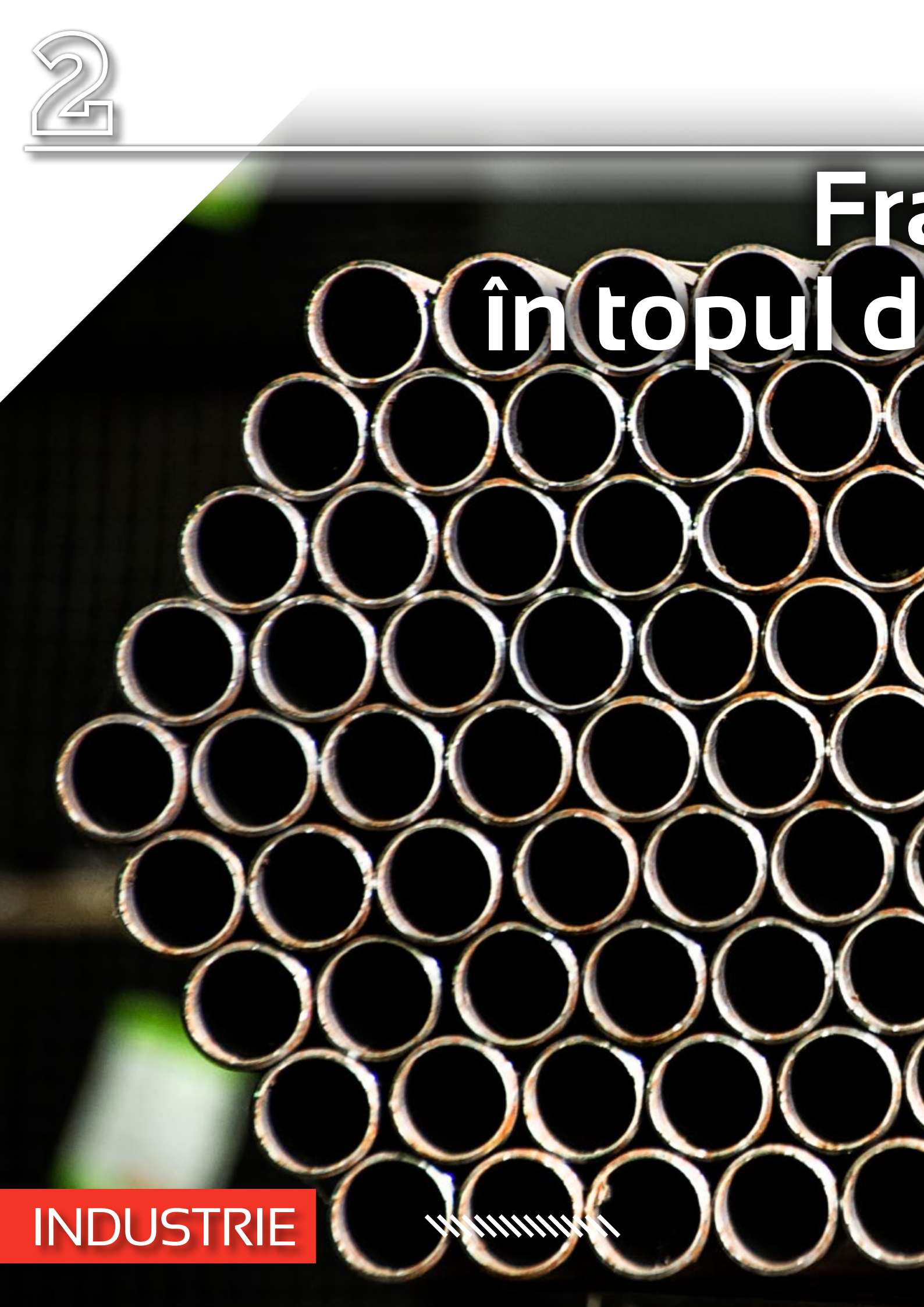
FRANKSTAHL ROMÂNIA

FRANKSTAHL

that's quality

www.frankstahl.ro

Fra
în topul d

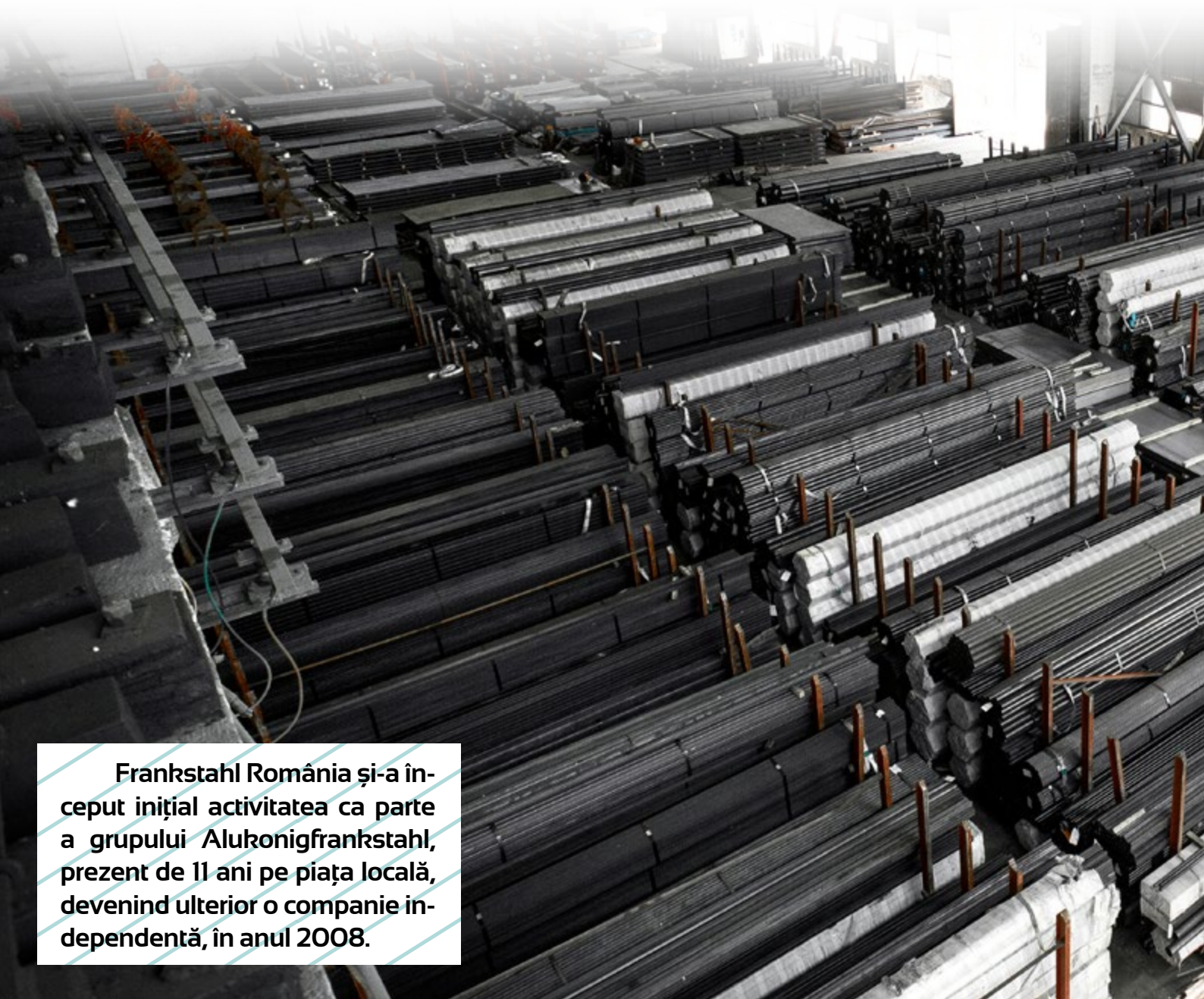


INDUSTRIE

ankstahl România, istribuitorilor locali de oțel comercial



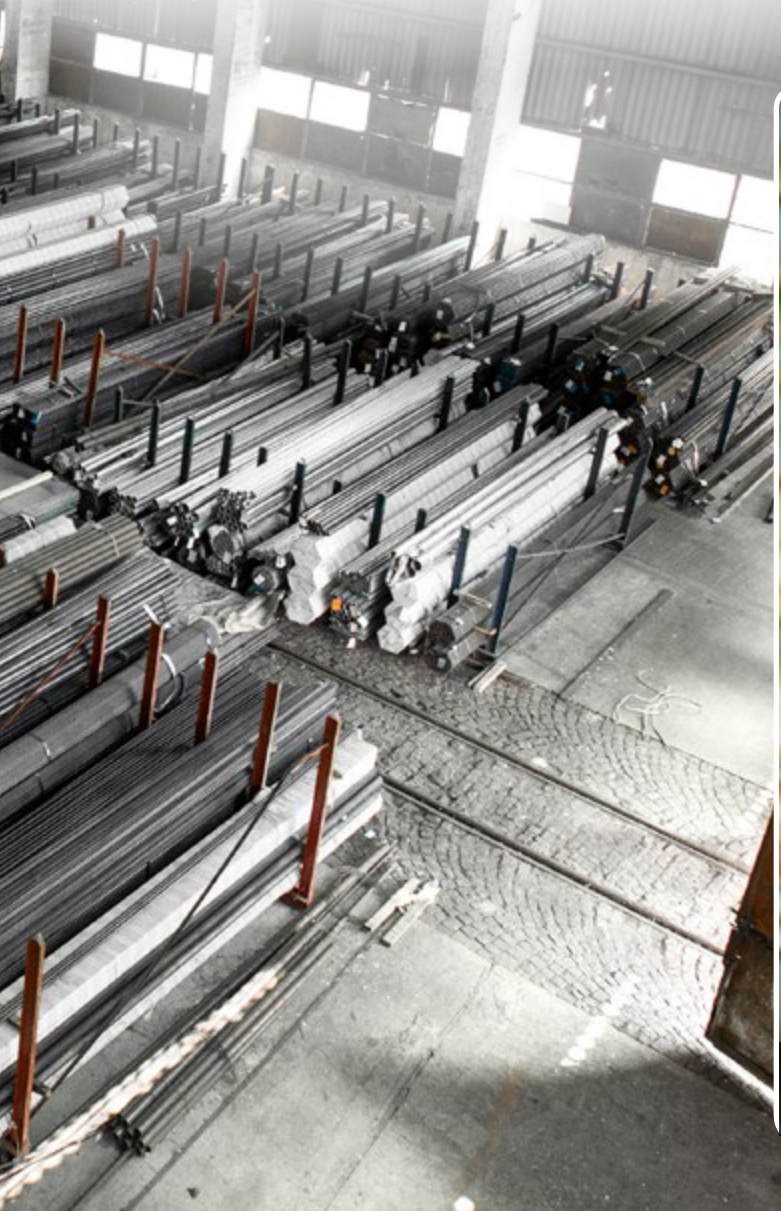
FRANKSTAHL în România și în afara ei



Frankstahl România și-a început inițial activitatea ca parte a grupului Alukonigfrankstahl, prezent de 11 ani pe piața locală, devenind ulterior o companie independentă, în anul 2008.

„Trebuie să recunosc că a fost un start dificil, am pornit pe un nou drum în anul cheie 2008, odată cu debutul crizei economice. Au fost multe provocări. În 2009 cifra noastră de afaceri a scăzut cu 30% față de 2008. A fost mult de recuperat și mult de crescut până să ajungem aici. Suntem în al treilea an consecutiv de consolidare a cifrei de afaceri în jurul pragului de 21 de milioane de euro și ocupăm o poziție stabilă între principalii jucători ai pieței", declară Romano Del Negro, CEO Frankstahl România.

Grupul Frankstahl este prezent prin intermediul subsidiarelor locale în 8 țări, iar fiecare dintre acestea își concentrează forțele exclusiv local. Mai exact: Cehia, Croația, Ungaria, Bosnia și Herțegovina, Bulgaria, Slovacia, Slovenia și bineînțeles, România.



Produse și Servicii – argumente competitive

Două dintre argumentele pentru care Frankstahl ocupă o poziție fruntașă în topul jucătorilor pe piața de oțel comercial sunt diversitatea portofoliului și stocurile disponibile. Compania vinde profile și europrofile, țevi sudate longitudinal, țevi de instalații, profile laminate și tablă, în total aproximativ 1300 de articole ce însumează 5000 de tone.

Pentru zona de servicii, Frankstahl România încearcă să aducă cât mai mult valoare adăugată procesului de vânzare, oferind consiliere pre și post vânzare și posibilitatea ridicării produselor comandate direct de către clienți din depozitul companiei prin serviciul de self pick-up. În plus, oferă servicii de debitare și zincare termică la cerere.



Romano Del Negro,
CEO Frankstahl România





„În ceea ce privește calitatea produselor, un lucru foarte important este că o putem garanta. Respectiv clientul își alege nivelul de calitate pe care îl dorește din oferta noastră și poate fi sigur că primește exact ce a comandat. Piața din România este destul de haotică și segmentată, iar trasabilitatea produselor este redusă. Un lucru pe care nu îl întâlnim în Austria sau Italia, de exemplu, unde este o normalitate ca totul să fie ștanțat și însoțit de certificat", adaugă Romano Del Negro, Ceo Frankstahl România.

Valorile Frankstahl

Frankstahl îmbină valorile tradiționale ale unei afaceri de familie cu inovația și preocuparea continuă de a adopta cele mai noi produse și tehnologii.

Aceste trăsături esențiale ale companiei au influențat adaptarea acesteia la noul context economic, au determinat-o să regândească metodele tradiționale, să pună consumatorul în centrul business-ului și să

aducă valoare adăugată în procesul de vânzare. Și ceea ce este probabil cel mai important, a adus compania în postura asumată a „deschizătorului de noi drumuri" pe piața de oțel din România, contribuind activ la "modernizarea" acesteia.

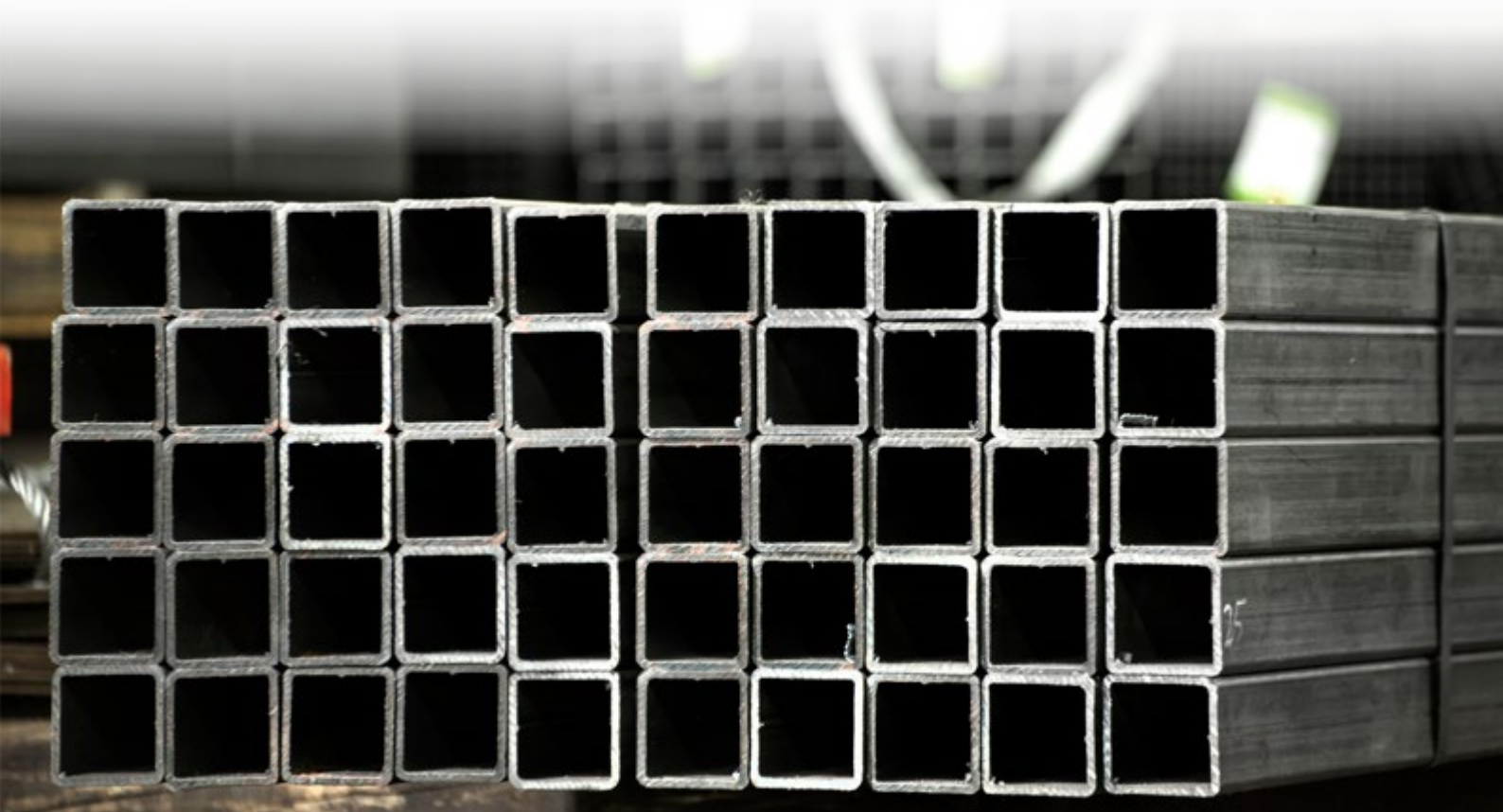
Frankstahl România – cum își menține poziția fruntașă în piață

Sunt mai multe elemente de care este nevoie pentru ca o companie să facă performanță pe o piață concurențială, atunci când vorbim despre un produs oferit de mulți producători și distribuitori, un produs care nu este pretențios.

„Mixul de articole și sistemul informatic sunt doi factori esențiali care ne diferențiază pe noi de concurență, de exemplu. Ne permitem să ținem pe stoc și produse cu rulaj mic, nu doar pe cele cu rulaj mare cum se întâmplă în cazul majorității jucătorilor din această piață. Din depozitul Frankstahl poți cumpăra practic „de toate", suntem un fel farmacie dacă putem folosi comparația. Iar în ceea ce privește sistemul informatic pe care îl folosim de 10 ani, este cel mai bun din piață la ora actuală. Și ne permite nouă să găsim soluții personalizate pentru fiecare client în parte", a mărturisit CEO-ul companiei.

Pe lângă acestea, un alt factor diferențiator al Frankstahl este abordarea asupra întregului proces de vânzare, din poziția asumată a "deschizătorului de drumuri".

„Suntem conștienți că vremurile s-au schimbat, că piața s-a schimbat și abordarea tradițională, pe termen lung, nu are cum să fie câștigătoare. Nu vrem doar să vindem oțel, ci vrem să construim o legătură cu clienții noștri, o experiență care să schimbe treptat abordarea tradițională care guvernează afacerile în acest domeniu. Astfel au apărut cele două produse digitale pe care le-am dezvoltat în ultimii ani: MyFrankstahl, primul program de fidelizare din industria oțelului și VreauOtel.ro, prima platformă dedicată vânzării și cumpărării de profile de dimensiuni atipice. Suntem mândri de rezultate și nu ne vom opri aici", adaugă Romano Del Negro.







Proiecte și investiții

Compania a lansat în a doua parte a anului trecut VreauOtel.ro, o platformă online unde Frankstahl și partenerii săi căută, respectiv oferă profile de oțel de dimensiuni nestandardizate. Vânzarea efectivă se face apoi offline, după ce partenerii au luat legătura unii cu ceilalți.

„Să zicem că am nevoie de un profil la 8 metri, prin urmare, nu am de ce să cumpăr un profil de 12 metri. Intru pe VreauOtel.ro, consult lista cu produse și aleg exact ce am nevoie. VreauOtel.ro e de fapt un canal de vânzări oferit gratuit partenerilor noștri", ne-a explicat Romano Del Negro.

Investiția a fost de 75.000 de euro, reprezentând achiziția inițială de stocuri de profile de dimensiuni nestandardizare și dezvoltarea efectivă a platformei. În momentul de față, o treime din volumul de articole disponibile pe platformă este oferit de Frankstahl.

Scopul final este de a transforma VreauOtel.ro într-un instrument relevant și cu adevărat utilizat la nivelul pieței. Astfel că o mare parte dintre resursele și atenția companiei se îndreaptă înspre acest proiect și

în 2016. Este un canal de vânzări de care își dorește să beneficieze întreaga piață, care să permită tuturor tranzacționarea unor stocuri de marfă cu rulaj mic în mod obișnuit.

Pe lângă acesta, Frankstahl România continuă să dezvolte MyFrankstahl, primul program de fidelizare din industria oțelului și totodată primul produs digital al companiei.

Frankstahl – prezentul și viitorul în cifre

„Am încheiat anul 2015 cu un rulaj de aproape 20,5 milioane de euro. Obiectivul nostru din ultimii 3 ani a fost acela de consolidare a cifrei de afaceri. Pentru 2015 trebuie să recunoaștem că a fost în continuare o provocare să îl realizăm, în contextul în care prețul per tona de oțel a continuat să scadă, ajungând ca la finalul anului să fie cu 15-20% față de începutul lui 2015", declară Del Negro.

Însă piața de construcții a avut o evoluție bună în ultimul an, peste așteptările destul de rezervate ale companiei pentru 2015, înregistrând cea mai mare creștere de după criză. Chiar dacă este vorba despre o creștere mare după o prăbușire puternică – și aici vorbim despre perioada 2008-2009 – previziunile pentru 2016 aduc motive de optimism pentru Frankstahl, care își propune în continuare un rulaj în jurul pragului 21-22 milioane de euro al ultimilor ani, dar și o profitabilitate brută de 5%. Profitabilitatea devine astfel principala țintă pe termen mediu a companiei, alături de dezvoltarea segmentului „merchent bars".

Contextul pieței

Anul 2016 a debutat cu fluctuații majore la nivelul prețului mediu pentru tona de oțel. O cădere considerabilă în primele două luni ale anului, urmate de o recuperare integrală și chiar mai mult în martie.

„Avem motive să fim optimiști și să sperăm la o stabilizare a prețului, urmată de o ușoară creștere în semestrul 2, ca urmare a diminuării importurilor de oțel din China și Turcia. Credem că 2016 este anul în care se va consolida climatul favorabil pentru sectorul de construcții, în contextul în care au fost deja anunțate investiții consistente, în special în construcții comerciale. Iar previziunile de creștere economică a României se îndreaptă spre 4%, construcțiile reprezentând un element cheie", încheie Romano Del Negro, Ceo Frankstahl România.



FRANKSTAHL
that's quality