

Moja opinia na temat nowego pokolenia w branży stolarki budowlanej nie zmieniała się. W dalszym ciągu marzą mi się takie relacje z kolegami i koleżankami – jakie były udziałem moich rodziców. Choć oczywiście jestem ciekawa, czy w dzisiejszych czasach takie budowanie relacji jest w ogóle możliwe. Ale też, jest coraz więcej miejsc do spotkań: poczynając od targów budowlanych w kraju i za granicą, a na forach internetowych kończąc. Wszędzie pojawiają się tematy branżowe. Wydaje się, że najpewniejszy kierunek zmian technologii osłon okiennych na europejskim rynku to realizacja pomysłów na dobrze zaprojektowaną fasadę budynku. Wiedza na ten temat staje się coraz bardziej powszechna. Odnoszę wrażenie, że wszyscy pomału uświadamiają sobie, jak ważny jest system wentylacji i że trzeba o nim myśleć już na etapie wstępnych projektów budynku. Jeśli bowiem taki system zostanie zaprojektowany źle, jest duże prawdopodobieństwo, że wystąpi tzw. zjawisko chorych budynków SBS (ang. sick building syndrome). Objawia się ono różnymi dolegliwościami ich lokatorów, takimi jak bóle głowy, zmęczenie, osłabienie. Nadal więc myślę, że fajnie byłoby, gdyby kierunkiem na studiach budowlanych stał się przedmiot dotyczący technik osłonowych – ich przeznaczenia, zastosowania, oddziaływania. Co do współpracy producentów osłon z producentami okien, to wydaje mi się, że ta zaczęła się ostatnio rozluźniać i zmierny w innych kierunkach. Ale być może to tylko moje obserwacje i wnioski te nie są słuszne?! Choć zaprzeczyć nie sposób, że z oferty mojej firmy producenci okien nadal korzystają i są dla nas bardzo ważnymi klientami. Myślę, że na rynku krajowym trochę się pogubiliśmy, za bardzo „rozwarstwiliśmy”. Mnie osobiście brakuje średniej wielkości przedsiębiorstw, o jasno określonej polityce sprzedażowej, której nazwa odsyłałaby do określonego produktu. Nie ma też, nie było i – jak sądzę – nigdy nie powstanie gotowy przepis na walkę cenową. Każdy z przedsiębiorców uważnie obserwuje rynek, ale reaguje na niego w bardzo indywidualny sposób. To trochę tak jak oglądanie bijatyki między chuliganami. Wybucho nagle, niespodziewanie, czasem zbyt szybko się rozwija, oczywiście można wziąć w niej udział, ale wnioski wyciąga się później, już po fakcie.



Katarzyna Sierant-Oliwa, dyrektor marketingu.