkowy, by przetrwać na rynku, jakie metody konkurowania są najskuteczniejsze?

Wojciech Bocheński, prezes firmy Impero Bocheński oraz członek Rady Nadzorczej Polskiej Grupy Ceramicznej: Chcąc opierać swoją działalność tylko na branży łazienkowej musimy nauczyć się sprawnie działać w każdym z obszarów rynków: detalicznym (w tym sklepów internetowych), inwestycyjnym oraz hurtowym. W przyszłości pozostaną tylko duże spółki profesjonalnie działające w każdym z tych obszarów oraz małe podmioty pracujące na zasadzie sprzedaży „pod zamówienie” opierające się na strategii niskich kosztów. Firmy środka znikną z rynku.

Biorąc pod uwagę powyższe okoliczności wydawało się najlepszym rozwiązaniem połączyć siły kilkunastu firm z branży - tak powstała firma PGC Polska Grupa Ceramiczna Spółka z o.o. Łącząc wartość sprzedaży wszystkich Członków PGC w branży łazienkowej firma dysponuje zdecydowanie największym potencjałem zakupowym i sprzedażowym w Polsce.

- Jakie są najważniejsze działania Grupy?

Obecnie skupiamy się na dwóch obszarach: budowaniu portfolio produktowego PGC oraz budowaniu bazy Partnerów - członków grupy.

- W jakich aspektach działalność w Grupie ułatwia funkcjonowanie na rynku?

Przynależność do grupy przynosi kilka korzyści. Przede wszystkim konsolidowanie zakupów wszystkich przedsiębiorstw daje możliwość negocjowania lepszych cen zakupu. Co za tym idzie, ciekawe portfolio produktowe PGC uatrakcyjnia ofertę poszczególnych Spółek. Wspólne centrum logistyczne pozwoliło obniżyć wartość własnych magazynów i poprawić płynność finansową w poszczególnych firmach.

Wartością jest również wspólny marketing. Ale najważniejszym obszarem jest chyba wymiana wiedzy. W dzisiejszych czasach, kiedy jesteśmy zmuszeni do ciągłego udoskonalania naszej działalności dostęp do innych sprawdzonych rozwiązań jest ogromną korzyścią. W ten sposób jesteśmy w stanie uniknąć wielu kosztownych błędów.

- Czy Grupa jest otwarta - czy mogą przystępować do niej jeszcze inne podmioty? Jeżeli tak - jakie warunki muszą spełnić?

Bardzo ostrożnie podchodzimy do tematu rozszerzania PGC. W odróżnieniu do innych grup naszym celem strategicznym jest generowanie zysków przez poszczególnych Partnerów PGC i a nie szybkie budowanie potęgi Spółki. Oczywiście, jesteśmy otwarci na nowych Członków, ale tylko w określonych obszarach terytorialnych. Zainteresowane podmioty zapraszam do kontaktu z Zarządem Spółki.

- Dziękuję za rozmowę.

Rozmawiała Anna Raducha-Romanowicz.

NEWSLETTER

Codzienna porcja informacji wprost na Twoją skrzynkę e-mail.

Podaj E-mail

ZAPISZ

REKLAMA

REKLAMUJ SIĘ W
ADWORDS

google.pl/adwords

Rozwijaj swoją firmę z AdWords

Otrzymasz 200 zł na reklamę

POPULARNE

NOWE

- 

13 łazienkowych trendów według Natalii Nguyen
- 

10 najładniejszych łazienkowych stoisk na iSaloni 2016. Nasz subiektywny ranking
- 

55. edycja iSaloni - są w tym roku łazienki, jesteśmy i my [fotorelacja]
- 

Mediolańskie święto designu - z łazienkowymi akcentami [fotorelacja]
- 

Studio Dobrych Rozwiązań na targach Instalacje 2016 - podsumowanie i fotorelacja
- 

Mediolan dyktuje trendy - zobacz na co stawiają producenci
- 

Handel z nagrodami - tak było podczas gali "Łazienka - Salon Roku 2016"
- 

Instalacje 2016 w Poznaniu - zobacz pierwsze zdjęcie z targów
- 

Kiedy opłaca się sprzedawać płytki w salonie?
- 

Tryumfy na gali "Łazienka - Wybór Roku 2016"