

Kuchyň zákazníkovi navrhne i na základě jeho adresy

U tak rozšířeného sortimentu, jakým jsou kuchyně, není jednoduché „vybočit z řady“ a od konkurence se nějak výrazně odlišit. Někdy však stačí pouze „dochutit“ nabídku zajímavým servisem. Svě o tom ví brněnská společnost **GABON**, která se řadí mezi přední regionální výrobce kuchyní a úložného nábytku v rámci Jihomoravského kraje a jeho metropole. V Brně realizuje zhruba 80 % všech svých zakázek a cca 80 % všech zakázek tvoří kuchyňské linky. Této skutečnosti přizpůsobila i své služby. V rámci svého regionu se zaměřuje hlavně na rekonstrukce kuchyní v tzv. panelákových bytech a její specialitou je, že umí zákazníkovi „na počkání“ navrhnout kuchyňskou linku jen na základě uvedené adresy bydliště.



Autor: Radomír Čapka
Kontakt: radomir.capka@gmail.com
Foto: autor a archiv výrobce

„Zákazníci z brněnských sídlišť k nám nemusí chodit s žádným nákresem, stačí, když nám řeknou svoji adresu a počet místností, a my si již půdorys jejich bytu najdeme v naší databázi,“ vysvětlil nám „jednoduchost“ tohoto principu jednatel společnosti Jan Kaš. Vezmeme to ale od začátku.

Spokojený zákazník je klíč k dalším zakázkám

Z hlediska výrobního sortimentu, technologického vybavení, ale i historického vývoje se firma Gabon nijak výrazně neodlišuje od většiny firem její velikosti (kolem 30 zaměstnanců) s podobným

zaměřením. Její majitelé ji založili v roce 1992, kdy začali „doma v garáži“ vyrábět čalouněný nábytek. Jak se postupně měnily požadavky a nároky trhu, přibýval i výrobní sortiment. Čalouněný nábytek doplnil nábytek z lamina, dýhovaných materiálů i masivního dřeva. Na přelomu tisíciletí se začali více orientovat na kuchyně a tento sortiment během několika let zcela převládl. Nákupem nových moderních technologií svůj technologický park přizpůsobili hlavně zpracování laminovaných plošných materiálů. Až potud tedy nic výjimečného. Ke svému byznysu ale majitelé firmy od počátku přistupovali trochu jinak, než jen stylem „vyrábět a prodat“. Velký důraz kladli pře-

devším na spokojenost zákazníka a s tím souvisejícím komplexním servisem.

„Jeho samozřejmou součástí je nejen výroba a montáž kuchyně, ale i tzv. full-servis, kdy zajistíme kompletně všechny služby s tím související, jako jsou elektro a vodoinstalační práce apod. Dlouhodobě spolupracujeme s firmami, které pro nás tyto činnosti provádějí, některé pouze anebo majoritně pro nás. Součástí našeho servisu jsou i takové pro někoho banální detaily, jako je přesné dodržování domluvených časů, úklid pracoviště po dokončení zakázky atd. Tato pravidla musí dodržovat i všichni naši externí spolupracovníci,“ upřesňuje jednatel.

„Nejdůležitější je pro nás spokojený zákazník, protože spokojený zákazník je klíč k dalším zakázkám,“ říká jednatel společnosti **GABON** Jan Kaš

Firma se specializuje na kuchyně do panelákových bytů a pro tuto klientelu vytvořila speciální „panelákový program“





Čtyři obchodníci v brněnském kuchyňském studiu uzavřou objednávky v průměru na 8 kuchyní týdně

Panelákový program

Firma získává zakázky z několika různých zdrojů. Prvním z nich je vlastní kuchyňské studio umístěné na jednom z největších brněnských sídlišť v Bohunicích. Čtyři obchodníci zde uzavřou objednávky v průměru na osm kuchyní týdně a k tomu určité menší procento dalšího bytového nábytku. Jedná se především o dřívější spokojené zákazníky nebo o zákazníky přicházející na základě referencí.

Převažující část zakázek představují kuchyně do rekonstruovaných panelákových bytů, na které se firma specializuje. Pro usnadnění a zrychlení počáteční komunikace se zákazníkem si vytvořili speciální kuchyňský program pro panelákové byty. „Ve standardizovaných bytových domech brněnských sídlišť je asi 15 typů kuchyňských koutů. Tyto byty jsme si kompletně zmapovali, zpracovali půdorysy a k těmto modulům jsme adresně přiřadili brněnské ulice, v nichž se

byty nachází. To nám výrazně usnadňuje a zrychluje komunikaci se zákazníkem, kdy po uvedení adresy jsme schopni mu okamžitě vytvořit první základní návrh,“ prozrazuje účel vytvořené databáze Jan Kaš. Pro panelákový program postupem času vytvořili i speciální katalog, kde jednotlivé typy půdorysů doplnili ukázkami realizací. „Zejména zákaznice se s touto formou prezentace snadněji ztotožňují a nám se pak s nimi lépe pracuje,“ doplňuje jednatel firmy.

Koordinace výroby zkracuje čas zakázky

Dalším zdrojem zakázek je spolupráce s několika firmami specializujícími se na rekonstrukce bytových jader. Součástí takové akce nezřídka bývá i nová kuchyň. „Díky úzké spolupráci jsme schopni celou rekonstrukci vzájemně zkoordinovat, a to jak po stránce přesné návaznosti jednotlivých prací, tak i z hlediska rozsáhlejších stavebních úprav, kdy vzniká

nové dispoziční řešení. Ještě před zahájením rekonstrukce společně celý návrh zkoordinujeme tak, aby se při montáži kuchyně nemuselo již nic dodělat nebo předělat, a aby bylo možné linku vyrobit ještě před dokončením stavebních prací a po jejich ukončení okamžitě nastoupit s montáží kuchyně. Jako poslední jsou vyráběny skříňky, u nichž je možné částečně korigovat rozměry dle skutečnosti. Tímto přístupem se výrazně zkracuje realizační čas celé rekonstrukce. Když tedy stavební firma potřebuje zhruba dva týdny na rekonstrukci jádra, tak zákazník pak za další tři dny má kompletně namontovanou a nainstalovanou i kuchyň,“ vysvětluje princip kooperace Jan Kaš.

Zákazník musí být dobře informován

Firma se může pochlubit mimo jiné i poměrně vysokou úspěšností v získávání zakázek, což při současném tlaku na

Technická příprava výroby stejně jako výroba samotná je založena na moderních technologiích





Ukázky z realizací

cenu, oblíbené slev a porovnávání nabídek není zcela obvyklé. „Je to hlavně díky referencím a doporučením, kdy máme zhruba 60% úspěšnost z hlediska počtu přichozích zákazníků a podepsaných smluv,“ uvádí jednatel s tím, že se jedná hlavně o zákazníky, kteří preferují jiné hodnoty než nízkou cenu. Zároveň ale dodává, že již při prvním cenovém návrhu je velmi důležité zákazníkovi přesně vysvětlit, co všechno je zahrnuto v ceně zakázky. „Chceme tímto způsobem naše klienty nasměrovat k tomu, aby si dokázali porovnat výhody našeho servisu, jehož součástí je např. odborné zaměření prostoru, doprava, vynesení do patra, montáž včetně úklidu po montáži, zapojení spotřebičů a další pro nás samozřejmé věci, s tím, když si nábytek koupí např. v některém z obchodních řetězců. Tedy aby si uvědomili, že ne každý ‚levný‘ nábytek je ve finále skutečně levný. Díky tomuto přístupu často u zákazníků vítězíme i nad tzv. levnými dodavateli.“

Sektorové kuchyně jako marketingový nástroj

Pro skupinu zákazníků, kteří sice preferují kvalitu, přesto ale hledají spíše v levnějších kategoriích nábytku, zavedla firma Gabon pojem „sektorové kuchyně“. „Jde hlavně o marketingový tah,“ přiznává Jan Kaš. „Některá lidé pojem sektorová kuchyně vnímají jako synonymum levnějšího sériově vyráběného nábytku. Této skutečnosti jsme využili k tomu, že jsme tímto pojmem označili naši řadu levnějších kuchyní, u nichž ale nižší cena nevychází ze sériovosti a velkých objemů (i tyto kuchyně jsou vyráběny na zakázku), ale ze systému založeného na pevně daných typových modulech, omezené materiálové nabídce, levnějších spotřebičích atd. Pravda je ale taková, že ty nejlevnější kuchyně se moc neprodávají. Zajímavou zkušeností pro nás bylo to, když jsme před časem do naší nabídky zařadili standardní panelákovou kuchyň délky 2,5 m a navrhli jsme ji tak, aby byla skutečně

levná. V průběhu dvou let jsme na to dělali i reklamní letákovou kampaň, ale za celou dobu na ni nereagoval jediný zákazník. Zákazníci chtějí vidět, že mají možnost si objednat i obyčejnou levnou kuchyň, ve finále se ale téměř vždy rozhodnou pro individuální řešení resp. pro variantu, která obsahuje alespoň nějaký atypický prvek, aby mohli mít linku zabudovanou napřesno. Sektorová kuchyň je tedy skutečně jen marketingové heslo, jehož úkolem je říct zákazníkovi, že tuto možnost má.“

I panelákoví zákazníci chtějí být „in“

Je zřejmé, že tuzemské panelákové byty – převážně z dob socialismu, neposkytují vzhledem ke svým dispozičním řešením příliš velký prostor pro nějaké kreace. Přesto i jejich obyvatelé chtějí mít kuchyň odpovídající současným trendům, a to jak po stránce vybavenosti, tak po stránce vzhledu a použitých materiálů. Jak na základě vlastních zkušeností říká Jan Kaš z firmy Gabon, pryč jsou léta olšových a ořechových kuchyní. „Minimálně se již vyrábí i tzv. rustikální kuchyně a neujaly se ani některé ‚silné‘ trendy, jako např. styl Provence apod. Ne všechno, co je možné realizovat v prostorných rodinných domech, se totiž hodí i do malých panelákových bytů. Poměrně dobře se naopak prodávají kuchyně v lesku a obecně hladké designy. Upouští se přitom od problematických stříkaných povrchů a prosazují se hlavně lesklé HPL lamináty a akrylátové desky vysoce odolné i proti mechanickému poškození. Jejich výhodou je i to, že když se poškodí, snadno se dá vyrobit nový dílec se shodným barevným odstínem, což u stříkaných povrchů je takřka nemožné,“ doplňuje závěrem své poznatky z oblasti módních vlivů Jan Kaš. ■



Základní faktografické údaje o firmě

Název: GABON, spol. s r.o.
Místo: Brno
Rok založení: 1992
Počet zaměstnanců: 30
Obrat: 40 mil. Kč
Web: www.gabon.cz

