

Otwartość i konsekwencja



**SEBASTIAN
SAŁKIEWICZ,**
development
manager
w firmie Bisk S.A.

Mamy świadomość jak dużym skcesem jest dla firmy zdobycie tytułu red dot Design Award. Sukcesem, który zobowiązuje nas do jeszcze bardziej wytężonej pracy w poszukiwaniu takich rozwiązań, które pozwolą nam stabilnie budować naszą pozycję w oczach klientów. To oni dokonują najważniejszej oceny, sięgając codziennie po nasze produkty.

Kolekcja „Futura” marki Bisk to jeden z niewielu polskich produktów łazienkowych wyróżnionych prestiżowym tytułem red dot Design Award. Ten sukces to niewątpliwie wynik wieloletniego, konsekwentnego zaangażowania firmy w przyglądanie się i odpowiednie reagowanie na zapotrzebowanie rynku. O otwartości, z jaką Bisk podchodzi do kwestii designu swoich produktów, a także o planach firmy na najbliższą przyszłość rozmawiamy z Sebastianem Sałkiewiczem, development managerem w firmie Bisk S.A.

– Przez lata Bisk zajmował się wyłącznie produkcją akcesoriów łazienkowych. Jakiś czas temu zdecydowali się Państwo na poszerzenie swojej oferty o baterie oraz zestawy prysznicowe. Czym podyktowana była taka zmiana w asortymencie?

Zmiana w asortymencie podyktowana była konsekwentnym rozwojem firmy. Rozważaliśmy dwie drogi rozwoju, pierwsza to dokładanie kolejnych marek do naszego portfolio, druga to budowanie konceptów na bazie istniejących produktów. Wybraliśmy drugie z wymienionych rozwiązań, we właściwym momencie, ponieważ takie też były sygnały płynące z rynku.

– Krok ten okazał się niewątpliwym sukcesem – Państwa nowa kolekcja „Futura” stworzona wspólnie ze studiem projektowym Colorofon otrzymała właśnie prestiżową nagrodę red dot Design Award w kategorii najwyższa jakość designu. To świetne podsumowanie 30-lat obecności marki Bisk na polskim rynku wyposażenia łazienek. W jaki sposób chcą Państwo wykorzystać ten sukces?

Informacje o zwycięstwie w tak prestiżowym konkursie przyjęliśmy z ogromną satysfakcją. To dla nas potwierdzenie, że wybraliśmy słuszną drogę. Mamy świadomość, jak dużym jest to dla firmy sukcesem. Sukcesem, który zobowiązuje nas do jeszcze bardziej wytężonej pracy w poszukiwaniu takich rozwiązań, które pozwolą nam stabilnie budować naszą pozycję w oczach klientów. To oni dokonują najważniejszej oceny, sięgając codziennie po nasze produkty. Przyznanie red dot Design Award w kontekście 30-lecia obecności firmy Bisk na rynku ma również znaczenie symboliczne, jest zwieńczeniem naszych wieloletnich, udanych poszukiwań designu wyróżniającego nas na tle konkurencji.

– Co dała Państwu współpraca z profesjonalnym studiem projektowym? Czy jest to początek dłuższej współpracy?

Praca ze studiem projektowym Colorofon zmieniła nasze podejście do projektowania o 180 stopni. Wcześniejsze kolekcje, które tworzyliśmy z innymi uznanymi studiami projektowymi były dobre na wymogi tych czasów, w których były tworzone. Współpraca ze studiem Colorofon pozwoliła stworzyć nową jakość w projektowaniu. To doświadczenie było dla nas inspiracją i wiele nas nauczyło. Już myślimy wspólnie nad kolejną kolekcją według zasady, że zwycięskiej drużyny się nie zmienia.

– Jak na zmiany asortymentowe zareagowali Państwa klienci?

Wielu klientów obdarzyło nas zaufaniem, wierząc, że jeżeli przez lata mogli nam zaufać, to również tym razem dołożymy starań, aby

wszystko się udało. Klientów mniej zdecydowanych szybko przekonaliśmy jakością oferowanych produktów.

– Jak odnajdują się Państwo na bardzo konkurencyjnym rynku baterii? Jakie instrumenty marketingowe przynoszą tu najlepsze efekty?

Od samego początku zdecydowaliśmy, że nasza oferta nie będzie w żaden sposób powielać tego, co można znaleźć na rynku. Design za rozsądną cenę, jakość oraz ekologiczne rozwiązania w naszych produktach to są czynniki, którym jesteśmy wierni. Tak komunikujemy nasz przekaz i to spotyka się z uznaniem wśród naszych odbiorców.

– Czy poszerzona oferta Bisk pomaga Państwu w zdobyciu nowych zagranicznych rynków zbytu? Jak wpłynęła na pozycjonowanie Bisku na rynku rodzimym?

Oczywiście, zagraniczni klienci doceniają to w jaki sposób potrafimy tworzyć i rozbudowywać nasze kolekcje. Niewątpliwie jest to olbrzymi atut w rozmowach z naszymi zagranicznymi partnerami, który przekłada się na konkretne zamówienia.

– Czy w najbliższym czasie Bisk planuje dalsze rozszerzenie asortymentu? Czy wyznacznikami Państwa produktów niezmiennie pozostaną „design, jakość i ekologia”?

Prace nad rozszerzeniem oferty prowadzimy stale. Dziś trudno jest jednoznacznie powiedzieć co może się pojawić w naszej ofercie, ponieważ to w dużej mierze zależy od zapotrzebowania płynącego z rynku. Niemniej jednak te trzy czynniki: design, jakość i ekologia będą dalej wyznaczały nam kierunek rozwoju dla kolejnych produktów czy linii, które znajdują się w ofercie firmy Bisk.

Rozmawiała: MARTA MATRACKA