

NA PÓŁMETKU – REALIZACJA STRATEGII GRUPY PSB

Grupa PSB, jako największa w Polsce sieć składów materiałów budowlanych oraz sklepów Dom i Ogród pod nazwą PSB Mrówka, z sukcesem realizuje swoją strategię rozwoju.

wzmocnienie jej pozycji rynkowej i długofalowy rozwój. Na półmetku działań osiągnięto znaczące efekty, szczególnie w cyfryzacji i standaryzacji. Wdrożono m.in. optymalizację kosztów, automatyzację procesów back office, rozwinięto nowoczesne portale oraz aplikacje webowe i mobilne. W obszarze warunków handlowych poprawiono zarządzanie kategoriami produktowymi. W marketingu zrealizowano kampanię reklamową pod hasłem WSZYSTKO, mającą integralne elementy tak dla sieci składów budowlanych, jak dla sklepów detalicznych PSB Mrówka. Dodatkowo placówki PSB otrzymały kompleksowe rozwiązania marketingowe do wdrażania w lokalnych oddziałach w myśl hasła „myślimy globalnie, działamy lokalnie”. To pozwoliło na zwiększenie rozpoznawalności marki PSB do ponad 60%, a marki Mrówka do 76%. Inwestowano także w rozwój pracowników poprzez szkolenia, programy motywacyjne oraz stworzenie atrakcyjnych warunków pracy.

W 2024 roku Grupa PSB koncentruje się na projektach doskonalących proces zarządzania ceną i sprzedażą, wdrażając m.in. program motywacyjny PSB Plus dla firm wykonawczych oraz aplikację mobilną dla placówek Mrówka. Rozwiązania te zapewnią unikatowe korzyści dla lojalnych klientów. Dodatkowo Grupa PSB chce być jeszcze bliżej swoich klientów i stawia na trend miasta 15-minutowego i potrzeb klienta. Stąd dalsza ekspansja i rozwój nowych formatów placówek – PSB Mrówka Express, kompaktowych punktów sprzedaży umożliwiających szybkie zakupy artykułów do remontu i wykończenia wnętrz.

W MAJU BIEŻĄCEGO ROKU podczas walnego zgromadzenia akcjonariuszy do obecnego składu zarządu – Piotra Koziny oraz Anny Kaminskiej – dołączył Grzegorz Filipek. Decyzją ZWZA wypłacono również dywidendę akcjonariuszom spółki, co podkreśla dobrą sytuację finansową Grupy PSB Handel S.A. oraz zaufanie akcjonariuszy do zarządu. Realizacja strategii Grupy PSB pokazuje zaangażowanie w ciągły rozwój oraz adaptację do zmieniających się warunków rynkowych, co zapewnia dalsze sukcesy w dystrybucji materiałów.

Czy działania te przyniosą założony skutek w postaci dalszego rozwoju Grupy PSB? Rynek DIY w Polsce (według GFK) wzrósł o 0,8% w I półroczu 2024 (vs 2023), a w tym samym okresie sklepy PSB Mrówka odnotowały wzrost sprzedaży o 9%, osiągając 17% udziału w rynku. Odnosząc się z kolei do wyników samej Centrali PSB (Grupy PSB Handel S.A.) – odnotowała ona 10,5% wzrost przychodów w I półroczu 2024 roku. Te liczby pokazują, że wdrożone działania przyniosą oczekiwane efekty. □



► (od lewej) Piotr Kozina – dyrektor zarządu Anna Kaminska – członek zarządu
Grzegorz Filipek – członek zarządu

Grupa PSB to najszybciej rozwijająca się grupa zakupowa w Polsce, z ponad 730 placówkami sprzedaży. W 2023 roku partnerzy Grupy osiągnęli blisko 9 mld zł, z czego 3,9 mld zł stanowiły przychody Centrali (Grupy PSB Handel S.A.). Pod markami należącymi do PSB funkcjonują zarówno sklepy detaliczne, typu Dom i Ogród – 373 sklepy PSB Mrówka, jak i placówki przeznaczone do obsługi wykonawców i inwestycji budowlanych – 287 składów budowlanych PSB i 78 placówek PSB PROFI (skład budowlany ze strefą samoobsługową). Dzięki tej strukturze Grupa PSB trafia do szerokiej grupy odbiorców – od klientów detalicznych po firmy budowlane.

W RAMACH STRATEGII na lata 2023–2025 Grupa PSB przygotowała kluczowe projekty strategiczne mające na celu

www.grupapsb.com.pl