

CONȘTIENȚI CĂ FAC RABAT LA CALITATE

“Majoritatea clienților caută sisteme ieftine de acoperișuri”

(Interviu cu Andrei Sulyok, director general Lindab)

“Pe segmentul low se dă o luptă crâncenă între producători”

Piața sistemelor de învelitori se va păstra la același nivel, în acest an comparativ cu 2013, consideră Andrei Sulyok, directorul general al companiei Lindab.

Domnia sa ne-a spus, într-un interviu, că piața de profil este echilibrată din punct de vedere al cererii, de la an la an: “România are în continuare nevoie de case și este departe de a fi o piață matură”.

Domnul Sulyok ne-a spus că majoritatea clienților caută sisteme de acoperișuri ieftine, chiar dacă sunt conștienți că fac rabat la calitate. De aceea, pe segmentul low se dă o luptă crâncenă între producători, pentru a răspunde cererilor clienților care iau prețul ca element determinant în alegerea unui acoperiș.

În acest context, reprezentantul Lindab ne-a spus că o noutate “care influențează negativ decizia cumpărătorilor” în domeniu este tabla pentru acoperiș din ce în ce mai subțire (0.3 mm/0.35 mm), “lucru de neconceput în urmă cu câțiva ani în piața sistemelor de acoperișuri”.

Reporter: Cum a evoluat piața sistemelor de învelitori din țara noastră?

Andrei Sulyok: Anul în curs a debutat cu o întârziere a deciziei de cumpărare din partea clienților de acoperișuri, situație care a persistat și în sezonul de vară, care a fost mult mai ploios decât în alți ani.

Reporter: Ce estimări aveți pentru acest an, referitoare la piața de profil?

Andrei Sulyok: Considerăm că piața sistemelor de învelitori, în 2014, se va păstra la același nivel comparativ cu anul precedent.

Suntem martorii unei piețe echilibrate din punct de vedere al cererii, de la an la an. România are în continuare nevoie de case și este departe de a fi o piață matură. Atât timp cât această nevoie persistă, cu siguranță consumatorul final va găsi resurse de finanțare pentru construirea sau renovarea casei.

Menținerea pieței la același nivel

înseamnă că unele cote de piață ale jucătorilor din domeniu se vor modifica.

Reporter: Care este raportul cerere/ofertă, în țara noastră?

Andrei Sulyok: Oferta a crescut pentru că au apărut producători locali, iar cei importanți și-au majorat capacitatea de producție și și-au diversificat gama de produse.

Reporter: Ce tipuri de sisteme sunt cele mai solicitate?

Andrei Sulyok: Majoritatea clienților caută sisteme de acoperișuri ieftine, chiar dacă sunt conștienți că fac compromisuri la calitate (indiferent dacă vorbim de produsele în sine, de garanție, de lucrările de montaj sau de servicii conex).

Reporter: Ce prețuri se regăsesc pe segmentul în care activați?

Andrei Sulyok: Pe segmentul low se dă o luptă crâncenă între producători, pentru a răspunde cererilor clienților pentru care prețul este elementul determi-



nant în alegerea unui acoperiș. Deși în aparență, scăderea continuă a prețurilor pe segmentul acoperișurilor foarte ieftine aduce beneficii clienților, pe termen mediu și lung compromisul făcut de aceștia la calitate devine evident și cu repercursiuni în buget.

Reporter: Ce noutăți au apărut în ultima vreme și care sunt cele mai solicitate?

Andrei Sulyok: Noutățile firești

în piață sunt ascensiunea culorilor mate (mai rezistente și mai plăcute din punct de vedere estetic) și creșterea procentului culorii maro în preferințele clienților.

O tendință care influențează negativ decizia cumpărătorilor este tabla pentru acoperiș din ce în ce mai subțire (0.3 mm/0.35 mm), lucru de neconceput în urmă cu câțiva ani în piața sistemelor de acoperișuri.

“Noutățile firești în piață sunt ascensiunea culorilor mate și creșterea procentului culorii maro în preferințele clienților”.



"Punem accent pe vânzarea consultativă și promovăm montatorii de acoperișuri Lindab, după ce îi testăm în prealabil și îi legitimăm după parcurgerea cu succes a unui set de teste teoretice și practice".



Reporter: Ce strategie a abordat Lindab România pentru a trece peste perioada de criză?

Andrei Sulyok: Avantajele unui business care face parte dintr-o companie multinațională sunt reprezentate de faptul că aceasta primește informații la nivel macro înaintea jucătorilor naționali din industrie. Așa s-a întâmplat și înainte de debutul crizei economice în România, când, având informații în acest sens, am decis să luăm măsuri de precauție chiar în toamna anului 2008. Măsurile au constat în implementarea unui program de eficientizare și reducere a costurilor, dimensionând toate resursele companiei în funcție de nivelul cererii din piață.

Reporter: Ce cifră de afaceri a realizat Lindab, anul trecut față de 2012?

Andrei Sulyok: În 2013 am avut o cifră de afaceri de 68.375.614 lei, iar în anul precedent - 69.135.287 lei.

Reporter: Ce cifră de afaceri și-a propus Lindab pentru anul în curs?

Andrei Sulyok: Listarea la bursa din Stockholm ne obligă să fim discreți în privința estimărilor pentru anul în curs.

Reporter: Ce planuri de investi-

ții aveți pentru acest an?

Andrei Sulyok: În acest an, am alocat resurse în acțiuni de conștientizare a clienților care ar trebui să ia o decizie în cunoștință de cauză. Punem, astfel, accent pe vânzarea consultativă și promovăm montatorii de acoperișuri Lindab, după ce îi testăm în pre-

68.375.614

lei - cifra de afaceri în 2013.

labil și îi legitimăm după parcurgerea cu succes a unui set de teste teoretice și practice.

Am investit și în îmbunătățirea portofoliului de produ-

se cu un sistem economic de drenare a apelor pluviale, dar și în lărgirea ofertei de țiglă metalică pentru acoperiș, atât din perspectiva profilelor, cât și a gamei de culori și acoperiri.

Reporter: Ce planuri aveți la 20 de ani de activitate?

Andrei Sulyok: Anul 2014 înseamnă 20 de ani Lindab în România și în același timp o schimbare radicală de strategie la nivel de Grup și, implicit, în România. Cele două divizii ale Grupului Lindab (Profile și Ventilații) se unesc și rezultă ONE Lindab - o organizație plată și soluții complete pentru clienți.

Reporter: Mulțumesc!