

-
- 44 min** Avrigo pred vstopom v Izletnik Celje
-
- 1 ura** AVK dala zeleno luč za prodajo delnic Večera
-
- 12 ur** Brezposelnost v ZDA od 2009 dalje upada
-
- 13 ur** Nadzorniki Pivovarne Laško o strategiji 2015-2019
-
- 14 ur** MI Elektronika gazela osrednjeslovenske regije
-

Atech krmilnike za peči na pelete Fumis prodaja dražje kot največji tekmeč



Petra Šubic

26.09.2014 00:01 / Finance 187/2014

Določajo smernice v proizvodnji teh krmilnikov, in ker trg razumejo bolje kot tekmeči, ponujajo boljše rešitve in podporo

Atech iz Brkinov večino prihodkov ustvari z razvojem in proizvodnjo elektronike za druga podjetja. Vsako leto več prihodkov, letos tretjino, pa jim prinese prodaja krmilnikov za peči na pelete, ki jih tržijo pod lastno znamko Fumis. Pišemo, kako so v petih letih postali tretji največji izdelovalec krmilnikov za peči na pelete in zasedli okoli 20 odstotkov svetovnega trga.



Pri krmilnikih za peči na pelete dajemo velik poudarek oblikovanju, gradnji uporabniške izkušnje in do uporabnika prijaznim funkcijam. V tem se najbolj razlikujemo od tekmecev. **Matija Geržina**, vodja prodaje in trženja v Atechu

Atech je pred petimi leti odkril rastočo tržno nišo - krmilnike za peči na pelete, ki jih razvijajo, proizvajajo in tržijo pod lastno znamko Fumis. Ta obsega nabor krmilnikov in senzorjev, ki so nekakšni »možgani« peči na pelete in jo upravljajo. »Z našo elektroniko krmiliš vse aktuatorje na peči, da zagotoviš čim bolj učinkovito gorenje in energijo za ogrevanje,« pravi Matija Geržina, vodja prodaje in trženja v Atechu.

Znamko Fumis redno širijo z novostmi, ki prinašajo novo uporabniško izkušnjo in napredek pri dizajnu. Med novostmi, ki so jih razvili za letošnjo sezono, je tudi mobilna aplikacija za pametne telefone, s katero lahko na daljavo krmilimo peči, hkrati pa spremljamo uporabo in porabo goriva, podatke o tem pa zbiramo v oblaku. Atech je najbolj inovativen proizvajalec krmilnikov za peči na pelete in postavlja nove smernice v tej panogi. Zadnje leto so jih tekmeči, manjši in večji, začeli kopirati.

Bolje kot tekmeči razumejo trg

»Uspevamo s trdim delom in ker bolje kot tekmeци razumemo trg in njegove potrebe,« pravi Geržina. Medtem ko so tekmeци ostali na ravni proizvajalca elektronike za peči na pelete, se je Atech razvil v partnerja, ki kupcem - to so proizvajalci peči - ponuja aplikacijsko znanje. »Pri nas kupci ne naročijo samo elektronike, ampak iščejo rešitev - in mi jim jo zagotovimo. Zato naše predprodajne aktivnosti ne tečejo le med prodajo in nabavo, temveč naša sodelavca iz tehnične podpore pomagata kupcu vzpostaviti in zagnati elektroniko na peči ter optimizirati njeno delovanje,« ponazarja Geržina.

Njihovi kupci so proizvajalci peči, ki največkrat prihajajo iz kovinskopredelovalne industrije in šele začenjajo razvijati peči z elektroniko. To je zanje poseben, nov in še neznan izziv, za katerega morajo osvojiti novo znanje. Takšnim kupcem konkurenca navadno pošlje konfiguriran krmilnik, ki naj ga vgradijo v peč in dokupijo nekaj komponent, v Atechu pa se jim bolj posvetijo. »Najprej poskušamo razumeti, kaj bi kupci radi dosegli, kakšne elemente bi radi vgradili in katere parametre bi pri gorenju radi spremljali. Potem za vsakega kupca poiščemo optimalno rešitev,« trdi Geržina.

V Atechu so specialisti za proizvodnjo elektronike, zato so se za pridobivanje znanja na področju izgorevanja in emisij začeli povezovati z zunanjimi institucijami, ki obvladajo te procese. Tako sodelujejo z laboratoriji in fakultetami iz Slovenije, Avstrije in Srbije.

Poudarjajo oblikovanje in uporabniško izkušnjo

»V analizi trga smo ugotovili, da je kaminska peč na pelete, ki jo imamo ponavadi v dnevni sobi, pomemben pohištveni element in da mora biti lepa. Temu mora slediti tudi zaslon krmilnika, ki je vgrajen na peči in prek katerega uporabnik upravlja peč,« opisuje Geržina. Zato velik pomen dajejo oblikovanju, gradnji uporabniške izkušnje in do uporabnika prijaznim funkcijam. V tem se najbolj razlikujejo od tekmecev, trdi sogovornik.

Trg še raste

V Evropi se proda pol milijona peči na pelete na leto, prav toliko pa tudi krmilnikov. Letos bodo v Atechu izdelali 40 tisoč krmilnikov. »Pri prodoru znamke Fumis nas je spremljala tudi sreča, da trg peči na pelete še ni bil zasičen in je v zadnjih petih letih izredno rasel, kar nam je prineslo veliko novih priložnosti,« pravi sogovornik. V prihodnjih od treh do petih letih pričakujejo, da se bo trg postopoma zasitil in potem bo tudi spopad na trgu krmilnikov prešel v drugo fazo,« je previden Geržina. Zdaj jim ne manjka novih kupcev, saj v Evropi veliko proizvajalcev peči na drva svojo ponudbo širi s pečmi na pelete. V Atechu jim ponujajo širšo storitev in večjo podporo, bolj se jim posvetijo in v odnosu z njimi zgradijo večje zaupanje.

»Trenutno smo razvojni partner trem večjim proizvajalcem peči na pelete. To pomeni, da pri razvoju njihovih novih izdelkov sodelujemo od začetka in jih tako rekoč soustvarjamo z našimi partnerji,« dodaja Geržina.

Dobra ekipa, dober rezultat

Za uspeh znamke Fumis je zaslužna dobra ekipa, poudarja Geržina. Kupcem je ves čas na voljo prodajni specialist za to znamko, ki je odgovoren tudi za iskanje novih prodajnih - in razvojnih - priložnosti. V Fumisovi ekipi sta še dva v tehnični podpori, po potrebi pa tudi odgovorni tehnolog iz proizvodnje in odgovorni razvojniki za področje znamke Fumis.

Lani jim je znamka Fumis prinesla četrtno prihodkov, letos računajo na tretjino. Dolgoročno pa bi radi pol prihodkov dobili od prodaje lastnih izdelkov, pol pa od razvoja in proizvodnje elektronike za znane kupce. Med lastnimi izdelki je znamka Fumis najpomembnejša in ustvarja tudi priložnosti za razvoj novih idej zunaj tega okvira, kot je naprava florian, ki še ni na trgu, a smo o njej že pisali (**Najpodjetniška ideja: S pametno napravo florian se ob enaki količini drv grejete dlje**).

Pet korakov pri gradnji B2B-znamke

»Brez odličnega izdelka, ki prekaša konkurenčne, ne moreš zgraditi močne in uspešne B2B-znamke,« poudarja Geržina. Vedeti moraš, kaj trg potrebuje, in to ponuditi.

Pomembna je prava cenovna politika, ki se gradi tako, da upoštevamo, kolikšno ceno je pripravljen proizvajalec peči plačati za krmilnik, ceno tekmecev za krmilnik in koliko bi stalo, če bi proizvajalec peči sam razvil krmilnik, razlaga Geržina. Dodaja, da v ceno vključijo tudi zeleno donosnost (profitno maržo), ki jim omogoča vlaganja v nadaljnji razvoj. »Cena je v B2B zelo pomembna in jo je bolj enostavno določiti kot pri B2C,« meni sogovornik. V B2B pogoriš, če vztrajaš pri napačni ceni, vnaprej moraš analizirati konkurenčne cene in postaviti sprejemljivo ceno za kupca. Z dobro komunikacijo in zaupanja vrednim odnosom s partnerji so te informacije ponavadi pri roki.

Prodajni cikel je daljši kot pri B2C, zato prodaja poteka na več ravneh. Pri znamki Fumis je veliko predprodajnih aktivnosti, ki lahko trajajo tudi osem mesecev ali več. »Z večjimi kupci krmilnikov za peči na pelete se že dogovarjamo o obsegu proizvodnje za kurilno sezono 2015/16. Naša tehnična ekipa dela pri prototipih njihovih peči, v katere bodo vgrajevali našo elektroniko,« pravi Geržina.

V B2B je pomembnejša ekipa kot prodajna pot. Komunikacija poteka vedno na več ravneh. Z manjšimi kupci teče na vsaj dveh do treh ravneh, z večjimi kupci, s katerimi sodelujejo kot razvojni partner, pa komunicirajo na šestih do sedmih ravneh - od prodaje, logistike, tehnične podpore, razvoja, kakovosti, tehnologije do vodstvene ravni. Za to moraš imeti dobro ekipo, ki ve in razume, kaj mora sporočati na svojem področju.

Znamka se v B2B gradi z vztrajnostjo. Vztrajaš na trgu, pri vrednotah, komunikaciji in obliki sodelovanja s kupci. »Vztrajamo pri sloganu, da ustvarjamo prihodnost pri upravljanju izgorevanja biomase. Ta slogan smo z agencijo Spago postavili pred tremi leti ob repozicioniranju in za njim stojimo,« poudarja sogovornik. Vztrajajo tudi pri inoviranju, ki jih utrjuje kot postavljavca novih smernic v tej panogi.

Prednosti partnerstva s proizvajalcem peči Palazzetti

Atech ima okoli 70 kupcev znamke Fumis. Lani je postal razvojni partner italijanske skupine Palazzetti, ki je med vodilnimi proizvajalci peči na pelete

in na leto ustvari 60 milijonov evrov prihodkov. Krmilnike Fumis vgrajuje v svoje najdražje peči, konkurenčne krmilnike pa v najcenejše. »S Palazzettijem smo vzpostavili tesne stike na vseh ravneh, zaupamo v kakovost drug drugega, procese in zanesljivost, da si delimo tveganja pri razvoju novosti,« pravi sogovornik.

1. Razvojno partnerstvo s Palazzettijem Atechu zmanjšuje tveganje pri načrtovanju proizvodnje in prodaje.
2. Omogoča boljše načrtovanje celotnega poslovanja, zato se Atech bolje pogaja z dobavitelji in interno v podjetju za vlaganja v razvoj znamke Fumis.
3. Palazzetti v svoje najdražje peči vgrajuje Fumisove krmilnike in je zanje velika referenca.
4. Atech pridobi tudi pri tehnični dovršenosti, saj iz Palazzettijevih centrov, kjer pomagajo instalaterjem pri vgradnji Fumisovih krmilnikov v peči, dobi koristne povratne informacije s trga o možnih izboljšavah in nerazumljenih funkcijah.

INFO Osebna izkaznica Atecha

za druga

v 25 evropskih

s jih
so dosegli 15-
e za peči na

ar je

h letos ustvaril

zdelajo in

os naredili v

ot do njih

notenje slabih
lno disciplino

i v šmir

iPROM Premium

Če vlada ne začne resno delati, se lahko gospodarska rast hitro obrne navzdol.



Zakaj je prezgodaj za odpiranje šampanjcev ¹

Kaj pomenijo pozitivna znamenja na slovenskem trgu in kaj se v resnici dogaja v gospodarstvu

► Anketa: Gospodarstvo zadržano do statistike

Zaradi dežja tudi za 80 odstotkov več posla ³

To poletje nismo vsi bentili nad slabim vremenom; našli smo dva, ki se jima je smejalo