

Rozwijamy się z myślą o klientach

O tym, jak toczyły się losy spółki i w jaki sposób zbudować stabilny zespół w trudnych czasach na rynku pracy, rozmawiamy z **Lesławem Paciorkiem**, prezesem zarządu LEIER w roku jubileuszu 30-lecia obecności firmy na rynku polskim



W tym roku LEIER obchodzi 30-lecie obecności na rynku polskim. Dziś przedsiębiorstwo cieszy się ogromnym uznaniem i zaufaniem wśród kontrahentów, ale nie tylko...

Tak jak słusznie Pani zauważyła, LEIER to jedna z najbardziej rozpoznawalnych marek budowlanych w Polsce. Przeprowadziliśmy badania w tym zakresie i okazuje się, że logo i nazwa spółki mówią sporo nie tylko osobom bezpośrednio związanym z branżą budowlaną. To dla nas powód do dumy i dowód, że wieloletnia praca i budowanie wizerunku marki w oparciu o jakość nie poszły na marne.

W jaki sposób rozpoczęła się Państwa działalność w Polsce?

Początki firmy w Polsce sięgają roku 1988, kiedy to zakład LEIER'a został uruchomiony w Malborku. Był to czas szczególny, poprzedzający zmiany społeczne i polityczne w Polsce. Pomimo sporego ryzyka, austriacka firma postanowiła zainwestować znaczny kapitał w Polsce. Było to dużym wyzwaniem, ponieważ wolny rynek w Polsce dopiero powstawał i wszyscy uczyliśmy się jego reguł, niekiedy w kontaktach z firmami z Euro-

pie Zachodniej. W 2000 roku LEIER nabył akcje prywatyzowanej cegielni w Woli Rzędzińskiej. Niezwłocznie przystąpiliśmy do prac rozwojowych. Zakład otrzymał znaczny zastrzyk kapitału. Rozpoczęliśmy produkcję nowoczesnej ceramiki. Po wejściu Polski do Unii Europejskiej pojawiły się ujednolicone standardy dotyczące materiałów budowlanych, kontrola jakości i zasady znakowania produktów zostały dostosowane do norm unijnych. Wdrożony system

zakładowej kontroli produkcji korzystnie wpłynęła na wewnętrzną dyscyplinę oraz na finalną jakość produktów. Dziś, zarówno w Woli Rzędzińskiej, jak i w kolejnych przyłączonych do Spółki cegielniach w Markowiczach i w Sierakowicach, gdzie wdrożyliśmy system nadzoru pra-

cy zakładu, wszystko funkcjonuje na najwyższym poziomie. Dzieje się tak dzięki nieustannej pracy nad jakością obsługi klienta, nad produktem i usprawnieniami procesów zachodzących w polce.

Dziś są Państwo liderem w branży, posiadając 25 proc. rynku ceramiki budowlanej i 23 proc.



rynku systemów kominowych. W jaki sposób udało się to osiągnąć?

Dokładamy starań, by oferować przyzwoitą jakość produktów, codziennie walczyć o jej utrzymanie, usprawniać procesy oraz rozwijać produkty. Klienci oczekują atrakcyjnych nowości, jednak nie we wszystkich branżach innowacje bywają tak spektakularne, jak w branży technologii informatycznych. W przypadku ceramiki budowlanej czy prefabrykacji betonowej postęp jest znaczący, choć nie ma charakteru gwałtownej rewolucji. Oferujemy klientom produkty na poziomie światowym, przystosowane do lokalnych warunków klimatycznych, co często stanowi naszą przewagę rynkową.

Zawsze podkreśla Pan, że jakość produktu to dopiero początek udanej współpracy z klientem.

Zgadza się. Firma to nie tylko jakość samych produktów, ale również jakość obsługi. Klient dziś oczekuje czegoś więcej, aniżeli tylko doskonałego wyrobu. Doradztwo techniczne w zakresie doboru odpowiedniego materiału budowlanego, tego, jak i gdzie najlepiej go zastosować, w jaki sposób montować, to pytania, na które zawsze musimy i chcemy odpowiedzieć. Wspomagamy klienta na każdym etapie pracy z naszymi produktami. Wielką wagę przykładamy do kontroli. Każdego dnia, w każdym tygodniu pochylamy się nad jakością produktów, analizujemy sygnały z rynku i wdrażamy działania korygujące. Klient głosuje na firmę własnym portfelem. Dla firmy LEIER kontrakt na dostawę materiałów budowlanych jest rzeczą świętą.

Jak firma jest postrzegana w miejscowościach, w których zlokalizowane są Wasze zakłady?

Firma jest wrażliwa społecznie. Staramy się dbać o otoczenie i pomagać w miarę naszych możliwości. Przez ostatnie lata oddaliśmy kilkanaście karetek pogotowia na rzecz okolicznych szpitali, ufundowaliśmy stypendium dla zdolnych dzieci i młodzieży na naukę języka niemieckiego, wspieramy gminy, współuczestnicząc w remontach dróg. Włączamy się w walkę ze smogiem, ufundowaliśmy urządzenia do ciągłego monitoringu stężenia pyłów w powietrzu w Gminie Tarnów. Wspieramy sport dzieci i młodzieży.

Od 20 lat zarządza Pan skutecznie firmą, którą tworzą wieloletni i zadowoleni współpracownicy. Wielu pracodawców ma dziś ogromne problemy z pozyskaniem i utrzymaniem zaufanych pracowników. Co by im Pan doradził?

Pracownik był i zawsze pozostanie podstawową wartością budującą firmę. Postęp to ludzie. Technologia to sprawa bardzo prosta, którą można kupić niemal w każdej chwili, dysponując odpowiednim kapitałem. Natomiast pozyskanie zaangażowanych ludzi, którzy rozwijają przedsiębiorstwo i czują się w nim dobrze, stanowi dziś duże wyzwanie. Empatia ze strony pracodawcy to podstawa. Zaraz na początku trzeba postawić się w sytuacji osoby, z którą zamierzamy współpracować, niezależnie od stanowiska: od produkcyjnego, poprzez wszystkie szczeble nadzoru czy biurowe. Trzeba ustalić, jakie są jego potrzeby i plany życiowe, czy ma ochotę do tego, aby rozwijać się i awansować, czy czuje się najpewniej i komfortowo, wykonując swoją pracę. Firma i pracownicy potrzebują stabilności. Nie wyobrażamy sobie, aby zatrudniać ludzi na umowach śmieciowych. Żeby osiągać sukcesy, trzeba budować zdrową załogę na uczciwych zasadach. Niezadowolony pracownik nigdy nie będzie zaangażowany, efektywny i skuteczny tak, jak ktoś, kto spełnia się w swojej pracy. Zwracając uwagę na komfort pracownika, będąc uważnym na jego potrzeby, umacniamy nie tylko jego pozycję w spółce, ale również pozycję firmy na rynku. W takim przypadku decyzja o zmianie pracy zapada wyjątkowo rzadko.

Dziękuję za rozmowę.

Rozmawiała: Natalia Żarzeka