

# FORUM ZWYCIĘZCÓW

Branża budowlana wychodzi z pandemii obronną ręką. Jakie działania pozwoliły nie tylko przetrwać ten trudny czas, ale też wyjść z niego na pozycji zwycięzcy?



**Krzysztof Pruszyński**  
Prezes Blachy Pruszyński

Należy przyznać, że rynek budowlany jest tym, który najlepiej poradził sobie podczas pandemii. Popyt na wyroby budowlane znacznie wzrósł – jest to bezpośrednia konsekwencja koniunktury w budownictwie, zarówno indywidualnym, jak i przemysłowym. Inwestycja w nieruchomości to w tym momencie pewny kapitał, dlatego taką strategię obrali nie tylko deweloperzy, ale również osoby prywatne. Przychody w 2020 r. obniżyły się o kilka procent w stosunku do roku poprzedniego, ale poprawiła

się rentowność. Jest to skutek zwiększonej sprzedaży produktów wysokomarżowych. Zapotrzebowanie okazało się tak duże, że byliśmy zmuszeni intensywniej zarządzać swoimi mocami wytwórczymi. Sytuacja jednak dynamicznie się zmienia z dnia na dzień. Dlatego niezwykle ważna okazała się umiejętność niemal nieustannego analizowania bieżącej koniunktury. Aby móc to robić, potrzebne było zbudowanie systemu, który pozwalał na sprawne zbieranie, filtrowanie oraz przekazywanie informacji.



**Maciej Michałek**  
Prezes Zarządu  
Mota-Engil Central Europe SA

Rozwój pandemii rzeczywiście zderzył nas z wieloma wyzwaniami. Musieliśmy zadbać zarówno o zapewnienie bezpieczeństwa wszystkim pracownikom, jak i o zachowanie ciągłości produkcji. To się udało, a sytuacja spółki, a także prowadzonych przez nas inwestycji, była oraz nadal jest stabilna. Intensywne prace na kontraktach infrastrukturalnych umożliwiły ich realizację zgodnie z planem. Podpisaliśmy także nowe umowy z GDDKiA na S1 Dankowice-Oświęcim w konsorcjum z firmą PORR SA oraz S19 Białystok-Płoski. Również w ob-

szarze budownictwa kubaturowego umocniliśmy pozycję na rynku, pozyskując nowe kontrakty zarówno dla klientów prywatnych, jak i dla spółki deweloperskiej Mota-Engil Real Estate Management. 2020 rok to dla nas również sukcesy w obszarze partnerstwa publiczno-prywatnego, a także umowy na realizację parkingu podziemnego w Warszawie oraz parkingów wielopoziomowych w Łodzi. Zatem za nami dobry rok, a zbudowany oraz zdywersyfikowany portfel zamówień pozwala optymistycznie patrzeć na kolejne lata.



**Maciej Szymanik**  
Członek Zarządu  
WSC Witold Szymanik i S-ka

Rok pandemii był sprawdzianem dla całej firmy. Z mojego punktu widzenia zdaliśmy go na szóstkę. Jestem przekonany, że za tym stoi zgrany zespół ludzi, ale także nowoczesne i praktyczne rozwiązania software'owe, które oferujemy. Możliwość zdalnej obsługi sprzedażowej, a także posprzedażowej każdego klienta na najwyższym poziomie – to była zdecydowanie nasza zaleta. Również szkolenia online spotkały się z pozytywnym przyjęciem. Trzeba także podkreślić, że stoi za nami 26 lat

doświadczenia i tutaj zaufanie klientów zdecydowanie zaprocentowało. Naszym flagowym produktem jest Archicad – oprogramowanie wspomagające projektowanie – jest to bardzo profesjonalne narzędzie, które, mimo że intuicyjne oraz łatwe do opanowania, ma także wiele funkcji wartych poznania przy wsparciu ekspertów. Nasi klienci w tak niepewnych czasach pandemii zwracali się właśnie do nas jako pewnego partnera, a także firmy wychodzącej naprzeciw ich potrzebom.



**Krzysztof Murawko**  
Business Developer  
BIMobject Poland

Cała sytuacja pozwoliła nam dostrzec, że gdy świat zostaje zamknięty, to największa moc drzemie w cyfryzacji. Sami przenieśliśmy całą swoją pracę do sieci, a tradycyjne rozmowy zastąpiliśmy spotkaniami online. Dlatego mimo trudniejszych momentów postanowiliśmy spojrzeć również na naszą platformę i istniejące rozwiązania z nowej perspektywy, a także zadać sobie kluczowe pytanie – jak my możemy wesprzeć producentów? Tak zrodził się po-

myśl nowego narzędzia Campaigns, które pozwala producentom docierać do architektów ze spersonalizowanymi treściami, informować o nowych produktach marki czy też zapraszać na wydarzenia, webinaria, spotkania. Tego rodzaju wsparcie pozwala szybko, skutecznie dotrzeć do pożądanego grupy docelowej.

LATO ZWYCIĘZCÓW



**Tomasz Rybka**  
Prezes Zarządu Vitrintec

Pandemia to wyjątkowo trudny moment dla każdego z nas. Kluczem do przetrwania był ciągły rozwój. Uwagę skupiliśmy na doskonaleniu produktów, w tym systemów z serii Fire Stop. Nasi specjaliści testowali najlepsze rozwiązania, wprowadzając innowacje, tym samym dążąc do rozwoju produktu oraz firmy. Stale prowadziliśmy badania, usprawniając oferowane systemy Vitrintec, jednocześnie pełni ambicji z entuzjazmem patrzyliśmy w przy-

szłość. Z dumą informujemy, że naszą pracę doceniła również tegoroczna kapituła jednej z najważniejszych nagród w świecie designu, Red Dot. Ogniodoporne systemy Vitrintec otrzymały nagrodę w kategorii Product Design. To dla nas ogromne wyróżnienie świadczące o najwyższej technologii, a także funkcjonalności produktu. Pozwala nam to również myśleć, że wraz z całym zespołem Vitrintec sprostaliśmy założonym sobie celom.



**Michał Gryś**  
Dyrektor Pionu Materiały,  
Członek Zarządu CEMEX  
Polska

W sytuacjach nagłych należy działać skutecznie i szybko. Dlatego w obliczu pandemii powołaliśmy zespół szybkiego reagowania, który na bieżąco analizuje sytuację w kraju i reaguje na zmieniające się okoliczności. Naszym priorytetem pozostała dbałość o zdrowie, bezpieczeństwo pracowników oraz podwykonawców. Przeciwdziałając COVID-19, m.in. dostosowaliśmy nasze procedury BHP do nowych zagrożeń, zapewniliśmy naszym pracownikom dodatkowe środki ochrony osobistej, zmodyfikowaliśmy miejsca pracy oraz stre-

fy socjalne w celu zapewnienia lepszej fizycznej separacji pracowników. W ten sposób utrzymaliśmy ciągłość produkcji, tak istotną z punktu widzenia naszych kontrahentów. Efektywna i nieprzerwana obsługa dostaw do klientów w okresie pandemii była możliwa także dzięki trwającym w CEMEX zaawansowanym procesom cyfryzacji. Działająca od kilku lat Platforma CEMEX GO umożliwia naszym klientom w pełni zdalne zarządzanie zamówieniami, śledzenie dostaw naszych produktów, jak również cyfrowy dostęp do faktur.



**Ewa Wiśniewska**  
Specjalista ds. PR Ponzio

Jeśli chodzi o działania wewnątrzfirmowe, w samym środku pandemii realizowaliśmy własną, długofalową inwestycję, którą ukończyliśmy na przełomie 2020 i 2021 r. Prowadzenie działań zgodnie z założonym wcześniej planem oraz uruchomienie nowych inwestycji były gwarantem stabilnej sytuacji firmy. Oczywiście przeprowadziliśmy też dużą transformację cyfrową dotyczącą procesów produkcyjnych. Wdrożyliśmy pełną automatyzację i elektroniczną obsługę wydawania towaru. Wszystkie te działania były planowane już wcześniej, ale ich realizacja znacznie ułatwiła organizację pracy w czasie pandemii. Co do relacji z naszymi kontrahentami, tu również wcze-

śniej przeprowadziliśmy digitalizację procesów współpracy, uruchomiliśmy platformę internetową z dokumentacją techniczną. W czasie gdy kontakty bezpośrednie nie były możliwe, rozszerzyliśmy gamę narzędzi do bieżącej komunikacji online stwarzające możliwość dialogu i interakcji. Zdecydowanie zwiększyliśmy naszą obecność w mediach społecznościowych, w których prezentujemy najnowsze rozwiązania oraz produkty. Internet stał się niewątpliwie jednym z podstawowych narzędzi komunikacji. Aby wesprzeć naszych klientów, a także ułatwić im konkurencję na rynku budowlanym w trudnym czasie, przygotowaliśmy dla nich szereg udogodnień.



**Łukasz Tonecki**  
Dyrektor ds. Sprzedaży  
i Marketingu Arkance Systems

Pandemia nie oszczędza również naszych klientów. Ich problemy szybko stały się naszymi. Jako partnerzy technologiczni jesteśmy zobowiązani zapewnić im rozwiązania, które pomogą przetrwać ten trudny okres. Pandemia przyspieszyła cyfryzację w wielu firmach – a wdrażanie jej w często zdalnej formie było dodatkowym wyzwaniem. W tym celu została opracowana i wdrożona strategia działań, m.in. odpowiedni zestaw systemów oraz usług dostosowanych do wyjątkowej sytuacji. Pra-

ca zdalna zapewniła bezpieczeństwo pracownikom, a także klientom, zaś wypracowane rozwiązania wprowadziły nową jakość obsługi. Uruchomiono Wirtualne Klasy – specjalny projekt skierowany bezpośrednio do klientów, którzy mimo pandemii potrzebowali uzupełnić i zwiększać swoje kompetencje. Mimo trudnego czasu dzięki przeniesieniu działań w tryb online firma nie straciła na dynamice rozwoju. Co więcej, pozostała w stałym kontakcie z klientami.



**Andrzej Ulfig**

Prezes Zarządu Seleny SA

Pandemia stała się niemal dla wszystkich uczestników rynku nie lada sprawdzianem, nie tylko w kwestii przeciwdziałania rozmiarom kryzysu, ale także w wymiarze biznesowym. Nowe okoliczności wymagały zmian także w naszej organizacji. Niemal od samego początku przyjęliśmy pakiet rozwiązań, które miały na celu minimalizowanie ryzyka związanego z COVID-19. Wprowadziliśmy m.in. system szkoleń ze sprzedaży hybrydowej zarówno dla naszych klientów, jak i kadry zarządzającej. Postawiliśmy na zwiększenie ak-

tywności dedykowanych bezpośrednio wykonawcom, takich jak szkolenia online czy szerokok zasięgowe kampanie digital. Jednocześnie staraliśmy się kontynuować szkolenia bezpośrednie u dystrybutorów, na budowach czy też wizyty u partnerów, oczywiście z zachowaniem wszelkich restrykcji. Niezmiennie jednak zawsze dbamy o to, by być blisko naszych partnerów i wykonawców, celnie odpowiadać na ich potrzeby, dopasowywać asortyment do zmieniających się realiów, a także stale dostarczać nowe, ciekawe rozwiązania produktowe.



**Michał Gryś**

Dyrektor Pionu Materiały,  
Członek Zarządu CEMEX  
Polska

W sytuacjach nagłych należy działać skutecznie i szybko. Dlatego w obliczu pandemii powołaliśmy zespół szybkiego reagowania, który na bieżąco analizuje sytuację w kraju i reaguje na zmieniające się okoliczności. Naszym priorytetem pozostała dbałość o zdrowie, bezpieczeństwo pracowników oraz podwykonawców. Przeciwdziałając COVID-19, m.in. dostosowaliśmy nasze procedury BHP do nowych zagrożeń, zapewniliśmy naszym pracownikom dodatkowe środki ochrony osobistej, zmodyfikowaliśmy miejsca pracy oraz stre-

fy socjalne w celu zapewnienia lepszej fizycznej separacji pracowników. W ten sposób utrzymaliśmy ciągłość produkcji, tak istotną z punktu widzenia naszych kontrahentów. Efektywna i nieprzerwana obsługa dostaw do klientów w okresie pandemii była możliwa także dzięki trwającym w CEMEX zaawansowanym procesom cyfryzacji. Działająca od kilku lat Platforma CEMEX GO umożliwia naszym klientom w pełni zdalne zarządzanie zamówieniami, śledzenie dostaw naszych produktów, jak również cyfrowy dostęp do faktur.



**Iwona Follheer**

Marketing Manager  
Viessmann Sp. z o.o.

Z tego trudnego czasu paradoksalnie udało nam się wyjść zwycięsko. Czas pandemii okazał się dla nas bardzo dobry pod względem sprzedaży. Rozszerzyliśmy również portfolio naszych produktów. Ofertę Viessmann uzupełniły innowacyjne kotły kondensacyjne Vitodens 100-W, które miały swoją premierę na targach we Frankfurcie, urządzenia hybrydowe, pompy ciepła współpracujące z fotowoltaiką, inteligentne rozwiązania, a także aplikacje do zdalnego sterowania i monitorowania systemów grzewczych. Warto wspomnieć, że

po wielu tygodniach testów uruchomiliśmy pierwszy oficjalny sklep internetowy Viessmann. Firma od początku pandemii wspiera swoich pracowników, dbając o ich zdrowie i bezpieczeństwo. Dobrze zorganizowany, a przede wszystkim zdrowy zespół pozostawał do dyspozycji klientów, pracując w systemie pracy zdalnej. Dla serwisantów czy instalatorów, którzy osobiście odwiedzali domy klientów, wdrożyliśmy dodatkowe zasady bezpieczeństwa pod nazwą „Bezpieczna Ekipa”.



**Mateusz Piotrowski**

Dyrektor Komunikacji i Relacji  
Zewnętrznych Lafarge w Polsce

Miniony rok był trudny ze względu na pandemię COVID-19, ale przyniósł też wiele istotnych zmian i decyzji. Lata doświadczeń w prowadzeniu programów bezpieczeństwa oraz powołanie specjalnej grupy 60 Koordynatorów ds. Zapobiegania COVID-19 umożliwiło zarządzanie fabrykami, a także pozwoliło na utrzymanie ciągłości produkcji we wszystkich zakładach. Dzięki wcześniejszemu przygotowaniu udało się także rozpocząć wartą ponad

100 mln euro modernizację Cementowni Małogoszcz, co pozwoli na redukcję emisji CO<sub>2</sub> o ok. 20%, a sam zakład będzie jednym z najnowocześniejszych w Europie. Wprowadziliśmy również na rynek szereg zielonych rozwiązań dla zrównoważonego budownictwa, co będziemy kontynuować do 2030 roku zgodnie z przyjętą w tym roku Strategią Zrównoważonego Rozwoju.



**Andrzej Ulfig**

Prezes Zarządu Seleny SA

Pandemia stała się niemal dla wszystkich uczestników rynku nie lada sprawdzianem, nie tylko w kwestii przeciwdziałania rozmiarom kryzysu, ale także w wymiarze biznesowym. Nowe okoliczności wymagały zmian także w naszej organizacji. Niemal od samego początku przyjęliśmy pakiet rozwiązań, które miały na celu minimalizowanie ryzyka związanego z COVID-19. Wprowadziliśmy m.in. system szkoleń ze sprzedaży hybrydowej zarówno dla naszych klientów, jak i kadry zarządzającej. Postawiliśmy na zwiększenie ak-

tywności dedykowanych bezpośrednio wykonawcom, takich jak szkolenia online czy szerokok zasięgowe kampanie digital. Jednocześnie staraliśmy się kontynuować szkolenia bezpośrednie u dystrybutorów, na budowach czy też wizyty u partnerów, oczywiście z zachowaniem wszelkich restrykcji. Niezmiennie jednak zawsze dbamy o to, by być blisko naszych partnerów i wykonawców, celnie odpowiadać na ich potrzeby, dopasowywać asortyment do zmieniających się realiów, a także stale dostarczać nowe, ciekawe rozwiązania produktowe.



**Rafał Michalski**

Prezes Grupy Blachotrapez

Będąc częścią sektora budowlanego – niezwykle istotnego dla całej gospodarki, skupiliśmy się na dwóch aspektach: ludziach i technologii. Nie chodziło o pozycję zwycięzcy, a współpracę oraz umiejętne dopasowanie się do zmian. Wsparliśmy małe firmy dekarские. Skoncentrowaliśmy się również na zapewnieniu bezpieczeństwa naszych pracowników. W efekcie działaliśmy bez przerwy, utrzymując ciągłość produkcji i dostaw na najwyższym poziomie. Ponadto wykorzystaliśmy efektywny model komunikacji, począwszy od wizyt handlowych poprzez szkolenia, pre-

zentacje produktów – za pomocą kanału BT. Ponadto, wykorzystując potencjał nowych technologii, wprowadziliśmy najlepszą odpowiedź na potrzeby rynku – usługę Express Dach 72h. Dzięki technice „Just in Time” dostarczamy na plac budowy klienta kompletny dach w zaledwie 3 doby. Rozpoczęliśmy rewolucję na rynku OZE, wprowadzając do oferty instalacje fotowoltaiczne marki Revolt Energy, a dodatkowo jako jedyni zadbaliliśmy o spokój klientów, oferując nowość – Dach Kompletny – zapewniając bezpieczeństwo oraz najwyższą ochronę dachu.



**Iwona Follher**

Marketing Manager  
Viessmann Sp. z o.o.

Z tego trudnego czasu paradoksalnie udało nam się wyjść zwycięsko. Czas pandemii okazał się dla nas bardzo dobry pod względem sprzedaży. Rozszerzyliśmy również portfolio naszych produktów. Ofertę Viessmann uzupełniły innowacyjne kotły kondensacyjne Vitodens 100-W, które miały swoją premierę na targach we Frankfurcie, urządzenia hybrydowe, pompy ciepła współpracujące z fotowoltaiką, inteligentne rozwiązania, a także aplikacje do zdalnego sterowania i monitorowania systemów grzewczych. Warto wspomnieć, że

po wielu tygodniach testów uruchomiliśmy pierwszy oficjalny sklep internetowy Viessmann. Firma od początku pandemii wspiera swoich pracowników, dbając o ich zdrowie i bezpieczeństwo. Dobrze zorganizowany, a przede wszystkim zdrowy zespół pozostawał do dyspozycji klientów, pracując w systemie pracy zdalnej. Dla serwisantów czy instalatorów, którzy osobiście odwiedzali domy klientów, wdrożyliśmy dodatkowe zasady bezpieczeństwa pod nazwą „Bezpieczna Ekipa”.



**Mateusz Piotrowski**

Dyrektor Komunikacji i Relacji  
Zewnętrznych Lafarge w Polsce

Miniony rok był trudny ze względu na pandemię COVID-19, ale przyniósł też wiele istotnych zmian i decyzji. Lata doświadczeń w prowadzeniu programów bezpieczeństwa oraz powołanie specjalnej grupy 60 Koordynatorów ds. Zapobiegania COVID-19 umożliwiło zarządzanie fabrykami, a także pozwoliło na utrzymanie ciągłości produkcji we wszystkich zakładach. Dzięki wcześniejszemu przygotowaniu udało się także rozpocząć wartą ponad

100 mln euro modernizację Cementowni Małogoszcz, co pozwoli na redukcję emisji CO<sub>2</sub> o ok. 20%, a sam zakład będzie jednym z najnowocześniejszych w Europie. Wprowadziliśmy również na rynek szereg zielonych rozwiązań dla zrównoważonego budownictwa, co będziemy kontynuować do 2030 roku zgodnie z przyjętą w tym roku Strategią Zrównoważonego Rozwoju.