

Linde

LindePartner

ZAAWANSOWANE TECHNOLOGIE I EKONOMICZNE ROZWIĄZANIA W BRANŻY LOGISTYCZNEJ

PRODUKT

PALETOWY WÓZEK STERUJĄCY
Wózki serii 1173 L14 AP – L20 AP

NEWS

UNOSZONA KABINA
Doskonała widoczność
nawet przy dużych ładunkach

LIFESTYLE

GENUA
MIASTO PACHNĄCE
BAZYLIĄ

**CAUTION
FORKLIFT
TRAFFIC**

Linde PARTNER

**Północnoatlantycka
Organizacja Producentów**

Linde PARTNER

WIŚNIEWSKI
Bramy Ziemi Sądeckiej

BHP W PRACY WÓZKIEM WIDŁOWYM

“ Życie ludzkie bezdyskusyjnie stanowi najwyższą wartość. Dbałość o nie w coraz większym zakresie przejawia się także w miejscach pracy, gdzie zagadnieniom zapewnienia bezpieczeństwa pracownikom poświęca się sporo czasu i uwagi. ”

BRAMY ZIEMI SĄDECKIEJ



Przed wiekami liczne w Europie – i zawsze stojące otworem przed podróżnymi – Bramy Seklerskie wieńczono wyrytymi na łukach napisami: „Pokój wchodzącym, błogosławieństwo wychodzącym”. Gdyby tamten napis próbować przełożyć na język współczesny, pewnie brzmiałby mniej więcej tak: „Zobaczcie, jak dobrze radzą sobie Sądeczanie i z jaką ochotą potrafią się dzielić swoim sukcesem”.

Na terenie Sądeczyny znajduje się firma Wiśniowski, będąca obecnie prawdziwą wizytówką regionu. Nietypowa lokalizacja terenów zakładu wymusiła zastosowanie niebanalnego i niezwykle oryginalnego rozwiązania. Obszar firmy podzielony jest na dwie części przebiegającą tam drogą krajową. Aby połączyć obie części zakładu, wybudowany został szklany most, który w krótkim czasie stał się symboliczną bramą Sądeczyny – wszyscy kierowcy podróżujący drogą krajową przejeżdżają właśnie pod tym mostem. W ten sposób firma produkująca bramy sama stała się symboliczną bramą gościnnej Ziemi Sądeckiej.



Na zdjęciu widok z Beskidu Sądeckiego na miasto Nowy Sącz

26 lat temu...

Aby w pełni zrozumieć charakter panujący w firmie Wiśniowski, należy cofnąć się do realiów panujących ponad 25 lat temu. W 1989 roku, kiedy firma dopiero rozpoczynała swoją działalność, Polska ze względów politycznych była strefą jeszcze zamkniętą na innowacje. Nowa myśl technologiczna zaczynała dopiero kiełkować, a boom miał dopiero nastąpić. Zdaniem założyciela firmy, Pana Andrzeja Wiśniowskiego, był to doskonały czas, który należało maksymalnie wykorzystać. W jego odczuciu pojawienie się na rynku polskim bram uruchamianych za pomocą fal radiowych oznaczało, że komfort kojarzony z krajami

Europy Zachodniej bądź bardziej odległymi Stanami Zjednoczonymi stał się dostępny także dla Polaków.

W tym czasie rewolucja polityczno-ekonomiczna postawiła przed ludźmi przedsiębiorczymi ogromną szansę, wielkie wyzwania, ale też wyzwoliła nieznaną dotąd adrenalinę towarzyszącą podejmowanemu ryzyku i gospodarczej rywalizacji. Z jednej strony w zjednoczonej Europie każdy otrzymywał niepowtarzalną szansę budowania swojej biznesowej pozycji. Z drugiej jednak, niemal każdy polski śmiać musiał się zmierzyć ze światowymi konkurentami, najczęściej dysponującymi nieporównywalnie większymi możliwościami w zdobywaniu jak najwyższej pozycji w swojej branży.



Ukoronowanie inwestycji

W perspektywie minionych 25 lat istnienia za największe osiągnięcie firmy uważa się zbudowanie polskiej marki skutecznie mogącej konkurować z europejskimi potentatami. W trudnych dla wielu gospodarek czasach stworzenie brandu bez kompleksów prezentującego swoje możliwości i osiągnięcia na branżowych targach obok gigantów i monopolistów to powód do autentycznej satysfakcji. Technologiczne zaawansowanie, innowacyjność, śmiały design, wizja rozwoju przedsiębiorstwa wybiegająca na wiele lat naprzód – to wszystko sprawia, iż firma założona ponad 25 lat temu przez Andrzeja Wiśniowskiego bezsprzecznie może rzucić wyzwanie najlepszym. W ciągu stosunkowo krótkiego czasu bramy i ogrodzenia Wiśniowski osiągnęły bowiem bardzo wysoki poziom jakości, stając się poważną konkurencją dla największych producentów z Zachodu.

Dzisiaj firma Wiśniowski jest największym polskim producentem bram i ogrodzeń stosowanych w domach, firmach, na osiedlach, jak i w fabrykach. Produkty firmy Wiśniowski dają poczucie bezpieczeństwa będąc jednocześnie uwieńczeniem dzieła – swego rodzaju ukoronowaniem inwestycji. □



INSPIRACJE PŁYNĄCE OD KLIENTÓW

Od początku swego istnienia firma Wiśniowski, prekursor i największy polski producent bram garażowych oraz systemów ogrodzeniowych, kładzie bardzo duży nacisk na rozwój poszczególnych produktów przeznaczonych do bardzo różnorodnej grupy odbiorców. Oferta uwzględnia zarówno klientów ukierunkowanych na ekonomiczne rozwiązania, jak również tych, którzy chcą zainwestować w bardziej zaawansowane technologie, zwiększające znacząco komfort użytkowania. Stworzenie tak szerokiego wachlarza produktów jest wynikiem wnikliwej analizy tendencji rynkowych. Nie bez znaczenia jest także wsłuchiwanie się w potrzeby klientów. To właśnie oni stają się inspiracją do tworzenia nowych produktów, jak i stałego opracowywania ulepszeń tych istniejących. Celem jest oczywiście dostarczenie produktów, z których klienci będą zadowoleni przez wiele lat. Każdy element rozwoju procesów technologicznych i samych produktów jest z jednej strony wynikiem potrzeb konsumenckich, z drugiej zaś potrzebą ich wyprzedzenia. W efekcie umożliwia to wypracowanie propozycji dostosowanych do indywidualnych potrzeb.

Ważnym elementem jest stała kontrola jakości wszystkich procesów produkcyjnych, która w tak dużym przedsiębiorstwie jest wręcz koniecznością. Bramy, zwłaszcza automatyczne, są największymi urządzeniami w domach, z tego powodu powinny spełniać najbardziej surowe normy, a ich wykonanie musi być perfekcyjne w każdym szczególe. Już na etapie projektu wykorzystane są innowacyjne rozwiązania uwzględniające kwestie ekonomiczne, bezpieczeństwo, a także łatwość i wygodę użytkowania. Ponadto ważnym dla odbiorców aspektem jest właściwa relacja jakości do ceny. Produkty firmy Wiśniowski są nie tylko konkurencyjne pod względem jakości i komfortu użytkowania, lecz także atrakcyjne cenowo.

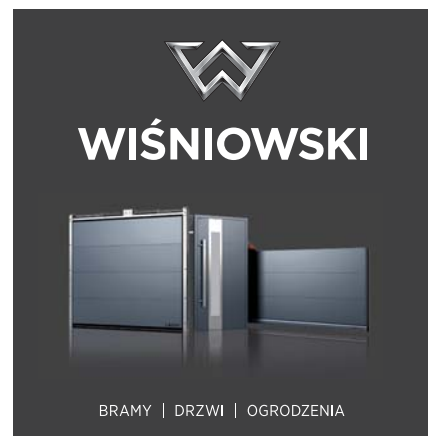
Najważniejsza innowacyjność produktu

Firma Wiśniowski wciąż inwestuje w innowacyjne rozwiązania, ponieważ jak twierdzi sam właściciel, Andrzej Wiśniowski, bez innowacji nie da rady sprostać oczekiwaniom odbiorców. Na targach budowlanych „Stuttgart 2012” zaprezentowano produkty, które wzbudziły ogromne zainteresowanie ze względu na

wykorzystane technologie oraz nowoczesny design. Stoisko firmy Wiśniowski prezentowało efekty ostatniego roku pracy konstruktorów i designerów. Wyposażone było w sztandarowe produkty, ale w całkiem nowej odsłonie. Wśród nich znalazły się nowe wzory ogrodzeń posesyjnych, które wypełnione blachą perforowaną dają niezwykle efekt wizualny. Ciekawymi nowinkami technologicznymi były: możliwość zastosowania fotokomórek wyprzedzających oraz niski próg w automatycznych bramach segmentowych. Zaprezentowana została także brama segmentowa z regulowaną ościeżnicą oraz brama z bardzo już popularnym w budownictwie przemysłowym V-profilowaniem.

Bardzo ważnym segmentem działalności firmy Wiśniowski są produkty przeznaczone dla przemysłu. To zarówno otworowe bramy przemysłowe, jak również systemy ogrodzeniowe. Wjazdowe bramy przesuwne Wiśniowski można zaliczyć do najwyższej światowej półki. Jedna samonośna brama może zamknąć wjazd o świetle 18 metrów, a w przypadku zestawienia dwóch bram zbieżnych – wjazd mający nawet 24 metry szerokości.

Dynamicznym rozwojem firmy Wiśniowski świadczą również ostatnie zmiany rebrandingowe, które są wynikiem dbania o markę, a także przejawem potrzeby dostosowania się do oczekiwań klientów. Nowe logo ma być adekwatnym i spójnym dopełnieniem wysokiej jakości produktów i nowoczesnego, innowacyjnego i dynamicznego wizerunku. Atrakcyjniejsze i bardziej wyraziste, wesprze ekspansję firmy Wiśniowski na rynku krajowym i zagranicznym.



Najwyższe standardy

Wysoki poziom produktów to oprócz inwestycji w innowacje konieczność stworzenia odpowiedniego zaplecza produkcyjnego. Firma pracuje w oparciu o Zintegrowany System Zarządzania według norm ISO 9001 oraz OHSAS 18001, które narzucają producentowi wysoki poziom produktów i usług, jak i wysoki standard w zakresie tworzenia optymalnych ze względu na komfort i bezpieczeństwo warunków pracy we wszystkich komórkach organizacyjnych.

Nagrody i wyróżnienia

Wymierny sukces firmy Wiśniowski to m. in. zaszczytne pierwsze miejsce w rankingu stu firm napędzających sądecką gospodarkę, w 2012 roku przygotowanym przez fundację „Pomysł o przyszłości”. Czy może być dla przedsiębiorcy większa satysfakcja niż usłyszeć i przeczytać, że to m. in. dzięki jego firmie o Sądecczyźnie mówi się jak o prawdziwym fenomenie gospodarczym w skali kraju? Firma ceni sobie nagrody i wyróżnienia, jakie otrzymała w ostatnich latach, m.in. Medal Europejski za bramę ogrodzeniową przesuwną (2001); nagrodę – „Produkt Przyjazny Architekturze” za ogrodzenia posesyjne Wiśniowski (2003); czy nagrodę „Lider Małopolski 2007” przyznawaną firmom i instytucjom za szczególny wpływ na rozwój regionu (2008).

Wizytówka regionu

Firma Wiśniowski zatrudnia ponad 1100 osób, tym samym jest jednym z największych pracodawców w regionie. Samo biuro konstrukcyjne to ponad 40 inżynierów, którzy projektują, badają i wciąż udoskonalają produkty. Firma Wiśniowski to potencjał i prestiż dla regionu, a także zachęta dla innych firm do rozwijania swojej działalności na Sądecczyźnie. Wiśniowski, kooperując z mniejszymi lokalnymi firmami, daje im zlecenia, a to sprawia, że powstają

kolejne miejsca pracy. Przyczynia się także do rozwoju Nowego Sącza, nie tylko będąc pracodawcą czy wpierając finansowo lokalne inicjatywy, ale także poprzez podatki i opłaty wnoszone do gminnej kasy.

Firma Wiśniowski dba także o swoich pracowników i dokłada wszelkich starań, aby byli oni zadowoleni i usatysfakcjonowani. Wszyscy pracownicy zatrudnieni są na podstawie umowy o pracę, mają też możliwość korzystania z rozbudowanej opieki socjalnej. Firma aktywnie działa na rzecz ludzi młodych – na powszechny problem masowych wyjazdów odpowiada chęcią związania ich z firmą. Przy zakładzie działa szkoła zawodowa, dzięki której nie tylko stworzona jest swego rodzaju własna kuźnia fachowców, lecz także perspektywa dająca młodym ludziom poczucie, że będą komuś potrzebni i że mogą swoją przyszłość związać z miejscem pochodzenia. To buduje u nich poczucie stabilności i bezpieczeństwa, co nie jest dzisiaj ani powszechne, ani oczywiste. Młodzi ludzie, w ramach przyzakładowej szkoły, mają możliwość odbycia rozbudowanych praktyk na takich stanowiskach, jak: ślusarz, spawacz, elektryk i elektromechanik. Ze względu na posiadaną flotę samochodową szkoleni są też mechanicy samochodowi.

Polityka kadrowa jest częścią strategii firmy, która – mimo sezonowości branży budowlanej – poza sezonem nie zwalnia pracowników, jak się to często dzieje w innych przedsiębiorstwach. Zima przeznaczona jest na szkolenia, renowację maszyn i produkcję wyrobów typowych. Powyższe działania owocują lojalnością pracowników, którzy identyfikują się z firmą. Na poczucie jedności z pewnością ma wpływ także fakt, iż codziennie wszyscy pracownicy spotykają się na wspólnym posiłku. Firma Wiśniowski prowadzi największą w regionie, a może i w całej Polsce stołówkę pracowniczą, która codziennie wydaje około tysiąc ciepłych posiłków składających się z dwóch dań do wyboru.

Niezwykła codzienność

Do Nowego Sącza przyjeżdżają dziennikarze ogólnopolskich mediów zaciekawieni legendą firmy, która nie tylko śmiało i skutecznie działa na europejskim rynku, lecz także codziennie wydaje tysiąc ciepłych posiłków, co w całkowicie nieoficjalnym rankingu ciekawostek czyni firmę Wiśniowski największą restauracją w regionie, a pewnie i w całej Małopolsce. Takich „drobiazgów” nadających firmie wyjątkowości, jest w Wielogłowach mnóstwo, choć ich twórcy nie zawsze przypisują im nadzwyczajne cechy.

Innym wyróżnikiem firmy jest Fashion Show – pokaz mody według projektu Anny Wiśniowskiej, będący zapewne pierwszym, w którym jako materiału do „uszycia”, czy może raczej wykucia i znitowania kreacji, wykorzystano elementy na co dzień używane do przemysłowych konstrukcji marki Wiśniowski. Fakt, że modelki spacerowały po wybiegu zawieszonym kilka metrów nad najbardziej ruchliwą szosą w regionie, być może robił wrażenie na gościach z Warszawy i śledzących imprezę w Internecie designerach z Kalifornii, ale już nie na organizujących show pracownikach firmy. Oni przecież ten wiszący szklany tunel pokonują kilka razy dziennie. W takich właśnie chwilach rzeczy niezwykle stają się w firmie codziennością. □





Uważam, że sukces jest w nas, a konkretnie w naszej wyobraźni. Mówiąc prościej: jesteśmy o krok przed innymi, jeśli jako pierwsi potrafimy sobie wyobrazić, czego potrzebuje klient. To bardzo łatwe i szalenie trudne jednocześnie – odkryć potrzeby innych. Uważam, że potrzeby klientów są nieograniczone, a my krok po kroku powinniśmy je przewidywać i zaspokajać.

NAWET DOBRE MUSI SIĘ ROZWIJAĆ

WYWIAD Z ANDRZEJEM WIŚNIEWSKIM

O wizji przyszłości, jak i o początkach funkcjonowania firmy w trudnym czasie polskich przemian polityczno-ekonomicznych – założyciel firmy, Andrzej Wiśniowski.

Jak Pan wyobraża sobie firmę Wiśniowski za 25 lat?

Andrzej Wiśniowski: Proszę mnie źle nie zrozumieć i nie pomyśleć, że nie doceniam tego, co udało się osiągnąć przez minione ćwierćwiecze. Bardzo to cenię i z respektiem myślę o tym, co za nami. Odnieśliśmy ogromny sukces i tu – na razie – postawmy kropkę. A teraz proszę sobie wyobrazić, że siedzę wygodnie w fotelu i codziennie rozmyślam, jaki to jestem świetny, jak wiele osiągnąłem w swojej dziedzinie i upajam się tym sukcesem. Przecież to skończyłoby się w bardzo szybkim czasie spektakularną katastrofą. Najnowsza historia pełna jest przykładów firm – światowych gigantów, liderów w swoich branżach, którym wydawało się, że są nieśmiertelni, a ich sukces będzie trwał wiecznie. Sukces ma oczywiście swój smak, ale jeśli straci się proporcje, w nadmiarze może okazać się zabójczy i stać się pułapką bez wyjścia. Dlatego osobiście uważam, że najważniejsze jest myślenie o przyszłości. Mówiąc językiem przedsiębiorstwa: pogłębianie świadomości o przyszłościowym myśleniu na każdym poziomie organizacyjnym jest częścią naszej strategii. Jeśli nawyk myślenia o przyszłości będzie częścią naszej pracy, możemy w bardzo niedługim czasie liczyć na spektakularne sukcesy.

A kiedy patrzy Pan w przyszłość, choćby w perspektywie tych dziesięciu lat, to jakie słowo jako pierwsze przychodzi Panu na myśl?

A.W: Zdecydowanie innowacyjność. Powiedziałbym nawet, że od dłuższego czasu jest to kluczowe słowo w naszej pracy. Jeśli nie jesteś innowacyjny, jeśli twoje produkty nie są innowacyjne, to zostajesz za plecami innych. A przecież my nie chcemy zostać za innymi. Powiedziałbym nawet bez specjalnego ryzyka, że innowacyjność to proces, który się nigdy nie kończy, bo nawet dobre musi się rozwijać. Innowacyjność zaczyna się w tym samym miejscu, w którym ma swój początek cały proces tworzenia nowego produktu, a więc w dziale R&B. Następnie innowacyjność musi znaleźć odzwierciedlenie w nowoczesnej produkcji, marketingu, logistyce i sprzedaży. W ten sposób koło innowacji stale się toczy, a efektem tego jest wciąż rozwijający się produkt. Powtórzę raz jeszcze: nawet dobre musi się rozwijać i nawet najbardziej dopracowany produkt zostanie zweryfikowany przez rynek. Dlatego bardzo uważnie przyglądamy się temu, co dzieje się z naszymi produktami już w fazie ich użytkowania, po to, by nie przegapić żadnej z potrzeb klientów. I nawet jeśli zabrzmi to paradoksalnie, albo będzie wyglądać na obsesję, powtórzę: nawet idealny dziś produkt, w niedalekiej przyszłości musi się zmienić.

Wróćmy jeszcze na moment do przeszłości czy raczej historii firmy. Rodzinny zakład ulokowany w garażu, w ciągu 25 lat stał się prężnie działającą firmą będącą jednym z najważniejszych graczy w Europie. To działa na wyobraźnię wielu osób i pozwala wierzyć, że każdy może zrealizować swój amerykański sen.

A.W: Często i przy różnych okazjach słyszę, że 25 lat temu podczas polskiej rewolucji ustrojowej łatwiej było zbudować sukces firmy i jej pozycję na rynku. Moim zdaniem – a bez fałszywej skromności mogę powiedzieć, że jako praktyk przeżyłem wszystko na własnej skórze – to absolutnie nie jest prawda. Przy każdej okazji, a dzisiaj jest taka okazja, podkreślam z całą mocą: kiedyś było zdecydowanie trudniej. Funkcjonuje w Polsce głupi stereotyp, że 25 lat temu każdy, kto założył firmę, był skazany na sukces. Dziwię się temu, jak łatwo zapominamy, że wielu przedsiębiorców z tamtego okresu skończyło nie tylko biznesową porażką. Galopująca inflacja i niekontrolowane zmiany oprocentowania kredytów dla bardzo wielu przedsiębiorców kończyły się w tamtych czasach dramatami życia. Jestem przekonany, że dzisiaj jest dużo łatwiej prowadzić biznes.

DOKOŃCZENIE NA STR. 38

A czy spotkał się Pan z opinią, szczególnie popularną wśród ludzi młodych, że przy dzisiejszym nasyceniu rynku dużo trudniej jest stworzyć firmę, niż w czasach, gdy wszystkiego brakowało i klienci konsumowali każdą ilość wyprodukowanego towaru?

A.W: Tak, słyszałem podobne opinie, jednak moje zdanie na ten temat jest inne. Skoro dzisiejsze czasy są dla przedsiębiorców tak trudne, to dlaczego ciągle słyszy się o młodych ludziach, którzy wpadli na fajny biznesowy pomysł i zrealizowali ów pomysł z sukcesem? Oczywiście, pewne branże są mocniej nasycone, a inne mniej, ale każdego dnia otwierają się jakieś nisze dla odważnych z ciekawymi pomysłami. Będę się upierał, że to właśnie 25 lat temu wszystkiego brakowało. Teraz mamy dostęp do wszystkich elementów, jakie są potrzebne, by sprawnie prowadzić firmę. Mamy dostęp do nowoczesnych narzędzi marketingowych, a w kieszeni telefon, by komunikować się z dostawcami i klientami, mamy dostęp do wiedzy, a jednym kliknięciem w klawiaturę komputera sprawimy, że pod drzwi dostarczą nam potrzebne materiały. Kiedyś nie było ani wiedzy, ani bardzo pomocnych w codziennej pracy narzędzi: telefonów i komputerów obsługujących programy obliczeniowe i graficzne, brakowało też materiału, z którego można by było cokolwiek wyprodukować. Nie było nowoczesnych linii produkcyjnych, technik laserowego cięcia profili czy robotów spawających. O elektronicznych rozliczeniach finansowych i wielu innych rzeczach ułatwiających życie dzisiejszego przedsiębiorcy w tamtych czasach nawet nikomu się nie śniło!

Ufff, aż mi się zimno zrobiło na wspomnienie tamtych czasów, o których mówi się teraz, że sprzyjały biznesowemu sukcesowi. Proszę mi wierzyć, że to dwie różne epoki i porównywanie ich nie ma większego sensu.

Skoro dzisiaj wszyscy mają równy dostęp do wiedzy i do narzędzi służących do realizacji celu, to gdzie tkwi klucz do sukcesu?

A.W: Uważam, że sukces jest w nas, a konkretnie w naszej wyobraźni. Mówiąc prościej: jesteśmy o krok przed innymi, jeśli jako pierwsi potrafimy sobie wyobrazić, czego potrzebuje klient. To bardzo łatwe i szalenie trudne jednocześnie – odkryć potrzeby innych. Uważam, że potrzeby klientów są nieograniczone, a my krok po kroku powinniśmy je przewidywać i zaspokajać. Dam taki przykład: bardzo lubię podróże, bo nic tak nie kształci jak odwiedzanie miejsc, gdzie możemy zobaczyć, co i jak robią inni. Kiedyś, podczas jednej z takich podróży, miałem przyjemność zwiedzić

trzeba tylko odrobiny odwagi, by ją zastosować. Nasza strategia działania, filozofia prowadzenia biznesu opiera się o tę właśnie zasadę: inwestuj w czasie kryzysu, by zbierać plony w okresie koniunktury. Z doświadczenia wiemy, że niestety duża część rynku na sam dźwięk słowa „kryzys” wpada w panikę i zaczyna zachowywać się wbrew zasadom. I chociaż – teoretycznie – wszyscy wiedzą, że rozsądnie jest w tym czasie inwestować, to większość zaczyna oszczędzać i ograniczać się, by przetrwać ciężkie czasy. To wbrew zasadom, bo taka strategia tylko karmi kryzys.

I nigdy nie odczuł Pan efektów kryzysu na własnej skórze?

A.W: Oczywiście, że odczułem!

Łatwo zapominamy, że wielu przedsiębiorców rozpoczynających swoje kariery na przełomie lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych skończyło nie tylko biznesową porażką. Galopująca inflacja i niekontrolowane zmiany oprocentowania kredytów dla bardzo wielu przedsiębiorców kończyły się w tamtych czasach dramatami życia. Jestem przekonany, że dzisiaj jest dużo łatwiej prowadzić biznes.

fabrykę ręcznie produkowanych samochodów. To właśnie w tamtym miejscu odkryłem, że najistotniejszy w biznesie jest pomysł na detale zaspokajające indywidualne potrzeby klienta. Wszystko inne jest łatwo dostępne na rynku i nie trzeba samemu tego produkować. Nie musimy sami produkować silnika, kół ani opon na te koła, bo ktoś je produkuje i my możemy je kupić. Dla nas najważniejszy jest pomysł na ten detal, który uczyni nasz produkt wyjątkowym.

Jaki jest Pana zdaniem sposób na przetrwanie kryzysu co pewien czas nawiedzającego właściwie każdą gospodarkę?

A.W: Zasada działania w czasie kryzysu jest powszechnie znana,

Ale u nas efekty kryzysów polegały na tym, że zamiast zakładanego dużego wzrostu, był wzrost średni, ale spadku produkcji nie było nigdy. Po prostu trzeba sobie odpowiednio wysoko zawiesić poprzeczkę. Wówczas nawet jeśli jej nie przeskoczymy, nasz skok może się okazać wystarczająco wysoki.

Wspomniał Pan o skoku... Chyba lubi Pan sportowe porównania w biznesie?

A.W: Tak, bo takie porównania często bardzo pasują do charakteru naszej działalności. Zarówno w sporcie, jak i w biznesie występuje rywalizacja i ma ona dla obu wiele cech wspólnych. W obu dziedzinach trzeba posiadać pewien zespół cech, takich jak kon-

sekwencja, upór, ambicja, wola walki. To właśnie one decydują o zwycięstwie.

I dlatego firma Wiśniowski została Partnerem piłkarskiej reprezentacji Polski?

A.W: Powiem tak: tam, gdzie jest piłka nożna i towarzyszące jej emocje, tam jest grupa docelowa naszych odbiorców, więc marketingowo to była dla nas decyzja naturalna. Związaliśmy się z reprezentacją piłkarską w trudnym dla niej okresie, kiedy brakowało sukcesów, a kibice byli skupieni na krytykowaniu zespołu i frustrowaniu się brakiem zadowalających wyników. Nie ma co ukrywać, iż wiele osób było mocno zdziwionych, że decydujemy się na taki, powiedzmy... ryzykowny ruch. Jednak, jak już wyjaśniałem, czasami trzeba podjąć ryzyko, bo ono w dłuższej perspektywie często się opłaca. Trzeba było widzieć miny tamtych sceptyków, kiedy wygraliśmy mecz z Niemcami i inne spotkania eliminacyjne. Wielu pytało, skąd wiedziałem, że właśnie teraz trzeba postawić na piłkarską reprezentację.

I co im Pan odpowiedział?

A.W: Mógłbym odpowiedzieć zgodnie z tym, do czego się już dzisiaj przyznałem, że był to efekt chłodnej kalkulacji biznesowej: inwestuj w czasie kryzysu, żeby zebrać plon w okresie koniunktury. To jednak nie byłaby prawda, bo Polacy kibicują swojej drużynie zawsze, bez względu na wyniki i ilość rozczarowań, jakich im dostarcza. I prawdziwy kibic nigdy kibicem być nie przestaje, choćby po przegranej meczu na piśmie składał deklarację, że już nigdy nie będzie się interesować swoją drużyną. Ryzyko porażki, ale też szybkie otrząśnięcie się z niej, jest wpisane zarówno w rywalizację sportową, jak i biznesową. Dlatego takie porównania są mi bliskie. Czuję to, bo moja firma też reprezentuje Polskę w Europie i na świecie. ■



Historia współpracy pomiędzy Linde MH Polska a firmą WIŚNIEWSKI

Współpraca rozpoczęła się w 2012 roku, kiedy to firma Wiśniowski Sp. z o. o. S.K.A. poszukiwała optymalnego rozwiązania na składowanie i pobieranie ładunków, a także komisjonowanie odbywające się w strefie wąskich korytarzy roboczych. Spośród szerokiej gamy wózków obecnych na rynku klient wybrał wózki systemowe Linde typu K. Decyzja o zakupie pojazdów logistycznych marki Linde poparta była licznymi testami,

jaki przeprowadziliśmy na życzenie naszego klienta. To właśnie dzięki nim osoby odpowiedzialne za logistykę w firmie Wiśniowski mogły dokładnie zapoznać się z właściwościami wózków systemowych VNA, do których należą: wyposażenie w unoszoną kabinę ułatwiającą składowanie i pobieranie ładunków, a także możliwość komisjonowania w bardzo wąskich korytarzach roboczych. Dzięki nowej, wyjątkowo funkcjonalnej kabinie seria wózków K zapewnia operatorowi całkowicie komfortowe i bezpieczne miejsce pracy.

Czas na kolejny wspólnie realizowany projekt przyszedł na przełomie 2014 i 2015 roku. Wówczas firma Wiśniowski potrzebowała

wózków czołowych spalinowych i w tej właśnie sprawie zwróciła się z zapytaniem do wielu firm zajmujących się produkcją i dystrybucją pojazdów logistycznych. Kolejny raz nasze wózki wygrały z konkurencją dzięki bardzo dobrym właściwościom, do jakich należą: oryginalny napęd hydrostatyczny, nowoczesne ekonomiczne silniki, a także maszt Linde zapewniający bardzo dobrą widoczność. Nie bez znaczenia okazała się funkcjonalność wnętrza kabiny utrzymująca najwyższy poziom komfortu i wydajności operatora, a także bardzo pomocny w codziennej pracy system Linde Load Control. Będąc w ścisłym finale wyborów, otrzymaliśmy kolejne zlecenie na dostawę wózków do firmy Wiśniowski.

Współpraca z naszym Partnerem rozwija się również na płaszczyźnie usług serwisowania. Oferta została odpowiednio sparametryzowana i „uszyta na miarę”, dzięki czemu zapewnia wysoki poziom świadczonych usług, jak również komfort, bezpieczeństwo, a także pewność i niezawodność codziennej pracy wózkami widłowymi Linde.

Dziękujemy za zaufanie i owocną współpracę!

Opracował: Michał Schabowski
Doradca Techniczno-Handlowy
Linde MH Polska o. Sosnowiec

