Promotech. Rok dużych automatów do spawania i cięcia

Rekordowa sprzedaż systemów CAS, czyli ciężkiej automatyzacji spawania – to zdecydowanie największe tegoroczne osiągnięcie Promotechu - białostockiego producenta i eksportera. Przychody firmy tylko ze sprzedaży tego typu maszyn sięgnęły poziomu 10 mln zł.

- Rok 2023 zaczął się dla CAS bardzo dobrze już podczas styczniowych targów SteelFab w Emiratach Arabskich, kiedy to sprzedaliśmy maszynę do cięcia rur i profili - PPCM 1500 nowemu klientowi w Arabii Saudyjskiej. A rywalizowaliśmy tam z naszymi największymi konkurentami, więc wygrana była świadectwem dojrzałości rynkowej naszej oferty na PPCM. Później, w trakcie roku, dostarczyliśmy jeszcze PPCM 650 do Słowenii, co też było ważnym osiągnięciem w poszerzaniu rynku odbiorców dla tych maszyn – opowiada Bohdan Zaleski, wiceprezes ds. handlu Promotechu.

Po raz pierwszy w historii też Promotech zrealizował w tym roku unikalną instalację w Polsce - słupowysięgnik, obrotniki oraz półportal WA 2000HD, zainstalowane na jednym, wspólnym torowisku.

Jednak prawdziwym bohaterem roku jest MCM - automat do wycinania i spawania otworów dla stoczni i platform wiertniczych. Promotech sprzedał w tym roku aż sześć takich maszyn – po dwie dla klientów w USA i Turcji, po jednej do Portugalii i Hiszpanii.

**10 lat pracy u podstaw**

Na ten sukces złożyła się ponad 10-letnia, wytężona praca zespołu ludzi, obejmującego wszystkie działy firmy.

- W tym czasie budowaliśmy rozpoznawalność marki Promotech, rozwijaliśmy ofertę CAS, budowaliśmy zaufanie u naszych klientów i dystrybutorów – mówi Zbigniew Kopciewski, dyrektor działu handlowego. - Przeprowadziliśmy dziesiątki pokazów i wizyt serwisowych, wystawiliśmy setki ofert, opracowaliśmy wiele dokumentacji. Skutecznie dostosowujemy nasze urządzenia CAS do potrzeb klienta (finalnie praktycznie każde sprzedawane urządzenie czymś się różni), ale gwarantujemy też obsługę serwisową w okresie gwarancyjnym i pogwarancyjnym To wszystko procentuje w tym roku i będzie dalej procentować w latach kolejnych.

Ważnym ogniwem są dystrybutorzy firmy w różnych częściach świata, którzy mają przekonanie do rozwiązań Promotechu oraz oferowanego wsparcia, dzięki czemu skutecznie promują ofertę CAS na swoich rynkach. Istotną rolę w pozyskiwaniu nowych zapytań i potencjalnych klientów spełnia też firmowa strona internetowa oraz media społecznościowe.

**Dobre strony globalizacji**

Duże znaczenie dla sprzedażowego sukcesu maszyn MCM miało też zwiększające się zapotrzebowanie na zieloną energię na świecie, w tym energię z wież wiatrowych, a także wysokie ceny ropy naftowej, zmiany klimatyczne, wojna w Ukrainie i ograniczenia w emisji CO2.

- Po ponad dziesięciu latach na rynku, nasze maszyny MCM zdobyły należne im uznanie, a my, jako producent zyskaliśmy duże zaufanie największych graczy na rynku wiatrowym – mówi Bohdan Zaleski. - Co ciekawe, wiele firm na całym świecie, często za miliony dolarów, podejmowało kroki, aby opracować inną metodę automatycznego cięcia i spawania futryn w wieżach wiatrowych. Jednak to my byliśmy pierwsi, kreatywni, zaangażowani w promocje, a teraz staramy się odpowiadać na nowe wymagania rynku szybko i sprawnie, aby utrzymać pozycję lidera. Globalizacja – hasło, które czasem budzi złe emocje i strach - może oznaczać szanse i korzyści, co widać na przykładzie sukcesu naszych MCM-ów. Trzeba tylko mieć produkt lub usługę, która wyprzedza konkurencję i umieć zdobyć zaufanie rynku poprzez jakość tej oferty.