

NIE CHWILOWY TREND, A DŁUGOFALOWA STRATEGIA – INNOWACYJNOŚĆ W HILTI

Rozmowa z Dariuszem Matczakiem, Dyrektorem Kanałów Sprzedaży w Hilti Polska

Executive Club: Innowacyjność wydaje się być Państwa naturalnym środowiskiem. Posiadają Państwo własne laboratoria badawcze i projektowe oraz współpracują Państwo z najlepszymi uczelniami technicznymi na świecie. Jak przekłada się to na Państwa biznes?

Dariusz Matczak: Dla wielu firm Innowacyjność stała się dziś drogowskazem wytyczającym drogę rozwoju zarówno w obszarze kreowania nowych produktów, jak i doskonalenia istniejących. W Hilti nie jest to jednak chwilowy trend, ale długofalowa strategia, która towarzyszy spółce od początku jej istnienia.

To pozwoliło nam wypracować unikalną pozycję na szeroko rozumianym rynku budowlanym, oferując naszym partnerom biznesowym prawdziwie kompleksowe rozwiązania odpowiadające ich dzisiejszym potrzebom.

Oferujemy zarówno technologię, jak i usługi, a także oprogramowanie. Również w erze cyfryzacji Hilti nie zamierza oddać wiodącej pozycji i roli zaufanego partnera dla sektora przemysłu i budownictwa. Firma przechodzi starannie zaplanowany proces transformacji cyfrowej polegający na wdrażaniu innowacyjnych technologii zarówno w obsługę procesów wewnętrznych, jak i rozszerzając portfolio swoich produktów i usług.

Jeszcze 10 lat temu ponad 95% przychodów naszej spółki w Polsce stanowiła sprzedaż produktów.

Obecnie ponad 35% przychodów stanowią usługi oraz software i jest to obszar bardzo dynamicznie rosnący z roku na rok. Zmiana ta wynika przede wszystkim ze zmieniających się oczekiwań naszych klientów, które stoją dla nas zawsze na pierwszym miejscu.

Executive Club: Która z usług oferowanych przez Państwa jest najbardziej przełomowa pod względem technologicznym i dlaczego?

Dariusz Matczak: Za przełomową uważam naszą cyfrową usługę ON!Track, służącą do zarządzania zasobami w firmach. Pod względem technologicznym, ale przede wszystkim procesowym, umożliwia ona naszym klientom efektywne zarządzanie majątkiem firmy.

Mimo, iż same procesy zarządzania majątkiem są znane od lat - to dopiero nasz serwis upowszechnia tę usługę dla klientów końcowych o dowolnej skali biznesu. Co więcej nasi partnerzy dodatkowo otrzymują wiedzę i 70 lat doświadczenia Hilti w pracy z firmami z tego rynku. Dlatego też, przed implementacją oprogramowania, podczas procesu który nazywamy „analizą produktywności”, badamy wraz z klientem wszystkie obszary, w których nasza usługa będzie w stanie wygenerować określone i wymierne korzyści.

Executive Club: Rynek technologii i oprogramowania budowlanego w Polsce dynamicznie się rozwija. Z czego wynika ten trend według Pana i jak długo on potrwa?

Dariusz Matczak: Rzeczywiście rynek technologii i oprogramowania dla branży budowlanej rozwija się bardzo dynamicznie w naszym kraju. Jesteśmy natomiast tylko częścią trendu globalnego, który zmienia sposób działania w sektorze. McKinsey Global Institute już 3 lata temu wydał raport "REINVENTING CONSTRUCTION THROUGH A PRODUCTIVITY REVOLUTION", w którym opisał iż w głównych branżach produktywność rośnie dynamicznie od wielu lat np.: w okresie 1950 - 2010 produktywność w rolnictwie wzrosła 16-krotnie, podczas gdy w analogicznym okresie w budownictwie o 1.1.

Wyniki jednoznacznie wskazują, iż w budownictwie jest ogromny potencjał do wzrostu produktywności wymuszony także coraz mniejszą dostępnością pracowników, a w szczególności fachowców. Dlatego tak ważną kwestią jest, aby każda minuta fachowca na placu budowy lub w biurze była maksymalnie wykorzystana. Tutaj pojawia się przestrzeń dla wykorzystania technologii i oprogramowanie, które jest w stanie zwiększyć produktywność pracowników, czy to poprzez digitalizację procesu projektowania, logistyki czy też zarządzania majątkiem firmy, w tym narzędziami którymi ta osoba pracuje. To bardzo ważny aspekt funkcjonowania przedsiębiorstwa, które, choć może mieć najlepszych specjalistów, to aby wykonali oni swoje zadania muszą mieć sprawne i odpowiednie narzędzia w odpowiednim miejscu i czasie. Dlatego uważam, że z najnowszą ofertą Hilti w tym zakresie jesteśmy we właściwym miejscu i czasie, aby wspomóc naszych klientów w poprawie produktywności i w ich drodze do osiągnięcia sukcesu.





Kontakt dla mediów:

Hilti (Poland) Sp. z o.o.

Katarzyna Pałasz

Brand Manager

Ul. Puławska 491 02-844 Warszawa, Polska

E: katarzyna.palasz@hilti.com

T: +48 601 885 764