



Grupa PSB – polska sieć wspierająca lokalność i rozwój regionów

Grupa PSB to największa w Polsce sieć dystrybucji materiałów budowlanych, remontowych i wykończeniowych. Jej centrala od 1998 roku zlokalizowana jest w województwie świętokrzyskim, w Wełczu koło Buska-Zdroju. Obecnie PSB zrzesza ponad 400 rodzinnych firm prowadzących placówki pod markami PSB Mrówka, PSB Profi oraz Składy Budowlane PSB. Łącznie sieć liczy niemal 750 punktów sprzedaży – w tym 390 sklepów PSB Mrówka, prawie 280 składów budowlanych oraz 78 placówek PSB Profi. Placówki obecne są w 90% powiatów w Polsce, co sprawia, że Grupa PSB dociera do niemal każdego mieszkańca kraju. W 2024 roku Grupa PSB osiągnęła przychody w wysokości 9,1 mld zł, z czego ponad 4,2 mld zł to zakupy Partnerów PSB realizowane za pośrednictwem centrali. Centrala odpowiada za wspólne negocjacje warunków zakupowych, marketing, logistykę, IT oraz wdrażanie innowacji. Coraz większy wolumen zakupów realizowanych centralnie przekłada się na standaryzację sieci i wzrost jej konkurencyjności.

LOKALNOŚĆ – FUNDAMENT TRWAŁEGO SUKCESU

W latach 90. rynek handlowo-budowlany w Polsce przechodził dynamiczne zmiany, a międzynarodowe sieci otwierały sklepy w dużych miastach. PSB postawiła na integrację małych, rodzinnych firm handlowych w mniejszych miejscowościach. Już w 1999 roku Grupa dołączyła do Euro-Matu – największej europejskiej federacji grup zakupowych. Od samego początku wspiera swoich Partnerów dostępem do know-how, szeroką ofertą produktową i wsparciem marketingowo-szkoleniowym.

Kluczową przewagą PSB było i pozostaje zrozumienie potrzeb lokalnych społeczności oraz elastyczne dostosowywanie oferty. Firma nie konkurowała z największymi graczami na ich warunkach – postawiła na bliskość klienta, rozwój lokalnych rynków pracy i partnerskie relacje z dostawcami.

W 2025 roku Grupa PSB wprowadziła znak „Polskie Sklepy” – symbol wartości, które promuje: autentyczność, lokalność i troskę o tradycję. Sklepy oznaczone tym znakiem to miejsca, w których klienci czują się częścią wspólnoty, a nie tylko klientami bezosobowej sieci.



Grupa PSB Handel S.A. (centrala), Wełcz k/Buska-Zdroju

NOWE FORMATY SPRZEDAŻY – BLIŻEJ KLIENTA

Odpowiadając na zmieniające się potrzeby rynku, w 2024 roku Grupa PSB uruchomiła nowy format sklepów – PSB Mrówka Express, o powierzchni od 250 do 400 m². Format wpisuje się w ideę „15-minutowego miasta”, umożliwiając mieszkańcom szybkie zakupy w pobliżu miejsca zamieszkania. PSB Mrówka Express oferuje kompaktową, dobrze dobraną ofertę produktów remontowych i wykończeniowych – dostępnych w wygodny sposób, bez potrzeby podróży do dużych centrów handlowych.

W 2025 roku planowana jest dalsza rozbudowa formatu Express oraz całej sieci PSB Mrówka, co pozwoli Grupie na jeszcze lepsze pokrycie rynku i dalsze wzmocnienie pozycji w sektorze DIY i budowlanym.

CYFRYZACJA I OMNICHANNEL – FUNDAMENTY DALSZEGO ROZWOJU

Grupa PSB konsekwentnie rozwija sprzedaż wielokanałową, integrując handel stacjonarny z nowoczesnymi rozwiązaniami online. W 2024 roku wdrożono m.in. automatyzację fakturowania, system EDI do wymiany danych z dostawcami, zmodernizowano Extranet i system ERP, rozpoczęto prace nad systemem PIM i aplikacją mobilną.

Rozwijana jest również platforma e-commerce – www.mrowka.com.pl, która umożliwia klientom wygodne zakupy online, a lokalnym partnerom – dopasowanie oferty do potrzeb współczesnych konsumentów. Grupa PSB tworzy w ten sposób spójne doświadczenie zakupowe, łącząc świat offline i online.



WSPARCIE DLA WYKONAWCÓW I KLIENTÓW INDYWIDUALNYCH

W 2025 roku Grupa PSB uruchomiła program PSB Plus – skierowany do firm wykonawczych. Równolegle planowane jest uruchomienie programu lojalnościowego dla klientów PSB Mrówka. Oba programy mają na celu budowanie trwałych relacji i lojalności wśród kluczowych grup klientów.

PSB wspiera również sukcesy w firmach rodzinnych – oferując doradztwo i szkolenia, które pomagają w płynnym przekazywaniu firm kolejnym pokoleniom. To istotny element strategii długoterminowego rozwoju sieci.

Z MYŚLĄ O PRZYSZŁOŚCI

Grupa PSB nie zwalnia tempa. Rok 2025 to dalszy rozwój e-commerce, cyfryzacji, rozbudowy sieci PSB Mrówka oraz pogłębiania współpracy z partnerami biznesowymi. Równolegle zarząd centrali PSB finalizuje prace nad nową strategią na lata 2026–2028. Istotnym elementem tego planu jest również wsparcie procesów sukcesyjnych w firmach rodzinnych, co ma na celu zapewnienie płynnego przekazywania przedsiębiorstw kolejnym pokoleniom. Dzięki synergii działań, nowoczesnym technologiom oraz silnym relacjom lokalnym, Grupa PSB systematycznie umacnia swoją pozycję na polskim rynku materiałów budowlanych.

SILNA MARKA, ROZPOZNAWALNA W CAŁEJ POLSCE

Dziś marki Grupy PSB zna 80% Polaków. To efekt skutecznych kampanii marketingowych – m.in. głośnej kampanii „WSZYSTKO”, której celem jest dotarcie do szerokiego kręgu odbiorców, zarówno w sektorze hurtowym, jak i detalicznym. Hasła „Profesjonalnie, szybko, blisko WSZYSTKO” (dla PSB Profi) oraz „Prosto, szybko, blisko WSZYSTKO” (dla PSB Mrówka) stały się rozpoznawalnymi sloganami.

Obecnie Grupa PSB oferuje blisko 470 tys. produktów od ponad 540 producentów – liderów branży budowlanej i remontowej. Oferta jest stale aktualizowana, by odpowiadać na potrzeby zarówno profesjonalistów, jak i klientów indywidualnych.