Adam Sieroń

PRZEWAGA DZIĘKI TECHNOLOGII

O recepcie na sukces w branży bezdotykowych myjni, świadomym wyborze stylu i ekspansji na zagraniczne rynki rozmawiamy z Klaudią Fedorowicz-Andrzejewską, prezesem zarządu BKF Myjnie, prowadzącą spółkę wraz z mężem Piotrem Andrzejewskim od 2007 roku.

Polski Przemysł: Kompletna myjnia to ponad 800 różnych części – jakie są jej najważniejsze elementy?

Klaudia Fedorowicz-Andrzejewska: Każda myjnia składa się z dwóch podstawowych elementów: konstrukcji oraz techniki. W naszej ofercie znajduje się kilka rodzajów konstrukcji, od klasycznych standardów po nowoczesne, śmiałe projekty, wykonane z najlepszych materiałów. Najważniejsze jest oczywiście „serce myjni" – czyli zaawansowana technologicznie technika myjąca. W skład techniki wchodzą: system wysokiego ciśnienia oparty o wysokiej jakości pompy przemysłowe, moduły uzdatniania wody, precyzyjnego dozowania chemii oraz centralny system sterujący. Oferujemy również szereg modułów uzupełniających i opcjonalnych, takich jak system kontroli myjni przez Internet, system odsysania monet czy też system optymizacji zużycia energii.

Jakie są najważniejsze cechy produkowanych przez Państwa myjni? Jakie są ich atuty?

Nasze myjnie są projektowane i produkowane tak, aby gwarantowały jak najlepsze efekty mycia, przy jednoczesnym zachowaniu maksymalnej niezawodności. Oczywiście pomagają w tym nowoczesne oraz przyjazne dla użytkownika rozwiązania. Coraz większą wagę przykładamy również do zwiększania oszczędności po stronie właściciela podczas eksploatacji naszych urządzeń. Nie można tu zapomnieć o kliencie ostatecznym – myjnia służy przede wszystkim właścicielom samochodów, dlatego cały czas pracujemy nad tym, aby efekt mycia był jak najlepszy.

Obecnie BKF Myjnie jest liderem na rynku polskim w produkcji myjni bezdotykowych. Jakie ma dla Państwa znaczenie ten fakt?

Nie myślimy o sobie jako o liderze rynku. Co prawda jesteśmy największą polską firmą, która zajmuje się produkcją oraz sprzedażą myjni bezdotykowych, jednak dla klienta ten fakt ma małe znaczenie – jego wybór nigdy nie ogranicza się tylko do polskich lub tylko do zagranicznych firm. Dlatego też celem firmy jest stworzenie jak najlepszej oferty, nie zaś zajęcie określonej pozycji w rankingu.

Naszą receptą na sukces są: młody i zaangażowany zespół specjalistów, wyczucie czasu oraz łut szczęścia – bez tego ostatniego nie może być mowy o sukcesie na skalę, jaką udało się nam osiągnąć. Dlatego też dewizą BKF Myjnie jest stały rozwój i przewaga dzięki technologii. Są to doskonałe narzędzia, aby wciąż wyprzedzać konkurencję.

Oprócz tego duży nacisk kładziemy na nowe rozwiązania techniczne oraz rozwój stabilnej sieci serwisowej, co jest bardzo ważnym elementem konkurencyjności naszej oferty.

Czy tworzone w ramach kolejnych kontraktów myjnie są za każdym razem podobne, czy też różnią się one od siebie?

Każdy kolejny kontrakt jest inny od poprzedniego – w grę wchodzi masa czynników: od lokalizacji inwestycji, przez indywidualne wymagania, aż po ograniczenia technologiczne i nowe rozwiązania instalowane na życzenie klienta. Oczywiście pewne etapy są zazwyczaj powtarzalne. Przy każdym kontrakcie przyjeżdżamy do klienta i oceniamy atrakcyjność działki, doradzamy w sprawach technicznych i finansowych. Przed rozpoczęciem prac projektowych wykonujemy wstępne koncepcje komunikacji na myjni. W tym czasie doradzamy architektom. Po uzyskaniu przez klientów pozwolenia na budowę i rozpoczęciu prac budowlanych również wspomagamy ich głosem doradczym.

CZY WIESZ, ŻE...

BKF Myjnie realizuje kontrakty dla klientów indywidualnych, mniejszych sieci myjni, ale także dla Orlenu oraz myjni przy stacjach partnerskich firm takich jak Moya, Lotos czy BP. Ma na swoim koncie również kontrakty eksportowe z partnerami firmy w Czechach, na Słowacji, Białorusi oraz w Rosji.

CZY WIESZ, ŻE...

W 2006 r. BKF Myjnie z działu zajmującego się myjniami bezdotykowymi przekształciły się w samodzielną firmę. Restrukturyzacja pozwoliła uporządkować sposób funkcjonowania, czego efektem w ciągu kolejnych dwóch lat był znaczący wzrost obrotów.

W 2009 r. firma uruchomiła własny dział projektowy, oparty na absolwentach Politechniki Szczecińskiej. Wprowadziła też na rynek urządzenia wyposażone w szereg innowacji – m.in. autorski system kontroli myjni przez Internet, system dozowania chemii, system mycia 5+ oraz system oczyszczania wody, co przyczyniło się do dalszego wzrostu sprzedaży

Wszystkie te czynności wykonywane są po to, żeby sam montaż odbył się możliwie jak najszybciej i bezproblemowo.

Jacy są główni klienci firmy? Czy koncentrują się Państwo na pozyskiwaniu stałych i wieloletnich odbiorców myjni?

Sprzedajemy na tyle specyficzny produkt, że zazwyczaj mamy do czynienia z klientami, którzy szukają dodatkowych inwestycji, nowych źródeł dochodu. Z powodu specyfiki produktu bardzo ważne są dla nas usługi posprzedażowe – serwis czy sprzedaż części zamiennych. Pozwalają one związać się z indywidualnym klientem i zwiększyć szansę na kolejną sprzedaż. Utrzymanie dobrej i stabilnej relacji z naszymi klientami jest dla nas kluczowym zadaniem, zarówno ze względu na chęć świadczenia usług posprzedażowych, jak i ze względu na referencje, które dzisiaj są jednym z głównych argumentów przy dokonywaniu zakupu przez nowych klientów.

Czy produkcja skierowana jest na krajowy rynek, czy też również na eksport?

Większa część naszych myjni jest sprzedawana w Polsce, jednak coraz więcej produktów trafia również za granicę – zdecydowanie rozwijamy ten trend i szukamy coraz to nowych rynków zbytu, w czym pomaga osobny dział, powołany specjalnie do tego celu.

Naszym głównym kierunkiem rozwoju jest wschód – składa się na to kilka czynników, takich jak: duże nasycenie produktem rynku zachodniego i odpowiednia chłonność krajów na wschód od Polski, ugruntowana pozycja firm z dłuższymi tradycjami na zachodzie Europy oraz sprzyjające prawodawstwo na terenie UE. Obecnie nasze myjnie stanęły już w Czechach, Rosji, na Słowacji, Białorusi oraz w Grecji. Prowadzimy rozmowy z inwestorami w Serbii oraz na Ukrainie. Od dwóch lat uczestniczymy w targach branżowych zarówno na wschodzie, jak i zachodzie Europy. Są to jedne z największych targów techniki motoryzacyjnej – Automechanika – w Moskwie oraz we Frankfurcie. Efekty naszej obecności w obu tych miejscach są już widoczne – dzięki nawiązanym kontaktom udało nam się pozyskać m.in. prężnego dealera w Grecji, liczymy na rozwój i współpracę zagraniczną dzięki udziałowi w tych targach.

Czy w najbliższym czasie w ofercie firmy pojawią się nowe wyroby? Czym będą się różnić od obecnie funkcjonujących?

Rokrocznie nasze produkty otrzymują pełen zestaw udoskonaleń istniejących rozwiązań – zazwyczaj nie są to zmiany widoczne na pierwszy rzut oka, jednak podnoszą one niezawodność i przyjazność użytkowania. Dla przykładu na tegorocznych targach branżowych pokazaliśmy nową odsłonę naszego modułu myjni – dzięki zastosowanym rozwiązaniom udało się zoptymalizować pracę urządzeń, zwiększyć żywotność kluczowych elementów oraz zredukować koszty eksploatacji. W najbliższym czasie planujemy minimum dwie premiery, jednak szczegółów wolelibyśmy jeszcze nie zdradzać.

World`s Best

OMAX®

najlepsze
największe
najbardziej precyzyjne
najbardziej oszczędne
maszyny do cięcia wodą

OMAX jest zobowiazany do prawdy w technologii.
Ale nie musisz wierzyć tylko w nasze słowo:
zapytaj nas o próbę cięcia Twojego detalu
odwiedź nas w naszym Laboratorium Cięcia

OMAX Poland sp. z o.o.
ul. Niska 2
82-300 Elbląg
tel./fax: 55 236 26 20
www.omax.pl
www.obalamyrnity.info
email: info@omax.pl

OMAX Laboratorium Cięcia
Elbląski Park Technologiczny
ul. Stanisława Sulimy 1
82-300 Elbląg
tel./fax: 55 236 18 82 w.36

Klaudia Fedorowicz-Andrzejewska
prezes zarządu BKF Myjnie

W 2011 roku wprowadzili Państwo do sprzedaży m.in. centralne systemy mycia wysokociśnieniowego, przemysłowe myjki wysokociśnieniowe, urządzenia do mycia kanalizacji, a także zabudowy urządzeń wysokociśnieniowych na specjalistycznych samochodach. Na czym polega innowacyjność w tych przypadkach?

Najpierw należy zdefiniować to, jak rozumie się innowacyjność. W skali Europy czy świata rozwiązania, o których mówimy, funkcjonują już od dawna. W Polsce jednak nie ma firmy, która mogłaby powiedzieć o sobie, że jest znaczącym dostawcą tego typu rozwiązań. My podjęliśmy próbę stworzenia i produkcji linii urządzeń, zaproponowaliśmy szereg własnych rozwiązań technicznych i w tym kontekście traktujemy działania te jako innowacyjne, czyli wnoszące nową wartość do naszej rzeczywistości.

Sama idea mycia bezdotykowego była przed kilkunastu laty zupełną innowacją w Polsce. BKF wprowadził swoje autorskie rozwiązania, takie jak kontrola myjni przez Internet, precyzyjne systemy dozowania wody i chemii, ekonomiczny system ogrzewania posadzki czy zaawansowaną diagnostykę.

Jak widać BKF Myjnie kładzie duży nacisk na innowacyjność. Jakie ma to dla Państwa znaczenie?

Nieustannie dążymy do rozwijania naszych technologii i wprowadzamy na rynek unikatowe rozwiązania. Pierwszą rzeczą, na którą zawsze zwracamy uwagę projektując nowe systemy, są korzyści dla naszych klientów. To podejście do prowadzenia biznesu w naszym przypadku sprawdza się nadzwyczaj dobrze.

W naszej firmie mamy dwa działy, które cały czas zajmują się projektowaniem i wprowadzaniem nowych rozwiązań. Nie wszystkie z tych działań są bezpośrednio widoczne dla klienta, jednak wszystkie zwiększają niezawodność urządzenia, przyśpieszają proces produkcyjny oraz eliminują błędy i wszelkie niedociągnięcia. Jednym z głównych założeń naszej firmy jest ciągłe doskonalenie się w każdym obszarze naszej działalności.

W jaki sposób działają te dwa działy projektowe, o których Pani mówi?

Działy projektowania i oprogramowania są kluczowymi w naszej firmie. Projektanci nie zajmują się tylko przygotowaniem nowych urządzeń, są zaangażowani również podczas procesu produkcji, m.in. na bieżąco zbierając informacje o potrzebnych poprawkach i możliwych usprawnieniach. Nowe produkty to zazwyczaj efekt wspólnej pracy działów projektowania, sprzedaży, serwisu i eksportu. Zarówno poprawki do już produkowanych urządzeń, jak i projekty tych zupełnie nowych są wynikiem analizy potrzeb klientów oraz naszych wewnętrznych wymagań. Projekt w ostatecznym kształcie trafia do działu produkcji, gdzie powstają prototypy, które następnie poddawane są intensywnym testom – często z pomocą zaprzyjaźnionych właścicieli myjni.

Posiadają Państwo zaawansowane oprogramowanie w biurze projektów. Jakie ten fakt daje korzyści?

To zagadnienie pozwolę sobie rozbić na dwa mniejsze. Nasz dział projektowania jest dosyć młody, projektowaniem w profesjonalny sposób zajmujemy się dopiero od trzech lat. Najistotniejszym krokiem w tym zakresie było przejście na projektowanie 3D w programie Solid Works. Dzięki temu rozwiązaniu jesteśmy w stanie tworzyć kompletne modele naszych urządzeń, a co za tym idzie przyspieszamy procesy projektowania, prototypowania i walidacji. Eliminujemy potencjalne kolizje i tworzymy lepszą dokumentację wykonawczą.

Ze względu na specyfikę naszej sprzedaży i produkcji zdecydowaliśmy się zbudować i korzystać z własnej, autorskiej platformy programowej do wspomagania zarządzania firmą. W obecnej chwili posiadamy własny dział rozwoju oprogramowania, zaś nasz system z powodzeniem jest wykorzystywany w firmach, które z nami współpracują. Przymierzamy się również do komercjalizacji naszego oprogramowania.

Podkreśla Pani, że w kadrze kierowniczej znajdują się ludzie młodzi, nastawieni na rozwój. Jak w związku z tym kształtować się będzie rozwój firmy w najbliższych latach?

Nasze największe nadzieje pokładamy w eksporcie i rozwoju technologii. Chcemy produkować urządzenia, które będą mogły konkurować z produktami wiodących producentów na świecie.

W tej chwili z naszej perspektywy sytuacja rynkowa jest całkiem niezła. W pierwszej połowie roku sprzedaż wzrosła zarówno w Polsce, jak i za granicą. Wzrostu za granicą się spodziewaliśmy, jednak to, co stało się w kraju, jest dla nas lekkim zaskoczeniem. Mimo to przewidujemy, że w końcu w kraju nastąpi nasycenie rynku myjniami samoobsługowymi i sprzedaż zacznie się stabilizować, a może nawet lekko spadać.

Paradoksalnie to, z czym borykamy się w chwili obecnej, to obsługa niespodziewanego wzrostu zamówień. Musimy dokonać sporej liczby modyfikacji w systemie produkcyjnym i jest to zadanie wymagające, ale zarazem ciekawe.

I dlatego planują Państwo ekspansję na rynki zagraniczne? W jaki sposób BKF Myjnie przygotowuje się do tego wyzwania?

W ostatnich miesiącach postawiliśmy nowy budynek magazynowy o powierzchni 300 m². Zakupiliśmy również krawędziarkę oraz urządzenie do gięcia rur. Oprócz tego regularnie dokonujemy mniejszych inwestycji, mających na celu udoskonalanie pracy działu produkcji oraz serwisu. W ostatnim roku wartość inwestycji w rozwój infrastruktury znacznie przekroczyła milion złotych. Rozpoczęliśmy też starania o uzyskanie pozwolenia na budowę naszego nowego budynku biurowego, co pozwoli nam „złapać oddech" w zakresie miejsc biurowych i produkcyjnych. W związku ze wzrostem zapotrzebowania na nowych rynkach wschodnich prawdopodobnie będziemy musieli również zwiększyć zatrudnienie.

By móc zrealizować ten plan inwestycyjny, muszą mieć Państwo stabilną sytuację ekonomiczną? Jak ocenia Pani aktualną sytuację na rynku?

Rynek myjni bezdotykowych wbrew pozorom rozwija się bardzo dynamicznie. W związku z tym, chcąc pozostać jedną z wiodących firm, musimy się cały czas rozwijać – jednak w BKF nie jest to przymus, ale raczej świadomy wybór stylu, w jakim prowadzimy nasz biznes. Jeśli chcemy, by klienci wybierali naszą markę, musimy nieustannie się rozwijać.

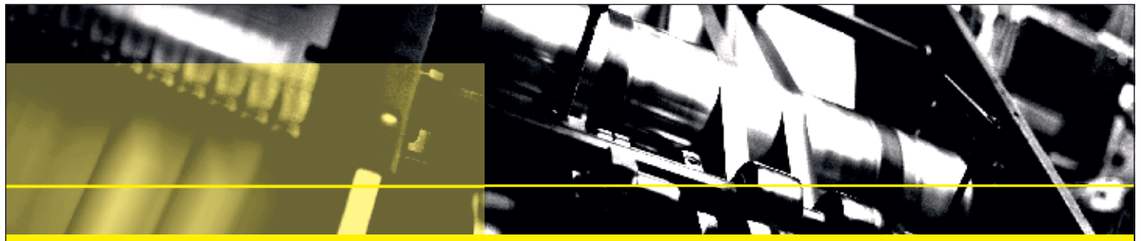
Warto podkreślić, że rok 2011 był dla nas bardzo udany. Co prawda przychody praktycznie nie wzrosły i utrzymały się na poziomie niespełna 28 mln zł, mimo to udało nam się zachować wysoką zyskowność i dobrą płynność finansową. Oprócz tego rok 2011 był pierwszym, w którym eksport stał się znaczącą pozycją w naszej sprzedaży. Już widać, że w roku 2012 klienci z zagranicy zakupią nawet do 30% wyprodukowanych przez nas towarów.

Obecnie prowadzimy rozmowy na temat stałej współpracy z co najmniej dwoma koncernami paliwowymi. Cały czas podpisujemy też nowe umowy z indywidualnymi inwestorami, którzy, jak podkreślam, są dla nas bardzo ważni oraz absolutnie kluczowi z punktu widzenia strategii firmy.

Podkreślają Państwo, że „technologia jest dla nas najważniejsza". Co oznacza dla Państwa to motto?

Jest tak z tego względu, że z perspektywy czasu widać, że pomysł na firmę był ważny 20 lat temu. Teraz, kiedy rynek się ustabilizował, liczą się przede wszystkim rozwiązania technologiczne. Obecnie klienci znają już realia rynkowe i mają wymagania, które należy spełnić, jeśli chcemy liczyć się jako producent.

Rynek w naszej branży jest na tyle niewielki, że znamy całą naszą konkurencję – jest to kilku liczących się graczy. Poza tym istnieje wiele firm, które działają na mniejszą skalę lub tylko lokalnie w województwie lub regionie. Wielkość firmy na pewno jest czynnikiem pomocnym w trafieniu do klienta, jednak wielu inwestorów szuka najlepszej oferty, nie zaś największej firmy. Dlatego też dla nas to „technologia jest najważniejsza". ■



URUCHOM POTENCJAŁ SWOJEJ FIRMY

Potrzebujesz specjalistycznych maszyn i urządzeń, aby zapewnić rozwój swojej firmie? Wszystkie inwestycje sfinansujesz leasingiem lub pożyczką w Raiffeisen-Leasing Polska S.A. Nasza oferta sprawi, że pozyskasz nowych sprzymierzeńców w walce z konkurencją.

- FINANSOWANIE WSZELKIEGO RODZAJU MASZYN I URZĄDZEŃ: nowych i używanych
- MOŻLIWOŚĆ SFINANSOWANIA NAWET 100% INWESTYCJI
- ELASTYCZNE WARUNKI UMOWY I PŁATNOŚCI dostosowane do potrzeb Twojej firmy
- OKRES FINANSOWANIA DO 6 LAT
- PREFERENCYJNE WARUNKI UBEZPIECZENIA

Nie ograniczaj rozwoju swojej firmy – zapewnij jej wszystko, czego potrzebuje!

Zadzwoń:
801 57 57 57*, (22) 326 36 66
leasing@raiffeisen.pl
www.rl.com.pl
* Koszt połączenia według taryfy operatora.

Raiffeisen LEASING
Raiffeisen-Leasing Polska S.A.