

MAGAZYN

NUMER 3/2008

LindePartner

ZAAWANSOWANE TECHNOLOGIE I EKONOMICZNE ROZWIĄZANIA
W BRANŻY WÓZKÓW WIDŁOWYCH

Linde

PRESTIŻOWA NAGRODA ZA DESIGN

Wózki widłowe z silnikami Diesla

NAPĘD WODOROWY

Przyszłość rozpoczyna się teraz

LINDE PARTNER

Gigant z gigantycznym portfolio

Toruńskie Zakłady Materiałów Opatunkowych S.A.
wybrały naszą ofertę

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Blżej KONSUMENTA

“W obecnych czasach decyzje Klienta nie zależą
tylko od jakości produktu lub usługi, ale przede
wszystkim od relacji, jakie ma on z ich dostawcą”

ZARZĄDZANIE RELACJAMI Z KLIENTEM



Serwis Linde MH



Linde

Perfekcja w działaniu

Tak jak w Formule 1, tak i w Linde liczy się szybkość i precyzja działania. Jako firma, będąca od lat dostawcą kompleksowych rozwiązań w zakresie przemieszczania towarów, wiemy o tym doskonale. Sztab wykwalifikowanych serwisantów Linde każdego dnia uczestniczy w umacnianiu pozycji naszych klientów, bo kluczem Twojego sukcesu są najwyższej jakości produkty i usługi Linde. Niezawodnie budujemy trwałe biznesowe związki.

Każdego dnia przyświeca nam nasza misja – Perfekcja w działaniu – oto kwintesencja Linde.

www.linde-mh.pl

Linde Material Handling Polska Sp. z o.o. Centrala: 03-044 Warszawa, ul. Płochocińska 59, tel. (022) 420-61-00, fax (022) 420-61-01 | Oddział: 41-200 Sosnowiec, ul. Płonów 21, tel. (032) 774-75-00, fax (032) 774-75-01 | Oddział: 60-185 Poznań-Skórzewo, ul. Poznańska 86, tel. (061) 650-94-00, fax (061) 650-94-01 | Oddział: 53-234 Wrocław, ul. Grabiszyńska 233 G, tel. (071) 710-38-00, fax (071) 710-38-01



reddot design award
winner 2008

Wózki widłowe z silnikami Diesla

PRESTIŻOWA NAGRODA za design



Udźwig 8000 kg, H80/1100; seria 396

W 1993 roku fabryka Linde stworzyła wózek, który dzisiaj jest znany w świecie jako produkt stanowiący niekwestionowany wzór w klasie wózków 5 – 8 t. Blisko 18.000 Klientów kupiło wysokiej jakości, niezawodny produkt ze znakomitymi udźwigami końcowymi.

Są to jednak argumenty, które dzisiaj już nie przemawiają z taką siłą do naszych Klientów. Po 15 latach Linde postanowiło ponownie sprostać oczekiwaniom nabywców, kładąc nacisk przede wszystkim na komfort przestrzeni operatora, lepszą widoczność przez maszt i ogólnoświatowe standardy emisji spalin. By oczekiwaniom stało się zadość, mamy zaszczyt zaprezentować Wam nowego członka rodziny wózków 39X...

Nowoczesna technologia Linde jako standard

Niezawodność

50 lat nieustającej optymalizacji oryginalnej koncepcji systemu hydraulicznego Linde zostało połączone z niezwykle sprawnym silnikiem przemysłowym diesel'a o mocy 87 kW. To połączenie gwarantuje całkowitą pewność podczas użytkowania. Zespół napędowy z dwiema bezobsługowymi pompami o zmiennej wydajności (do jazdy i podnoszenia) został opracowany z myślą o bardzo surowych warunkach. Wszystko to sprawia, że praca staje się łatwiejsza. Trójsłone oddzielenie kabiny kierowcy, podwozia i silnika znacznie ogranicza drgania i wstrząsy.

Produktywność

Wydajny i oszczędny w pracy: koszt oryginalnego napędu hydrostatycznego Linde skompensowany jest przez brak skrzyni biegów, sprzęgła, dyferencjału i hamulców bębnowych. W rezultacie koszty

serwisowania są niskie, okres pracy jest długi, a wydajność zwiększona.

Bezpieczeństwo

Gdy w grę wchodzi ładunki o masie do 8000 kg bezpieczeństwo musi być priorytetem. Specjalny system wspomagania przy skręcaniu (Linde Torsion Support) okazuje się bardzo pomocny przy transporcie niestabilnych ładunków. Niesamowitym osiągnięciem są nagięcia masztu zmniejszone o 30% nawet przy znacznych wysokościach.

Osiągi

Wózek został stworzony do wyjątkowo trudnych zadań. Zaawansowana technologia silnika i napędu połączona ze specjalnym systemem załadunku Linde (Linde Load Control) umożliwia operatorowi na pełne wykorzystanie potencjału wózka tak,

aby zmaksymalizować wydajność pracy. Kontrola wszystkich funkcji masztu jest wygodna, łatwa i precyzyjna.

Komfort

W przypadku tych pojazdów człowiek i maszyna są ze sobą całkowicie zespolone. Pojazdy Linde zostały stworzone w zgodzie z najwyższymi standardami ergonomii. Powiększona kabina z atmosferą jak w samochodzie, wygodnym fotelem, regulowanym podłokietnikiem i pneumatycznym zawieszeniem – to podstawy szybkiej i bezstresowej pracy.

Wszystkie te osiągnięcia zostały docenione przez jury międzynarodowego konkursu reddot. Wózek Linde serii 396 otrzymał prestiżową nagrodę „product design 2008”.

Więcej informacji na: www.linde-mh.pl

Cechy

Zaawansowana technologia silnika i napędu połączona ze specjalnym systemem załadunku Linde (Linde Load Control) umożliwia operatorowi na pełne wykorzystanie potencjału wózka tak, aby zmaksymalizować wydajność pracy.

Original Linde hydrostatic drive

- Dokładne, precyzyjne i gładkie prowadzenie
- Brak sprzęgła, mechanizmu różnicowego, hamulców bębnowych; napęd hydrostatyczny zapewnia funkcję hamulca
- Wytrzymały i sprawny system sterowania, który sprawdza się w najcięższych warunkach
- Niskie koszty eksploatacyjne oraz wysoka żywotność

Dwupedałowy system sterowania Linde

- Szybka zmiana kierunku jazdy przód/tył bez potrzeby odrywania stóp od pedałów
- Krótki skok pedału
- Praca nie wymagająca wysiłku i nie męcząca nóg
- Zwiększona wydajność Linde

Linde Load Control

- Precyzyjne i bezpieczne przewożenie ładunku
- Sterowanie wszystkimi funkcjami masztu jest komfortowe i precyzyjne
- Dźwignie kontroli ładunku i jazdy działające całkowicie niezależnie

Maszt o wysokiej widoczności

- Doskonała widoczność
- Pełen udźwig do maksymalnej wysokości podnoszenia
- Wyjątkowa przepustowość rezydualna

Linde Truck Control

- Niezawodny elektryczny sterownik
- Niezawodność zapewniona przez systemy monitorujące
- Automatyczna kontrola prędkości jazdy w zależności od wagi ładunku
- Całkowicie zamknięta obudowa zapewniająca maksymalną ochronę przed zanieczyszczeniami z zewnątrz Linde.



Przedział operatora

- Zaprojektowany według najwyższych standardów ergonomii
- Przestronna kabina z dużą ilością miejsca na nogi
- Doskonała widoczność na ładunek i otoczenie wózka, możliwa dzięki wąskim profilom masztu
- Amortyzowana oś napędowa i przedział operatora zapewniają redukcję wstrząsów podczas jazdy



Ekonomiczna technologia produkcji silników

- Silnik przemysłowy diesel DEUTZ oparty o najbardziej zaawansowane technologie
- Wysoki moment obrotowy
- Niskie zużycie paliwa
- Niska emisja spalin



Linde Torsion Support

- Redukcja wygięcia masztu zmniejszona o ok. 30% dzięki specjalnemu systemowi wspomagania skrętu
- Zminimalizowane obciążenie i zużycie ramy wózka i masztu
- Zwiększenie bezpieczeństwa: przy wysokim podnoszeniu zwiększona przepustowość rezydualna

nie czekaj ...

na EURO 2012



na EURO 2011



już teraz możesz mieć ...



EUROBATTM

baterie trakcyjne i prostowniki

www.eurobat.pl

BLIŻEJ KONSUMENTA

Zarządzanie Relacjami z Klientem Customer Relationship Management (CRM)

W obecnych czasach decyzje Klienta nie zależą tylko od jakości produktu lub usługi, ale przede wszystkim od relacji, jakie ma on z ich dostawcą. Tym zadaniem chciałbym rozpocząć artykuł dotyczący zagadnienia Zarządzania Relacjami z Klientem (Customer Relationship Management). W poniższym tekście znajdziecie Państwo niejako rozwinięcie tematu z poprzedniego wydania LindePartnera dotyczące systemów ERP (patrz LindePartner nr 2/2008 str. 7). Zapraszam do lektury!

Kiedy w „l. 90-tych” zaczęto odchodzić od koncepcji tzw. „klasycznego marketingu” i położono nacisk na całkowite skoncentrowanie się na Kliencie, na wyjście naprzeciw jego wymagom i potrzebom, została zauważona potrzeba znacznego rozszerzenia funkcjonalności systemów wspierających sprzedaż i marketing o dodatkowe moduły, szczególnie dostosowane do „inteligentnej” wymiany i zarządzania informacją w relacji sprzedawca – Klient. W efekcie dało to systemy klasy CRM, których istotą stało się przeniesienie pewnych działań na zewnątrz i aktywne pozyskiwanie oraz wymiana danych z kluczowymi obiektami, jakimi są Klienci oraz z resztą otoczenia organizacyjnego.

Systemy CRM wymagają integracji z pozostałymi programami działającymi w przedsiębiorstwie, przede wszystkim systemami ERP. Elementami kluczowymi są: prosty, intuicyjny interfejs użytkownika, coraz częściej oparty na przeglądarce internetowej, oraz możliwość przysyłania i aktualizowania danych w sieci komputerowej między oddziałami firmy, siecią partnerów i pracownikami działającymi w terenie.

Customer Relationship Management (Zarządzanie Relacjami z Klientem) oznacza - w swojej optymalnej formie – rozpoznawanie i analizę potrzeb każdego Klienta oraz tworzenie indywidualnych kontaktów z tymże Klientem. System CRM może obejmować wiele narzędzi, od technologii służących zbieraniu danych pochodzących z rozmów telefonicznych poprzez firmowe strony Internetowe, na których Klient może uzyskać wyczerpujące informacje na temat produktów i je zamówić czy kupić, aż po system analizy zachowań Klienta.

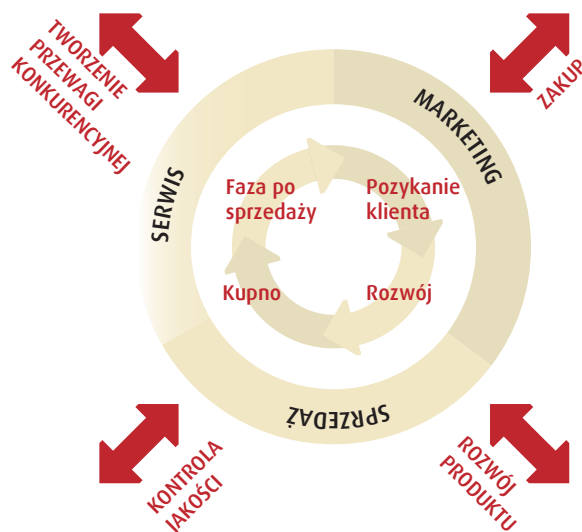
W dłuższej perspektywie CRM oznacza ukształtowanie organizacji skupionej na Kliencie, potrafiącej rozpoznać jego potrzeby oraz sprawnie i efektywnie na te potrzeby reagować.

W krótszej perspektywie CRM to usprawnienie działań marketingowych (zwłaszcza system informacji marketingowej) w oparciu o infrastrukturę teleinformatyczną (szczególnie telefonia Internetowa VOIP). Jakkolwiek koncepcja CRM dotyczy głównie działań marketingowych - tzw. „front office” - to jej kompleksowy charakter sprawia, iż oddziałuje również na pozostałe funkcje przedsiębiorstwa, czyli produkcję, logistykę, finanse, badania i rozwój - tzw. „back office”. Dlatego też, systemy CRM powinny być rozumiane nie tylko jako usprawnienie działań marketingowych, ale również oznaczać pewien sposób podejścia do Klienta uwzględniany w pozostałych działach przedsiębiorstwa. System CRM ma wspomagać pracę działu marketingu oraz działu sprzedaży, i jest przeznaczony zarówno dla przedstawicieli handlowych, jak i dla kadry zarządzającej, np. dyrektora handlowego.

CRM to nie jest system informatyczny, tylko jak określa to wielu praktyków, CRM jest przyjętą filozofią, strategią działania organizacji, która ma na celu poprawę kontaktów z klientami, przez co możliwy jest dynamiczny rozwój przedsiębiorstwa i lepsza realizacja wyznaczonego celu - osiągnięcia zysku.



Koncepcje CRM możemy także ująć w postaci graficznej, w następujący sposób:



Na moduły CRM w firmie składają się:

- Marketing
- Integracja z systemami ERP
- Sprzedaż
- Zarządzanie sprzedażą
- Obsługa zgłoszeń handlowych
- Serwis i wsparcie Klienta po sprzedaży
- Zarządzanie czasem i terytorium
- Korespondencja - mailing, e-mail, faksy
- Telemarketing
- Synchronizacja danych
- E-commerce
- Call center

Poniżej opisujemy kilka z nich:

Obsługa Klienta - Kluczowymi informacjami dla działów marketingu i sprzedaży są możliwe szczegółowe dane o Kliencie. Systemy CRM pozwalają na gromadzenie i przechowywanie w obrębie jednej bazy takich właśnie informacji, od danych teleadresowych do szczególnych preferencji Klienta, jego upodobań, zachowań nabywczych i motywów zakupu. Istotne jest, że każdy użytkownik systemu ma dostęp do tych samych informacji i historii kontaktu z Klientem, niezależnie od tego, z jakiego źródła one pochodzą. Spójna i kompletna baza danych o Kliencie pozwala na skuteczniejsze zaplanowanie działań działów marketingu i sprzedaży. Dzięki tym informacjom możliwe jest „zbliznienie się” do Klienta i bardziej indywidualne podejście.

Sprzedaż. Mówiąc ogólnie moduł ten umożliwia zarządzanie sprzedażą, przez automatyzację czynności sprzedażowych, definiowanie prognoz sprzedaży, analizę poszczególnych transakcji. Proces sprzedaży w obrębie tego modułu może być analizowany i kontrolowany według różnych kryteriów, np. poszczególnych użytkowników systemu czy grup użytkowników, grup Klientów i produktów. Moduł sprzedaży pozwala na szybkie odnalezienie informacji dotyczących poszczególnych Klientów, przeprowadzonych z nim transakcji, sposobu ich prowadzenia oraz odnalezienie danych związanych z produktem, cenami, czy też stanem magazynowym. W rezultacie analiza procesu sprzedaży po-

zwala wyróżnić działania i obszary, które są najbardziej efektywne i generują największe dochody, a z drugiej strony poznać obszary, w których firma traci Klientów i poznać tego przyczyny.

Serwis – moduł ten pozwala na odnotowywanie przyjętych zgłoszeń serwisowych wraz ze stanem ich realizacji, czasem usługi, opisem, kosztem, a także takimi danymi jak, wykorzystane części zamienne, uwagi oraz opinie Klientów wprowadzane np. na podstawie prowadzonych ankiet. Pozwala on na obniżenie kosztów usług serwisowych, a nawet zmiany tradycyjnie działającego serwisu z centrum kosztów na działalność dochodową z centrum zysków.

Call Centre – automatyzuje funkcję całonocowego zarządzania centrum telefonicznym: pozwala min. na automatyczne kierowanie telefonów do odpowiednich osób, śledzenie zgłoszeń Klientów, autoryzację zgłoszeń, przepływ informacji, rozwiązywanie problemów, a także pomiar efektywności działania. Moduł ten znacznie skraca czas połączeń z Klientem, co daje możliwość obsłużenia większej ilości rozmów w tym samym czasie przy zachowaniu wysokiego poziomu obsługi Klientów. Wbudowane narzędzia pozwalają w czasie rzeczywistym analizować efektywność pracowników przy pomocy odpowiednio zdefiniowanych kryteriów jak: analiza czasu pracy (ilość rozmów telefonicznych na pracownika), identyfikacja najbardziej efektywnej pory dnia, identyfikacja kosztochłonnych procesów.

E-commerce – udostępnia część zawartości systemu przez Internet. Dzięki temu rozwiązaniu użytkownik systemu działający w terenie i mający dostęp do Internetu (np. w siedzibie Klienta) może korzystać z danych dostępnych w systemie, jak np. przeglądanie książki rozwiązań, przeglądanie nowych zleceń itp. Oczywiście nie tylko użytkownik systemu może mieć dostęp do danych zawartych w systemie, ale także Klient. Moduł ten daje możliwość przeglądania (na bieżąco) postępów prac związanych ze zgłoszonym przez siebie problemem.

Dostęp do systemu uzyskiwany jest dzięki zwykłej przeglądarce internetowej. Zakres informacji dostępnych przez Internet może się różnić w zależności od uprawnień przyznanych poszczególnym użytkownikom.

Jakie korzyści dla przedsiębiorstwa niesie wprowadzenie systemu CRM?

- jak dowiodły badania amerykańskie – wzrost lojalności Klientów, koszt utrzymania stałego Klienta jest ponad 5-krotnie niższy niż koszt zdobycia nowego Klienta, natomiast koszt odzyskania utraconego Klienta jest 12-krotnie wyższy od kosztu zdobycia nowego Klienta. Ponad 90 % niezadowolonych Klientów niezależnie od podjętych działań nie powróci już do firmy. **Stąły, lojalny Klient stanowi więc najcenniejszy zasób firmy.**
- lepsze wykorzystanie potencjału biznesu. Zgodnie z prawem Pareto 20% Klientów przynosi firmie 80% zysku. Może być również tak, iż 2% Klientów generuje 50% zysków. CRM to rozwiązanie pozwalające na lepsze wykorzystanie potencjału tkwiącego wśród tych najbardziej wartościowych Klientów
- bardziej efektywne wykorzystanie czasu. Czynności administracyjne, związane z obsługą Klienta zajmują ponad 35% czasu pracy przedstawiciela handlowego. Ten czas może zostać wykorzystany znacznie efektywniej - na poszukiwanie nowych Klientów. Systemy CRM pozwalają ograniczyć czas poświęcany na pracę biurową do niezbędnych 10%. Zaoszczędzony czas można przeznaczyć na nowe działania sprzedażowe.

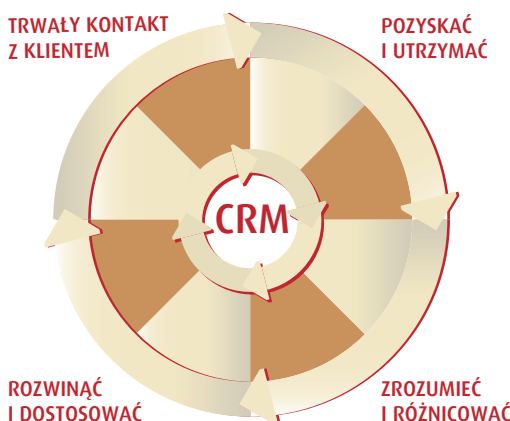
CRM to również:

- podniesienie efektywności sprzedaży pracowników terenowych, dealerów, partnerów oraz możliwość oceny ich pracy,
- możliwość prowadzenia bieżących analiz rynku i konkurencji,
- dokładniejsze prognozowanie rynku,
- dopasowanie oferty do coraz bardziej zindywidualizowanych potrzeb Klienta,
- możliwość bezpośredniego kontaktu z Klientami (call center),
- maksymalne wykorzystanie systemów informatycznych (integracja danych posiadanych przez różne działy firmy),
- funkcja image'u firmy,
- optymalizacja kosztów obsługi Klienta.

Jakie są cele wprowadzenia CRM?

Doświadczenia wielu organizacji pokazują, że CRM jest rozwiązaniem, do którego wdrożenia podchodzić trzeba szczególnie ostrożnie.

Rysunek przedstawiający wpływ CRM na dane relacje z Klientem:



Sukces zależy przede wszystkim od precyzyjnego określenia celów stawianych systemowi i podporządkowania temu całości prac.

Szereg nieudanych projektów wdrożenia systemu CRM nie miał jasno określonego celu. Wśród wielu z nich często jako cel często pojawiało się „zwiększenie wydajności handlowców”. Zadanie tak sprecyzowane może zawierać kilka bardziej konkretnych celów, takich jak: wzrost zadowolenia Klientów, skrócenie cyklu sprzedaży, wzrost liczby kontraktów itp. Jednym z powodów, dla których wiele projektów kończy się brakiem spodziewanego efektu, jest niezadawanie następujących pytań: jak podjęte prace przybliżają nas do celu; skąd wiadomo, że cel został osiągnięty; jaki jest poziom zadowolenia Klienta; jaki jest współczynnik realizacji czy jaka jest długość cyklu sprzedaży. Na początku pracy warto określić poziom odniesienia, aby na końcu można było dokonać porównania.

Tylko takie organizacje, które znając swój aktualny stan i postawią przed sobą konkretne cele, będą w stanie skoncentrować się na nich i dokładnie wykonywać wyznaczone zadania.

Ważnym elementem jest również to, jak cel postrzegany jest przez osoby będące użytkownikami systemu. Cel typu „wzrost produktywności” niekoniecznie musi mieć pozytywne znaczenie dla handlowców. Załóżmy, że roczny plan sprzedaży handlowca wynosi 1 mln zł, a jego prowizja przy wykonaniu planu wynosi 1000 zł. Dzięki inwestycjom w CRM plan sprzedaży mógłby wzrosnąć do 1.5 mln zł. Czy równocześnie wzrosną dochody handlowca? A jeśli nie, to postawmy sobie pytanie, jakie będzie, w tym wypadku, jego zaangażowanie w projekt?

Opracował:
Marcin Zarzecki

LEASING

Wywiad z Anną Grabowską, SG Equipment Leasing Polska Sp. z o.o. dla Linde

O leasingu środków transportu rozmawiamy z Anną Grabowską, Account Managerem w Zespole Finansowania Środków Transportu SG Equipment Leasing Polska Sp. z o.o.

Rok 2007 był wyjątkowo udany dla branży usług leasingu. Jak Pani ocenia efektywność działań SG Equipment Leasing Polska w minionym roku na tle całego rynku leasingu?

Anna Grabowska: Wartość przekazanych przez nas w odpłatne użytkowanie środków trwałych wzrosła o 26% w odniesieniu do roku 2006 i wyniosła 1 277 014 286 złotych. Jest to kolejny rok wzrostu wartości przekazanych aktywów, który ma miejsce nieprzerwanie od czasu rozpoczęcia działalności firmy na polskim rynku. Choć dynamika całego rynku leasingu była wyższa, pod względem ilości pracowników, którym firma zawdzięcza wypracowany sukces, jesteśmy jedną z najbardziej wydajnych firm leasingowych. Oceniając efektywność naszej firmy, sugerujemy się miarą wyrażoną wskaźnikiem zwrotu z kapitałów własnych (Return of Equity). Pod tym względem w ostatnich latach osiągnęliśmy znakomite wyniki. W 2007 roku poziom ROE wyniósł 27%. Jest to ponad dwukrotnie więcej niż wynosi średnia europejska (13 proc. wg wyliczeń Leaseurope dla branży leasingowej).

Wyniki firm leasingowych prezentowane są zazwyczaj w rozbiciu na rezultaty osiągnięte w poszczególnych segmentach rynku. Czy rynek transportu kreuje specyficzne wymagania dla branży leasingowej?

AG: Profesjonalna usługa leasingu pojazdu powinna charakteryzować się szybkością podejmowania decyzji oraz szybkim zakończeniem procesu i wydaniem pojazdu do użytkowania Klientowi końcowemu (pozyskanie od przedsiębiorcy dokumentów firmy do oceny kredytowej, wydanie zgody na zawarcie umowy leasingu, podpisanie tej umowy, rejestracja oraz ubezpieczenie pojazdu). Dla standardowego dobra, opisany wyżej proces nie powinien trwać dłużej niż 3 - 5 dni roboczych.

Ważną rzeczą jest też leasingowy serwis posprzedażowy, który w wypadku leasingu sprowadza się do kilku podstawowych rzeczy. I tak chyba najważniejszą sprawą jest łatwy i bezpośredni kontakt przedstawiciela Klienta z firmą leasingową. Tutaj SG Equipment Leasing Polska stawia wysoko poprzeczkę konkurencji, bowiem zatrudnia doświadczonych i wrażliwych na relacje z Klientami i dostawcami pracowników.

Dla transportowców istotna jest możliwość szybkiego uzyskania stałego dowodu rejestracyjnego po zakończeniu ważności dowodu czasowego (przy pierwszej rejestracji dowód czasowy jest wydawany na 30 dni, potem należy go wymienić na stały – w wypadku leasingu te formalności organizuje firma leasingowa, bo to ona jest właścicielem leasingowanego pojazdu). Dla przedsiębiorcy najlepszym rozwiązaniem jest załatwienie tej sprawy „od ręki” bez zbędnego wycofywania pojazdu z ruchu – tak właśnie organizuje to nasza firma.

Kolejną ważną kwestią z zakresu posprzedażowej obsługi leasingowej jest zarządzanie ubezpieczeniami – w wypadku SG ELP wszystkie te formalności są załatwiane przez naszą firmę, dysponując atrakcyjnymi pakietami ubezpieczeń o najszerzym z możliwych pokryciu ryzyk. Jesteśmy w stanie zawrzeć ubezpieczenie na cały okres leasingu z góry określając jego koszt w tym okresie. Zespół doświadczonych osób czuwa nad tym, aby polisy ubezpieczeniowe były na czas Klientom dostarczane i odnawiane. W wypadku wyboru naszej oferty ubezpieczeniowej przedsiębiorca w okresie leasingu może zapomnieć o formalnościach związanych z ubezpieczaniem pojazdów, a gdy zdecyduje się rozszerzyć oferowane przez nas pakiety ubezpieczeń na cały swój majątek, to również może zapomnieć o formalnościach związanych z ubezpieczaniem majątku.

Według danych zebranych przez Związek Przedsiębiorstw Leasingowych wartość przekazanych w leasing środków trwałych wyniosła 33 mld złotych, co stanowiło wzrost o 51% w porównaniu do roku 2006. Wzrost zawdzięczamy głównie segmentowi pojazdów, który zwiększył się o 64%. Czym spowodowany był tak dynamiczny rozwój?

AG: W ubiegłym roku koniunktura była napędzana głównie przez firmy działające w transporcie międzynarodowym i branży budowlanej, a także w pewnym stopniu kreowaniem tego rynku przez głównych producentów ciężkich pojazdów. Wpływ na ten wzrost miała na pewno ogólna sytuacja gospodarcza w Unii Europejskiej. Polska gospodarka notowała silny wzrost gospodarczy w dużej mierze powodowany przez wzrost eksportu, głównie do UE oraz silny rozwój branży budowlanej.

Obecnie jednak rynek transportowy dotknęła zadyszka, mamy nadzieję, przejściowa, spowodowana m.in. silną złotówką, wzrostem cen paliw, korektą cenową na rynku budowlanym, ciągłym wstrzymywaniem dużych inwestycji związanych z budową dróg i autostrad. Mam jednak nadzieję, że jest to stan jedynie przejściowy i jest to swoista korekta rynku, bowiem perspektywa organizacji Euro 2012 i z nią związanych dużych inwestycji w budowę dróg i autostrad oraz stadionów, hoteli i pozostałej infrastruktury, jak również ciągły wzrost gospodarczy w UE i Polsce, powinny pozytywnie wpływać na rozwój tego rynku.



Czy na przestrzeni 10 lat działalności firmy obserwują Państwo zmiany we współpracy z Klientami?

AG: Na pewno tak. I wynika to głównie z większej wiedzy i doświadczenia naszej spółki oraz naszych Klientów. Jeszcze 10 lat temu leasing jako narzędzie finansowania inwestycji w środki trwałe był zjawiskiem nowym. Umowa leasingu była umową nienazwaną w kodeksie cywilnym, a prawo rachunkowe i podatkowe w tym zakresie były mocno nieuregulowane. Obecnie sytuacja jest inna. Leasing ugruntował swoją pozycję, o czym świadczy z roku na rok rosnąca wartość aktywów przekazywanych w leasing przez całą branżę leasingową, zaś umowa leasingu zyskała regulacje w kodeksie cywilnym oraz w prawie podatkowym i rachunkowym. Ponadto ostra konkurencja między firmami leasingowymi, w szczególności na rynku finansowania środków transportu, doprowadziła do spadku marż do tego stopnia, że leasing stał się jeszcze bardziej konkurencyjny dla kredytu. Z drugiej strony, przedsiębiorcy stali się bardzo świadomymi odbiorcami usługi leasingu – ich wiedza jest obecnie tak duża, że czynnik kosztowy przestał być najważniejszym przy wyborze tak firmy leasingowej, jak rodzaju leasingu. Chodzi tu także o fakt, że opłaty leasingowe w leasingu operacyjnym są kosztem uzyskania przychodu. Coraz częściej przy wyborze ofert klienci postrzegają leasing jako narzędzie finansowe poprawiające płynność – a więc poza ogólnym kosztem leasingu – coraz częściej istotne są wysokości rat okresowych, wysokość wartości odkupu oraz wysokość opłaty wstępnej.

Istotna zmiana w relacji z Klientami polega też na tym, że włączyliśmy do oferty szereg usług dodatkowych. Wraz z leasingiem zapewniamy atrakcyjne pakiety ubezpieczeniowe – nie tylko dla przedmiotu leasingu, ale także dla całego majątku przedsiębiorcy. Poza sprawdzonymi już różnymi rodzajami ubezpieczeń, w ostatnim czasie włączyliśmy do oferty usługę factoringu, dzięki której nasi klienci mogą poprawić płynność finansową.

Ponadto specjalizujemy się w finansowaniu przedsiębiorstw należących do Skarbu Państwa, czy jednostek samorządu terytorialnego, i robimy to w ramach przetargów publicznych oraz często innymi metodami niż leasing.

Jakie są prognozy dla leasingu w tej branży na najbliższe lata i jakie są prognozy dla Państwa firmy?

AG: Uważam, że rynek ten wciąż będzie się rozwijał dopóki będzie dobry klimat do inwestycji w Polsce i w Unii Europejskiej. Myślę, że perspektywa organizacji Euro 2012 i inwestycje, które nasz kraj musi do tego czasu zrealizować, będą motorem napędzającym naszą gospodarkę, a tym samym zakupy m.in. pojazdów i ich finansowanie leasingiem.

Dwa życzenia od SG Equipment Leasing Polska: czego życzy Pani Klientom rynku transportu i czego życzyłaby Pani sobie?

AG: Przedsiębiorcom z rynku transportu życzę słabszej złotówki, mniejszych obciążeń podatkowych i parapodatkowych. Naszej firmie natomiast ciągłego podnoszenia jakości usług, aby nasi Klienci i dostawcy zawsze byli z nami i polecali nas tym przedsiębiorcom, którzy jeszcze nas nie znają.

Więcej informacji udziela:

Anna Grabowska
Account Manager
SG Equipment Leasing Polska
anna.grabowska@sgef.pl

KONIEC ZABAWY!



Leasing na poważnie


TZMO S.A.

Toruńskie Zakłady Materiałów Opatrunkowych S.A.

Nasze nowoczesne fabryki i Centra Logistyczne – w Rosji, na Ukrainie, w Indiach i w Niemczech – to przykłady największych wartościowo inwestycji polskiego kapitału w tych krajach. Dla inwestycji zrealizowanej w Niemczech nasza spółka prawa niemieckiego otrzymała, ze względu na tworzone przez nas miejsca pracy, trzykrotne dofinansowanie rządu niemieckiego.

W roku 2001 Toruńskie Zakłady Materiałów Opatrunkowych S.A. wybudowały od podstaw i otworzyły swój pierwszy Niepubliczny Zakład Opieki Zdrowotnej Szpital Specjalistyczny MATOPAT. Szpital ten odpowiada najwyższym standardom europejskim i jest pierwszą i dotąd jedyną tego typu placówką w regionie. Szpital nie tylko świadczy usługi medyczne, ale także pełni funkcję ośrodka badawczo-rozwojowego i centrum szkoleniowego. W marcu 2004 roku szpital uzyskał certyfikat zgodności systemu zarządzania jakością z wymaganiami normy ISO 9001:2000. Jest to jedyna placówka w regionie kujawsko – pomorskim, która uzyskała certyfikat zgodności systemu zarządzania jakością z normą ISO 9001:2000 w pełnym zakresie usług medycznych, włącznie z hospitalizacją.

W roku 2007 na terenie szpitala otwarta została nowowytbudowana **przychodnia specjalistyczna**. Szpital Specjalistyczny Matopat uplasował się na III miejscu w rankingu prywatnych placówek medycznych w Polsce opublikowanym w Tygodniku WPROST, w dniu 27 stycznia 2008 roku.

W roku 2001 Toruńskie Zakłady Materiałów Opatrunkowych S.A. uruchomiły w Łodzi, w roku 2004 – w Bydgoszczy i Krakowie – a w roku 2006 – w Szczecinie – **Centra Usług Sterylizacji**, świadczące usługi szpitalom i gabinetom regionów łódzkiego, bydgosko-toruńskiego i krakowskiego. Są to najnowocześniejsze sterylizatornie w Europie. Trwa proces dalszej rozbudowy sieci Centralnych Sterylizatori.

Bella Line Wellness Centrum

30 września 2006 roku odbyło się oficjalne otwarcie największego w regionie i jednego z największych w Polsce klubów fitness & wellness pod nazwą Bella Line Wellness Centrum. Chcemy promować zdrowy, aktywny styl życia. Dlatego inwestujemy w przedsięwzięcia, które bezpośrednio wpływają na kreowanie takiego właśnie modelu spędzania wolnego czasu.

26 marca 2008 roku weszło w życie Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 4 marca 2008 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie Pomorskiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej. Tym samym, teren o powierzchni 7,8218 ha, zlokalizowany we Frydrychowie, w gminie Kowalewo Pomorskie, należący do Toruńskich Zakładów Materiałów Opatrunkowych S.A., został włączony do obszaru PSSE.

W ramach inwestycji realizowanej przez Plasticą Sp. z o.o. – jedną ze spółek Grupy Kapitałowej TZMO – obszar objęty inwestycją wyniesie 3,2000 ha, co stanowi 40% powierzchni podstrefy. W ciągu 36 miesięcy powstaną tam nowoczesne obiekty, spełniające najwyższe standardy, a zatrudnienie znajdzie w nich 150 osób.

Pozostały obszar podstrefy będzie wykorzystany na inwestycje z udziałem kapitału japońskiego.

Z tytułu realizacji nowej inwestycji Grupa Kapitałowa TZMO S.A. otrzymała pierwszy raz w historii swej działalności w Polsce (od 1991) wsparcie w formie zwolnień podatkowych.

Rynek wyrobów higienicznych tradycyjnie opanowany jest przez amerykańskie koncerny. TZMO S.A. są jedną z nielicznych firm europejskich – firmą polską, która, sprzedając produkty pod własnymi markami, z sukcesem konkuruje z potężnymi koncernami międzynarodowymi, które podzieliły rynek światowy: Procter & Gamble, Kimberly Clark, Johnson & Johnson. Udział rynkowy wyrobów ze znakiem Bella w polskim rynku wynosi 60%. Bella na strategicznie ważnych rynkach – w Rosji i na Ukrainie – jest liderem.

Wyroby ze znakami SENI (wyroby dla osób z problemami urologicznymi) i MATOPAT (wyroby medyczne) znajdują coraz więcej nabywców na rynkach Europy – w Niemczech, Francji, Danii, Finlandii, Belgii, Norwegii, Szwajcarii. Wyroby

Toruńskich Zakładów Materiałów Opatrunkowych docierają do coraz bardziej odległych miejsc na świecie.

TZMO S.A. w Federacji Rosyjskiej

TZMO S.A. działalność handlową w Rosji rozpoczęły w roku 1994. Dziś posiadamy na terenie Rosji 6 spółek handlowych – w Moskwie, Sankt Petersburgu, Rostowie nad Donem, Nowosybirsku, Jekaterynburgu i Niżnym Nowogrodzie, a sprzedaż prowadzimy poprzez własną sieć sprzedaży.

Od 2002 roku prowadzimy na terenie Federacji Rosyjskiej także działalność inwestycyjną. W roku 2003 zakończyliśmy w Jegoriewsku, oddalonym o 80 km od Moskwy, budowę fabryki, dwukrotnie do dziś rozbudowywanej. Kolejny etap inwestycji – uruchomienie najnowocześniejszego w Europie ciągu produkcyjnego do produkcji wyrobów higienicznych dla kobiet, wkrótce zostanie zakończony. Na terenie fabryki powstało nowoczesne Centrum Logistyczne – ważne dla sprawnej organizacji dostaw naszych wyrobów do najbardziej odległych miejsc Rosji, do których dziś docieramy. Podobne centra logistyczne budujemy w tym roku w Sankt Petersburgu i Nowosybirsku.

TZMO S.A. w Indiach

W 2002 roku wraz z Premier Group, TZMO S.A. powołały firmę BellaPremier Happy Hygienecare PL, w stanie Tamilnadu w Indiach. Spółka JVC zainwestowała w fabrykę w Dindigul około 4,5 miliona dolarów. Jest to jedna z największych inwestycji polskich w Indiach. W 2004 roku fabryka rozpoczęła produkcję wyrobów higieny osobistej, od 2006 roku, rozpoczęła produkcję wyrobów medycznych. Obecnie planujemy kolejne inwestycje w Indiach.

WYWIAD DLA LindePartner

Wypowiada się Sławomir Safian,
Dyrektor Logistyki TZMO S.A.

Dlaczego Państwa firma wybrała ofertę Linde MH Polska?

Sławomir Safian: W 2004 roku przeprowadzaliśmy postępowanie przetargowe na wózki elektryczne do obsługi Centrum Logistycznego w Toruniu. Ważna dla nas była nie tylko cena przy poszczególnych parametrach technicznych, ale również umowa serwisowa. Wygrała oferta Linde,

ponieważ braliśmy pod uwagę te dwa czynniki łącznie. Do obecnej chwili jesteśmy przekonani o trafności naszego wyboru i wierzymy, że nasza współpraca będzie się nadal rozwijać.

Jak ocenia Pan wózki Linde?

Sławomir Safian : Obecnie w Centrum Logistycznym korzystamy z urządzeń elektrycznych.

W innych spółkach Grupy TZMO, pracują wózki spalinowe. Zarówno jedno, jak i drugie spełniają nasze oczekiwania. Operatorzy wózków chwalą sobie przede wszystkim ich ergonomię.

A jak ocenia Pan serwis Linde MH Polska?

Sławomir Safian: 5 letnia umowa serwisowa z Linde, była jednym z ważniejszych argumentów przy wybieraniu oferty. Serwis jest obecny na miejscu w Centrum Logistycznym, wywiązuje się z zadań sprawnie i dokładnie. Jesteśmy zadowoleni z tego, co nam zaoferowano.

Co sądzi Pan o programie partnerskiej współpracy pomiędzy Linde a TZMO S.A.?

Sławomir Safian : Sumiennność, konkrety i profesjonalne podejście - tak mogę ocenić naszą współpracę. Takie podejście jest dla nas niezwykle cenne. Mogę powiedzieć, że Linde MH Polska jest godnym zaufania partnerem w prowadzeniu biznesu.

Dziękujemy za wywiad i życzymy TZMO S.A. dalszych sukcesów na krajowej i międzynarodowej arenie!

Rozmawiali:

Sławomir Safian
Dyrektor Logistyki TZMO S.A.

z Marcinem Zarzeckim z Linde MH Polska



Zdjęcia wykonane w Centrum Logistycznym TZMO S.A.
- sierpień 2008

GIGANT z gigantycznym portfolio

Toruńskie Zakłady Materiałów Opatrunkowych S.A. powstały w roku 1951. Dynamiczny rozwój rozpoczęliśmy w roku 1991 – po kupieniu majątku przedsiębiorstwa państwowego przez stworzoną przez pracowników i przedstawicieli środowiska medycznego i uniwersyteckiego Spółkę Akcyjną. Toruńskie Zakłady Materiałów Opatrunkowych S.A. stworzyły Grupę, w skład której wchodzi:

19 spółek produkcyjnych

Szesnaście spółek produkuje w Polsce wyroby w:

- Toruniu
- Brodnicy
- Bydgoszczy
- Żelowie
- Kowalewie Pomorskim
- Krakowie
- Ciścu
- Łodzi
- Pieszczych

Dwie spółki, to wybudowane od podstaw, wyposażone w najnowocześniejszą technologię fabryki XXI wieku – w Rosji i na Ukrainie; produkcję wyrobów higienicznych rozpoczęliśmy w nich pod koniec 2003 roku.

Jedna z nich, to spółka produkcyjna w Indiach, w której produkcję wyrobów higienicznych rozpoczęliśmy w IV kwartale roku 2004.

25 spółek handlowych

Dwadzieścia dwie z nich to spółki utworzone przez TZMO S.A. do organizacji sprzedaży poza Polską; działają one według prawa kraju siedziby spółki: w Niemczech, w Holandii, w Rosji (6 spółek), na Ukrainie, na Łotwie, w Czechach, na Słowacji, na Węgrzech, w Rumunii, w Danii, Szwajcarii, na Białorusi, na Litwie, w Indiach, oraz w Stanach Zjednoczonych Ameryki Płn.

Trzy pozostałe operują na rynku polskim, oferując produkty Grupy Kapitałowej.

5 spółek świadczących usługi medyczne i informatyczne.

- Optus sp. z o.o.
– prywatny system opieki zdrowotnej
- CitoNet Bydgoszcz SA
– Centra Usług Sterylizacji
- Szpitale TZMO SA
- A100 Przedsięwzięcia Informatyczne sp. z o.o.
– spółka informatyczna do obsługi informatycznej i księgowej Grupy
- BELLA INVEST z siedzibą w Moskwie



Zdjęcia wykonane w Centrum Logistycznym TZMO S.A. - sierpień 2008



Historia współpracy

pomiędzy Toruńskimi Zakładami Materiałów Opatrunkowych S.A. a Linde Material Handling Polska

Kiedy w roku 1996 Linde rozpoczynało współpracę z Toruńskimi Zakładami Materiałów Opatrunkowych, był to ciężki okres rozwoju obu naszych firm. Okres transformacji systemowej w Polsce oraz duży napływ kapitałów zagranicznych sprawiały, iż prowadzenie biznesu wymagało coraz większych umiejętności, jak i odwagi. Nasza firma postawiła sobie za cel współpracę z organizacją, która jest najlepszym przykładem pozytywnych przemian w polskim biznesie. TZMO jest jedyną polską firmą, która z sukcesem konkuruje z potężnymi międzynarodowymi koncernami takimi jak: Procter & Gamble, Kimberly Clark, Johnson & Johnson.

Jak wygląda nasza współpraca na przełomie tych wszystkich lat?

Wystarczy powiedzieć, że po pierwszych „doświadczeniach” z naszym sprzętem, TZMO zdecydowało się na sukcesywną wymianę całego swojego taboru i zastąpienie go wyłącznie sprzętem Linde. Wybór naszej firmy jako Partnera w prowadzeniu biznesu przez niekwestionowanego lidera swojego rynku jest niejako „certyfikatem wiarygodności” dla Linde. Jesteśmy z tego powodu niezwykle dumni i robimy wszystko, aby umacniać nasze partnerstwo i rozwijać naszą współpracę nadal w tym kierunku.

Patrząc na przekrój wózków, które są używane w całej spółce TZMO, możemy je podzielić na dwie grupy:

- W dywizjach produkcyjnych TZMO „jeżdżą” wózki spalinowe H12, H16 oraz H25 z chwytakami do celulozy. Kolejnym sprzętem, który jest używany przez TZMO S.A. są wózki elektryczne E15 oraz E25 również z chwytakami.
- Centrum Logistyczne TZMO wyposażone jest w sprzęt do pracy wewnątrz magazynu i są to przede wszystkim wózki systemowe typu K, Reach Trucks R14, wózki załadunkowe T20S oraz wózki kompletacyjne N20.

Na dzień dzisiejszy zaopatrzyliśmy Toruńskie Zakłady Materiałów Opatrunkowych w Polsce i w jej rosyjskim oddziale, w ponad 100 maszyn Linde! Oferta ta jest stale poszerzana w miarę potrzeb naszego Partnera.

Jesteśmy przekonani, że współpraca pomiędzy nami a naszym kluczowym Klientem będzie nadal rozwijała się na zasadach partnerskich i będzie nadal owocować pozytywnym efektem dla obu stron.

Życzymy naszemu Partnerowi samych sukcesów w rozwoju swojej spółki! Zespół Linde, jak zawsze, pozostaje do dyspozycji.

Opracował:

Robert Jurkiewicz
Prezes Linde MH Polska

Linde Material Handling

Linde

Serwis fabryczny BOLZONI AURAMO POLSKA – profesjonalne wsparcie

pełna obsługa osprzętów
zakupionych oraz wynajmowanych

montaż u klienta, testy,
diagnostyka urządzeń pracujących

Zawsze tam, gdzie nas potrzebujesz

Obsługa klienta

Montaż

Diagnostyka

Mobilny serwis



Przeglądy okresowe

Regeneracja

Naprawa

Części zamienne



Linde PureMotion
Ergonomics. Environment. Efficiency.

Przyszłość rozpoczyna się **teraz** **napęd wodorowy**

Linde Material Handling przedstawia wózek z wodorowym silnikiem spalinowym

Linde Material Handling przedstawia pierwszy wózek widłowy wyposażony w silnik spalinowy z bezpośrednim wtryskiem wodoru. Prezentacja odbyła się na największych targach intralogistycznych CeMAT w Hanowerze w dniach 27-31 maja 2008.

Pojazd ten jest już gotowy do użycia. Jego moc ładunkowa wynosi 3 tony. Został skonstruowany tak, aby osiągnąć pełną wydajność i moc nawet przy zasilaniu wodorem. Ponieważ silnik zasilany wodorem przetwarza paliwo w parę wodną, pojazd ten nie wytwarza żadnych spalin!



Prezentowany wózek opiera się na serii Linde 39x i w porównaniu z innymi modelami zasilanymi konwencjonalnie jego główną cechą wyróżniającą jest specjalny zbiornik paliwa oraz intercooler przymocowany do zbrojeń ochronnych nad głową operatora. System zbiornika paliwa został umiejscowiony na przeciwcieżarce pomiędzy tylnymi listwami bocznymi. Aby wymienić pompę ciśnieniową zbiornik paliwa należy odwrócić do systemu szyn i odciągnąć z boku nabój. Nabój ten składa się z wewnętrznego kontenera zbudowanego z cienkich ścianek aluminiowych powleczonych włóknami węglowymi i żywicą epoksydową. Można w nim zmieścić 26 litrów wodoru. Wpompowuje się go do pompy ciśnieniowej pod ciśnieniem 350 barów. Odpowiada to 2.3 litra diesla.

Ładowany kompresorem silnik z bezpośrednim wtryskiem z pojemnością tłokową 2.0 litra o

mocy 43 kW (przy 2600 obrotach/min.) wyprodukowany przez Volkswagen Industrial Engines nie jest widoczny z zewnątrz. Wodór przechowywany w pompie ciśnieniowej wtłaczany jest bezpośrednio do komory spalania silnika, dzięki czemu paliwo spalane jest bardzo wydajnie. Kompresor ładujący osiąga wysoki moment obrotowy (160 Nm) przy niskich obrotach (1000 obrotów/min.)

Wodór uznawany jest obecnie za najczystsze źródło energii. W trakcie przetwarzania wodoru w energię elektryczną emituje on głównie parę wodną. Do jego zalet należy również nieograniczona dostępność. Gdyby do produkcji wodoru użyć elektrolizy zasilanej odnawialnymi źródłami energii - jak na przykład energia wodna, wietrzna czy fotowoltaiczna - wizja wytwarzania energii bez emisji substancji szkodliwych dla środowiska mogłaby się zrealizować.

Napęd wodorowy prawdopodobnie znajdzie zastosowanie najpierw w sektorze pojazdów przemysłowych, zaś dopiero później w przemyśle samochodowym. Sektor pojazdów przemysłowych ma w tym zakresie przewagę, ponieważ łatwiej mu sprostać wyzwaniom infrastrukturalnym - duża flota pojazdów mogłaby korzystać z centralnej stacji napełniającej. Dla wielu producentów gazu i przedsiębiorstw chemicznych wodór jest produktem ubocznym. Dlatego też użytkowanie pojazdów napędzanych wodorem stanowiłoby dla nich atrakcyjne rozwiązanie.

Nie jest jednak jeszcze pewne, kiedy dokładnie Linde Material Handling wprowadzi pierwszą serię produktów wodorowych na rynek. Linde Material Handling uważa, że, z ekonomicznego punktu widzenia, produkcja wózków widłowych o napędzie wodorowym mogłaby być opłacalna około 2015 roku. Do tego momentu Linde będzie kontynuować dogłębne badania na rzecz dalszych udoskonaleń.

KONIEC ZABAWY!



Leasing na poważnie

Teraz możesz mieć wszystko, nie wydając zbyt wiele! Teraz możesz rozwijać swój biznes, nie ponosząc praktycznie żadnych kosztów! Inni na placu zabaw wciąż bawią się w piaskownicy biznesu. Jak dzieci... SG Equipment Leasing Polska od wielu lat zajmuje się leasingiem. Z nami dorastało wielu i dziś na swoim „podwórku” wyrosło na potęgę w swojej branży. Leasing maszyn dla przemysłu tworzyw sztucznych, leasing sprzętu magazynowego, maszyn budowlanych, maszyn poligraficznych, środków transportu lądowego i powietrznego... Dla nas to nie zabawa. Zostaw więc dzieci w piaskownicy i poważnie zajmij się biznesem! **We support. You succeed.**

SOCIETE
GENERALE
GROUP



SG
Equipment Finance

Perfekcyjny Pit Stop

Linde - Perfekcja w Działaniu

W czerwcu bieżącego roku odbyła się w Warszawie impreza „Pit Lane Park BMW Sauber F1 Team”. Wzięli w niej udział najlepsi kierowcy F1 z Teamu BMW Sauber, w tym nasz sportowiec nr 1 – Robert Kubica.

Podczas pokazu można było zobaczyć kopię rzeczywistego punktu serwisowego samochodów Formuły1 z fragmentem toru. Scenografia Pit Lane Parku została także wykorzystana przez organizatora (BMW) do zaprezentowania swojego najnowszego modelu X6 - była to zarazem polska premiera tego samochodu. Tego typu wydarzenia są znakomitą okazją do zapoznania się z Formułą1. Dzięki zapewnionym atrakcjom można wczuć się w rolę mechaników, kierowców, a nawet szefów zespołów. I właśnie dzięki temu impreza w Warszawie cieszy się tak ogromną popularnością. Ocenia się, że w tym roku imprezę odwiedziło ok. 26 tys. osób, ale chętnych do wejścia było znacznie więcej (nawet do 150 tys. osób wg szacunków Policji).

Aby wyścigowy event doszedł do skutku, trzeba było specjalistycznych urządzeń nieco innego typu...

Firma Kuehne+Nagel (AG&Co.) KG współpracowała przy realizacji tego projektu z wiodącym producentem wózków widłowych. Kuehne + Nagel „jeździ” na wózkach Linde między innymi w Niemczech, i to właśnie niemiecki oddział z Monachium był odpowiedzialny za logistykę towarów i sprzętów niezbędnych do realizacji tego wydarzenia. Wózki zostały udostępnione przez polski oddział Linde na zasadach wynajmu, a dokładniej chodzi tu o tak zwany STR (Short Term Rental). Spędziły na polu działania ponad tydzień przed wydarzeniem i kolejny tydzień podczas rozbiórki toru.

Linde, nie bez kozery, bierze udział w projektach związanych z F1, w końcu nasza nowa strategia komunikacji opiera się na „Perfekcji w Działaniu” – takiej jak w Formule 1.

Robimy wszystko, aby nasz serwis był tak dobry i tak szybki jak serwis F1.

Wiecej informacji na temat usług Linde MH Polska znajdą Państwo na www.linde-mh.pl





Serwis Linde MH



Zaufaj specjalistom

Tak jak w Formule 1, tak i w Linde liczy się szybkość i precyzja działania. Jako firma, będąca od lat dostawcą kompleksowych rozwiązań w zakresie przemieszczania towarów, wiemy o tym doskonale. Sztab wykwalifikowanych serwisantów Linde każdego dnia uczestniczy w umacnianiu pozycji naszych klientów, bo kluczem Twojego sukcesu są najwyższej jakości produkty i usługi Linde. Niezawodnie budujemy trwałe biznesowe związki.

Każdego dnia przyświeca nam nasza misja – Perfekcja w działaniu – oto kwintesencja Linde.

www.linde-mh.pl

Linde Material Handling Polska Sp. z o.o. Centrala: 03-044 Warszawa, ul. Płochocińska 59, tel. (022) 420-61-00, fax (022) 420-61-01 | Oddział: 41-200 Sosnowiec, ul. Płonów 21, tel. (032) 774-75-00, fax (032) 774-75-01 | Oddział: 60-185 Poznań-Skórzewo, ul. Poznańska 86, tel. (061) 650-94-00, fax (061) 650-94-01 | Oddział: 53-234 Wrocław, ul. Grabiszyńska 233 G, tel. (071) 710-38-00, fax (071) 710-38-01