

ARDI | Z pomysłem na produkt

Sukces to nie tylko produkcja

Firma ARDI znana jest na rynku drzewnym z powodu ciekawych produktów i czasem zaskakujących sposobów ich promowania. Od pierwszego wydania Gazety Przemysłu Drzewnego jest klientem Wydawnictwa Inwestor. Reklama ukazuje się zawsze na pierwszej stronie, w której od kilku lat wykorzystywana jest postać Mariusza Pudzianowskiego. Skąd pomysł na taką kampanię? Rozmowa z Andrzejem Radzimskim, właścicielem firmy ARDI.

KATARZYNA ORLIKOWSKA

GPD: ARDI jest chyba pierwszą firmą drzewną w Polsce, która w swojej reklamie zaczęła używać osoby znanego sportowca. Myślę o Mariuszu Pudzianowskim. Jak ocenia Pan tę współpracę?

Andrzej Radzimski: Cztery lata temu zdecydowałem się na podpisanie umowy dotyczącej reklamy mojej firmy z Mariuszem Pudzianowskim, 5-krotnym mistrzem świata Strong Man. Dziś mogę powiedzieć, że była to znakomita dla firmy ARDI decyzja. W sytuacji, gdy produkcja kierowana jest do odbiorcy detalicznego, wyodrębnienie marki spośród dziesiątek konkurentów powoduje znaczący wzrost sprzedaży. Dzięki zatrudnieniu Mariusza Pudzianowskiego nastąpił wzrost sprzedaży naszych wyrobów o ok. 30%. Okazuje się, że klient bardzo często identyfikuje nasze podłogi poprzez przyrządy „Pudziana”. A te są znaczące... Wystarczy powiedzieć, że po jego ostatniej walce w MMA duże kalendary ARDI z postacią Mariusza Pudzianowskiego rozchodzą się wśród naszych klientów w ilości kilkuset sztuk dziennie.

GPD: Mariusza Pudzianowskiego można spotkać także na

stoisku firmy ARDI na targach Budma...

A.R.: „Pudzian” co roku wywołuje szaleństwo wśród klientów na naszym stoisku. Bywało, że „Pudzian”, podpisując plakaty na naszym stoisku, skupiał w jednym momencie do dwustu gości targowych. W ogóle wydajemy rocznie kilkadziesiąt tysięcy folderów, kalendarzy i plakatów firmowych ARDI z osobą Mariusza w tle. Wykorzystujemy również reklamę gazetową, radiową oraz sieć billboardów – oczywiście z „Pudzianem” – przy wielu głównych drogach. Dzięki Mariuszowi zaistnieliśmy wielokrotnie w TVN, gdy pokazując się w naszych ubiorach, występował na przykład na mistrzostwach Europy Strong Man. Jak widać, zatrudnienie tak znanej twarzy w reklamie firmy jest na pewno czymś skutecznym. W każdym razie ARDI może mówić tylko w superlatywach o współpracy z Mariuszem Pudzianowskim. Ale ARDI reklamuje się także lokalnie przez posiadanie swojej 4-ligowej drużyny piłkarskiej ARDI – Krobianka Krobia.

GPD: Oprócz tego dyskontuje Pan swoje sukcesy strzeleckie sprzed lat. Jest Pan przecież 7-krotnym mistrzem Polski w strzelaniu do rzutków i rekordzistą Polski w strzelaniu myśliwskim...



Andrzej Radzimski: „Dzięki zatrudnieniu Mariusza Pudzianowskiego nastąpił wzrost sprzedaży naszych wyrobów o ok. 30%.”

A.R.: Tak, strzelanie do rzutków do mój „drugi zawód”. Wiele lat strzelałem wyczynowo. Dziś w firmie ARDI funkcjonuje hurtownia amunicji sportowej, produkowanej pod moim nazwiskiem przez węgierską firmę Nike-Fiochci. Jestem też wyłącznym przedstawicielem na Polskę znanej na świecie włoskiej fabryki ekskluzywnej broni „Perazzi”. Fakty te pomagają w reklamie naszych podłóg. Bardzo często goszczę moich większych klientów podłogowych na firmowej 10-hektarowej strzelnicy do rzutków położonej 3 kilometry od firmy produkcyjnej. Goście często mogą nauczyć się strzelania do rzutków pod okiem profesjonalistów. By zachęcić do współpracy z ARDI, zorganizowałem w tym roku razem z firmą MAPEI I Mistrzostwa Polski Parkieciarzy w strzelaniu do rzutków. Kilkudziesięciu parkieciarzy i właścicieli salonów z podłoga-mi rywalizowało w strzelaniu

do rzutków o wyjazd m.in. na Wyspy Kanaryjskie i do Paryża.

GPD: Początki firmy ARDI były także tak kolorowe?

A.R.: ARDI jest firmą z ponad 70-letnimi tradycjami w branży drzewnej. Przed wojną mój pradziadek założył tartak i budował już wtedy domy z drewna. Po wojnie z kolei dziadek próbował przetrzymać niełatwe dla rzemiosła lata. Od 1984 roku, zacząłem odbudowywać i rozwijać firmę. Wtedy już pod nazwą ARDI.

GPD: Profil produkcji firmy ARDI kojarzony jest głównie z kantówką.

A.R.: Oprócz tradycyjnych produktów tartacznych produkujemy prawie od 20 lat klejone kantówki okienne i drzwiowe. Ważną częścią produkcji są podłogi, głównie z dębowej deski. W tej produkcji wykorzystujemy wiele innych twardej gatunków drewna, także

egzotycznych, stosując bardzo nowoczesny park maszynowy firm WEINIG i GRECON.

GPD: Łatwo dziś znaleźć klienta na deskę podłogową?

A.R.: Cały mechanizm dobrej sprzedaży opiera się na zgranym zespole sprzedawców i ludzi koordynujących ich pracę. W ARDI udało się stworzyć taki zespół specjalistów, którzy są ważnym filarem dla firmy. Nie mniej istnieją inne ważne czynniki wpływające na sprzedaż podłóg. Przede wszystkim moja firma wykorzystuje własne ekipy montażowe. Posiadanie własnych ekip parkieciarskich zapewnia prawidłowe, szybkie ułożenie podłóg i ich wykańczanie zgodnie z oczekiwaniami klientów. By znaleźć klientów na nasze produkty, stosujemy od lat szerokie działania reklamowe i promocyjne. Reklama stała się nieodłącznym elementem działalności ARDI.

GPD: Na przykładzie ARDI widać, że sukces firmy to nie tylko pomysł na produkcję, ale pomysł na stworzenie promocji firmy poprzez stosowanie nieznanymi, przynajmniej w naszym kraju, metod marketingu.

A.R.: Moim zdaniem dziś, w warunkach dużej konkurencji, by sprzedać produkt nie wystarczy wyposażyć przedsiębiorstwo nawet w najnowocześniejszy park maszynowy czy wyprodukować wyrób najwyższej jakości. Aby odnieść sukces w sprzedaży, trzeba stworzyć wokół produktu działania zachęcające do wybrania tej, a nie innej firmy przez klienta.

GPD: Dziękuję za rozmowę i życząc dalszych sukcesów.

born to be sharp

piły RoMa

Ro-Ma Zakłady Narzędzi Skrawających Sp. z o.o. www.ro-ma.pl

ul. Nadrzeczna 7 | Siestrzeń | 96-321 Żabia Wola | tel. 46 857 89 50 | fax 46 857 89 51
Dział Handlowy tel. 46 857 89 52 | 46 857 89 53 | fax 046 857 89 54 | info@ro-ma.pl



Mariusz Pudzianowski jest twarzą firmy ARDI od czterech lat.