

Powiedzieli o PSB

Grupa PSB powstała bo była potrzebna takim firmom jak nasze - taka ocena przebiega z wypowiedzi kupców – akcjonariuszy PSB, poproszonych o kilka zdań z okazji 10-lecia ICH Grupy. Jedni

wiedzieli o tym w momencie przystąpienia do PSB, inni zorientowali się, że tak jest po jakimś czasie. Ale to już historia. Dziś wszyscy patrzą w przyszłość, okazują zaangażowanie.

Zapraszamy do lektury wypowiedzi kupców PSB. Warto poznać nowe pomysły, śmiałe wizje, konkretne plany.

Jerzy Byrt, współwłaściciel firmy Budom Market z Poznania



Przystępując do PSB w 2000 r. mieliśmy już dość mocną pozycję na handlowej mapie Poznania - ok. 1 500 m² powierzchni handlowej w centrum miasta, w ofercie parę tysięcy produktów do budowy lub remontu domu czy mieszkania. Sieć zagranicznych marketów budowlanych dopiero zaczynała się tworzyć, nie stanowiły one jeszcze wielkiego zagrożenia, tak, że nasz akces podyktowany był, trochę intuicyj-

na, chęcią bycia akcjonariuszem grupy zakupowej, co, jak nam się wydawało, mogło się przydać, ale bardziej w przyszłości.

Dzisiaj, z perspektywy 8 lat, mogę szczerze powiedzieć, że nasza decyzja była bardzo trafna. Oprócz wymiernych finansowo plusów bycia członkiem PSB, takich jak: dobre ceny na towary, które trudno byłoby wynegocjować samodzielnie, niezależenia się od limitów zakupowych u producentów, możliwości zakupów tanich produktów marki PSB, dostępu do szerokiej oferty handlowej przygotowanej przez pracowników Grupy, jak również do dostawców usług pomocnych w sprawnym prowadzeniu biznesu, są plusy, które trudno wycenić, ale trudno też przecenić. Nieraz zapominamy, że to Grupa wymusiła na swoich członkach szybką komputeryzację czy, że dała możliwość korzystania z pierwszego, szerokiego wachlarza szkoleń dla akcjonariuszy i ich pracowników. Osobiście bardzo sobie cenię, że będąc kupcem PSB mogłem wielokrotnie wymieniać się z kolegami akcjonariuszami swoimi doświadczeniami, przemyśleniami czy, czasem, obawami. Często było to, i jest, źródłem inspiracji, pomysłów owocujących lepszą organizacją, zarządzaniem firmą na każdym poziomie jej działalności.

Źródło siły PSB oddaje łańciskie powiedzenie Nec Hercules conta plures (nawet Herkules nie poradzi przeciwko większości). Tutaj chciałbym złożyć głęboki ukłon pomysłodawcom, którzy, z jednej strony, mieli 10 lat temu świadomość, w jakim kierunku będzie ewoluował rynek materiałów budowlanych, jakie zagrożenia nas czekają i jak się przed nimi bronić, a z drugiej stro-

ny potrafili, z żelazną konsekwencją, systematycznie rozszerzać Grupę, budować jej pozytywny wizerunek na zewnątrz, zmieniać ją z „pospolitego ruszenia” firm sprzedających materiały budowlane w sieć składów i marketów prowadzonych w profesjonalny sposób, oferujących swoje usługi klientom, coraz częściej, na poziomie niczym nie odbiegającym od sieci zagranicznych.

W jakim kierunku Grupa ma zmierzać? - Oczywiście, że należy stawiać na rozwój Mrówek i na budowę sklepów specjalistycznych dla profesjonalistów. Akcjonariusze pracujący w starych obiektach powinni je modernizować, dzisiejszy klient chce kupować w miarę tanio, ale zwraca też mocno uwagę na to, w jakich warunkach kupuje.

Niezbędne też jest ciągle poszerzanie grona akcjonariuszy, w celu zagęszczenia mapy składów i marketów PSB.

Utrzymanie Grupy w jedności działania i wizerunku jest sprawą niesłychanie trudną i wymaga zdyscyplinowania, ba, wręcz podporządkowania sobie akcjonariuszy poprzez sformalizowanie pewnych działań i relacji między poszczególnymi ogniwami organizacji, a z drugiej strony potrzebne jest utrzymanie dobrych, partnerskich, nawet przyjacielskich więzi między członkami Grupy.

Uważam, że lepszemu utożsamianiu się z Grupą i rozumieniu jej celów, mogłyby służyć organizowane raz do roku spotkania w gronie kilkunastu akcjonariuszy (tylko właścicieli firm) i kogoś z centrali PSB. Krótki ciekawy wykład, dyskusja, potem luźna wymiana myśli na dowolne tematy powinny wzmacniać poczucie więzi z Grupą i przyjacielskich kontaktów między jej członkami. Liczne spotkania, imprezy wspólne dla akcjonariuszy, ich rodzin i pracowników też wzmacniają poczucie jedności, ale nie na poziomie decyzyjnym.

Klienci licznie odwiedzają nasze sklepy, co świadczy, że doceniają naszą ofertę asortymentową i cenową, sposób i warunki obsługi, a część tej pozytywnej oceny wynika z ich świadomości, że jesteśmy akcjonariuszem PSB. Polskie Składy Budowlane są postrzegane także przez naszych konkurentów jako duża, mocna, dobra grupa zakupowa.

Jestem przekonany, że PSB rozwija się w dobrym kierunku, dając akcjonariuszom doskonałe narzędzia, pozwalające nie tylko utrzymać się na trudnym rynku, ale nawet wzmocnić swoją pozycję.

Jan Lachowski, właściciel firmy Art-Bud z Bydgoszczy



Pod koniec lat 90. zacząłem sobie uświadamiać, iż dalszy wzrost firmy - poprawa konkurencyjności, dostęp do szerszej oferty produktowej oraz umocnienie relacji z dostawcami i odbiorcami - jest możliwy dzięki udziałowi w dużej grupie zakupowej. Doszedłem do wniosku, że doświadczenie branżowe i pomysły mogą nie wystarczyć, by zachować właściwe tempo

rozwoju Art-Budu w gwałtownie zmieniających się realiach gospodarczych. Z przynależnością do PSB wiązały się nadzieje na uzyskanie lepszych cen u dostawców, szersza oferta produktowa, tworzenie wspólnych projektów marketingowych, szkolenia dla kadry kierowniczej i pracowników handlowych, usprawnienie organizacji wewnątrz firmy.

Większość tych oczekiwań została zrealizowana. W zasadzie wszystko uległo poprawie. Również integracja, szkolenia, wspólne akcje reklamowe zaczęły przynosić skutek. Słowem, obecność w PSB stworzyła wiele nowych możliwości. Pierwszą korzyść to przeniesienie kwestii związanych z zakupami i negocjacji cenowych z dostawcami na centralę. Nie tracąc czasu nawet na jedno spotkanie od razu uzyskałem dostęp do produktów setek dostawców i to w najlepszych warunkach.

Rzecz jasna, Grupa może pracować jeszcze lepiej. Dobrze jest dostrzegać takie możliwości, bo wyznaczają nowe cele. Za pierwszoplanową sprawę uważam poprawę atrakcyjności oferty handlowej centrali PSB, a to jest związane z niskimi kosztami jej funkcjonowania oraz skutecznymi negocjacjami z dostawcami. Kolejną ważną kwestią jest bliska współpraca na poziomie centralnym z największymi wykonawcami i inwestorami w Polsce, w celu obsługi zaopatrzeniowej dużych budów przez sieć składów PSB.

Jakie widzę perspektywy przed PSB? – Będą one tym lepsze, im mocniejsza będzie pozycja sieci składów PSB, czyli firm akcjonariuszy w całym kraju. Umacnianie istniejących składów, budowa sieci sklepów Mrówka, opracowanie i wdrożenie standardów zarządzania składem budowlanym, to droga, dzięki której z Grupą będą liczyli się najwięksi konkurenci oraz dostawcy i odbiorcy. Oczywiście już teraz PSB ma mocną pozycję. Składy tworzące Grupę są zagrożeniem dla lokalnej konkurencji i ważnym przeciwnikiem dla największych.

Wiele korzyści z obecności PSB na rynku odnoszą także klienci. Grupa, będąc dużą organizacją, działa i globalnie i jednocześnie kameralnie. Ogólnokrajowy zasięg, centralne akcje, duży potencjał, szeroki asortyment, niskie ceny i jednocześnie elastyczność na szczęblu lokalnym, decyzyjność często „od ręki”, bezpośrednia obsługa, osobiste relacje - to tylko część korzyści dla klienta.

Marian Fijołek, właściciel firmy Building Business z Mazańcowic k/Bielska Białej



Przystępując do PSB liczyłem przede wszystkim na dostęp do szerokiej gamy wyrobów dobrych producentów. Obaw nie miałem żadnych, przecież każdy udziałowiec Grupy pozostaje niezależnym kupcem.

Ogromna większość nadziei co do PSB spełniła się. Nie muszę jeździć do dostawców, szukać dojsć. Mając towar mogę skoncentrować się na

pozyskiwaniu klientów i na ich starannej obsłudze.

Ludzie mnie poważają, niektórym co jeżdżą po kraju wydaje się nawet, że jestem właścicielem wszystkich składów budowlanych pod marką PSB... To brzmi jak żart, ale konsekwentne eksponowanie logo Grupy w obiektach mojej firmy prowadzi do zaniku w świadomości ludzkiej, że to jest Building Business. Wielu klientów oddziałów mojej firmy w Mazańcowicach, Zarzeczcu czy w Ciścu mówi, że kupują w PSB.

Pytanie o przyszłość PSB prowokuje mnie do przedstawienia ocen w trzech kwestiach. Grupa powinna ostrzej postępować

z kupcami, którzy nie wiadomo po co do nas przystąpili. Mało kupują poprzez centralę PSB. Aktywni stają się dopiero wtedy, gdy do Grupy ma być przyjęty ktoś nowy, działający na ich terenie.

Po drugie – skoro wiadomo, że w przyszłości trzeba będzie coraz częściej „żenić” typowy skład ciężkich materiałów budowlanych ze sprzedażą detaliczną w sklepach z wyrobami wyposażenia i wykończenia wewnątrz – musimy zdecydowanie i szybko wzmocnić dział Mrówek.

Trzeci postulat – PSB musi „wchodzić” w duże inwestycje. Mamy składy budowlane w całej Polsce. Ale nawet czołowi akcjonariusze często nie są wystarczająco poważani przez wielkich inwestorów czy generalnych wykonawców. Co innego Grupa, która mogłaby gwarantować inwestorom, że dobry materiał trafi do nich z naszych składów na czas, a nam, że inwestor w terminie za ten towar zapłaci.

PSB zawdzięczam także coś niewymiernego. Jestem towarzyski, lubię gości. Będąc w Grupie przez 7 lat organizowałem regaty żeglarskie z udziałem kupców i dostawców. Teraz fascynuję się lotnictwem, stąd piąty już Piknik Lotniczy, w sierpniu na stoku góry Żar, na który serdecznie zapraszam.

Adam Widera, współwłaściciel firmy Fawid z Rychłowic



Przystępując do PSB nie miałem żadnych obaw. Będąc wówczas bardzo młodym człowiekiem czułem, że muszę znaleźć się w organizacji, która pomoże mi szybko zrealizować moje pomysły i zamierzenia. Nie zawiodłem się na Grupie. Powiem wprost – decyzja o przystąpieniu do PSB była najtrafniejszą i najważniejszą decyzją w kilkunastoletniej historii Fawidu.

Dlaczego powstał Fawid? – Moja rodzina zajmuje się budownictwem od czterech pokoleń. Mój pradziadek był cieślą budowlanym. Dziadek budował szpital w Wieluniu i Teatr Wielki w Łodzi. Ojciec od 1980 r. prowadził wykonawstwo budowlane i „zaraził” mnie pasją budowania. Mam więc budownictwo we krwi i nim żyję. Chciałem coś w nim zmienić, budować nowoczesne domy pod klucz „dla Kowalskiego”, korzystać z nowych technologii. W tym czasie nie było hurtowni, które oferowałyby takie materiały. Dlatego powstał Fawid. Szybko zauważyłem, że handel jest równie dobrym biznesem jak wykonawstwo. Zarazem zorientowałem się, że nie starczy mi czasu na negocjowanie z każdym dostawcą. PSB mogło mi ten czas „podarować”.

Korzyści z przynależności do PSB jest wiele i są bardzo różne. Dzięki informacjom z Grupy inaczej patrzę na biznes. Mam łatwiejszy dostęp do wiedzy – szkolenia, spotkania

w gronie kupców PSB. Mam też większe motywacje do rozwoju. Wiem co robię i jaką mam pozycję w gronie akcjonariuszy PSB. Chcę być coraz lepszy. Działania marketingowe razem z PSB sprawiają, że Fawid jest rozpoznawany. Sieć daje również wspólną i dobrze skierowaną kampanię medialną, co wyraźnie pozycjonuje moją firmę jako lidera na rynku lokalnym. Mam poczucie siły i stabilizacji. Konkurenci zazdroszczą, że to Fawid jest w PSB.

Gdyby nie PSB to zapewne nie skończyłbym studiów na Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu. Nie zdobyłbym tytułu MBA i nie otworzył przewodu doktorskiego na Uniwersytecie Łódzkim – przygotowuję pracę z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi w małych i średnich przedsiębiorstwach.

Mam też postulaty. PSB musi włożyć więcej wysiłku w rozbudowę działu Mrówek, nastawiając się jeszcze bardziej na rynek Polski powiatowej. Trzeba ujednoclić system informatyczny, tworząc wspólną platformę informacji dla centrali i akcjonariuszy. Powinien powstać zespół negocjatorów, który - analizując informacje z rynku - dostosowywałby ofertę dla naszych punktów.

W perspektywie, PSB powinna iść na Giełdę – po pieniądze.

Z przynależności Fawidu do PSB korzystają klienci naszej firmy. Będąc w Grupie Fawid ma łatwy dostęp do szerokiej gamy materiałów budowlanych. Wiedza i umiejętności kadry Fawidu nie sprowadzają się wyłącznie do sztuki sprzedawania. Nasz kompetentny, dobrze wyszkolony personel potrafi doradzić każdemu klientowi.

Piotr Czernialis, współwłaściciel firmy Importex z Suwałk



Wraz z żoną Teresą postanowiliśmy przystąpić do PSB z dwóch powodów. Importex liczył na to, że będąc w Grupie obejmemy ofertę innych kupców do niej należących, a byliśmy wtedy, i nadal jesteśmy, importerem wyrobów firmy Lode (producent klinkierowych materiałów budowlanych), które rozprowadzamy w Polsce. Po drugie – chcieliśmy rozwinąć dział

sprzedaży detalicznej Importexu, handlujący lokalnie szerokim asortymentem materiałów budowlanych.

Mieliśmy też pewne obawy, gdyż modna w naszych stronach „szeptanka” straszyla, że PSB nakupi towaru u dostawców, potem nie wszyscy akcjonariusze Grupy zapłacą, dostawcy stracą i będzie afera. Obawy nie sprawdziły się. Natomiast w pełni, a nawet ponad oczekiwania, spełniły się nasze nadzieje związane z PSB. Po pierwsze, centrala Grupy jest

największym odbiorcą Importexu, konkretnie cegły klinkierowej i bloków konstrukcyjnych ceramicznych marki Lode. Po drugie – Importex większość materiałów, sprzedawanych w swoim sklepie i składzie, kupuje poprzez PSB.

Ale nasze uczestnictwo w Grupie to nie tylko handel. Korzystamy z organizowanych przez PSB szkoleń dla kadry kierowniczej i dla pracowników hurtowni. Związani z Importexem wykonawcy biorą udział w zajęciach Szkoły Dobrego Budowania PSB. Z drugiej strony, Importex również prowadzi takie zajęcia w zakresie stosowania wyrobów marki Lode – 100 kupców należących do Grupy kupuje u nas te wyroby. Korzystamy z wizualizacji, jaką PSB stara się wprowadzać we wszystkich składach kupieckich należących do sieci Grupy. Importex przestrzega wszelkich zaleceń w tym zakresie. Mamy świadomość, jakie znaczenie ma ujednoczona prezencja sklepów i składów PSB. Szacunek wobec klienta trzeba okazywać przede wszystkim znajomością towaru, uprzejmością, ale także ubiorem. Nasi sprzedawcy są zawsze w garniturach, a pracownicy magazynów i placowi w strojach z logo PSB i Importexu.

Józef Słomiany, współwłaściciel firmy Intech ze Strzegomia



Z przystąpieniem do PSB, co było dla firmy Intech poważną decyzją, wiązaliśmy nadzieje na polepszenie warunków prowadzenia naszej działalności i uzyskanie przewagi nad konkurencją. Grupa dawała nam m.in. dłuższe terminy płatności, łatwiejszy dostęp do towarów, lepsze ceny. Obawy oczywiście też były, np.: czy nasza niezależność nie będzie zagrożona.

Spełniły się nadzieje. PSB pomogło nam umocnić pozycję na rynku, zyskaliśmy nowych klientów, poszerzyliśmy asortyment sprzedaży, zyskaliśmy przewagę nad konkurencją i - co najważniejsze - jesteśmy firmą, która po przystąpieniu do Grupy znacznie się rozwinęła, otwierając m.in. nowe oddziały w Legnicy i Opolu.

Przynależność do PSB daje wiele korzyści. Obok już wymienionych, także: korzystne rabaty i bonusy, terminowość dostaw, czy – z innego zakresu - szeroka oferta szkoleń dla pracowników oraz do-

radztwo i pomoc w sprawach budowlanych. Dzięki temu Intech może oferować klientom profesjonalną poradę budowlaną i możliwość uczestnictwa w szkoleniach dla wykonawców budowlanych. Z kolei kampanie reklamowe PSB poprawiają wizerunek naszej firmy na rynku lokalnym i krajowym, a także pomagają pokonać rosnącą konkurencję.

Jako organizacja kupców Grupa pracuje bardzo dobrze. Wszystkie działania PSB są przemyślane i zamierzone. Kontynuowanie ich to dobra inwestycja na przyszłość.

Perspektywy PSB również rysują się optymistycznie. Grupa rozwija się i umacnia swoją pozycję na rynku. Poprzez swoje działania zapewnia stabilność rynku budowlanego i jednocześnie stwarza nowe miejsca pracy. Przyszłość PSB to ciągły rozwój, zwłaszcza, że rynek budowlany jest bardzo aktywny. Istnieje stałe zapotrzebowanie na materiały budowlane, bowiem coraz więcej ludzi buduje nowe domy, upiększa stare - remontując je i nadając im nowy wizerunek.

Konkurenci postrzegają PSB jako silną, dużą grupę, posiadającą bardzo dobrze zaopatrzone hurtownie budowlane i doskonale wykwalifikowaną kadrę pracowniczą.

Mirosław Nalepka, współwłaściciel firmy Marka z Bochni



Firma Marka, którą prowadzę z żoną Jadwigą, miała na swoim lokalnym podwórku – Bochnia i okolice – dobrą markę zanim powstało PSB. Jak trafiliśmy do Grupy? – Przeczytałem ogłoszenie w prasie, że szukają udziałowców. Spodobała mi się idea PSB. Uwiarygodniała Grupę lista kupców z Krakowa, o których wiedziałem, że mają na rynku mocną pozycję. Na

pierwszym Walnym Zgromadzeniu PSB, w którym uczestniczyłem, pojawiły się jednak obawy. „Straszna zbieranina” pomyślałem. Jak ludzie mający tak różne potrzeby, cele, priorytety, tak niepodobne niczym do siebie firmy, będące na różnym etapie rozwoju, mogą wspólnie działać. Jak to wszystko zagra? – dręczyło mnie pytanie.

Zagrało! Podobnie jak inni akcjonariusze szybko uczyłem się korzystać z bycia w PSB, zwłaszcza w tych tematach, w których lepiej zrobić coś wspólnie, bo duży może więcej.

Pozycja Marki na lokalnym rynku jest mocniejsza m.in. dzięki temu, że naszą firmę uwiarygodnia PSB. Będąc w Grupie łatwiej np. rozmawia się z bankami. Udział w PSB jest w ocenie banków argumentem na tak wobec naszych oczekiwań. W wielu przypad-

kach, zwłaszcza w okresach dekoniunktury, PSB uwiarygodniało Markę wobec dostawców. Nie żądali od nas specjalnych zabezpieczeń. Konkurenci natomiast patrzą na Markę z zazdrością. Wiedzą, że ich wyprzedziliśmy.

Jakie są perspektywy PSB? – Wiążą się z zadaniami stojącymi przed Grupą. Trzeba wykorzystać dobrą koniunkturę w gospodarce, szczególnie w budownictwie, bo ta nie będzie trwała wiecznie. Konkurencja na rynku się nasila, a będzie to inna jakościowo konkurencja od znanej nam dotychczas - o wiele groźniejsza. Centrala PSB musi jak najszybciej wzmocnić pion analiz. Podam przykład – już teraz wielu kupcom Grupy bardzo by się przydały opracowania na temat systemów motywacyjnych dla różnych grup zawodowych, pełniących ważne role w naszych firmach (kierowcy, magazynierzy, sprzedawcy).

Siła kupców PSB bierze się w znacznej mierze z dobrych relacji z klientami. Kupiec należący do Grupy ma o wiele lepszy dostęp do dostawców, niż każdy inny indywidualny hurtownik. Klienci znają Markę jako firmę sprawną, dobrze poinformowaną, mogącą pomóc technicznie, doradzić jak efektywnie wydać pieniądze na budowę czy remont.

Udział w PSB niesie ze sobą także aspekty towarzyskie. Integrujemy się np. w zmaganiach sportowych, czy poprzez wspólne wyjazdy zagraniczne. Nie samą pracą kupiec żyje.

Mirosław Bereżański, współwłaściciel firmy Metbud z Zamościa



Moi wspólnicy, bracia Franciszek i Władysław Brodziak, i ja widzieliśmy w przystąpieniu do Grupy PSB przyszłość. Moc i siła w ilości. Były też obawy, powstrzymujące nas przed zgłoszeniem akcesu do PSB, zwłaszcza związane z tym, że wartość wymaganego udziału była dosyć wysoka, przynajmniej dla Metbudu, a był to okres, kiedy telewizja i gazety pełne były informacji, wręcz ostrzeżeń przed naciągaczami w rodzaju Grobelnego czy właścicieli Art B. W końcu jednak zdecydowaliśmy, że przystępujemy do Grupy.

Zadne obawy się nie potwierdziły. Za to spełniły się wszystkie nadzieje, często nadspodziewanie. Dzięki udziałowi w PSB odnieśliśmy, i odnosimy nadal, duże korzyści cenowe. Mamy dostęp do ważnych informacji gospodarczych. Wielkim plusem jest korzystanie przez wszystkich akcjonariuszy Grupy, w tym Metbudu, z marki PSB. Wspólny, dobrze rozpoznawalny znak wzmacnia zaufanie do każdego kupca, który się nim posługuje.

Czy PSB jako organizacja kupców może lepiej pracować, czego brakuje? – Rozwój każdej firmy – także Metbudu i PSB – wiąże się z lepszą pracą. Trzeba wzmocnić logistykę. Więcej firm należących do akcjonariuszy Grupy powinno angażować się na poważnie

w zakupy poprzez centralę PSB. Nie kupować pokątnie. Niektórzy producenci starają się rozgrywać poszczególnych kupców i Grupę (jako całość). Na to jakimś lekarstwem może być polepszenie przepływu informacji w PSB.

Pozwolę sobie zgłosić w imieniu Metbudu, ale też zapewne wielu akcjonariuszy z Polski Wschodniej, szczególnie postulat – żeby PSB upomniało się o biedne regiony Unii Europejskiej. Lubelskie, Podlaskie, Podkarpackie, a najbardziej chyba Zamojszczyzna zaliczają się do bieguna względnego ubóstwa nie tylko w Polsce, ale w całej Europie. Kupcy pojedynczo niewiele mogą. Ale PSB już jest taką siłą, z którą władze muszą się liczyć. Walczcie o nas. Nie pozwólcie, żebyśmy ciągle byli na końcu kolejki do gospodarczego i cywilizacyjnego cudu Wspólnej Europy.

PSB potrafi zwyciężać. Dzięki temu, że skupia kupców i producentów, jest jedyną Grupą, która skutecznie stawia czoła zagranicznym sieciom handlowym.

Na rynku lokalnym, po naszym przystąpieniu do Grupy, wiele firm też by chciało znaleźć się w PSB, ale się spóźniły. Starają się gdzieś dołączyć, ale każda inna struktura rynkowa jest mniej sprawna i nie tak postrzegalna jak PSB.

Klienci Metbudu korzystają z naszej obecności w Grupie, bo np. mogą uczestniczyć w programie Buduj z PSB, korzystają z doradztwa, mają dostęp do projektów i informacji o wielu wyrobach budowlanych.

Zbigniew Ciesielski, prezes zarządu firmy Trops S.A. z Torunia



Jakie nadzieje wiązaliśmy z przystąpieniem do PSB? – Nie było konkretnych pobudek takiego kroku. Była moda na przynależność do organizacji, przecucie, że sami możemy sobie nie poradzić na rynku. Wiedzieliśmy jakie są tendencje w Zachodniej Europie. W tych warunkach obawa, że udziały w PSB ewentualnie przypadną, nie zablokowała decyzji Tropsa.

Czas pokazał, że to była dobra decyzja. Będąc w PSB:

- * mamy rzetelne informacje o tym co się dzieje na rynku. Nie musimy więc polegać tylko na własnych danych,
- * jesteśmy dużo poważniej traktowani przez dostawców materiałów budowlanych,
- * mamy lepsze warunki handlowe,
- * utrzymujemy kontakty z kupcami PSB z całej Polski, z którymi szczerze wymieniamy doświadczenia biznesowe,
- * jeździmy często zagranicę, żeby poznać inne sieci Euro-Matu i ich pracę,
- * wiemy, że konkurenci patrzą z dużym szacunkiem na to, że Trops jest w PSB.

Korzyści z bycia w Grupie można wymieniać długo. Bierzymy udział w dobrze znanym w społeczeństwie programie Buduj z PSB. Otrzymujemy liczne materiały reklamowe. Co miesiąc trafia do nas Barometr Budownictwa PSB. Bardzo ważne jest oczywiście to, że możemy otrzymywać towar z centrali Grupy na zamówienie, bez dopominania się.

Szczerze mówiąc nie potrafię odpowiedzieć na pytanie jak potoczyłaby się historia Tropsa bez PSB. Wiem jednak, że dzięki Grupie niejedna hurtownia materiałów budowlanych przetrwała na rynku. Nie jest przy tym ważne, czy przynajmniej, że tak było, czy nie.

Trops jest ukierunkowany na obsługę firm wykonawczych. Uczestnictwo w Grupie to nam ułatwia. Grupa wzmacnia naszą pozycję wobec każdego klienta, gdyż możemy szeroko korzystać z prowadzonych przez PSB szkoleń, ich program jest bardzo bogaty. Walka o klienta nie ogranicza się już do tworzenia maksymalnie korzystnych warunków handlowych. Coraz więcej znaczy jakość obsługi, do czego dużą wagę przywiązuje się właśnie podczas szkoleń PSB.

Ważne jest, że będąc w Grupie mamy okazję rozmów z profesjonalistami. Trzeba rozmawiać na różne tematy. Moim zdaniem przed PSB stoi problem selekcji dostawców. Temat trudny, ale przecież nie wszyscy muszą być dostawcami naszej Grupy.

Powiedzieli o PSB

„Partner szczególny”. „Wyjątkowy, wymagający bardzo indywidualnego podejścia”. „Klient nietypowy, a zarazem „topowy”. „Największy w gronie naszych partnerów w branży budowlanej”.

Przedstawione oceny zaczerpnęliśmy z wypowiedzi przedstawicieli firm świadczących różne usługi z zakresu telefonii komórkowej, oprogramowania komputerowego, korzystania

z kart płatniczych, bankowe. Miło to wiedzieć, tym bardziej, że towarzyszą im z reguły deklaracje dalszej dobrej współpracy.

Jacek Szymonik, Polska Telefonia Cyfrowa sp. z o.o. Era, kierownik sprzedaży w Regionie Podkarpacko-Świętokrzyskim



Polska Telefonia Cyfrowa, operator sieci Era, oraz Grupa PSB współpracują od 1998 r. Od początku część kupców PSB była klientami Ery, a pozostali - innych operatorów. Z tą wiedzą rozpoczęły się rozmowy o wspólnej sieci dla wszystkich udziałowców Grupy. Gdy klientem Ery została Grupa PSB S.A., możliwe stało się zawarcie przez nasze firmy umowy pozwalającej na rozliczenia zarówno usług wobec centrali Grupy, jak i tych świadczonych akcjonariuszom PSB.

PSB to dla Ery klient nietypowy, a zarazem „topowy”. Nietypowy - z uwagi na swoją rozbudowaną strukturę. Skala kontaktów PSB jest dużo szersza niż u wielu innych klientów Ery mających taką samą liczbę użytkowników telefonów.

W przypadku większości naszych klientów biznesowych rozmowy realizowane są wewnątrz danej firmy, czy korporacji. Z PSB jest inaczej: bardzo dużo rozmów telefonicznych prowadzonych jest na zewnątrz.

To właśnie skala korzystania przez centralę i kupców PSB z usług sieci Era sprawia, że i Grupa, i każdy kupiec należący do PSB jest dla nas klientem „topowym”. Kontakt z wieloma kupcami indywidualnymi – akcjonariuszami PSB - stanowi dla nas wartość dodaną. Kupcy mogą przecież podejmować – i często podejmują – decyzje odnośnie korzystania z usług Ery w szerszym zakresie.

Mamy nadzieję na dalszy rozwój wzajemnie korzystnej współpracy między Ery a PSB. W ciągu 10 lat liczba nowych numerów wzrosła stukrotnie, a liczba połączeń - wielokrotnie więcej. Taka dynamika nastraja do optymistycznego myślenia o przyszłości i mobilizuje do jeszcze bliższej współpracy.

Jarosław Ambroziak, prezes zarządu Kolporter Info S.A.



Jakim partnerem jest dla naszej firmy Grupa PSB? – Na pewno szczególnym, z kilku powodów. Wyjątkowo ważny był dla nas fakt, że PSB zaufało Kolporter Info, pomimo że podejmując współpracę byliśmy bardzo młodą firmą. Tak naprawdę dzięki temu możemy rozwijać nasz produkt, czyli oprogramowanie komputerowe. Istotne było i to, że od początku PSB postawiło przed nami bardzo wysoko poprzeczkę wymagań. Centrala Grupy stworzyła bardzo dużą bazę danych. Chodzi o jak najlepsze zarządzanie tą bazą, wykorzystanie jej zgodnie z potrzebami całej PSB.

Specyfika kontaktów z PSB wynika również stąd, że obok współpracy z centralą, mamy też współpracę z ponad czterdziestoma kupcami-akcjonariuszami Grupy, którzy

korzystają z ponad stu licencji Kolporter Info. Dostarczamy kupcom oprogramowanie oraz świadczymy usługi w zakresie sprzętu i serwisu. Zakładamy, że oprogramowanie ERP, do obsługi firmy w pełnym zakresie (sprzedaż, księgowość, kadry, płace, środki trwałe), będzie w czasie standardem w sklepach i składach kupców PSB. Staramy się dopasować naszą ofertę do bardzo zróżnicowanych firm kupieckich – dużych i mniejszych, dysponujących jednym bądź wieloma oddziałami.

Dzięki współpracy z PSB poznaliśmy dobrze specyfikę rynku budowlanego – nie tylko handlu, także produkcji i wykonawstwa, gdyż niektórzy kupcy działają dodatkowo w tych dziedzinach.

Mamy też bogate plany. Orientując się w tendencjach światowych, chcemy wspólnie z PSB stworzyć największą w Polsce platformę informacyjną w branży budowlanej. To nowatorskie przedsięwzięcie powinno objąć wszystkich kupców należących do Grupy – ich sklepy i składy.

Beata Flis, eService S.A., dyrektor regionalny ds. sprzedaży w Lublinie



W gronie wielu partnerów Centrum Elektronicznych Usług Płatniczych eService SA, skupiających pod jednym szyldem różne podmioty gospodarcze, Grupa PSB jest w branży budowlanej partnerem największym.

Współpracę w zakresie akceptacji kart płatniczych oraz możliwości doładowania telefonów komórkowych prepaidowych rozpoczęliśmy w 2006 r., obecnie obejmuje ona 80 akcjonariuszy PSB. W 2007 r. współpraca została rozszerzona

o program lojalnościowy Buduj z PSB na terminalu POS, przeznaczony dla ostatecznych odbiorców asortymentu składów budowlanych.

Minione 2 lata współpracy z PSB przyniosły podwojenie obrotów kartowych na terminalach posadowionych w sieci punktów sprzedaży kupców należących do Grupy. eService bardzo pozytywnie ocenia także to, że współpraca z PSB pozwoliła nam bliżej poznać uwarunkowania branży budowlanej w Polsce.

Liczymy na sukcesywne rozszerzanie współpracy o kolejne punkty sprzedaży, a w szczególności na odkrycie przez naszych klientów zalet korzystania z programu lojalnościowego Buduj z PSB i powiększenie szeregu zadowolonych odbiorców tego wyjątkowo atrakcyjnego produktu.

Zbigniew Dratwiński, Citi Handlowy, dyrektor oddziału w Krakowie



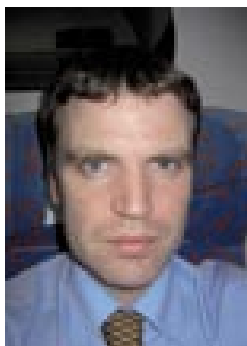
Z Grupą PSB Citi Handlowy współpracuje nieprzerwanie od ponad pięciu lat. Spółka, działając w branży handlu artykułami budowlanymi jako grupa zakupowo-sprzedażowa, była dla Citi Handlowy od początku współpracy wyjątkowym partnerem, wymagającym naszego bardzo indywidualnego podejścia, zarówno w zakresie oceny i zrozumienia działania samej Grupy,

jak i dopasowania oferty produktowej do oczekiwań klienta. Grupa PSB, jako jedna z pierwszych firm będących klientami Citi Handlowy Region Południe, skorzystała z zaoferowanego

przez nas strukturyzowanego finansowania Platforma Paylink. Rozwiązanie to pozwala na udzielenie wsparcia kredytowego przez Grupę PSB swoim udziałowcom, przy wykorzystaniu narzędzia produktowego zaoferowanego przez Citi Handlowy. Dzięki dostarczanemu przez Citi Handlowy finansowaniu mogliśmy uczestniczyć w rozwoju firm będących udziałowcami Grupy PSB S.A., wspierać ich wzrost, a tym samym przyczynić się do dynamicznego rozwoju całej Grupy PSB i konsekwentnego budowania jej pozycji rynkowej.

Mamy nadzieję, że w nadchodzących latach będziemy rozwijać tę owocną i satysfakcjonującą współpracę, a oferowane przez Citi Handlowy rozwiązania przyczynią się do dalszego rozwoju Grupy PSB jak i wzbogacenia naszej oferty produktowej.

Eoin Kavanagh, Bank Pekao S.A., doradca klienta w Departamencie Dużych Firm



Grupa Polskie Składy Budowlane powstała stosunkowo niedawno. Bardzo ważne jest to, że dzięki temu zarząd Grupy ma świadomość, jak ciężko jest budować i prowadzić biznes w otoczeniu realiów gospodarczych panujących wciąż w Polsce. Dlatego docenia rolę partnerstwa w biznesie w czasach wyzwań. To zdecydowanie wyróżnia PSB - właśnie zrozumienie jak ważne jest partnerstwo.

Współpraca naszego banku z PSB niesie obu stronom korzyści. Dzięki PSB zaczęliśmy doceniać rangę współpracy z branżą mate-

rialów budowlanych. Orientujemy się teraz lepiej w rynku budowlanym. Znając ten rynek, wiemy, iż zatory płatnicze są w budownictwie bardziej powszechne niż w innych sektorach. To wynika oczywiście z wielu różnych czynników. Kluczowe jest wyciąganie właściwych wniosków. Jeśli bank rozumie pochodzenie tych zatorów, może w uzasadnionych przypadkach oferować wybranym klientom z branży budowlanej faktoring oraz programy typu finansowanie dostawców.

Cel naszej współpracy z PSB zawiera się w deklaracji – Bank Pekao S.A. chce w dalszym ciągu przyczynić się do rozwoju Grupy Polskie Składy Budowlane i ugruntowania jej pozycji na rynku materiałów budowlanych.