

OKNOPLAST

wybierz eksperta

OKNOPLAST prowadzi działalność od ponad 20 lat i należy do najsilniejszych graczy w branży stolarki otworowej 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 swój zasięg za granicą, występując w roli ambasadora swojego kraju. Fundamentem rozwoju są wysokiej jakości produkty i innowacje, wpływające na postęp całej branży.



Kontekst rynkowy

OKNOPLAST od lat notuje dynamiczny wzrost i z roku na rok umacnia pozycję jednego z czołowych producentów stolarki PVC w Europie. Firma sprzedaje produkty w segmencie Top Premium, głównie do domów jednorodzinnych, stawiając na innowacyjność i design, gdyż właśnie te cechy są kluczowe dla inwestorów prywatnych. Szacuje się, że do branży produkcji stolarki okiennej w Polsce należy blisko 2,5 tys. firm, które wytwarzają około 12 mln okien rocznie. Wartość sprzedaży oceniana jest na prawie 7 mld zł.

Historia Marki

Początki OKNOPLAST sięgają 1994 roku, gdy założone przez Adama Placka w Krakowie przedsiębiorstwo rozpoczęło produkcję okien i drzwi z PVC. Sześć lat później firma zmieniła siedzibę – przeniosła się do strefy ekonomicznej w Ochmanowie w gminie Niepołomice, w której z powodzeniem działa do dziś. Rok 2004 przyniósł firmie kolejne ważne wydarzenie – rozpoczęcie sprzedaży na rynkach zagranicznych. Wraz z dynamicznym rozwojem, zwiększał się też asortyment firmy – w 2009 roku rozpoczęto produkcję rolet z PVC i aluminium, a w 2012 roku pakietów szybowych. Aby jeszcze bardziej zróżnicować ofertę produktową i precyzyjnie dopasować ją do potrzeb klientów, w 2013 roku powstała Grupa OKNOPLAST. Rok później OKNOPLAST świętował 20-lecie działalności.

W historii firmy niezwykle ważna jest też współpraca z klubami piłkarskimi. Od 2009 roku OKNOPLAST aktywnie wspiera drużynę MKS Puszczka Niepołomice. To jednak działania z zagranicznymi klubami przyniosły mu światowe uznanie – od 2012 roku firma jest sponsorem włoskiego Interu Mediolan, a w 2013 roku podpisała umowy sponsorskie z Borussią Dortmund i Olympique Lyon.

Osiągnięcia

Od początku działalności celem firmy była ekspansja pod własnym logo. Wyzwanie to udało się zrealizować. Wysoka jakość oraz innowacyjne rozwiązania sprawiły, że marka

OKNOPLAST podbiła europejskie rynki. Olbrzymim osiągnięciem jest także fakt, że 70 proc. klientów przychodzi do salonów sprzedaży z polecenia.

Zaufanie, jakim klienci obdarzają markę, przekłada się bezpośrednio na wyniki finansowe. Grupa OKNOPLAST w 2014 roku zwiększyła obrót do blisko 470 mln zł, notując kilkuprocentowy wzrost w porównaniu do 2013 roku. Na halach produkcyjnych liczących 53124 m² może wyprodukować 1,6 mln jednostek okiennych rocznie. Wartość eksportu Grupy OKNOPLAST to około 15 proc. całego polskiego eksportu okien PVC. W ubiegłym roku udział eksportu w strukturze sprzedaży przedsiębiorstwa wyniósł 67 proc., co czyni firmę największym polskim eksporterem pod względem wartości sprzedanych okien PVC.

OKNOPLAST zaangażowany jest również w akcje z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu, wspierając zarówno ogólnopolskie, jak i lokalne inicjatywy. Do najważniejszych należy partnerstwo w oficjalnej kampanii „Rak. To się leczy!”, która ma na celu promocję profilaktyki nowotworowej poprzez ukazywanie pozytywnych przykładów walki z chorobą. Inną istotną aktywnością społeczną jest współudział firmy w budowie nowoczesnego domu dziecka stowarzyszenia SIEMACHA w Odporyszowie koło Tarnowa, do którego OKNOPLAST dostarczył energooszczędne okna i drzwi.

OKNOPLAST jest mecenasem sportu i sponsorem znanych klubów, takich jak Inter Mediolan czy Olympique Lyon. Sponsoruje też lokalne przedsięwzięcia sportowe. Dzięki umocnieniu pozycji lidera firma może prowadzić wiele działań filantropijnych na rynkach lokalnych.

Zarówno zaangażowanie społeczne, jak i rzetelność oraz wysoka jakość produktów sprawiły, że biznesowe działania OKNOPLAST zostały wielokrotnie docenione:

- Certyfikat „Zielone Okno” przyznany w 2013 roku 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 oraz 2014/2015 przyznawany najsilniejszym markom konsumenckim w Polsce

- IMPACTOR 2012 w kategorii Projekt Roku Marketing Sportowy
- DEMES 2013 w kategorii Projekt Sponsoringowy
- Godło TERAZ POLSKA dla okien z linii Platinum, Platinum Evolution oraz Winergetic Premium
- Euro Leader 2013 w kategorii Najlepsza w Polsce Firma w zakresie produkcji okien PVC klasa Premium – Nowoczesne produkty i rozwiązania pasywne oraz Euro Leader 2014 za innowacyjny produkt – okno energooszczędne Winergetic Premium Passive
- 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 kłamka z linii dESIGN+
- Polska Firma – Międzynarodowy Czempion za szczególne sukcesy na rynkach zagranicznych
- Ekskluzywna Stolarka VIP 2014 – innowacyjne certyfikowane okno PVC do domów pasywnych – projekt autorski; nagroda przyznawana wyrobom najwyższej jakości, które spełniają najwyższe wymagania klientów
- Złota Budowlana Marka Roku 2014 w kategorii Okna elewacyjne
- Fenestra Aurea 2013 za konsekwentną realizację strategii promocji marki przez sport
- OKNOPLAST – marka dla Polski. Magazyn „Brief” umieścić OKNOPLAST na prestiżowej liście 25 polskich firm o największym potencjale do budowania silnej marki POLSKA
- Diament Stolarki 2014 dla okna Winergetic Premium Passive za najciekawszy design i najbardziej nowatorski projekt w kategorii okna PVC
- Top Ten Okno 2014 dla Winergetic Premium – okno w pierwszej trójce konkursu organizowanego przez Dolnośląską Agencję Energii i Środowiska, Fundację na Rzecz Efektywnego Wykorzystania Energii oraz Stowarzyszenie na Rzecz Zrównoważonego Rozwoju
- Lider Nowych Technologii dla systemu Winergetic Premium Passive za nowatorskie rozwiązania w dziedzinie stolarki pasywnej.

Oferta

Aby jak najlepiej odpowiadać na potrzeby klientów z różnych segmentów rynku, firma przekształciła się w Grupę, tworząc kompleksową ofertę dla zróżnicowanego grona odbiorców. W jej skład, poza OKNOPLAST, wchodzi dwie nowe marki – WnD zajmująca się produkcją ekonomicznych okien wysokiej jakości i 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. Wszystkie elementy dostępne są w jednolitej



tej gamie kolorystycznej, co pozwala stworzyć harmonijne kompozycje. Firma przykłada dużą wagę do niepowtarzalnego wzornictwa – estetyka wykonania, dbałość o każdy detal i unikalny design to czynniki, które sprawiają, że jej produkty stają się ważnymi elementami dekoracyjnymi budynków oraz wnętrza pomieszczenia. W ofercie znajduje się szereg autorskich projektów, dostępnych wyłącznie pod marką OKNOPLAST m.in. seria okien Winergetic Premium czy linia akcesoriów okiennych dESIGN+, 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 poprawę właściwości użytkowych okna. Dzięki autorskim profilom OKNOPLAST łączy wysoki poziom designu z zaawansowanymi rozwiązaniami energooszczędnymi.

OKNOPLAST od samego początku stawia na innowację. Dzięki doświadczeniu konsekwentnie poszerza swoją ofertę o nowatorskie rozwiązania poparte najwyższą jakością wykonania. Poprzez taką optykę firma jako pierwsza w Europie stworzyła produkty, które obecnie wyznaczają standardy w branży, m.in. niski próg z PVC do okien balkonowych WinStep, 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.

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 grupa jest aktywna, i dostosowanie do nich działań marketingowych 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 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 sportowemu 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 informować o sponsoringu i angażować 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.

www.oknoplast.com.pl

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 15 oraz w grze Pro Evolution Soccer 2015. Widnieje tam na strojach zawodników drużyny Olympique Lyon, której firma jest partnerem.
- We Włoszech OKNOPLAST dostarczył okna śmigłowcom do trudno dostępnej miejscowości Camogli.
- Przez 20 lat działalności firmy na całym świecie zaufało jej ponad 1,25 mln klientów.

