

The Linde logo, featuring the word "Linde" in a stylized, cursive script.

LindePartner

ZAAWANSOWANE TECHNOLOGIE I EKONOMICZNE ROZWIĄZANIA W BRANŻY LOGISTYCZNEJ

NEWS

**Linde Safety
Pilot**

Linde PARTNER

Ustronianka
Źródło godne zaufania

LIFESTYLE

Runda dla wytrwałych
Czy golf jest nudny?

OKIEM PRAKTYKA

Ważne są relacje
Jan Robert Samsel
„Team Spirit”

TEMAT NUMERU

Negocjacje handlowe w trudnych czasach

“ (...) nawet w czasach redukcji zakupów, ludzie i firmy coś jednak kupują. Może mniej, ale z pewnością nie zamrażają wszystkich swoich środków w kasie, by doczekały tam kolejnej dekady. Musisz mieć jednak świadomość, że będą wybierać rozsądniej i wolniej (...) ”



SOLIDEAL MAGNUM

Wysoka wytrzymałość na zużycie

Zwiększona stabilność
i komfort jazdy

Bardzo dobra amortyzacja
- 3 warstwowa konstrukcja



SOLIDEAL®



SOLIDEAL POLSKA S.A.
www.solideal.pl
www.camoplastsolideal.com

Negocjacje handlowe w trudnych czasach

„Wygląda na to, że po okresie szybkich transakcji, wysokich obrotów i dość łatwego zarabiania przyszło nam się mierzyć z coraz trudniejszymi warunkami i coraz bardziej opornymi klientami. Nic w tym nadzwyczajnego. Parę lat chudych zwykle jest poprzedzone kilkoma latami tłustymi. Feler polega na tym, że w okresie prosperity wcale nie jest łatwo przygotować się na trudny czas, a im dłużej trwa dobra passa, tym mniej wierzymy w zły scenariusz. Podobnie jak zima drogowców, złe czasy zawsze zaskakują i przychodzą wybitnie nie w porę. Ale spokojnie. Są i na to metody.”...

Witam serdecznie czytelników Linde Partnera cytatem z artykułu Dr. Pindelskiego. Zachęcam do lektury. Wiele wniosków na temat „przetrwania” w trudniejszych czasach (czytaj na stronie 9).

Partnerstwo w biznesie

W bieżącym numerze przedstawimy Państwu naszego Partnera biznesowego, rodzinną firmę z polskim kapitałem.

Ustronianka to ogólnopolski producent wód mineralnych oraz napojów, oferujący poprzez wszystkie kanały sprzedaży ponad 80 produktów. Posiada trzy zakłady produkcyjne oraz pięć centrów dystrybucji wody w systemie galonowym,

co zapewnia jej ugruntowaną pozycję i miano ważnego gracza rynkowego.

Zapraszam do zapoznania się z materiałem od strony 12.

Lifestyle

Od wielu lat słyszę od ludzi, że golf musi być nie-samowicie nudny. Uważam, że to ostatnia rzecz jaką można powiedzieć o tym sporcie. Aby długo nie przekonywać, powiem tylko tyle, że nie znam ani jednej osoby, która nauczysz się grać, zrezygnowała później z tego sportu. Co więcej. Każdy wciągnął do gry swoją rodzinę i znajomych. Jak widać coś w tym musi być... – strona 20.

Okiem Praktyka

Istnieją trzy osoby o kluczowym znaczeniu dla przedsiębiorstwa, które pragnie odnieść sukces na rynku:

1. Zadowolony pracownik, który walczy o sukces firmy.
2. Zadowolony klient, który wiąże się z firmą i przekazuje o niej dobrą opinię.
3. Zadowolony partner, dzięki któremu wspólne korzyści zwiększają efektywność obustronnych działań.

Czy jest możliwe osiągnięcie synergii tych elementów w dużej organizacji? Na te i inne pytania odpowie Jan Robert Samsel Dyrektor

Departamentu Sprzedaży i Marketingu SG Equipment Leasing Polska Sp. z o.o.... – strona 24.

Dzielimy się wiedzą

Napędy hydrauliczne stanowią drugą co ilości stosowanych źródeł energii po silnikach elektrycznych, grupę na Świecie. Rozwój najnowszych technologii pomiarowych, dostępność i powszechność precyzyjnych obrabiarek numerycznych sprawiły, że koszty produkcji podzespołów napędów hydraulicznych znacznie spadły. Ten „boom” w rozwoju i powszechności zastosowania tych nośników energii zaczął się w latach 80-tych ubiegłego wieku. – Roland Żabierek – strona 27.

W imieniu redakcji, życzę miło spędzonego czasu z Linde Partnerem w rękę!

Marcin Zarzecki



ZAMÓW NASZE BEZPŁATNE WYDAWNICTWA:

Jeśli chcesz otrzymywać bezpłatnie nasze wydawnictwa bezpośrednio pocztą do swojej skrzynki pocztowej lub na e-mail

daj nam znać: marketing@linde-mh.pl

- Biuletyn „nowaOferta” – miesięcznik z aktualną ofertą wózków używanych sprowadzanych i serwisowanych przez Linde Material Handling Polska
- Magazyn „LindePartner” jest kwartalnikiem branży TSL. Przeczytasz w nim o nowoczesnych zagadnieniach związanych z logistyką, a także o nowinkach w zakresie oferty Linde oraz partnerów biznesowych

• Zapraszamy do subskrypcji naszego LindeNewslettera

Więcej informacji na stronie: www.linde-mh.pl/newsletter

BĄDŹ NA BIEŻĄCO • ZDOBĄDŹ PRZEWAGĘ • WYPRZEDŹ KONKURENCJĘ

Redaktor naczelny:
Marcin Zarzecki
marketing@linde-mh.pl

Magazyn „LINDE PARTNER”

Nasz adres:
Linde Material Handling Polska Sp. z o.o.
03-044 Warszawa
ul. Płochocińska 59
tel: + 48 22 420 61 00
fax: + 48 22 420 61 01
www.linde-mh.pl

Nakład: 10 000 egz.
Zawsze pamiętaj o środowisku naturalnym

WYDAWNICTWO BEZPŁATNE
Wszelkie prawa zastrzeżone
All rights reserved Copyright© 2008-2011
Linde Material Handling Polska Sp. z o.o.



NAPĘD PEŁEN ENERGII

Dostarczamy Państwu odpowiedni system do każdego zastosowania: wózków widłowych, systemów składowania i magazynowania, systemów automatycznego transportu, maszyn czyszczących, platform podnoszących. Wszystkie technologie: kwasowo-ołowiowe, niklowo-kadmowe, bezemisyjne oraz hybrydowe, otrzymujesz z jednego źródła. Energia staje się synergią.

Nasze produkty:

- ❑ baterie trakcyjne
- ❑ prostowniki trakcyjne
- ❑ profesjonalne akumulatory

HOPPECKE Baterie Polska Sp. z o.o.
 ul. Składowa 13
 62-023 Żerniki k. Poznania
 Tel.: +48 61 64 65 000
 Fax: +48 61 64 65 001
www.hoppecke.pl

LINDE SAFETY PILOT

Linde Material Handling

Linde

Linde Safety Pilot (LSP) jest systemem wspomagającym operatora i zapewniającym możliwie najwyższy poziom intuicyjnej komunikacji pomiędzy operatorem, a maszyną. LSP to system który „myśli” za operatora, znacznie ułatwia pracę z ładunkiem zapobiegając jednocześnie niebezpiecznym sytuacjom w ciągu codziennej pracy.

LSP w pierwszej kolejności po pobraniu ładunku na widły waży ładunek, mierząc ciśnienie układu hydraulicznego. W kolejnym kroku System mierzy spadek nacisku na tylną oś, którego wypadkowa w połączeniu z masą ładunku pozwala obliczyć środek ciężkości ładunku. Po pobraniu ładunku na widły znamy zatem jego masę i środek ciężkości. Dzięki tym danym LSP może przygotować wózek do bezpiecznej pracy. W odniesieniu do charakterystyki jazdy i danych technicznych wózka LSP oblicza dla pobranego ładunku: redukcję udźwigu, maksymalną wysokość podnoszenia, maksymalny przechył, maksymalną prędkość jazdy prosto oraz podczas skręcania, zachowując stabilność maszyny podczas każdego manewru. Z LSP chronimy wózek przed przeciążeniem, a co za tym idzie zmniejszamy koszty eksploatacyjne i serwisowe przy jednoczesnym wydłużeniu żywotności maszyny. Przejrzyste menu zapewnia łatwe wprowadzenie indywidualnych ustawień, przez co wózek jest skonfigurowany w najlepszy sposób, odpowiadający wykonywanym zadaniom. LSP umożliwia wyświetlanie danych roboczych oraz pozostałych wstępnie wybranych parametrów mających wpływ na wydajność wózka i operatora. Ponadto, po raz pierwszy na świecie system ten wprowadza do użycia elektroniczny diagram redukcji udźwigu.

Przy pomocy gałki typu „przekręć i wciśnij” z lekkością poruszamy się po menu wybierając jedną z opcji. System Linde Safety Pilot jest dostępny w dwóch pakietach: Pakiet Select oraz Pakiet Active.

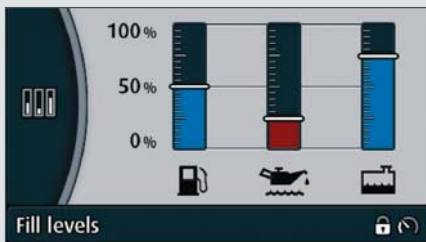


Pakiet Select

Modułowo oba pakiety posiadają elementy:

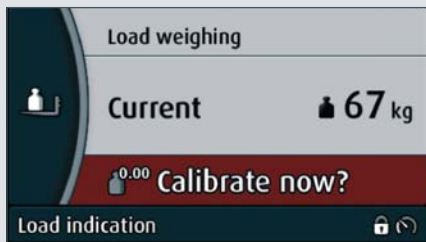
- Czujnik wysokości unoszenia – wykrywa wysokość wideł lub karetki wideł (dla osprzętów). Precyzyjnie pokazuje na wyświetlaczu dane dotyczące wysokości ładunku, wideł, etc.
- Czujnik ciśnienia – zamontowany w układzie hydraulicznym określa ciężar ładunku mierząc ciśnienie oleju.

Dzięki nowemu sterownikowi TriCore (LDC 70) sygnał jest przetwarzany i wyświetlany na ekranie LTI ukazując przejrzyste i jasne dane informujące operatora o stanie maszyny



Wyświetlacz bieżących danych roboczych pokazuje informacje o:

- prędkości, bieżącym zużyciu paliwa oraz kącie osi skrętu
- poziomie: oleju, wody, paliwa
- temperaturach
- stanie wózka



Wskaźnik ładunku: po umieszczeniu ładunku na widłach LSP wyświetla jego masę, co zapobiega przeciążeniu wózka.



Preselekcja wysokości unoszenia: widły automatycznie zatrzymają się na ustalonej wysokości podczas unoszenia zapewniając precyzję w działaniu.



Preselekcja przechyłu masztu: po zdefiniowaniu maszt będzie zawsze zatrzymywał się w ustalonym kącie przechyłu.



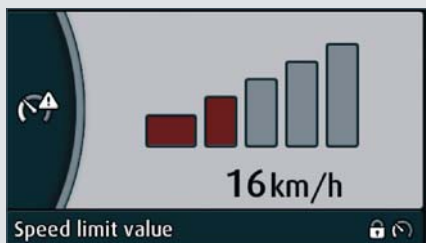
Maksymalna wysokość unoszenia: wygodna funkcja podnosząca bezpieczeństwo pracy.



Minimalna wysokość opuszczania: zapobiega przedwczesnemu zużyciu wideł, lub chroni osprzęt.



Funkcja szuflī-ładowarki: zmienia tryb jazdy w ciągu kilku sekund dopasowując parametry do założonego osprzętu.



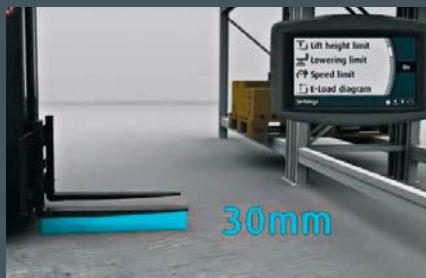
Regulowana prędkość maksymalna: istnieje możliwość wybrania kilku poziomów maksymalnej prędkości jazdy wózka najlepiej nadającej się do bieżącej czynności.



Przyciski wraz z pokrętełem do obsługi LSP znajdują się w podłokietniku, zapewniając wygodną i bezwysiłkową pracę.



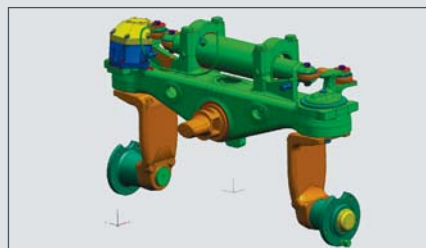
LSP oblicza maksymalną wysokość podnoszenia zachowując stabilną i bezpieczną pracę.



Korzystając z funkcji ustawienia minimalnej wysokości karetki zachowujemy żywotność wideł i dodatkowych osprzętów.

Pakiet Active

dodatkowo jako jedyny na rynku posiada:



Czujniki obciążenia osi umieszczone w osi typu combi oraz osi oscylacyjnej, które definiują środek ciężkości ładunku, umożliwiając wykorzystanie najbardziej zaawansowanej cechy – pierwszego na świecie elektronicznego diagramu redukcji udźwigu, dzięki czemu wózek aktywnie zapobiega przeciążeniu.



Elektroniczny kalkulator wartości udźwigu połączony z wyświetlaczem wskazuje:

- maksymalną wysokość unoszenia przy aktualnym ładunku
- maksymalny ładunek przy podanej wysokości unoszenia
- maksymalny zalecany przechył



Urządzenie może zaalarmować, zmniejszyć prędkość wózka lub ograniczyć działanie jego funkcji w sytuacji, gdy:

- ładunek jest zbyt ciężki
- środek ładunku jest zbyt odsunięty
- wysokość unoszenia za duża dla ładunku
- wysokość unoszenia za duża lub ładunek za ciężki dla wybranego przechyłu masztu (do przodu/tyłu)

Wózek posiadający wyżej wymienione funkcje skutecznie odciąża operatora dając możliwość skupienia się na bezpiecznej i efektywnej pracy.



Ekonomiczne uzasadnienie.
Przyjazna środowisku.



SC 20

Nowa generacja opon superelastycznych

do **20%** większe przebiegi *

do **30%** zmniejszone opory toczenia *

do **5%** zmniejszona emisja CO₂ *

* Przebiegi porównywalne z SC15, opory toczenia i emisja CO₂ porównywalne z konkurencją.

Continental
Tyres – Engineered in Germany.



Continental Opony Polska Sp. z o.o.

www.continental-opony-przemyslowe.pl



NEGOCJACJE HANDLOWE W TRUDNYCH CZASACH

– dr Mikołaj Pindelski –

Wygląda na to, że po okresie szybkich transakcji, wysokich obrotów i dość łatwego zarabiania przyszło nam się mierzyć z coraz trudniejszymi warunkami i coraz bardziej opornymi klientami. Nic w tym nadzwyczajnego. Parę lat chudych zwykle jest poprzedzone kilkoma latami tłustymi. Feler polega na tym, że w okresie prosperity wcale nie jest łatwo przygotować się na trudny czas, a im dłużej trwa dobra passa, tym mniej wierzymy w zły scenariusz. Podobnie jak zima drogowców, złe czasy zawsze zaskakują i przychodzą wybitnie nie w porę. Ale spokojnie. Są i na to metody.

Klient świadomy i niełojalny

Trudny okres to czas znacznie bardziej dla kupujących, niż sprzedających. Firmy i ich pracownicy przyzwyczaili się do wysokich obrotów, pensji i premii. Więc gdy rynek spowalnia, najpierw wszyscy są nieco zaskoczeni, potem szukają winy w sobie, podejmują najprostsze i, jak im się wydaje, oczywiste akcje jak np. obniżanie ceny, starają się cisnąć i intensyfikować wszelkie działania, by stać się nerwowymi graczami i zacząć podejmować często niekorzystne ruchy. Z drugiej strony są kupujący, którzy widzą, że dostawcy starają się prześcigać w promocjach, obniżkach i usługach i zaczynają przebierać w ofertach wykorzystując taką sytuację. Kończy się lojalność, a zaczyna marudzenie i postawa wyraźnie roszczeniowa. Tu kilka procent ceny w dół, nieco lepsze warunki

Wykręcanie ręki i wymuszanie nigdy nie będą w sprzedaży i budowaniu relacji pożądanym działaniem. W sytuacji, gdy klient jest sceptyczny, skoncentruj się raczej na tworzeniu wartości lepszej, niż konkurencja. I to w wielu wymiarach.

realizacji usługi czy dostawy produktu mogą przeżywać lata współpracy. Tym bardziej, im oferta jest bardziej standardowa i ryzyko związane ze zmianami niewielkie. W takiej sytuacji handlowcy zaczynają reagować nerwowo, dopraszając się u swoich szefów pozwoleń na ogromne rabaty, atakując marketing o kolejne „narzędzia” i przyjmując postawę błagającą wobec klienta. To jednak może nie przynosić żadnych efektów.

Co z tym robić

Znacznie lepiej jest zachować chłodne spojrzenie i obrać nieco inną strategię sprzedawania. Po pierwsze, nawet w czasach redukcji zakupów, ludzie i firmy coś jednak kupują. Może mniej, ale z pewnością nie zamrażają wszystkich swoich środków w kasie, by doczekały tam kolejnej dekady. Musisz mieć jednak świadomość, że będą wybierać rozważniej i wolniej, a decyzję odkładać i uzależniać od wielu twoich ustępstw. Nie staraj się więc szybko zamykać transakcji i gwałtownie naciskać na decyzję, tak jak to się dzieje, gdy dominuje sprzedawca, a klient widzi uciekającą okazję. Wykręcanie ręki i wymuszanie nigdy nie będą w sprzedaży i budowaniu relacji pożądanym działaniem. W sytuacji, gdy klient jest sceptyczny, skoncentruj się raczej na tworzeniu wartości lepszej, niż konkurencja. I to w wielu wymiarach. Dowiedz się więc szczególnie dokładnie, jakie są potrzeby klienta. W czasie bessy warto poświęcić znacznie więcej czasu na wysłuchanie i zrozumienie, o co klientowi chodzi i jakie ma prawdziwe potrzeby. Dopasuj ofertę do nich i wskaż, które jej elementy w szczególny sposób rozwiązują problemy nabywcy. Nie działaj szybko i nie licz, że tu i teraz zapadnie decyzja, choć oczywiście nie pozostawiaj sprawy własnemu biegowi, ale cały czas staraj się ją mieć pod kontrolą. Poproś o wgląd do kontrofert i postaraj się ustalić, które elementy wzbudzają szczególne zainteresowanie i mogą stanowić o wyborze. Być może nie wynikają one bezpośrednio z tego, co napisane, ale np. z tego, jak konkurenci traktują klienta pomiędzy transakcjami. Warto w tym celu postarać się, by klient opuścił swoje pomieszczenie, w czym doskonały jest lunch. Więcej słuchaj, mniej mów. Inaczej niż w dobrych czasach, znacze-

nia nabiera sam nabywca, a traci je sprzedawca, musisz mu więc poświęcić więcej czasu i uwagi. W trakcie rozmów staraj się także nawiązywać do tego wszystkiego, co dla klienta zrobiłaś, czy zrobiłeś. Nigdy więc na fakturze czy w zamówieniu nie wpisuj wynegocjowanej kwoty. Zapisz tę bez rabatu, przekreśl ją i poniżej czy obok wpisz obniżoną, z komentarzem, że jest to rabat np. z tytułu lojalności. Jeśli ustalono 20% obniżki, to wpisz 100.000, przekreśl i napisz obok 80.000. Jeśli tego nie zrobisz, klient będzie przekonany, że po prostu mu się to należy, jak zresztą każdemu innemu twojemu klientowi. Jeśli poprosi cię o rabat, a ty automatycznie mu go udzielisz, nie pomyśli o tobie jako o dobrym kontrahencie, a jedynie przemknie mu przez myśl, że szkoda iż nie poprosił o więcej. Co go zresztą może zrytować. Podobnie z różnego rodzaju akcjami i gadżetami. Podkreślaj, że są one skierowane nie do wszystkich, lecz wyłącznie do lojalnych klientów, z którymi współpracujesz od dawna, a w zasadzie głównie dla tego konkretnego, z którym właśnie rozmawiasz. Jeśli więc coś dajesz, podkreślaj to kilka razy i wymagaj czegoś



w zamian. Podobnie wskazuj na to, czego dokonałeś dla klienta w przeszłości.

Ociąganie i spowalnianie decyzji

To również czas, gdy klienci odlewają decyzję i nie śpieszą się z zakupami. To normalne. Nie widzą sensu, by kupować tu i teraz, gdyż wraz z upływem czasu oferty mogą się okazać coraz atrakcyjniejsze. Poza tym, wizja zysków i profitów już tak bardzo nie działa, obie strony zdają sobie bowiem sprawę, że w trudnych czasach łatwiej jest stracić, a zysk jest mocno niepewny. Zwykłym działaniem byłoby więc uświadamianie, jakie szkody ponosi odkładając sprawę na później. Pokazanie problemu jaki jest

i w co się może przerodzić w nieodległej przyszłości. Tu również można stosować tę metodę, lecz znacznie skuteczniejszym wydaje się być stwierdzenie, że rozumiesz iż nabywca chce poczekać, jednak zaraz potem należy ustalić, na jakie kwestie będzie zwracał uwagę, gdy już będzie gotów do podjęcia decyzji. Tak, byście mogli nadal prowadzić rozmowę o zamówieniu. Możesz tu także pokrótce opowiedzieć, jak rozumiesz ofertę teraz i czy to jest to, o czym druga strona właśnie myśli. Gdy jednak

To, co jeszcze niedawno uchodziło na sucho, dziś może uniemożliwić sprzedaż. Pierwszą kwestią jest brak przygotowania na spotkanie. To, że jakoś to będzie, nadrobimy rozmową, w trakcie której wyjdzie co i jak może tym razem zemścić się straszliwie.

negocjacje się przedłużają, pamiętaj, że zawsze musisz mieć coś w zanadru. To oznacza, że poważnym błędem jest położenie na stole już na początku rozmów wszystkiego co się ma. Długie rozmowy oznaczają często drobne kroczki, a na każdy z nich trzeba mieć coś ekstra. To więc okres, w którym należy działać stopniowo i często za pomocą mikrodziałań. Nie akceptuj tego co mówi klient, choćby mieściło się to w zakresie możliwych ustępstw, a raczej wyraż swoje zdziwienie lub okaż, że to zdecydowanie zbyt wielkie wymaganie. Nie okazuj wielkiego zadowolenia z nadchodzącego zamknięcia sprzedaży. Kiepsko wychodzi sprzedaż tym, którzy nie kryją emocji i pokazują od początku, jak bardzo

(...) nawet w czasach redukcji zakupów, ludzie i firmy coś jednak kupują. Może mniej, ale z pewnością nie zamrażają wszystkich swoich środków w kasie, by doczekały tam kolejnej dekady. Musisz mieć jednak świadomość, że będą wybierać rozważniej i wolniej (...)

im zależy na transakcji. To dobrze widać choćby w sytuacji kupna samochodu. Im bardziej wyraźnie klientowi zależy, tym mniej stara się zrobić dla niego sprzedawca. Z pewnością nie zejdzie z ceny na widok podekscytowanego kupującego. Zachowanie zimnej krwi to niełatwe zadanie. Zwłaszcza, gdy zakup podzielony jest na etapy, w trakcie których nabywca chce uszczknąć kolejne zniżki czy wartości, a tobie wydaje się, że już zamykasz temat i masz wszystko w ręku. To doskonały moment, by „wycisnąć” z handlowca i jego oferty wszystko, co tylko możliwe. Czujesz już koniec, a tu klient cofa się krok wstecz. Uczucie straty jest na tyle silne, że zrobisz wiele, by powrócić do poprzedniego poziomu. Spokojnie, lepiej ponownie okazać zdziwienie i staraj się nie okazywać, jak bardzo ci zależy.

Zwielokrotnione znaczenie błędów

Okres, z którym przyszło nam się mierzyć w znacznie mniejszym stopniu wybacza błędy. To, co jeszcze niedawno uchodziło na sucho, dziś może uniemożliwić sprzedaż. Pierwszą kwestią jest brak przygotowania na spotkanie. To, że jakoś to będzie, nadrobimy rozmową, w trakcie której wyjdzie co i jak może tym razem zemścić się straszliwie. Klienci stali się bardziej wymagający i coraz częściej przeważają drobne elementy, jak właśnie ocena przygotowania handlowca. Aby się przygotować, należy dokładnie wypytac klienta o jego oczekiwania, o czym nie można zapominać. Wynikająca często z nieprzygotowania i niechlujstwa w pracy niewłaściwe ustalanie priorytetów, które zdaniem sprzedającego ma kupujący. Koncentracja na własnych potrzebach i sprzedawanie, zamiast tworzenia okazji do kupowania. Naciskanie na szybką transakcję może w trudnych czasach nie popłacać. Potencjalny nabywca nie tylko nic nie kupi, ale będzie cię unikał także w przyszłości. Dotyczy to także nadmiernego słowotoku, który jest być może właściwy w niektórych sytuacjach przedstawiania zupełnie nowego rozwiązania klientowi, który bardzo chce je mieć. Jednak temu, który wyraźnie się ociąga i wcale nie jest przekonany do wyboru właśnie tego dostawcy, a to co masz do zaoferowania jest bardzo zbliżone do tego, co ma konkurencja, nadmierne gadulstwo przedstawiciela

nie tylko zniechęca, ale także znacznie oddala od celu, jakim jest zamknięcie sprzedaży. Te błędy w sytuacji kryzysu zwykły mścić się w dwójnasób, warto więc zwrócić na nie uwagę i zwyczajnie ich unikać.

Co z tego wynika

Jak więc widać, sytuacja kryzysu, czy spowolnienia nie jest beznadziejna, z pewnością wymaga jednak więcej od przedstawicieli. Przede wszystkim trzeba więcej czasu poświęcać na zastanawianie się i refleksję. Ponadto więcej uwagi poświęcać klientowi. Często indywidualnie podchodzić do tych, którzy wcześniej obsługiwani byli dość sztywno lub według raz, kiedyś tam, wypracowanego modelu. Uzbroid się w cierpliwość i nie dać zwieść różnym chwytom i zabiegom. To po prostu inny czas i wymaga nieco innych technik i działań. Jednak pamiętaj, że pracujesz z ludźmi, a ci, co do ogólnych ram postępowania, nie zmieniają się tak szybko.



Opracował:

dr Mikołaj Pindelski

– w IMMOQEE jest partnerem oraz ekspertem w projektach tworzenia i zarządzania realizacją strategii organizacji,

rozwijania kompetencji pracowników oraz tworzenia i realizacji strategii sprzedaży. Trener podczas licznych szkoleń związanych z tą tematyką. Kierownik podyplomowych studiów Zarządzania Sprzedażą oraz Zarządzania Produktami i Usługami w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie.

e-mail: mikolaj.pindelski@immoqee.com
tel.: +48 606 303 935



Skuteczne rozwiązania dla działów HR i sprzedaży

Oferujemy doskonale rozwiązania w zakresie:

- Obsługa kadry – płace
- Payroll transfer i outsourcingu funkcji HR
- Badania satysfakcji pracowników (największa baza wyników i wskaźników porównawczych w Polsce)
- Organizacji działów sprzedaży
- Wsparcie i przejęcie funkcji zarządzania działami sprzedaży (Program Zewnętrzny Dyrektor Sprzedaży)
- Zarządzania innowacjami w firmie
- Programów rozmów oceniających
- Systemów motywacji
- Procesów w zarządzaniu ludźmi (mapowanie, audyty, tworzenie, kontrola, dokumentacja, rozwój)
- Analizy klimatu organizacyjnego

www.immoqee.com
office@immoqee.com

Szkola Główna Handlowa w Warszawie zaprasza na studia podyplomowe uruchamiane w semestrze letnim i zimowym:

Zarządzania Sprzedażą

zapisy: mikolaj.pindelski@sgh.waw.pl

Coachingu

zapisy: joanna.zukowska@sgh.waw.pl

Więcej informacji na

www.sgh.waw.pl/podyplomowe

USTRONIANKA ŹRÓDŁO GODNE ZAUFANIA

Ustronianka to ogólnopolski producent wód mineralnych oraz napojów, oferujący poprzez wszystkie kanały sprzedaży ponad 80 produktów. Posiada trzy zakłady produkcyjne oraz sześć centrów dystrybucji wody w systemie galonowym, co zapewnia jej ugruntowaną pozycję i miano ważnego gracza rynkowego. Prezesem i jedynym założycielem Ustronianki jest Michał Bożek.



HISTORIA

Historia firmy Ustronianka, której jedynym założycielem i właścicielem jest Michał Bożek, sięga 1980 roku. Z niewielkiego, kilkusobowego zakładu, w krótkim czasie przerodziła się w ogólnopolską firmę, zatrudniającą pół tysiąca osób.

Michał Bożek od samego początku nawiązywał do bogatych, sięgających XIX wieku tradycji uzdrowiskowych miasta Ustronia. Korzystając z tych wartości, zdobywał kolejnych klientów, oferując najwyższej jakości produkty, rozszerzając portfolio i zwiększając moce produkcyjne.

Tak realizowana polityka pozwoliła otworzyć w Ustroniu drugą rozlewnię. W 1994 roku, w obszarze otuliny Parku Krajobrazowego Beskidu Śląskiego rozpoczęto produkcję wody oraz napojów owocowych. Kolejny etap w rozbudowie firmy Ustronianka stanowi uruchomienie w 1994 roku zakładu produkcyjnego w Białej koło Prudnika. Dzięki tej inwestycji, u podnóża Gór Opawskich powstała nowoczesna rozlewnia, którą wyróżnia rozległy park maszynowy, o dużych mocach produkcyjnych.

W 2000 roku Ustronianka przejęła istniejące od 1963 roku Zakłady Wytwórcze Czantoria w Ustroniu. Dwa lata później, w roku 2002, zakład numer 2 w Ustroniu Jelenicy został gruntownie przebudowany. Powstały nowoczesne pomieszczenia biurowe, nowa hala magazynowa oraz produkcyjna z liniami do rozlewu wody mineralnej i napojów. Zakłady te są obecnie jednymi z najnowocześniejszych i najlepiej wyposażonych zakładów rozlewniczych w Polsce. W ten sposób, na przestrzeni kilkudziesięciu lat niewielka, kilkusobowa wytwórnia przerodziła się w ogólnopolską firmę, zatrudniającą pół tysiąca osób.

OBECNIE

Obecnie Ustronianka posiada trzy zakłady oraz sześć centrów dystrybucji wody w systemie galonowym, co zapewnia jej pozycję jednego z najważniejszych polskich producentów wód mineralnych i napojów. Firma stale współpracuje z najważniejszymi ośrodkami naukowo-badawczymi w kraju. Łączy najnowsze, technologiczne rozwiązania z dziesięcioletnimi tradycjami.

Firma Michała Bożka zamierza swój rozwój oprzeć na kreowaniu i wprowadzaniu na rynek przełomowych koncepcji funkcjonalnych wód i napojów, poprzez zapewnienie konsumentom najwyższej jakości produktów, korzystnie wpływających na funkcje organizmu, i odpowiadających ich indywidualnym potrzebom.

Przykładem może być oferowana woda funkcjonalna: Ustronianka z Jodem, która skutecznie zabezpiecza przed niedoborem tego pierwiastka. Innowacja, firmy Ustronianka została doceniona zarówno na polskiej, jak i światowej arenie.

NAGRODY I WYRÓŻNIENIA

O innowacyjności produktów firmy świadczą nagrody przyznawane w Polsce i na świecie.

Ustronianka z Jodem została odznaczona najwyższym światowym wyróżnieniem w kategorii wód funkcjonalnych w konkursie „Water Innovation Awards”. Nasza nowość najwyższe wyróżnienie, w kategorii „Best new functional water”. Tym samym produkt został wyróżniony spośród kilkuset zgłoszonych nowości, jakie spłynęły z całego świata.

Kolejne wyróżnienie, „Dobry Produkt - wybór ekspertów” zostało przyznane przez Polską Organizację Handlu i Dystrybucji wraz z redakcją

Ustronianka

Rynku Spożywczego oraz Portalem Spożywczym. Wreszcie Ustronianka z Jodem została uhonorowana przez czytelniczki czasopisma „Mam dziecko” tytułem „Superprodukt 2010”.

Nagrodę otrzymała również Ustronianka Ice Tea Green, która jako jedyna z ponad 200 rynkowych propozycji, została wyróżniona przez czytelniczki najpopularniejszego miesięcznika dla kobiet Świat Kobiety.

Z kolei Grappa Cola została wskazana przez osoby zarządzające placówkami handlowymi Perłą Rynku FMCG. Wyróżnienie to dowodzi, że również partnerzy handlowi niezwykle wysoko oceniają nasze produkty.

Sukces i pozycję Ustronianki potwierdzają nagrody przyznawane przez najbardziej opiniotwórcze dzienniki oraz prasę specjalistyczną. Firma od wielu lat znajduje się w rankingach najbardziej dynamicznie rozwijających się przedsiębiorstwu, publikowanym na łamach Pulsu Biznesu oraz Rzeczpospolitej. Nagrody stanowią uznanie dla dynamiki sprzedaży, a także uczciwości wobec kontrahentów i instytucji finansowych.

Wielokrotne wyróżnienie rzetelności i wysokiej kondycji firmy Ustronianka w relacjach biznesowych jest paszportem do zawarcia kolejnych kontraktów handlowych. Nagrody za jakość produktów stanowią dla konsumentów Ustronianki kolejne potwierdzenie najlepszego wyboru.



ZAKŁAD W BIAŁEJ



ZAKŁAD W USTRONIU



Firma Ustronianka w ramach swojego portfolio oferuje produkty w 4 kategoriach: zdrowie, napoje dla dzieci, orzeźwienie oraz energia.

Naturalna Woda Mineralna Ustronianka i Ustronianka z Jodem

Ustronianka to woda o średnim stopniu mineralizacji i niskiej zawartości sodu. Wyróżnia ją kryształiczna czystość oraz ustabilizowany skład mikro i makroelementów. Pozyskiwana jest na terenach pierwotnie najczystszych, słynących z walorów ekologicznych. Jej najwyższą jakość gwarantuje bezpośredni sposób jej pozyskania z podziemnych ujęć wodonośnych warstw, sięgających okresu czwartorzędu. System wydobywania i butelkowania sprawia, że Ustronianka zachowuje swą niezmienną postać i wszystkie właściwości pierwotnie czystej, naturalnej wody mineralnej.

Ustronianka z Jodem dzięki zawartości 150 mikrogramów jodu w 1 litrze, skutecznie zabezpiecza przed niedoborem tego pierwiastka (problem ten dotyczy 90% powierzchni Polski).

Napoje Grapcio i Aqua Grapcio

Każdy z napojów Grapcio i Aqua Grapcio to pełna owocowego smaku porcja orzeźwienia, idealna dla dzieci. Dzięki zawartości naturalnego soku owocowego oraz witamin nie tylko doskonale orzeźwiają, gasząc pragnienie, ale także dostarczają niezbędnych do prawidłowego rozwoju składników.

Grappa

Marka Grappa to gwarancja starannie dobranej smaku. Konsument możesz wybierać wśród klasycznego smaku Grappa Cola lub oryginalnego smaku napoju Grappa Tonic. Marka Grappa to także bogactwo owocowych smaków. Prawdziwe orzeźwienie płynie z najwyższej jakości składników, w tym naturalnego soku owocowego. W bogatej gamie produktów, każdy znajdzie smak dla siebie.

Riders

Napój energetyczny Riders, dzięki odpowiedniemu połączeniu kofeiny, tauryny oraz witamin z grupy B, zapewnia długotrwałą koncentrację. Skierowany jest do osób, które ze względu na styl życia, chcą w 100 procentach dysponować całą swoją energią. Działanie napoju Riders z pewnością docenią ci, którzy pasjonują się jazdą na motocyklu, samochodem, żyją intensywnie, nie boją się podejmowania odważnych, ekstremalnych wyzwań - zarówno na trasie, jak i życiu zawodowym.

W ramach marki Riders oferujemy pierwszy na polskim rynku energetyk o smaku coli. Stanowi połączenie wszystkich pobudzających właściwości napojów energetyzujących oraz smaku właściwego napoju cola. Dzięki zawartości kofeiny, tauryny oraz witamin z grupy B jest propozycją dla tych, którzy chcą wykazywać się najwyższym poziomem energii oraz sprawności umysłowej.

Energy drink Riders Cola to idealny sposób na zapewnienie sobie długotrwałej koncentracji oraz przyjemności jaką daje smak coli. Jest doskonałą alternatywą dla kawy, a także pozostałych energetyków. Oferując nową jakość w kategorii napojów energetycznych, producent napoju Riders Cola, utworzył zupełnie nową subkategorię energetyków na rynku europejskim.



PRODUKTY I JAKOŚĆ

Szerokie portfolio firmy Ustronianka, dostosowane do rozmaitych gustów konsumenckich, wyróżnia najwyższą jakość.

Realizację najwyższych standardów potwierdza wdrożony w 2004 r. system HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point), który poprzez światowe standardy, zapewnia całkowite bezpieczeństwo zdrowotne konsumenta.

Pracownicy firmy wierzą, że jakość, to droga bez końca. Dlatego, spełniając wszelkie możliwe wymogi prawne, laboratorium Ustronianki przeprowadza dodatkowo analizę wszystkich parametrów i stały monitoring jakości. Rygorystyczna kontrola prowadzona jest od chwili pozyskania wody z podziemnych źródeł, poprzez proces butelkowania, aż do momentu dostarczenia zamówienia do kontrahenta. Tak realizowana polityka firmy gwarantuje dostarczenie do klienta produktów najwyższej jakości, z niezmiennym składem mikroelementów oraz zachowaniem biologicznej, pierwotnej czystości wody.



SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU



We wszelkie działania firmy Ustronianka, wpisane jest słowo odpowiedzialność. Zaangażowanie w rozwój społeczny odbywa się na wielu płaszczyznach.

Wiara, że liczy się przede wszystkim człowiek i jego rozwój, przyświeca działalności firmy. Dlatego firma wspiera młode talenty. Od 2001 roku jest strategicznym sponsorem Klubu Sportowego Wisła Ustronianka, którego zawodnikiem jest Adam Małysz.

Mobilizuje młodych sportowców, nie tylko poprzez finansowe gratyfikacje, ale także dzieląc ich pasję. Wyrazem tego jest obecność Prezesa i wielu pracowników Ustronianki - w czasie zawodów i treningów - na trybunach sportowych. Firma zagwarantowała znaczne podniesienie standardów funkcjonowania klubu, przekazując środki na szkolenie, pojazdy, komputery oraz zaplecze biurowe. W Ustroniance głęboko wierzy się, że wkład w rozwój dzieci i młodzieży, jest bezcenną inwestycją.



Co wyróżnia wózki Linde od innych?

Linde Material Handling

Linde

Zabawne – nikt nie zadaje więcej tego pytania
po przejechaniu się jednym z naszych wózków.

Wózki tak różnorodne, jak stawiane
przed nimi zadania – **nowa seria E20-E50**

www.linde-mh.pl

tel. +48 22 420 61 00

ZAMEK W GRODZCU ŚLĄSKIM

Firma Ustroniana pełni także rolę mecenasu kultury. W roku 2004 prezes - Michał Bożek, swym rodowodem silnie związany ze Śląskiem cieszyńskim, odkupił zamek w Grodźcu Śląskim. Zaangażowanie się przedsiębiorstwa, znanego z inicjatyw społecznych, było jedynym rozwiązaniem ratującym tę perłę architektury Śląska Cieszyńskiego.* Dzięki mecenatowi Ustroniani, zamek jest ośrodkiem życia społeczno-kulturalnego. zabytkowy obiekt Zamek nie stał się prywatnym mieszkaniem. Obiekt pełni funkcję rezydencji-galerii, służy również celom muzealnym, poprzez gromadzenie dóbr kulturalnych. Prowadzone są konferencje, spotkania osób z kręgów nauki, miłośników kultury oraz pokazowe lekcje historii w ramach współpracy ze szkołami. Prezes firmy dąży do tego, by zamek w jeszcze szerszym stopniu pełnił funkcję kulturotwórczą. W tym celu chce udostępnić zbiory swej prywatnej biblioteki oraz wyodrębnić część zabytkowego obiektu dla zwiedzających. Jednocześnie właściciel rozlewni przeznaczył znaczne środki z prywatnego majątku na zabiegi konserwatorskie, nie tylko obiektów znajdujących się na zamku, ale także eksponatów z tutejszych muzeów. Dzięki społecznemu zaangażowaniu i opiece, jaką zapewnia Michał Bożek obiekt dziedzictwa narodowego sukcesywnie odzyskuje dawny blask.

* (W całej Polsce 50 % zachowanych po wojnie pałaców i dworów, nie zostało otoczonych opieką i ulegając stopniowemu zniszczeniu, popadło w całkowitą ruinę.)



Biografia Prezesa Zarządu firmy Ustroniana



Michał Bożek jedyny właściciel firmy Ustroniana. Kontynuuje tradycje biznesu rodzinnego, sięgające 1926 roku. Kariera zawodowa Michała Bożka ściśle związana jest z rozwijaniem firmy – jednej z największych polskich, produkujących wody i napoje, która zatrudnia ponad 500 osób. Przez wiele lat piastował stanowisko Prezesa unii, skupiającej najważniejszych udziałowców w rynku rozlewniczym. Członek komitetu założycielskiego Solidarność.

Wielokrotnie odznaczany za działalność charytatywną.

Michał Bożek, na wniosek Rady Ministrów, został odznaczony przez Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej, Aleksandra Kwaśniewskiego, brązowym oraz złotym krzyżem zasługi.

Z zamiłowania kolekcjoner dzieł sztuki.

Podejmując decyzje, kieruje się życiowym mottem: „Kto nie dąży do rzeczy niemożliwych, nigdy ich nie osiągnie”.

KRYSTALICZNIE CZYSTA WODA W TWOIM BIURZE



Logo, dające
gwarancję jakości

Krystalicznie czysta,
źródłana woda Ustronianka

Podajnik na kubki

Dozownik zimnej
i gorącej wody

Okapnik zapewniający
czystość urządzenia

Firma Ustronianka oferuje
usługę dostawy krystalicznie
czystej wody bezpośrednio
do firm.

Dzięki dystrybutorom wyposażonym w najnowocześniejsze systemy podgrzewania i chłodzenia, mogą Państwo delektować się krystalicznie czystą wodą w optymalnej temperaturze od 7 do 95°C.

W ramach usługi galonowej, klienci Ustronianki korzystają z najwyższej klasy urządzeń dozujących wodę. Proponowane dystrybutory otrzymały wszystkie atesty dla urządzeń mających kontakt z żywnością oraz certyfikat Polskiego Centrum Badań i Certyfikatów Gwarantując Państwu utrzymanie krystalicznej czystości naszej wody,

regularnie przeprowadzamy sanitację urządzeń. To co wyróżnia usługę, to przeprowadzanie jej w specjalnie do tego przygotowanych pomieszczeniach firmy Ustronianka. Wygodne przechowywanie butli galonowych, umożliwiają oferowane stojaki oraz regały.

www.ustronianka.com.pl



Historia współpracy pomiędzy USTRONIANKA i Linde Material Handling Polska

Początki współpracy

Początki współpracy z firmą Ustronianka – ogólnopolskim producentem wód mineralnych oraz napojów – sięgają wczesnej wiosny roku 2001. Tak więc mamy już za sobą ponad 10 lat współpracy!!! Pierwsze zakupy wynikały z rozbudowy nowoczesnych zakładów produkcyjnych w Ustroniu - Jelenicy oraz Białej. Niezbędnym warunkiem współpracy było zagwarantowanie efektywnej floty wózków widłowych przy założeniu bardzo wysokiej jakości zarówno produktu jak i obsługi. Jak się okazało wysokim wymaganiom firmy Ustronianka sprostała tylko firma Linde. Pierwszą transakcją był zakup 9 sztuk nowych wózków spalinowych H12T, H25T, H30T oraz kilku elektrycznych czołowych E12.

Wybór dostawcy

Bez wątpienia najważniejszymi cechami mającymi wpływ na wybór dostawcy wózków są przede wszystkim, napęd hydrostatyczny oraz dwupedałowy system sterowania jazdą. Wymienione cechy gwarantują klientowi niezawodne oraz komfortowe użytkowanie pojazdów, długi okres interwałów przeglądowych a co za tym idzie oszczędność czasu, a w efekcie zwiększenie oszczędności w użytkowaniu floty. Po pierwszym roku współpracy, który w pełni zaspokoili oczekiwania naszego Partnera co do jakości, niezawodności, bezawaryjności a także obsługi serwisowej – w Ustroniance podjęto kolejną decyzję o zakupie następnej partii charakterystycznych „niemieckich wózków w kolorze czerwonym”! Tym samym pod koniec roku 2002 firma Ustronianka posiadała już flotę wózków Linde, składającą się z 17 sztuk maszyn, głównie spalinowych i elektrycznych z przeciwwagą. Inwestycje w rozwój i unowocześnienie firmy przyczyniły się do rozbudowy przestrzeni magazynowej i do powiększenia floty o kolejne wózki elektryczne E16P serii 335 i spalinowe H14T już nowej serii 391 - z legendarnej i sprawdzonej przez tysiące klientów na całym świecie rodziny 39X. Maszyny te służą głównie do załadunku oraz rozładunku samochodów czyli do tzw. sztaplowania. Nie bez kozery, właśnie wózki Linde są wybierane przez klientów do tego typu aplikacji – sprzęt ten wg kalkulatora T.O.P. certyfikowanego przez TÜV Nord wypada najkorzystniej w stosunku do konkurencji na rynku! W tym okresie klient zakupił również typowe wózki

magazynowe, które w przypadku Ustronianki biorą udział w procesie produkcyjnym. Tak więc w roku 2007 sprawdzone jednostki Linde, które były z powodzeniem użytkowane od pięciu lat oraz wyżej wymienione nowe modele stanowiły w firmie Ustronianka flotę kilkudziesięciu sztuk.

Dzień dzisiejszy

Obecnie firma Ustronianka posiada trzy zakłady produkcyjne oraz sześć centrów dystrybucji wody w systemie galonowym. Fakt ten świadczy o ciągłym rozwoju Ustronianki, w którym firma Linde stara się być pomocna poprzez dostarczanie kolejnych maszyn, obsługę serwisową oraz w zakresie gospodarki magazynowej

Partnerstwo

Tak znacząca ilość zakupionych wózków marki Linde w okresie 10 lat świadczy o zdobytym zaufaniu Partnera biznesowego oraz o wysokiej jakości relacjach, które opierają się nie tylko na sprzedaży ale także na pełnej opiece posprzedażowej, zapewniającej stałą kontrolę oraz bezpieczeństwo floty.

Jesteśmy przekonani, że nasze ogromne doświadczenie oraz niezawodny sprzęt przyczyniają się w procesie realizacji założeń strategicznych firmy Ustronianka.

Zespół Linde jak zawsze pozostaje do usług!

Opracował: Jacek Pająk
Doradca Techniczno – Handlowy
Linde Material Handling Polska

Linde Material Handling

Linde

RUNDA DLA WYTRWAŁYCH

– Jacek Gulmantowicz –

Pamiętam mój pierwszy start w amatorskim turnieju golfowym. Spóźniłem się dobre 10 minut na odprawę, więc na wyznaczony mojej grupie dołek startowy wpadłem praktycznie bez tchu. Los chciał, że wylosowałem grupę starych wyjadaczy. Wszyscy grali prosto, daleko, perfekcyjnie. Potężny stres i zmęczenie zrobiły swoje. Moje pierwsze 10 piłek wylądowało w wodzie, w lesie, za ogrodzeniem i w innych dziwnych miejscach. Praktycznie spaliłem się ze wstydu. Wtedy zrozumiałem, jak łatwo można znienawidzić tę grę... lub pokochać.



Od wielu lat słyszę od ludzi, że golf musi być niesamowicie nudny. Uważam, że to ostatnia rzecz jaką można powiedzieć o tym sporcie. Aby długo nie przekonywać, powiem tylko tyle, że nie znam ani jednej osoby, która nauczysz się grać, zrezygnowała później z tego sportu. Co więcej. Każdy wciągnął do gry swoją rodzinę i znajomych. Jak widać coś w tym musi być.

Podstawy nałogu

Golf to zasadniczo bardzo prosta gra. Za pomocą posiadanych kijów golfowych, musimy jak najmniejszą liczbą uderzeń, umieścić piłkę w kolejnych 18 –stu dołkach. W teorii brzmi to banalnie. O ile fakt, że samo trafienie w piłkę dla początkującego jest trudne, nieco komplikuje sprawę, to dodanie informacji o tym, że niektóre dołki mają ponad 500m. długości, zmienia znacząco wizję spokojnej i łatwej gry.

Najważniejsza w golfie jest wytrzymałość psychiczna oraz powtarzalność wykonywanego uderzenia. Pamiętajmy, że przeciętny golfista podczas jednej rundy przechodzi około 7km i wykonuje około 100 uderzeń. Jeśli miałeś kiedyś okazję spróbować tej gry, podczas jakiegoś pikniku firmowego, to przypomnij sobie, ile piłek uderzyłeś prosto (zapomnijmy na razie o odległości). A wszystkie uderzenia wykonywałeś z idealnie płaskiej powierzchni maty treningowej.

Wyobraź sobie teraz, że uderzasz stojąc zgarbiony pod krzakiem, piłka leży przysłonięta wysoką trawą, a jeśli nie trafisz jej idealnie, to z całą pewnością wylądujesz w jeziorze, które ciągnie się po prawej stronie dołka. I co wtedy robi przeciętny golfista? Wyciąga najbardziej ryzykowny kij

i próbuje umieścić piłkę, jak najbliżej flagi. I to właśnie jest golf. Oczywiście w 90% mu się to nie udaje i wpada w jeszcze większe tarapaty, ale to ciągle zmaganie się z trudnymi sytuacjami i radość z udanych uderzeń przyciąga do golfa coraz więcej osób.

Po latach mogę powiedzieć jedno – golf, z całą pewnością, jest najtrudniejszą grą na świecie. Na szczęście daje mnóstwo frajdy zarówno początkującym, jak i zaawansowanym graczom. Nawet po kilku lekcjach może Ci się zdarzyć uderzenie, którego nie powstydziliby się sam Tiger Woods. I to właśnie pcha Cię dalej do gry.

Dlaczego się cieszyć z birdie

Postronna osoba słuchając relacji golfisty z rozegranej rundy uzna ją za bełkot. Golf, podobnie jak inne sporty, ma swoją nomenklaturę i swoją (dostosowaną) etykietę. Co należy wiedzieć na początku?

Pełnowymiarowe pole ma 18 dołków. Na każdym dołku startujemy z tee i kończymy na greenie (specjalnie przystryżone miejsca). Długość dołków (odległość z tee do greenu) wynosi zazwyczaj od 100 do 500 metrów. Dołki podzielone są więc na 3 grupy – PAR 3, PAR 4 oraz PAR 5. Liczba oznacza tutaj ilość uderzeń, za pomocą których zawodowiec powinien ukończyć dany dołek. Tak więc dołki do 200m. mają PAR 3, 200 – 380m. PAR 4, a dłuższe PAR 5.

I to w zasadzie wszystko, co powinna wiedzieć osoba początkująca. Oczywiście, reguły golfa to całkiem gruba książeczka, ale najstarsza zasada mówi: „uderzaj piłkę, tak jak leży” i w niej leży sól tej gry. Czyli nie poprawiamy piłki, nie dotykamy jej – po prostu uderzamy dalej. Poprawnie dedukując dojdziemy do wniosku, że najlepiej za każdym razem łądować na płaskim terenie i na pięknie przyciętej trawie, gdyż to ułatwi nam uderzenie. I dokładnie o to chodzi! Na każdym dołku tee „połączone jest” z greenem właśnie takim pasmem pięknie przyciętej trawy – nazywamy go fairway. Problem polega na tym, że fairway ma zazwyczaj tylko 40 –50 metrów szerokości. Jeśli więc uderzysz lekko w bok, leżysz już w tzw. rough (czyt. w rafie), a więc w zdecydowanie wyższej trawie, z której trudniej jest uderzyć. Aby nie było za łatwo, dodatkowo całe pole usiane jest różnymi przeszkodami np. bunkrami z piaskiem, drzewami, zbiornikami wodnymi. Wszystko to sprawia, że gra jest trudniejsza, ale pole piękniejsze, a rywalizacja bardziej zacięta i ciekawa.

Z kim i jak mam grać

Rywalizacja to coś, na czym bazuje cała idea golfa i w czym leży źródło jego niesamowitego sukcesu. Mało osób w Polsce zdaje sobie sprawę z tego, że na świecie, więcej osób gra w golfa niż w piłkę nożną! Poza rywalizacją z samym sobą i ciągłym doskonaleniem swoich umiejętności, w golfie masz realną szansę pokonania praktycznie każdego innego gracza! Dzięki systemowi handicapowemu mogą ze sobą w uczciwej walce rywalizować gracze o zupełnie różnych poziomach umiejętności. To Twój handicap mówi, jak dobrze umiesz grać. Im niższy, tym lepiej. Najprościej mówiąc handicap, to ilość dodatkowych uderzeń, które „należą ci się” na polu. Gdy zaczynasz przygodę z golfem otrzymujesz HCP=36. Oznacza to, że w stosunku do gracza o HCP 0 masz 36 dodatkowych uderzeń na polu. Czyli na każdym dołku masz po 2 uderzenia forów. Tym sposobem, podczas gry oceniania jest faktyczna dyspozycja zawodnika danego dnia i każdy ma szansę wygrać. Oczywiście handicap gracza jest uaktualniany po każdej grze turniejowej, dzięki czemu zawsze odzwierciedla jego poziom gry. Czy oznacza to, że trzeba rzucać się na najlepszych? Oczywiście, tak jak w każdym sporcie, największą przyjemność daje rywalizacja z osobami na podobnym poziomie. Nietrudno domyślić się, że gracz z niskim HCP po kilku dołkach z zupełnie początkującym zawodnikiem może stracić cierpliwość. Dlatego właśnie najlepiej zacząć grać z osobami, z którymi rozpoczynaliśmy naszą naukę lub nieco lepszymi.

Gdzie grać i jak zacząć... oraz ile to kosztuje.

To trzy pytania, które od wielu lat słyszę najczęściej. Nikt nie spodziewa się, że klub golfowy ma praktycznie pod nosem, a żeby zacząć pierwsze treningi wcale nie trzeba być „wprowadzonym” w to środowisko. Mit niedostępności golfa niestety nadal funkcjonuje w naszym kraju, pomimo tego, że od lat z nim walczymy. Muszę jednak przyznać, że właśnie ta lekka otoczka nieznane-go, dla wielu osób działa zachęcająco. Tak – w porównaniu z np. piłką plażową golf to sport elitarny. Nie oznacza to jednak, że jest to sport drogi. Aby być konkretnym – uważam, że każdą osobę, która zarabia nieco ponad średnią krajową bez problemu będzie stać na ten sport. Podstawowe szkolenie grupowe można znaleźć już za 400 – 500 zł. A obejmuje ono 10 godzin zajęć, wypożyczenie sprzętu i piłek oraz opiekę profesjonalnego trenera. Na pierwsze spotkanie wystarczy zabrać obuwie sportowe oraz koszulka polo. Ogólnie, nie zalecam przychodzenia na pole golfowe w jeansach i szpiłkach. W zasadzie to jedyne obostrzenia dotyczące ubioru. Aby rozpocząć naukę nie są potrzebne kije, specjalistyczne buty, rękawiczki!



Wystarczy odrobina zapалу, resztę zapewni klub golfowy. Obecnie w Polsce w golfa można grać praktycznie w każdym większym mieście. Mapę obiektów można znaleźć m.in. na stronie www.playgolf.pl, a mamy ich do dyspozycji blisko 60. Do zrealizowania podstawowego kursu wystarczy nawet driving range, czyli tzw. strzelnica golfowa. Świętą zabawę zapewnią również pole 6 –cio czy 9 –cio dołkowe. Jeśli mieszkasz w większym mieście, z pewnością w pobliżu znajdziesz również pełnowymiarowe 18 –dołkowe pole golfowe. Do obiektów golfowych polecam podchodzić jak do każdego innego obiektu sportowo-rekreacyjnego. Można przyjechać niezapowiedzianym lub dowiedzieć się wszystkiego telefonicznie.

Opowieści o zamkniętych klubach, do których wpuszczani są wyłącznie nieliczni, możemy spokojnie włożyć między bajki.

Biznes to golf, golf to biznes

Mój dobry znajomy powiedział kiedyś, że golf i biznes to, to samo. Po latach muszę przyznać, że miał rację. Podobieństw jest bardzo wiele, różnic bardzo mało. Najważniejsza to ta, że nigdy nie można się poddawać, a porażka wpisana jest w samą ideę tego sportu. Liczy się tylko to, jak sobie z nią poradzisz i czy na kolejnym dołku staniesz zdruzgotany, czy znowu gotowy do walki. Właśnie to, szlifujące charakter, podobieństwo sprawiło, że na całym świecie golf jest ulubio-



nym sportem biznesmenów. Standardem jest wychodzenie z kontrahentem na rundę golfa. Jest to niezastąpione narzędzie podtrzymywania relacji, jak i zawierania nowych kontaktów. O tej niesamowitej mocy golfa przekonało się również wiele polskich firm. Swoje projekty lojalnościowe i sprzedażowe m.in. na golfie opierają Mercedes-Benz, Volvo, BMW, Deutsche Bank, Citi Handlowy i wielu innych. Po narzędzie to sięgają również mniejsze firmy. Nie trzeba być od razu sponsorem dużego turnieju, aby skorzystać z mocy golfa. Wystarczy zaprosić klientów lub pracowników na piknik golfowy, podczas którego każdy będzie mógł spróbować swoich sił w tym sporcie. Jeśli mu się spodoba – ta pasja pozostanie już z nim na zawsze.

Raj na ziemi

Jednym z powodów, dzięki którym golf się nigdy nie znudzi jest dostępność i różnorodność samych pól. W Polsce mamy ich około 20 (pełnowymiarowych 18 –dołkowych), w Europie ponad 6.000, a na świecie blisko 35.000! Jeśli dodamy do tego fakt, że zazwyczaj są to przepięknie ukształtowane tereny zielone, mamy już gotowy powód do rozpoczęcia podróży golfowej. Miałem przyjemność grania na kilkudziesięciu polach golfowych na całym świecie. Nie ma nic wspanialszego niż widok nowego pola golfowego. Szczególnie, jeśli jest to wiekowy obiekt, z pięknym starodrzewem i starannie utrzymaną trawą. Każde nowe pole, to nowe doznania i nowe wyzwania. Podczas gry w Salobre Golf na Gran Canarii, przekonałem się że gra ponad szeroką na 150 i głęboką na 50 metrów rozpadliną potrafi dostarczyć dużo emocji. W Gloria Golf w Turcji nauczyłem się, że częste wpadanie do gęstego lasu piniowego nie jest najlepszą metodą na dobry wynik. Każde nowe pole, to nowe wyzwanie dla naszych umiejętności i nowe doświadczenia. Przede wszystkim jednak to sposób na przyjemne spędzenie popołudnia w gronie sympatycznych ludzi o podobnej pasji jak nasza. Warto tutaj zaznaczyć, że również w Polsce mamy kilka perełek, które koniecznie trzeba odwiedzić. Osobiście szczególnie polecić mogę Toya Golf &CC we Wrocławiu, Rosa Private Golf Club pod Częstochową oraz Sierra Golf w okolicy Trójmiasta. To obiekty, które powstały z pasji właścicieli i zapewniam, że widać to na każdym kroku. To miejsca, w których można się zakochać nawet nie dotykając kija golfowego.

Na zakończenie

Powróć jeszcze na chwilę do mojego pierwszego turnieju. Po tragicznych pierwszych 3 dołkach byłem bliski zejścia z pola. Moje uderzenia były tragiczne, a piłki lądowały zupełnie w innych miejscach niż zamierzałem. Wtedy z pomocą przyszli koledzy z mojej grupy. „Nie przejmuj się. Każdy z nas przez to przechodził i nadal nam się to jeszcze zdarza. Ciesz się grą i nie przejmuj się wynikiem”. I muszę powiedzieć, że rada przyniosła skutek. Pozostałe dołki zagrałem na dobrym poziomie, nie ustępując moim partnerom. Nawet na 16 dołku uzyskałem pierwsze birdie w życiu, czyli zagrałem poniżej par. I właśnie to zagranie wspominałem, siedząc po rundzie z nowymi znajomymi z mojej grupy, popijając zimne piwo i spoglądając na wspaniały 18 – dołek Toya Golf. I to właśnie jest golf – masa porażek, kilka spektakularnych sukcesów i miłe wspomnienia. A to wszystko zamknięte w 18 – dołkowym polu golfowym i w głowie gracza. Ostrzegam – ten sport naprawdę wciąga i to na całe życie.



Opracował Jacek Gulmantowicz

– Prezes Zarządu G24 Group

W przeciągu ostatnich 8-iu lat, wraz ze spółką Golf24, tworzył rynek golfa w Polsce. Dzięki jego działaniom powstały liczne cykle turniejów, ogólnopolski program promocji “Play-Golf”, a także sprowadzona została do kraju zawodowa liga European Challenge Tour, z pulami nagród sięgającymi 600.000 zł.

Na co dzień łączy dwie pasje: marketing i sprzedaż. Należy do nielicznej grupy osób w Polsce, które w praktyce zajmują się pozyskiwaniem i obsługą milionowych budżetów sponsoringowych i lojalnościowych.

W swojej karierze przygotowywał projekty m.in. dla Volvo, Lexus, Deutsche Bank, BMW, TUI, Euler Hermes, Mercedes-Benz, DHL i wielu innych światowych gigantów. Jego wypowiedzi wielokrotnie były cytowane przez Gazetę Prawną, Gazetę Wyborczą, CMO, Brief, Media & Marketing i wiele innych pism branżowych.

Na co dzień pasjonat golfa oraz sportów motorowych.



WAŻNE SĄ RELACJE

– Jan Robert Samsel –

Istnieją trzy osoby o kluczowym znaczeniu dla przedsiębiorstwa, które pragnie odnieść sukces na rynku:

1. Zadowolony pracownik, który walczy o sukces firmy.
2. Zadowolony klient, który wiąże się z firmą i przekazuje o niej dobrą opinię.
3. Zadowolony partner, dzięki któremu wspólne korzyści zwiększają efektywność obustronnych działań.

Czy jest możliwe osiągnięcie synergii tych elementów w dużej organizacji? Tak!

SG Equipment Polska jest znana na rodzimym rynku jako spółka oferująca wyspecjalizowane usługi finansowe takie jak leasing, pożyczkę, wykup wierzytelności, ubezpieczenia, a także – w ramach współpracy z dostawcami – programy vendorskie. W skali globalnej stanowi jednak element większej organizacji – należy bowiem do Societe Generale Equipment Finance posiadającej, poza Polską, przedstawicielstwa w 24 krajach na świecie. Sama Societe Generale Equipment Finance jest częścią międzynarodowej grupy kapitałowej Societe Generale. W skład holdingu wchodzi też wiele innych firm działających na wszystkich kontynentach

i chociaż są organizacyjnie i decyzyjnie niezależne od Societe Generale, istnieją jednak pewne wspólne elementy wpisujące się w ich strategiczne działania.

Od marca tego roku ruszyła nowa kampania Societe Generale bazująca na silnym przesłaniu do klientów i pracowników: „Building Team Spirit Together” (Wspólnie tworzymy poczucie zespołu). Kampania ta jest częścią programu o nazwie „Ambition 2015”, którego celem jest uczynienie Societe Generale przykładem instytucji świadczącej usługi finansowe oparte na relacjach. W tym roku nastąpiła także zmiana nazwy SG Equipment

„Team Spirit”
To postawa lub kierunek myślenia, które, w określonym kontekście, preferują grupę bardziej niż jednostkę.

Finance na Societe Generale Equipment Finance, co ma podkreślać wspólne wartości leżące u podstaw działań Grupy.

Silna obietnica dla klientów.

Dla Societe Generale banki są przede wszystkim firmami świadczącymi usługi, a relacja z klientem zawsze pozostaje ośrodkiem tych usług. To przeświadczenie stanowi podstawę nowego przesłania Grupy. Obietnica wspólnego tworzenia poczucia zespołu oddaje sens nowoczesnych relacji, które firma ma nadzieję tworzyć z klientami – zrównoważonych i długoterminowych, które pomogą klientom w realizacji ich projektów.

Przesłanie wewnętrzne.

„Wspólnie tworzymy poczucie zespołu” to także wewnętrzne credo zmian zaplanowanych przez Grupę. Połączenie umiejętności, zapoczątkowanie synergii, wykorzystanie najlepszych praktyk i zasobów po to, aby ulepszyć obsługę – przesłanie jest tak samo bogate w znaczenia dla pracowników, jak dla klientów. Na marginesie zmian, poczucie zespołu jest silną wartością w Societe Generale, zakotwiczoną w kulturze managerskiej i doświadczeniu. Jako wartość uniwersalna, ma moc by połączyć wszystkich pracowników Grupy na świecie.

Dyrektor zarządzający Grupy Frederic Oudéa ujął to następująco: „Jesteśmy przekonani, że to właśnie dzięki działaniom podejmowanym wspólnie z klientami i wewnątrz firmy uda się postawić nas jako przykład instytucji finansowej opartej na relacjach. Mobilizujemy w tym celu wszystkich naszych pracowników i zasoby, którymi dysponujemy. Wiemy, jak ważne jest, by satysfakcja klienta nie została podważona, jest przecież osiągnięta poprzez ciągły wysiłek i działania: to właśnie tworzy znaczenie naszego programu i nowej kampanii, jednoczy nas i prowadzi do celu. Tak rozumiemy nasze powołanie jako finansistów i tak chcemy być pomocni naszym klientom oraz szeroko pojętej ekonomii w świecie gwałtownych przemian.”

Czym jest „Team Spirit”?

To postawa lub kierunek myślenia, które, w określonym kontekście, preferują grupę bardziej niż jednostkę. Należy rozróżnić między dobrą

atmosferą w miejscu pracy, a poczuciem zespołu, między przyjemnością i uprzejmością, a umiejętnością pracy w zespole. Nie musisz mieć obok siebie swojego przełożonego, żeby mile spędzić wieczór w towarzystwie kolegów z pracy, ale każdy z nas potrzebuje kolegów, żeby wzbudzić motywację i ukierunkować ducha współpracy na osiągnięcie celów. Połączenie poczucia zespołu z wizerunkiem firmy pomaga w udoskonaleniu i uatrakcyjnieniu tego ostatniego, stwarza wartość, z którą każdy może się identyfikować ponieważ często jest ona bardziej namacalna, niż globalne zagadnienia dotyczące firmy. Promując ducha współpracy, organizacja wykorzystuje zarówno sumę inteligencji indywidualnej, jak też powstającą inteligencję zbiorową. Decydując się na wzmacnianie wzajemnej pomocy, umiejętności cross-biznesowych, współdzieleniu pomysłów i najlepszych praktyk dopingujesz firmowe rezultaty. Inny efekt, mniej wymierny, lecz równie rzeczywisty występuje, kiedy podczas pracy zespołu określonej przyjaznymi i sprawiedliwymi zasadami osiągasz większe zaangażowanie poszczególnych członków zespołu.

Nie zmienia to faktu, że poczucie zespołu w miejscu pracy utrzymuje się niezależnie od naszych starań. Naturalnym zjawiskiem jest pozostawianie mu swobody, a tradycyjne metody zarządzania wspierają to właśnie, co jest naturalne. Struktura corocznych wywiadów w celu dokonania oceny pracowników powinna uwzględniać wkład osiągnięty dzięki współpracy cross-biznesowej. Pracownicy posiadający wykształcenie inżynierskie lub po szkołach ekonomicznych są bardziej skłonni do angażowania się w tworzenie ducha zespołowego, niż ci, którzy ukończyli tradycyjny uniwersytet kultywujący jednostkę i indywidualizm.

Firma powinna charakteryzować się podejściem globalnej spójności osiąganą poprzez zapoczątkowanie synergii komunikacji, polityki zarządzania zasobami ludzkimi (rozwój kariery, międzybiznesowe ścieżki rozwoju kariery, integracja nowych pracowników) i kierownictwa (współpraca zespołów, zarządzanie projektami) wspomaganych organizacją różnych imprez, które tchną życie do organizacji. Drużyny piłki nożnej, rozgrywki tenisa, maratony... sport dobrze się sprawdza w tym obszarze, ponieważ bycie razem jest jego nieodłączną częścią. Niektóre sportowe maksymy mogą zostać przeniesione w środowisko pracy. Docenienie sukcesu kolektywnego równie mocno, jak sukcesu indywidualnego pomaga ludziom zrozumieć, że jako zespół mogą osiągnąć więcej, niż jako jednostka. Powinniśmy także unikać kreowania tzw. gwiazd, ponieważ posiadanie w zespole gwiazdy niekoniecznie oznacza dobre wykonanie zadania.



SG Equipment Leasing Polska współtworząc jeden z trzonów biznesowych Grupy Societe Generale i jako jedna z wiodących na polskim rynku firm specjalizująca się w finansowaniu ruchomych środków trwałych i oferowaniu rozwiązań dla dostawców, działa odwołując się do doświadczenia i wiedzy o polskim rynku oraz szerokiego spektrum możliwości oferowanych przez Grupę. Oznacza to, że staramy się wykorzystywać własne zasoby, ale też wspierać osiągnięciami wypracowanymi przez 151 tys. pracowników Societe Generale na świecie.



Opracował:

Jan Robert Samsel

Członek Zarządu

Dyrektor Departamentu Sprzedaży

i Marketingu SG Equipment Leasing

Polska Sp. z o.o.

SOCIETE GENERALE
Equipment Finance

Leasing to nie galery



Take it l'easy!

Nie męcz firmy. Leasing z nami to przyjemność.
Świetna znajomość rynku, procedur i rozwiązań legislacyjnych, obsługa na najwyższym poziomie i bezpieczeństwo finansowe gwarantowane przez największą Grupę Leasingową w Europie.
Tak rozumiemy leasing w nowoczesnym wydaniu dla Twojej firmy.



SOCIETE GENERALE GROUP

We support. **You succeed.**

www.sgef.pl



LaMachine Spider, ekstrawagancki projekt zbudowany na komponentach hydraulicznych Linde.

SYSTEM STEROWANIA HYDRAULIKĄ LINDE

– Roland Żabierek –

Napędy hydrauliczne stanowią drugą co ilości stosowanych źródeł energii po silnikach elektrycznych, grupę na świecie. Rozwój najnowszych technologii pomiarowych, dostępność i powszechność precyzyjnych obrabiarek numerycznych sprawiły, że koszty produkcji podzespołów napędów hydraulicznych znacznie spadły. Ten „boom” w rozwoju i powszechności zastosowania tych nośników energii zaczął się w latach 80-tych ubiegłego wieku.

Od tego czasu obserwuje się, że udział tzw. mobilnych układów hydraulicznych stanowi niemal połowę całkowitego potencjału hydrauliki na świecie. Stąd też hydraulika mobilna stanowi ważny filar w aplikacjach hydraulicznych i znajduje zastosowanie m.in. w:

- maszyny budowlane, górnicze, hutnicze,
- pojazdy szynowe, drogowe, komunalne
- maszyny leśne i rolnicze, ciągniki rolnicze
- maszyny do przemysłu tworzyw sztucznych i gumy
- lotnictwo

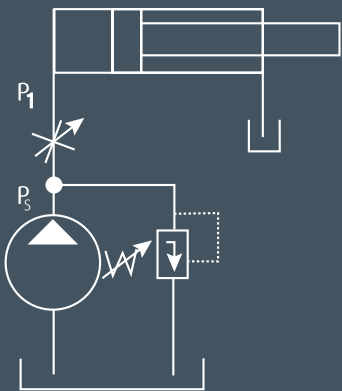
Linde Hydraulics to nie tylko renomowany i najstarszy producent podzespołów napędów hydrostatycznych na świecie. Być może nie wielu wie, ale Linde Hydraulics to prekursor w technologii sterowania hydrauliką siłową Load Sensing.

Podobnie jak w wielu innych dziedzinach przemysłu tak w branży hydrauliki siłowej dostrzegalny jest trend do tworzenia fuzji pojedynczych firm i globalizacji wielkich przedsiębiorstw. Tak np. jak podają źródła na przełomie XX i XXI wieku w sektorze maszyn rolniczych nastąpiła koncentracja z 16 niezależnych producentów do 3 przedsiębiorstw o zasięgu światowym utrzymujących dotychczasowe nazwy producentów. Jak wcześniej wspomniano tendencje te mają także miejsce wśród światowych producentów hydrauliki. Zapewnioną przyszłość mają Ci producenci, którzy oferują kompletny zakres komponentów, systemów i elektroniki dla danej branży. Do takich światowych producentów napędów hydraulicznych, których produkty mają zastosowanie w nowoczesnych maszynach na całym świecie należy m.in. Linde Hydraulics z Niemiec. Przykładem na tworzenie wielkich fuzji gwarantujących zwiększenie asortymentu może być umowa o współpracy handlowej zawarta w połowie 2010 r. pomiędzy Linde Hydraulics a amerykańskim producentem m.in. podzespołów hydrauliki siłowej i napędów hydrostatycznych Eaton Corp. Obydwie firmy powiększyły swoje portfolio produktów o asortyment jakiego do tej pory nie posiadały. Firma Linde Hydraulics jako producent wysokociśnieniowych pomp, silników hydraulicznych uzupełniła swój asortyment o podzespoły hydrauliczne tzw. „średniociśnieniowe” jakie produkuje Eaton w USA. Z kolei amerykański partner posiada teraz w swej ofercie produkty Linde z Europy.

Linde Hydraulics to nie tylko renomowany i najstarszy producent podzespołów napędów hydrostatycznych na świecie. Być może nie wielu wie, ale Linde Hydraulics to prekursor w technologii sterowania hydrauliką siłową Load Sensing. Po raz pierwszy własny system sterowania

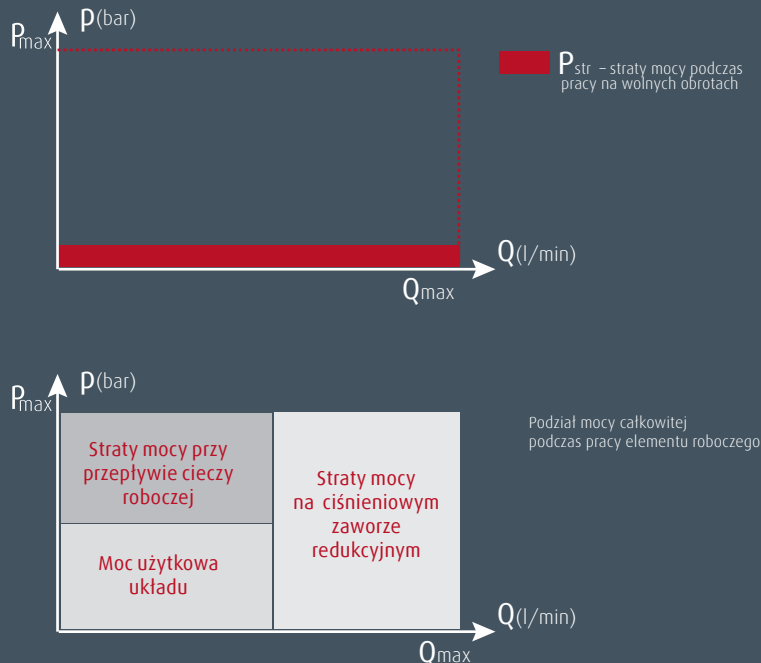
Klasyczne układy hydrauliczne - problemy

Klasyczny układ hydrauliczny przedstawiony na rysunku nr 3 składa się z pompy o stałej wydajności (jeszcze bardzo często stosowane pompy zębate) która wytwarza przepływ cieczy o stałym natężeniu za każdym jej obrotem, zaworu regulującego przepływ jak i odbiornika. (Weise 2009)



Rys nr 1. Schemat klasycznego układu hydraulicznego

Dla zabezpieczenia tego układu przed pękaniem węży i połączeń rurowych niezbędny jest zawór bezpieczeństwa. Sytuacje takie mają miejsce gdy np. siłownik osiągnie już swoje maksymalne położenie a pompa wciąż tłoczy ciecz roboczą. Gdy



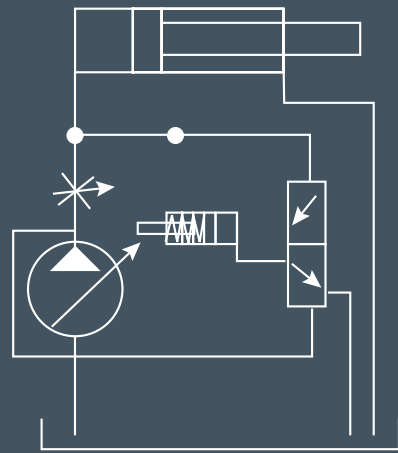
Rys nr 2. Wykres mocy (P) i strat (Pstr) w klasycznym układzie hydraulicznym z pompą o stałej wydajności.

moc hydrauliczna nie jest wykorzystywana, ciecz robocza płynie z pompy bez wykonania pracy przez element roboczy przez tzw. obwód neutralny z powrotem do zbiornika. System ten w swoim działaniu prosty, przejrzysty i nieskomplikowany jednak ma kilka poważnych wad. Problemem jest to, że każdy element roboczy w układzie nie może pracować niezależnie. W sytuacji gdy jeden element roboczy jest napędzany a następnie kolejny, powoduje to obniżenie prędkości roboczej tego pierwszego elementu. Kiedy energia hydrauliczna nie jest potrzebna, cała objętość oleju i tak zostaje przepchnięta tyle, że pod niskim ciśnieniem. Do tego dochodzą spore straty szczególnie w układach z dużą ilością cieczy roboczej. Dodatkowe straty pojawiają się w momencie przepływu cieczy przez zawory oraz regulatory. Dalsze straty dochodzą gdy system prócz zaworu regulującego ciśnienia nie posiada dodatkowych regulatorów ciśnienia. Wówczas cały strumień cieczy roboczej nim dopłynie do elementu roboczego, przytłacza pod wysokim ciśnieniem pomimo, że tylko niewielka jego część zostanie wykorzystana. Pozostała część cieczy roboczej będąca pod wysokim ciśnieniem przepływa przez zawór regulacyjny.

Te zależności pomiędzy stratami całego układu przedstawia rys nr 2. Obrazuje on ciśnienie (p) w funkcji natężenia strumienia cieczy roboczej (Q). Moc hydrauliczna jest „produktem” ciśnienia i natężenia strumienia cieczy.

Idea ciśnieniowej redukcji Load Sensing

Aby zapobiec opisanym powyżej problemom, jak straty czy jednocześnie oddziaływanie zwrotne poruszanych elementów roboczych został opracowany i zastosowany system Load Sensing. Jednym z pionierów w tej dziedzinie jest Firma Linde Hydraulics. Jako jedna z pierwszych firm na świecie w 1984 r. wprowadziła własny system sterowania hydrauliką pod nazwą Linde Synchron Control (LSC).



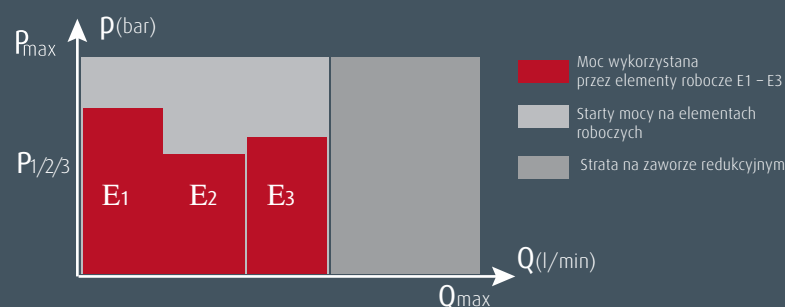
Rys nr 3. Schemat systemu Load Sensing z pompą o zmiennej wydajności.

System ten może współpracować z jedną pompą hydrauliczną. W zależności od potrzeb jednocześnie może być sterowanych kilka odbiorników. Wydajność pompy hydraulicznej może, dzięki temu systemowi, być dopasowana do potrzeb.

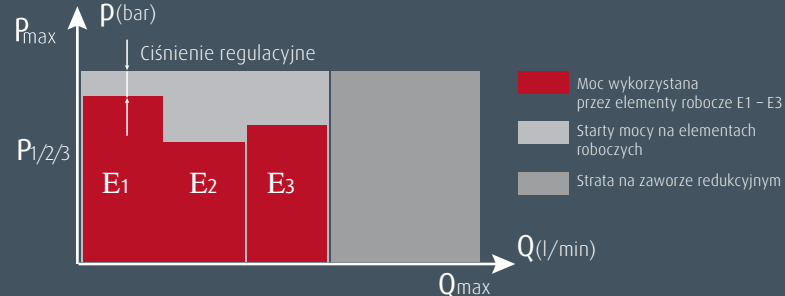
Aby układ mógł pracować w pożądanym sposób niezbędny jest specjalny układ sterujący. Ważnych jest wiele elementów które uzupełniły klasyczny układ hydrauliczny. Najczęściej stosowane pompy tłokowe wyposażone są w ruchome płyty oporowe których ruch powoduje zmianę wydajności pompy. Korzyści wynikające z ich zastosowania to kompaktowa i zwarta budowa oraz uzyskanie tzw. elastycznego wałka pędnego. Istnieje możliwość zabudowania kilku pomp w jeden układ np. hydraulika masztu wózka widłowego Linde o udźwigu 32 ton.

Pompy z ruchomą płytą oporową dużo szybciej reagują na sygnał regulacyjny i pozwalają odpowiednio pokierować strumieniem cieczy roboczej. Kąt wychylenia płyty oporowej jest ograniczony. Każdy z producentów pomp ma swoje opatentowane rozwiązania i kąty wychylenia płyt. Waha się od 17 do 23°.

Kiedy moc hydrauliczna nie jest potrzebna, regulator ustawia płytę pompy w pozycji „0”. W położeniu neutralnym „0” układ dołotowy do pompy zostaje zamknięty a to z kolei eliminuje straty w obiegu neutralnym.



Rys nr 4. Wykres mocy wykorzystanej i jej strat w klasycznym układzie hydraulicznym z kilkoma elementami roboczymi.



Rys nr 5. Wykres mocy wykorzystanej i jej strat w układzie hydraulicznym z Load Sensing z kilkoma elementami roboczymi.



hydrauliką Linde Synchron Control (LSC) został zaprezentowany przez Linde w 1984r. Idea systemu LSC jest bardzo prosta. Wydajne sterowanie hydrauliką wielu odbiorników jednocześnie w zależności od chwilowego zapotrzebowania przy minimalnym zużyciu energii i najdłuższej żywotności wszystkich podzespołów.

Cała tajemnica i „know-how” firmy Linde leży we własnej konstrukcji i odmiennym sposobie działania rozdzielaczy, regulatorów, zaworów i płyt zaworowych układów hydraulicznych w porównaniu z tradycyjnymi systemami Load Sensing. Dzisiaj stosowanie układów Load Sensing jest bardzo powszechne i znajduje także zastosowanie u innych producentów napędów hydrostatycznych.

Bardzo ciekawym i jednocześnie innowacyjnym przykładem wdrażania przez Linde Hydraulics nowości w rozwoju technologii Load Sensing było zastosowanie po raz pierwszy zaworu regulacyjnego o przepływie aż 600l/min. Jest to model VW 30, który znajduje zastosowanie u największych producentów maszyn na świecie, gdzie wykorzystywana jest hydraulika a w szczególności hydrostatyczny układ przeniesienia napędu. Jego wprowadzenie na rynek spowodowało „przełamanie” trudności technicznych w sterowaniu podzespołami hydraulicznymi o tak dużym przepływie.

Jak działa system Linde Synchro Control?

Praca każdej maszyny i urządzenia wyposażonego w układ hydrauliczny to suma różnych cykli pracy tak pod pełnym obciążeniem, częściowym jak i bez obciążenia na luzie. Taka praca wymaga także chwilowych, bardzo krótkich poborów energii charakteryzujących się bardzo wysokim ciśnieniem i przepływem trwającym kilka sekund.

Water Less®

Mniej uzupełniania – więcej korzyści dla klienta

EnerSys
Power/Full Solutions



Dłuższe działanie – rzadsze uzupełnianie elektrolitu

Hawker Water Less® to nowa, wydajna bateria trakcyjna oparta na najnowszej technologii i charakteryzująca się wyjątkowymi właściwościami. Water Less® cechuje większa elastyczność oraz przedłużenie czasu użytkowania przez obniżenie częstotliwości uzupełniania poziomu elektrolitu do 4, 8 lub 13 tygodni – w zależności od metody ładowania.

Więcej korzyści dla Klienta:

- Zmniejszone wymagania konserwacyjne – więcej oszczędności
- Prostowniki 50 Hz i HF – większa elastyczność
- Sprawdzona technologia PzS – więcej opcji
- Pełen zakres DIN, 3 typy PzB
- Zastosowania – większe obciążenia Water Less
- Mniej oznacza więcej

HAWKER

Biura handlowe

Bielsko-Biała
ul. Leszczyńska 73
43-300 Bielsko-Biała
tel. (033) 822 52 06
(033) 822 52 08
fax (033) 822 52 07

Gdańsk
ul. Grunwaldzka 48/50
80-241 Gdańsk
tel. (058) 762 07 35
(058) 762 07 36
fax (058) 762 07 37

Jelenia Góra
ul. Sobieskiego 19
58-500 Jelenia Góra
tel. (075) 752 45 59
fax (075) 752 46 29

Poznań
ul. Warszawska 43
61-026 Poznań
tel. (061) 650 31 15
fax (061) 650 31 16

Warszawa
ul. Gizów 6
01-249 Warszawa
tel. (022) 634 07 26
(022) 634 07 30
fax (022) 634 07 29

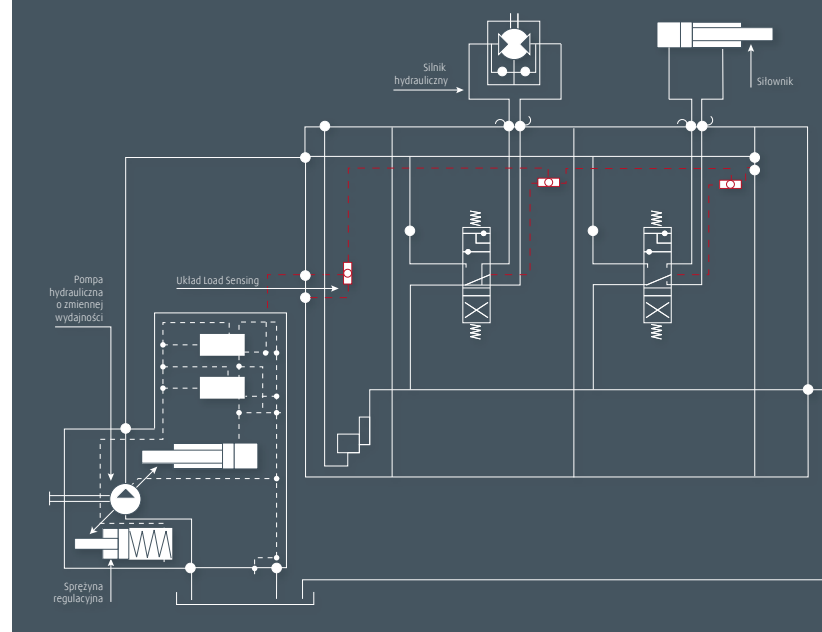
www.enersys-emea.com



Każdy z odbiorników, niezależnie od ilości posiada własny regulator ciśnienia. W trakcie pracy maszyny poprzez oddzielny sposób pomiaru ciśnienia, każdy odbiornik otrzymuje tyle energii w postaci ciśnienia (P) oraz strumienia (Q) ile potrzebuje. Przekładając to na realne warunki pracy wózka widłowego Linde model H160 u udźwigu 16 ton oznacza to, że operator może np. wykonywać kilka funkcji jednocześnie

tn. jechać do przodu, podnosić ładunek do góry, przechylać maszt i skręcać tylną osią. Jednak co ważne, wszystkie elementy robocze w tym przypadku siłowniki podnoszenia, przechyłu, skreću kół czy silniki jazdy otrzymują tyle energii ile operator oczekuje. Dodatkowo wentylatory chłodnic silnika i oleju są także napędzane hydraulicznie. Oznacza to nieporównywalnie mniejsze zużycie energii (paliwa) i oszczędność na czasie.

Rys nr 6. Schemat instalacji hydraulicznej maszyny leśnej z systemem Load Sensing (Manasek 2000).



I również w tych sytuacjach największą korzyść dla użytkownika danej maszyny niesie system Linde Synchro Control.

Badania porównawcze wykazały, że maszyny i urządzenia, w tym wózki widłowe w których zastosowano hydraulikę Linde oraz system sterowania Linde Synchro Control są dzięki tylko temu elementowi o 10% sprawniejsze. A to znów przekłada się to na mniejsze zużycie paliwa oraz na krótszy czas potrzebny do realizacji zadania. Jakość i doświadczenie rozwiązań Linde Hydraulics znalazły uznanie wśród wielu światowych producentów maszyn i urządzeń praktycznie z różnych branż. Należą do nich m.in.: John Deere, Komatsu, Caterpillar, MAN, Liebherr, Fendt, Class.

Źródła:

- 1) WEISE G. [2009]; „Load Sensing Hydraulik – was ist das?”; Forsttechnische Informationen, KWF, Gross Umstadt, nr 7+8 /2009.
- 2) Linde Hydraulics Niemcy- materiały techniczne, katalogi produktów.
- 3) NOAK S. [2001]; Hydraulik in mobilen Arbeitsmaschinen; Rexroth Bosch Group 2001.
- 4) SZYDELSKI Z. [1999]; Pojazdy samochodowe, napędy i sterowanie hydrauliczne. Warszawa. WKŁ;
- 5) MANASEK R. [2000]; Simulation of a electrohydraulic Load Sensing system with AC Motor and frequency charger. Departament of Control Systems and Instrumentation; Ostrava, Czech Republik



Opracował:
Roland Żabierek,
LMH

Autor jest dyrektorem oddziału Linde Material Handling we Wrocławiu.

Ma ponad 15-letnie doświadczenia w pracy w szwajcarskich i niemieckich korporacjach obsługujących przemysł w zakresie precyzyjnego sprzętu pomiarowego, techniki sprężania gazów oraz w zakresie logistyki. Jest absolwentem m.in. Wydziału Zarządzania na WSB w Poznaniu, studiów MBA na Akademii Ekonomicznej w Poznaniu oraz wydziału mechanizacji prac leśnych na Uniwersytecie Przyrodniczym w Poznaniu.

SAMOCODY ELEKTRYCZNE NIE MUSZĄ BYĆ DROGIE

Nowy model 500 E firmy Karabag:
zerowa emisja w konkurencyjnej
cenie – wyposażony w technologię
napędu firmy Linde

Powszechnie uważa się, że samochody elektryczne są „zbyt drogie”. Jednak dzięki udostępnieniu nowego modelu 500 E, lider niemieckiego rynku samochodów elektrycznych, firma Karabag GmbH, oferuje pojazd, którego koszt wynajęcia wynosi 299 euro miesięcznie, co jest porównywalne do kosztów wynajęcia „normalnego” samochodu. Stało się to możliwe częściowo dzięki zastosowaniu sprawdzonej serii napędów elektrycznych firmy Linde Hydraulics.

Liczba 251 rejestracji w ciągu roku wydawać się może kroplą w oceanie całego rynku motoryzacyjnego, ale na wschodzącym rynku pojazdów elektrycznych wystarczyła, aby zapewnić pozycję lidera w liczbie rejestracji w 2010 roku firmie Karabag GmbH z siedzibą w Hamburgu. Jako największy dostawca komercyjnych samochodów marki FIAT w Niemczech, firma Karabag GmbH od 2008 r. zajmuje się produkcją i dystrybucją pojazdów o napędzie elektrycznym. Firma udostępniła właśnie nowy model, który kosztuje nie więcej niż porównywalny samochód z silnikiem spalinowym.

Nowy model 500 E zbudowany został przez firmę Karabag na bazie Fiata 500 i wykorzystuje ekonomiczne i wysokowydajne napędy, z zastosowaniem stosunkowo niedrogiego akumulatora litowo-polimerowego. Zastosowane napędy zostały zaprojektowane i dostosowane przez firmę Karabag we współpracy z firmą Linde Material Handling, której oddział Linde Hydraulics wyprodukował ponad 3,5 miliona napędów elektrycznych w ciągu ostatnich 40 lat, stosowanych w takich urządzeniach, jak wózki widłowe i ciągniki elektryczne.



Wraz z udostępnieniem modelu 500 E, firma Karabag oferuje samochód elektryczny, który w aspekcie kosztów może konkurować z pojazdami napędzanymi benzyną.

Kiedy inżynierowie z firmy Linde rozpoczęli współpracę z firmą Karabag, podstawowy projekt pojazdu był już w fazie końcowej. Specjaliści w zakresie napędu zamienili pierwotnie planowany chłodzony napęd mocy 30 kW na dużo lżejszy, niechłodzony silnik 28 kW i przeprowadzili optymalizację funkcji elektronicznej jednostki sterującej. Dzięki tym działaniom nowy model 500 E uzyskuje lepsze osiągi niż starsza, w założeniu mocniejsza wersja.

Oprócz jednostki napędowej dla tego projektu, firma Linde Hydraulics dostarcza pakiet składający się z silnika, przetwornicy, wentylatora i jednostki sterującej.

Jednostka sterująca LINC 1 zarządza funkcjami napędu i komunikuje się z komputerem pokładowym i układem zarządzania akumulatorem.

W wyniku tego wspólnego projektu inżynierskiego uzyskano pojazd o mocy maksymalnej 28 kW, mogący rozwijać prędkość do 105 km/h i przyspieszać od 0 do 50 km/h w czasie 8,5 sekundy. Ponadto, zasięg pojazdu wynoszący 100 km doskonale odpowiada potrzebom mieszkańców miast.

Statystyki te są równie imponujące, jak porównanie kosztów użytkowania modelu FIAT 500 z silnikiem spalinowym. Firma Karabag obliczyła, że model serii FIATA generuje całkowite miesięczne koszty w wysokości 412 euro, natomiast nowy model firmy Karabag 500 E kosztuje miesięcznie tylko 370,40 euro. Obliczono to na podstawie miesięcznej opłaty leasingowej w wysokości 299 euro, bez dodatkowych kosztów i z czteroletnią gwarancją. Dzięki temu, firma Karabag osiągnęła swój cel technologiczny dużo szybciej, niż przewidywali to eksperci. Ważną rolę w osiągnięciu tego sukcesu odegrała wiedza firmy Linde Hydraulics i tanie, sprawdzone napędy elektryczne firmy Linde. Chętni do wynajęcia pojazdu nie muszą czekać długo, ponieważ prace wykończeniowe no-

wego modelu 500 E firmy Karabag są już na ukończeniu. Do końca 2011 roku firma zamierza udostępnić 200 pojazdów elektrycznych z technologią napędu firmy Linde. Jest więc szansa, że firma Karabag po raz kolejny zostanie liderem listy zarejestrowanych pojazdów elektrycznych w 2011 roku.



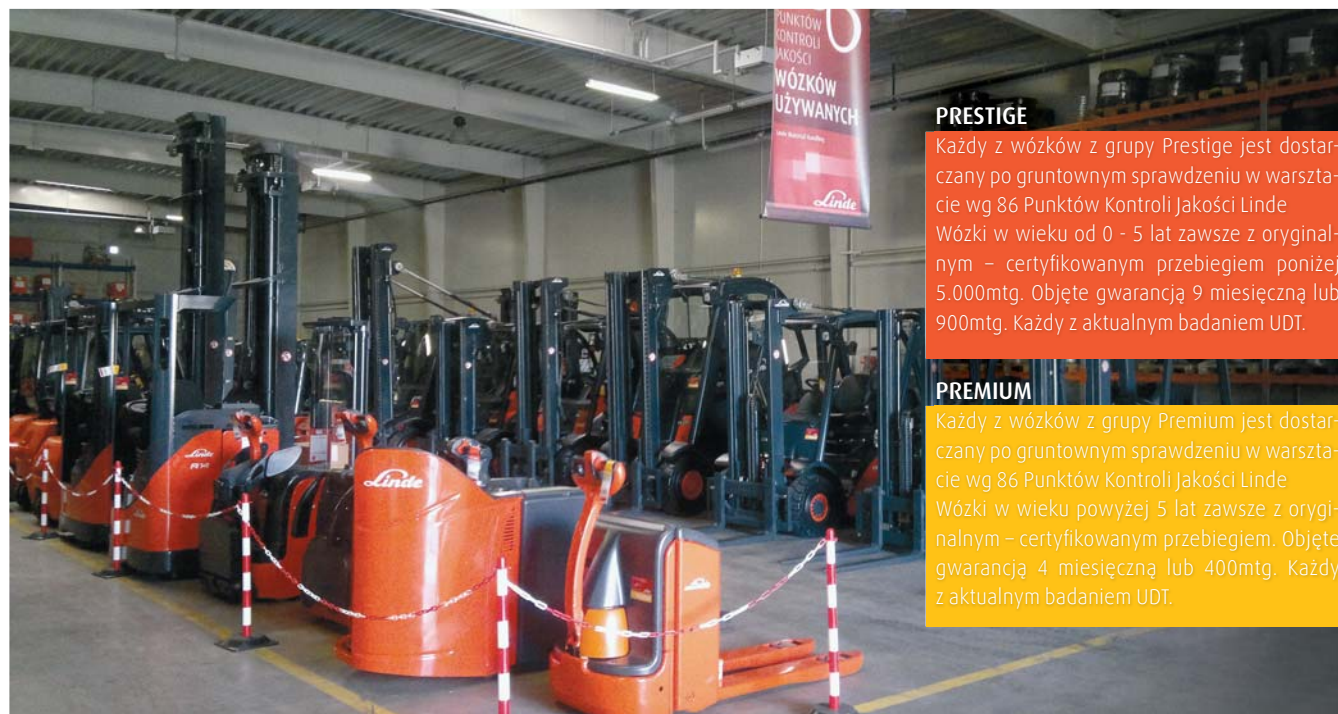
Silnik elektryczny firmy Linde Hydraulics stosowany jest jako jednostka napędowa.



Firma Linde dostarcza firmie Karabag kompletny napęd elektryczny wraz z przetwornicą prądu stałego.



Jednostka sterująca LINC 1, która bardzo dobrze sprawdziła się w wózkach widłowych, połączona jest z komputerem pokładowym, układem zarządzania akumulatorem (BMS) i panelem wyświetlającym stan systemu.



PRESTIGE

Każdy z wózków z grupy Prestige jest dostarczany po gruntownym sprawdzeniu w warsztacie wg 86 Punktów Kontroli Jakości Linde. Wózki w wieku od 0 - 5 lat zawsze z oryginalnym – certyfikowanym przebiegiem poniżej 5.000mtg. Objęte gwarancją 9 miesięczną lub 900mtg. Każdy z aktualnym badaniem UDT.

PREMIUM

Każdy z wózków z grupy Premium jest dostarczany po gruntownym sprawdzeniu w warsztacie wg 86 Punktów Kontroli Jakości Linde. Wózki w wieku powyżej 5 lat zawsze z oryginalnym – certyfikowanym przebiegiem. Objęte gwarancją 4 miesięczną lub 400mtg. Każdy z aktualnym badaniem UDT.

BEZPOŚREDNIO OD PRODUCENTA SALONY SPRZEDAŻY WÓZKÓW UŻYWANYCH

Wychodząc dalej niż wymagana prawnie weryfikacja, Linde wyselekcjonowało listę 86 newralgicznych, z punktu widzenia bezpieczeństwa i jakości, elementów wózków widłowych każdego typu - „86 Punktów Kontroli Jakości LINDE”. Wszystkie wózki z linii wózków używanych klasyfikowanych jako Linde PRESTIGE i Linde PREMIUM są sprawdzane wg tej listy przez technika serwisu, a następnie podlegają ponownej kontroli (Double Quality Control) przeprowadzanej przez Managera Jakości Linde. W efekcie kontroli zostaje wystawiony Certyfikat z załączoną dla Klienta listą wyszczególniającą 86 punktów kontroli, który jest opatrzony podpisem osoby odpowiedzialnej za ten proces.

Wózek z naszej oferty to w większości maszyny po wynajmie długoterminowym z pełnozakresowym serwisem oraz po leasingu. W każdym przypadku znane jest źródło pochodzenia wózków – ich CV. Taki komfort zapewnia tylko i wyłącznie producent w swoich salonach sprzedaży w Warszawie, Sosnowcu, Wrocławiu i Poznaniu.

Linde w ośmiu punktach podaje uzasadnienie dlaczego warto kupić wózek Linde właśnie od producenta.

1. Sprawdzone CV - Wózek z oferty producenta to w większości maszyny po wynajmie długoterminowym z pełnozakresowym serwisem oraz maszyny po leasingu. W każdym przypadku znane jest źródło pochodzenia wózków – jego CV.

Tylko producent jest w stanie dostarczyć Państwu rzetelnie sprawdzony wózek używany.

2. Szeroki wybór - wózków poleasingowych z naszej floty wynajmu krótko i długoterminowego oraz od naszych zagranicznych Partnerów powoduje, iż mamy gwarancję znalezienia praktycznie każdego wózka używanego dla Państwa firmy. Stale na magazynie posiadamy blisko 100 wózków używanych dostępnych „od ręki” w 4 salonach sprzedaży na terenie Polski.

3. 86 Punktów Kontroli Jakości Linde - 86 punktów kontrolnych Linde zapewnia Państwu jako kupującemu maksymalną jakość i pełne bezpieczeństwo transakcji, co jest niezwykle istotne w przypadku eksploatacji urządzeń podnośnikowych, a poniższe dokumenty tylko to potwierdzają:

- Lista 86 Punktów Kontroli Jakości Linde podpisana imiennie przez technika przygotowującego wózek,
- Certyfikat Jakości Linde,
- Pełna dokumentacja techniczna wózka,
- Badanie UDT każdego sprzedanego wózka
- Certyfikat dla baterii.

4. Gwarancja - Dla potwierdzenia jakości przygotowania wózków widłowych Linde oferujemy każdy wózek używanych z gwarancją, która w zależności od Standardu Premium lub Prestige wynosi od 4 do nawet 9 miesięcy w zależności od wieku sprzedawanego wózka i jego przebiegu.

5. Przetestuj i kup - Możliwość sprawdzenia wózka w pracy – oferujemy 5 dniowy najem profesjonalnie przygotowanego wózka z opcją wykupu. Jeżeli zdecydujesz się na zakup, nie płacisz za wynajem testowanego wózka!

6. Profesjonalny Serwis - Pełna obsługa serwisowa wózka zarówno w okresie gwarancji jak i po jej zakończeniu, którą zapewniamy wg tego samego standardu w całej Polsce z pomocą ponad 150 serwisantów wyszkolonych wg unikalnego programu rozwoju kompetencji Linde. Każdy z nich wyposażony w specjalnie przygotowany samochód serwisowy oraz komplet niezbędnych części zamiennych na pokładzie samochodu. Wszyscy serwisanci umiejscowieni blisko Państwa są w ciągłej gotowości niezależnie od miejsca eksploatacji wózka.

7. Finansowanie - Możliwość zakupu wózka poprzez leasing na preferencyjnych warunkach i sfinansowania zakupu maszyny w okresie 36 lub 48 miesięcy. Na życzenie specjalnie dla Państwa przygotowujemy profesjonalną ofertę leasingu.

8. Wózek w rozliczeniu - Profesjonalna wycena posiadanego sprzętu z możliwością odkupu w rozliczeniu.



Wózki używane z dobrym CV

Oryginalne Wózki Używane

Czy w dzisiejszych czasach możesz sobie pozwolić na zły wybór? Tylko Oryginalne Wózki Używane Linde, oferowane przez producenta, gwarantują wiarygodne źródło pochodzenia wraz z potwierdzonym stanem licznika mth. Oferujemy sprzęt w trzech kategoriach jakości Prestige, Premium oraz Standard. Stan techniczny potwierdzony przez Oryginalny Serwis Linde oraz UDT.

Nie zatrudniaj żółtodzioba!
Postaw na doskonałe kwalifikacje wózków Linde.

tel. +48 22 420 61 40
www.linde-mh.pl

Linde Material Handling

Linde



Synergia to konkretne korzyści biznesowe.

Linde Material Handling



Linde

Podczas podejmowania strategicznych decyzji biznesowych ważne jest zaufanie do partnera.

Linde to niepodważalna kompetencja.
Produkt. Finansowanie. Serwis. Logistyka.

www.linde-mh.pl

tel. +48 22 420 61 00