

Świat kupuje białostockie narzędzia. Promotech z najwyższą sprzedażą w historii

Drugi rok z rzędu białostocki Promotech notuje historyczny rekord sprzedaży - w 2018 r. spółka zwiększyła obroty o 22,8 proc. w stosunku do poprzedniego, osiągając poziom 67,2 mln zł. Plany na ten rok są równie ambitne - 73 mln zł przychodu.

- To są tylko wyniki spółki-matki – podkreśla Marek Siergiej, prezes Promotechu. – Skonsolidowany wynik grupy, w skład której wchodzi też Promotech KM w Łapach i nasze zagraniczne spółki-córki - Promotech ME FZE w Dubaju i Promotechu FM w Delhi, będzie więc jeszcze wyższy. Poznamy go w czerwcu.

Na tak dobre wyniki wpłynęła konsekwentna realizacja strategii, przyjętej przez Promotech w obliczu kryzysu w 2009 r., opierająca się na czterech filarach - nowe rynki zbytu i klienci, innowacyjne produkty, własna marka i solidarność pracownicza.

- Dalsza rozbudowa i dywersyfikacja naszej sieci dystrybucji, duża praca nad usprawnieniem procesów wewnętrznych w ramach koncepcji LEAN, nad zmianą sposobu produkcji i jej planowania, tak by sprostać rosnącemu popytowi, budowa siatki kooperantów i zmiana mentalności pracowników – to działania, które musieliśmy podjąć w ubiegłym roku, by dostosować naszą działalność do zmieniających się warunków otoczenia. Sprzyjała nam też dobra koniunktura w gospodarce światowej, co wpłynęło na wzrost zapotrzebowania na narzędzia Promotechu – wymienia Marek Siergiej. - To plus wytężona praca na każdym szczeblu organizacji wpłynęło nie tylko na wynik finansowy, ale także na rozpoznawalność marki Promotech i jej postrzeganie, jako godnej zaufania.

Przełomowym wydarzeniem ubiegłego roku był zakup pierwszego robota - obrabiarki CNC Brother Speedio, wyposażonej w zrobotyzowany zestaw do załadunku i odbioru detali – Rexio, który stał się jednym z elementów dostosowywania modelu biznesowego firmy do warunków Gospodarki 4.0. i początkiem całego procesu inwestowania w automatyzację i robotyzację produkcji.

Z kolei inwestycje w nowe systemy informatyczne (IPO, CRM, DTOOffice) pozwoliły na trafniejsze decyzje, dotyczące nakładów inwestycyjnych, płynne planowanie produkcji, skrócenie czasów dostaw i lepszą kontrolę kosztów.

Firma to ty

W tym roku priorytetem zarządu spółki będzie rozwój pracowniczych kompetencji, a także zmiana mentalności pracowników – ważnego elementu wpływającego na rozwój firmy.

- Dziś solidarność pracownicza powinna przejawiać się w dużej proaktywności, zainteresowaniu i gotowości do brania osobistej odpowiedzialności za procesy zachodzące w firmie na każdym jej szczeblu organizacyjnym – podkreśla prezes spółki.
- To postawa mająca bezpośrednie przełożenie zarówno na wewnętrzną efektywność

organizacji, jak i na sposób, w jaki Promotech będzie odbierany na zewnątrz. Dziś, jak nigdy wcześniej, działania nawet pojedynczych osób mogą w znaczący sposób wpłynąć na naszą reputację i zaufanie.

W praktyce powinno się to przełożyć się na szybszą reakcję na zgłaszane przez klientów problemy.

- Wszystko to robimy po to, by nadażyć z szybkością działania, bo inaczej nie będziemy firmą globalną, a to jest naszym długofalowym celem – reasumuje Marek Siergiej.

W zakresie produkcji w planach jest dalsza robotyzacja procesów, wdrożenie systemu ATO (Assemble to order), którego celem jest lepsze dostosowanie wyrobu końcowego do wymagań klienta oraz wizualizacja wyników na produkcji – tak, by mieć pełną informację o bieżącej sytuacji, potencjalnych problemach i sposobach ich rozwiązania.

W 2019 r. ważna będzie też dalsza rozbudowa sieci dystrybucji i intensywne szkolenie dystrybutorów. Wszystkie te działania skierowane są na osiągnięcie głównego celu sprzedażowego - planowane przychody na koniec przyszłego roku to 73 mln zł, a w roku 2020 – 78 mln zł.

