

OKNOPLAST

wybierz eksperta

OKNOPLAST prowadzi działalność od 20 lat i należy do najsilniejszych graczy w Europie. Marka jest obecna na 10 rynkach, a z jej produktów korzysta ponad milion zadowolonych klientów. OKNOPLAST jako jedna z nielicznych polskich firm buduje markę za granicą, występując w roli ambasadora swojego kraju. Fundamentem do jej budowy okazały się wysokiej jakości produkty i innowacje, wpływające na rozwój całej branży.

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

Co 30 sekund w fabryce OKNOPLAST powstaje nowe okno.

Firma chętnie wykorzystuje nowoczesne techniki komunikacji i marketingu – na targach BATIMAT jedną z atrakcji stoiska była aplikacja oparta o technologię *Augmented Reality*.

Logotyp OKNOPLAST znalazł się w grze FIFA 14. Widnieje tam na strojach zawodników drużyny Olympique Lyon, której firma jest partnerem od 2013 roku.

We Włoszech okna do trudno dostępnej miejscowości Camogli zostały dostarczone śmigłowcem.



Kontekst rynkowy

OKNOPLAST od lat notuje dynamiczny wzrost i z roku na rok umacnia swoją pozycję jednego z czołowych producentów stolarki PVC w Europie. Firma sprzedaje produkty w segmencie *Top Premium*, głównie do domów jednorodzinnych. Stawia na innowacyjność i design. Te właśnie cechy są kluczowe dla inwestorów prywatnych.

Oferta

Aby jak najlepiej odpowiadać na potrzeby klientów z różnych segmentów rynku, firma utworzyła Grupę. W jej skład poza OKNOPLAST wchodzi dwie nowe marki – WnD zajmująca się produkcją ekonomicznych okien wysokiej jakości oraz Aluhaus, producent aluminiowych okien i drzwi zewnętrznych z segmentu *Premium*. Bogata oferta Grupy obejmuje okna PVC, szeroki wybór dodatków, drzwi zewnętrzne, konstrukcje ogrodów zimowych oraz rolety i i stolarkę aluminium. Wszystkie te elementy dostępne są w jednolitej gamie kolorystycznej, co pozwala stworzyć harmonijne kompozycje. Firma przykłada dużą wagę do niepowtarzalnego wzornictwa – estetyka wykonania, dbałość o detal i unikalny design to czynniki, które sprawiają, że jej produkty stają się ważnymi elementami dekoracyjnymi budynków. W ofercie znajduje się szereg autorskich projektów, dostępnych wyłącznie pod marką OKNOPLAST m.in. seria okien Winergetic Premium, czy linia akcesoriów okiennych dE-SIGN+, stworzona w kooperacji z prestiżowym studium projektowym KISKA, współpracującym m.in. z takimi firmami jak AUDI i OPEL. Unikalność modeli okien OKNOPLAST zawiera się m.in. w niezwyklej formie profili, będącej autorskim projektem firmy. Ma to przełożenie na wyrafinowaną estetykę oraz poprawia właściwości cieplne okna. Dzięki autorskim profilom OKNOPLAST łączy wyrafinowany design z zaawansowanymi rozwiązaniami energooszczędnymi. OKNOPLAST od samego początku stawia również na innowacje. Dlatego, czerpiąc z wieloletniego doświadczenia, konsekwentnie poszerza swoją ofertę o nowatorskie rozwiązania poparte najwyższą jakością wykonania. Dzięki takiej optyce firma,





jako pierwsza w Europie, stworzyła produkty, które obecnie wyznaczają standardy w branży, m.in. niski próg z PVC do okien balkonowych Win-Step, okno ColorFull, w którym oklejone są również powierzchnie profilu, widoczne dopiero po otwarciu skrzydła oraz blokada termiczna SpaceBlock w oknie Winergetic Premium Passive, w której zastosowano aerożel jako materiał izolacyjny.

Osiągnięcia

Od początku działania firmy jej celem była ekspansja pod własnym logo. Wyzwanie to udało się zrealizować. Wysoka jakość oraz innowacyjne rozwiązania sprawiają, że marka OKNOPLAST podbiła europejskie rynki. Olbrzymim osiągnięciem firmy jest także fakt, że 70 proc. klientów przychodzi do salonów sprzedaży z polecenia. Zaufanie, jakim obdarzają firmę klienci, przekłada się na wyniki finansowe. Grupa OKNOPLAST w 2013 roku wypracowała obrót na poziomie 450 mln zł, w 2014 planuje zwiększenie go do 500 mln zł. Na halach produkcyjnych liczących 53 124 m² może wyprodukować 1,6 mln jednostek okiennych rocznie. Udział eksportu w sprzedaży firmy wynosi aż 65 proc. To czyni z niej największego pod względem wartości sprzedaży polskiego eksportera w branży okien PVC.

W każdym kraju, w którym OKNOPLAST jest obecny, angażuje się w szczytne inicjatywy. W Polsce od lat wspiera Stowarzyszenie SIEMACHA pomagające dzieciom i młodzieży w trudnej sytuacji życiowej. Firma finansuje wakacje dla najmłodszych z Ośrodków Stowarzyszenia oraz przekazuje środki na remonty potrzebnych pomieszczeń i budowę nowoczesnego domu dziecka. Spółka jest także oficjalnym partnerem Akademii Sportu Progres pod patronatem Jerzego Dudka. Za proaktywne działanie na rzecz przyszłości młodych, utalentowanych sportowców oraz promocję sportu w Polsce firma została wyróżniona tytułem Ambasadora Sportu.

OKNOPLAST jest mecenasem sportu i sponsorem znanych klubów takich jak Inter Mediolan, Borussia Dortmund czy Olympique Lyon. Sponsoruje też lokalną drużynę Puszcę Niepołomice. Odkąd OKNOPLAST wspiera Puszczę Niepołomice, przeszła ona od IV do I ligi. Dzięki umocnieniu pozycji lidera firma może prowadzić wiele działań filantropijnych na rynkach lokalnych.

Z jednej strony zaangażowanie społeczne, z drugiej rzetelność i wysoka jakość sprawiły, że biznesowe działania OKNOPLAST zostały wielokrotnie docenione, o czym świadczy długa lista zdobytych nagród:

- Certyfikat „Zielone Okno” 2013 po raz drugi za odpowiedzialność i troskę o nasze środowisko naturalne i bezpieczeństwo
- Top Builder 2013 za okno Winergetic Premium oraz Top Builder 2014 za model Winergetic Premium Passive



- tytuł Created in Poland Superbrands 2013/2014 przyznawany najsilniejszym markom konsumenckim w Polsce
- IMPACTOR 2012 w kategorii Projekt Roku Marketing Sportowy
- DEMES 2013 w kategorii Projekt Sponsoringowy
- TERAZ POLSKA 2013 po raz drugi dla OKNOPLAST za okno energooszczędne Winergetic Premium
- Lider Rynku 2013 w kategorii „Najlepsza w Polsce Firma” w zakresie produkcji okien PVC klasa Premium – Nowoczesne produkty i rozwiązania pasywne
- Euro Leader 2013 w kategorii „Najlepsza w Polsce Firma” w zakresie produkcji okien PVC klasa Premium – Nowoczesne produkty i rozwiązania pasywne
- Champ Awards – wyróżnienie specjalne za działania związane ze sponsoringiem Interu Mediolan
- Dyrektor Marketingu Roku 2012 – nagroda dla Grzegorza Filipka za wyjątkowe efekty działań na rynkach międzynarodowych
- Dobry Wzór 2013 – w finale znalazły się dwa autorskie produkty OKNOPLAST: okno energooszczędne Winergetic Premium i klamka z linii dESIGN+
- Polska Firma – Międzynarodowy Czempion za szczególne sukcesy na rynkach zagranicznych

Promocja Marki

OKNOPLAST prowadzi zintegrowaną komunikację marketingową na wszystkich rynkach, na których sprzedaje swoje produkty. Stanowią ją programy motywacyjne dla partnerów handlowych, kampanie w prasie, radiu i telewizji oraz działania w *social media*. Poznanie specyfiki rynków, na których się działa i dostosowanie do nich działań to klucz do sukcesu. Rodzaj informacji czy argumentacji oraz kanałów ich dystrybucji na różnych rynkach może się więc różnić, ale jedno jest wspólne – OKNOPLAST wszędzie pozycjonuje się jako lider w segmencie okien *Top Premium* oraz doradca klienta. Budowa silnej marki wymaga także emocjonalnego zaangażowania odbiorców. OKNOPLAST postawił na piłkę nożną. Niesie ona skojarzenia, z którymi firma chce być utożsamiana: sukces, wygrana, siła, *fair play*. Dzięki sponsoringowi logo OKNOPLAST widnieje na największych europejskich stadionach. Współpraca z czołowymi klubami to także sygnał, że spółka jest stabilnym, godnym zaufania partnerem, z którym chcą pracować najlepsi.

Aby poinformować o sponsoringu i zaangażować klientów, OKNOPLAST wykorzystuje różne narzędzia – począwszy od materiałów POS w salonach sprzedaży, poprzez reklamy prasowe, newslettery i *social media*, aż po goszczenie czołowych piłkarzy sponsorowanych drużyn na stoiskach firmy na największych targach branżowych. Najważniejsza jest synergia i spójność podejmowanych działań.

Wartości Marki

Marka OKNOPLAST to międzynarodowy ekspert w tworzeniu kompleksowych rozwiązań w zakresie stolarki otworowej, gwarantujący najwyższą jakość. Firma od lat pracuje na zaufanie klientów, dostarczając niezawodne produkty. Rzetelność i wiarygodność to dla OKNOPLAST wartości nadrzędne. Przedsiębiorstwo wiąże się jedynie ze sprawdzonymi partnerami handlowymi, co gwarantuje bezpieczeństwo zakupu, profesjonalną obsługę klienta oraz opiekę pozakupową.

OKNOPLAST to jednak coś więcej, niż najwyższa jakość, to także innowacyjność i wyjątkowy design. Firma opracowuje rozwiązania, które już dziś odpowiadają na potrzeby jutra, zapewniając jednocześnie doskonałe wzornictwo i dbałość o detale. Autorskie projekty i niezawodność – oto czym jest marka OKNOPLAST.

www.oknoplast.com.pl

HISTORIA MARKI

1994: Założenie firmy OKNOPLAST przez Adama Placka.

2000: Przeniesienie firmy z Krakowa do strefy ekonomicznej w Ochmanowie, gmina Niepołomice.

2004: Rozpoczęcie sprzedaży na rynkach zagranicznych.

2009: Rozpoczęcie produkcji rolet z PVC i aluminium.

2009/2010: Nawiązanie współpracy z drużyną MKS Puszca Niepołomice.

2012: OKNOPLAST sponsorem włoskiego klubu piłkarskiego Inter Mediolan.

2012: Rozpoczęcie produkcji pakietów szybowych.

2013: OKNOPLAST podpisuje umowy sponsorskie z klubami: Borussia Dortmund i Olympique Lyon.

2013: Powstaje Grupa OKNOPLAST.