



Roto
Eurotechnica

Όλα αυτά τα χρόνια
της παρουσίας
της στην αγορά,
έχει καταφέρει να
δημιουργήσει ένα
όνομα συνώνυμο
της σοβαρότητας,
της άριστης
εξυπηρέτησης
των πελατών της
και της υψηλής
παροχής τεχνικής
υποστήριξης. Τι
υποστηρίζει εκ
μέρους της εταιρίας
ο. Κ. Βασίλης
Κλεόβουλος.

26 χρόνια με δυναμικό παρόν

ΚΟΡΥΦΑΙΑ ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΤΟΝ ΧΩΡΟ ΤΩΝ ΜΗΧΑΝΙΣΜΩΝ ΚΟΥΦΩΜΑΤΩΝ

Hεταιρία ΕΥΡΩΤΕΧΝΙΚΗ ιδρύθηκε στην Θεσσαλονίκη το 1983 με σκοπό την εισαγωγή από την ευρωπαϊκή και ειδικότερα την γερμανική αγορά οικοδομικών υλικών υψηλής ποιότητος. Τα πρώτα προϊόντα που ενέταξε στην γκάμα της ήταν τα έτοιμα ξύλινα παράθυρα από την γερμανική εταιρία **Gutbrod Fenster**.

Το 1984 ζεκίνει η συνεργασία της με την εταιρία **Roto Frank AG**. Η ευνοϊκή χρονική συγκυρία σε συνδυασμό με την μεγάλη και δύσκολη προσπάθεια των ανθρώπων της ΕΥΡΩΤΕΧΝΙΚΗΣ, απλά και την πολύ καλή ποιότητα των προϊόντων της Roto, είχε σαν αποτέλεσμα την εδραίωση της Roto Frank AG στην

ελληνική αγορά σαν τον ηγέτη της αγοράς στους μηχανισμούς ανοιγομένων - ανακλινομένων παραθύρων. Στην συνέχεια συνεργάστηκε και με άλλης γερμανικές και ιταλικές εταιρίες για να ολοκληρώσει το πρόγραμμα των προϊόντων της.

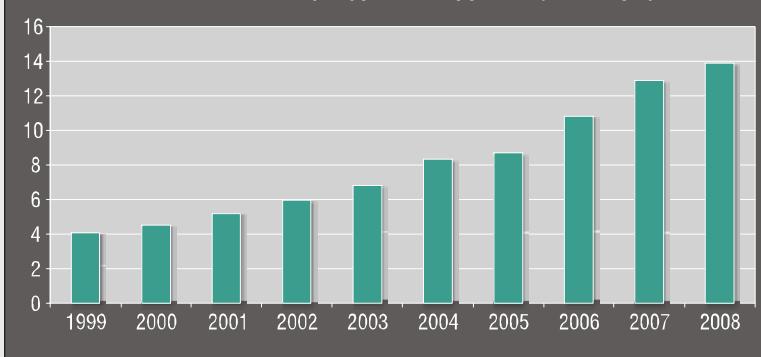
Αυτήν την στιγμή η ΕΥΡΩΤΕΧΝΙΚΗ εκπροσωπεί στην ελληνική αγορά εκτός της Roto Frank AG και τις εταιρίες **Hoppe**, **Abc**, **Sikkens**, **Geze**, **Sfs Intek**, **Torso**, **Gutmann**, **Europrofilo**, **Benaco**, **Htt Primo** κά.

Το 1990 δημιουργήθηκε το κατάστημα της Αθήνας, που περιλαμβάνει αποθηκευτικούς χώρους, γραφεία, show room, για την καλύτερη εξυπηρέτηση της αγοράς της N. Ελλάδος. Το 1998 μετακόμισε σε ιδιόκτιτες εγκαταστάσεις στην ΒΙ.ΠΕ.Θ στην Σίνδο Θεσσαλονίκης.

Μεγάλη σημασία έδινε πάντα η ΕΥΡΩΤΕΧΝΙΚΗ στον ανθρώπινο παράγοντα, με αποτέλεσμα αυτήν την στιγμή να έχει ένα επιπλέοντα από ικανότατους τεχνικούς που μπορούν και παρέχουν στους πελάτες τεχνική υποστήριξη υψηλού επιπέδου. Απασχολεί σήμερα 37 άτομα προσωπικό.

Στα 26 χρόνια της παρουσίας της στην αγορά έχει καταφέρει να δημιουργήσει ένα όνομα συνώνυμο της σοβαρότητας, της άριστης εξυπηρέτησης των πελατών της και της υψηλής παροχής τεχνικής υποστήριξης.

ΕΥΡΩΤΕΧΝΙΚΗ: Εξέλιξη κύκλου εργασιών (εκατ. ευρώ)



Το «πιστεύω» του κ. Βασίλη Κλεόβουλου

Ο κ. Βασίλης Κλεόβουλος, εκ των μετόχων της εταιρίας και υπεύθυνος του καταστήματος Νοτίου Ελλήναδος, μας μήνισε για την πορεία της ΕΥΡΩΤΕΧΝΙΚΗΣ στην αγορά, τα νέα της προϊόντα, την φιλοσοφία της, τις μακροπρόθεσμες προοπτικές της, αλλά και το «πιστεύω» του για την πορεία της ελληνικής αγοράς κουφωμάτων. Οι απόψεις του είναι ενδιαφέρουσες και σας τις μεταφέρουμε παρακάτω:

- **Κύριε Κλεόβουλε, ποια θεωρείτε ότι είναι τα δυνατά σημεία που έχουν ξεχωρίσει την ΕΥΡΩΤΕΧΝΙΚΗ σε βάθος χρόνου από τον ανταγωνισμό;**

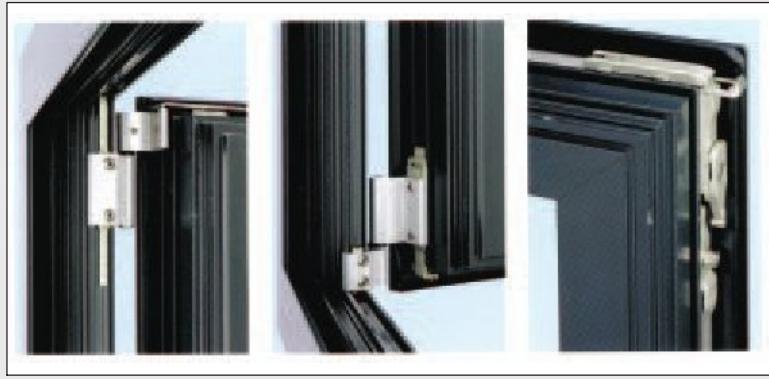
Η ROTO-ΕΥΡΩΤΕΧΝΙΚΗ έχει ένα όνομα συνώνυμο της σοβαρότητας, της υψηλής ποιότητας των προϊόντων που διαθέτει, των εξαιρετικών τεχνικών γνώσεων που έχουν οι συνεργάτες της, την γνώση της αγοράς των κουφωμάτων, καθώς και την μοναδική δυνατότητα που έχει σαν εταιρία ως προς τις αυθημερόν αποστολές των προϊόντων της από τα δυο σημεία πώλησης που διαθέτει. Το σύνθημα της εταιρίας είναι να πιειτούργούν όλοι οι άνθρωποί της, βάζοντας στην θέση του πελάτη τον εαυτό τους, ώστε να μπορούν να δίνουν την καλύτερη δυνατή βοήθεια και εξυπηρέτηση στην αγορά των προϊόντων της. Το πιστεύω της είναι όχι πωλητές εξαρτημάτων για κουφώματα, αλλά τεχνικοί οι οποίοι με τον ρόλο του συμβούλου στην παραγωγή και εμπορία κουφωμάτων, δίνουν τις λύσεις που απαιτούν οι κατασκευαστές. Γ' αυτό τον λόγο η φιλοσοφία της ΕΥΡΩΤΕΧΝΙΚΗΣ είναι, για κάθε διαφορετικό προϊόν μια επιλεγμένη λύση, δηλαδάν μια εταιρία ανά προϊόν. Με αυτά τα δεδομένα, οι πελάτες της νιώθουν την σιγουρία ότι συνεργάζονται με μια εταιρία η οποία κάνει συνεχώς έρευνα αγοράς και εξασφαλίζει διαρκώς επαρκή εμπορεύματα, ώστε να μπορεί να εκτελέσει άμεσα την παραγγελία τους, έχοντας την δυνατότητα να βρει όλες τις λύσεις που χρειάζονται στα τεχνικά προβλήματά τους μέσω των τεχνικών της συμβούλων.

- **Πώς βλέπετε την εγχώρια αγορά κουφώματος την τρέχουσα περίοδο;**

Η αγορά έχει προβλήματα τα τελευταία δύο χρόνια. Φυσικά η διεθνής κρίση, η οποία ήρθε σαν καταιγίδα πέρυσι το φθινόπωρο, την επιδείνωσε και επηρέασε τους επαγγελματίες που ήταν «απροετοίμαστοι». Όμως, κανένας πελάτης της ΕΥΡΩΤΕΧΝΙΚΗΣ που είχε μια νοικοκυρεμένη επιχείρηση, δεν έπιασε κάτι κακό και είμαι σ' αυτό απόλυτος. Βέβαια σε όλους μας, αυτή η καινούργια κατάσταση δημιουργούσε προβλήματα, αλλά όχι τέτοια ώστε να μας δημιουργούν ερωτήματα



του αν θα συνεχίσουμε την δουλειά μας ή όχι. Το μόνο σίγουρο είναι ότι συνέβη το εξής αξιοσημείωτο, όχι μόνο στην Ελλάδα, αλλά και σε όλη την Ευρώπη. Η κρίση επιπρέασε αρνητικά περισσότερο της εταιρίες κουφωμάτων που είχαν διαλέξει να κατασκευάζουν προϊόντα, τα οποία είχαν χαμηλότερη τιμή από αυτή του μέσου όρου της αγοράς. Δεν συντιώ για εταιρίες οι οποίες έχουν κακή ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών. Αυτές είναι άχις των επιλογών τους. Μήλω για εταιρίες που επέλεξαν να στοχεύουν στο μερίδιο της αγοράς που κινείται στα χαμηλά επίπεδα τιμών, αλλά πάντα μέσα στο best value, δηλαδάν με την λογική ότι γι' αυτό που αγοράζω, ενσυνείδητα γνωρίζω ότι δεν είναι το καλύτερο, αλλά αξίζει τα χρήματά του. Η αρχική σκέψη μας μπορεί να είναι ότι όταν δεν υπάρχουν χρήματα, αγοράζω το φθινόπωρο. Η τελική επιλογή όμως είναι ότι επειδή δεν έχω πολλά χρήματα, πρέπει να πάρω το πιο αξιόπιστο, διότι δεν μπορώ να το αλλάξω και πρέπει να το αγοράσω μία και μόνο φορά στην ζωή μου. Αποτέλεσμα όλων των προηγουμένων, είναι ότι στην αγορά την τρέχουσα περίοδο δουλεύουν οι επιχειρήσεις οι οποίες είχαν τοποθετηθεί στο κομμάτι της, με πωλήσεις που είναι από την μέση και πάνω σε σχέσεις ποιότητας – τιμής.





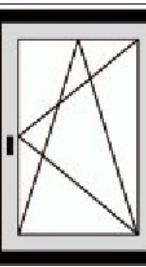
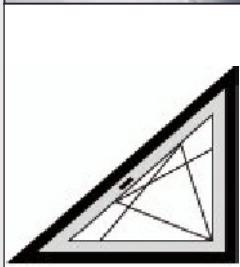
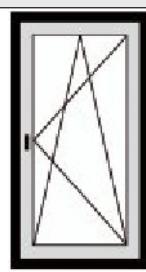
...Το σύνθημα της εταιρίας είναι να λειτουργούν άλιοι οι άνθρωποι της, βάζοντας στην θέση του πελάτη τον εαυτό τους, ώστε να μπορούν να δίνουν την καλύτερη δυνατή βοήθεια και εξυπηρέτηση στην αγορά των προϊόντων της...

- **Ποιες είναι οι νέες προϊοντικές προτάσεις και ο μακροπρόθεσμος προγραμματισμός σας;**

Η ΕΥΡΩΤΕΧΝΗΚΗ είναι η εταιρία η οποία πρώτη το 1983 ξεκίνησε να συμβουλεύει και να διαθέτει όλη την γκάμα των προϊόντων που χρειάζεται ένα εργαστήριο κουφωμάτων για να κατασκευάσει ένα θερμομονωτικό κούφωμα. Όλα αυτά τα χρόνια εισάγοντας τεχνολογικά προϊόντα, βρίσκεται στη πρώτη γραμμή όσο αφορά την ενημέρωση των καινοτόμων τεχνολογιών στον τομέα των κουφωμάτων.

Τα προϊόντα που ήδη προωθούνται μακροπρόθεσμα είναι τα εξής:

- Ο τελευταίος τύπος **μπχανισμού NT** της Roto για προφίλ που δέχεται περιμετρικό μπχανισμό. Εδώ και ένα χρόνο ο συγκεκριμένος τύπος μπχανισμού, εκτός από τα 10 έτη εγγύησης καλής λειτουργίας, προσφέρει και 10ετη εγγύηση κατά την οικείωσης πλόγω της νανοτεχνολογίας που μόνο η Roto εφαρμόζει στην βαφή – προστασία του.
 - Ο σύγχρονος **μπχανισμός T300** ο οποίος τοποθετείται σε σειρές ALU με camera europea, η τιμή του οποίου συναγωνίζεται ακόμα και τις πλέον χαμηλέστερες τιμές της ελληνικής αγοράς μπχανισμών.
 - Το νέου τύπου **μπχανισμό T600** της Roto, ο οποίος δίνει λύσεις στα έγχρωμα προφίλ ALU, διότι όταν είναι κηλειστό το κούφωμα δε φαίνεται τίποτα απολύτως από το κρυφό μπχανισμό εκτός από το προφίλ. Έτσι, δεν αναγκάζεται ο κατασκευαστής να βάζει τους ανάλογους μεντεσέδες ή να ψάχει να βρει το χρώμα που ταιριάζει στο έγχρωμο προφίλ.
 - **Ανοξείδωτος** ρυθμιζόμενος μπχανισμούς για παντζούρια – σκούρα, ξεπερνώντας τις οικειότητες στις παραθαλάσσιες περιοχές της χώρας μας.
- Όσον αφορά προϊόντα μακροπρόθεσμου προγραμματισμού, θεωρώ ότι ήδη έχουμε κάνει μεγάλα βήματα, ως προς την προοπτική των εφαρμογών των πλεκτρικών συστημάτων στην τεχνολογία



για την κατασκευής κουφωμάτων, πιο λειτουργικών και πιλέον αντιδιαρροπικών.

Ήδη στο πρόγραμμα των προϊόντων μας έχουμε εντάξει:

- Συστήματα διαχείρισης διασύνδεσης και χώρων αυτόματης τραπεζικής εξυπηρέτησης.
- Συστήματα ασφαλείας περιστρεφόμενου αεροστεγούς θαλάμου με αυτοελεγχόμενη λειτουργία.
- Ηλεκτρικές κλειδαριές ασφαλείας.
- Ηλεκτρομαγνήτες.
- Συστήματα ελεγχόμενης πλεκτρονικά εξόδου κινδύνου.
- Ανιχνευτής μετάλλων του μεγαλύτερου εργοστασίου στο κόσμο **CEIA**, με πωλήσεις πάνω από το 85% παγκοσμίως.

Ολοι μας στην ΕΥΡΩΤΕΧΝΙΚΗ, πιστεύουμε ότι έχει τελειώσει η εποχή των πλεκτρονικών υπολογιστών και έχουμε περάσει πιλέον στην εποχή των εφαρμογών αυτοματισμού με επίκεντρο την άνεση και την ασφάλεια, με σκοπό μια ζωή καλύτερη, πιο εύκολη και πιο ασφαλή.

- **Ποια είναι η εκτίμησή σας όσον αφορά στη μελλοντική πορεία του κλάδου αλουμινίου στην Ελλάδα;**



Οι ανιχνευτές μετάλλων της CEIA αποτελούν ένα χαρακτηριστικό δείγμα από τα νέα τεχνολογικά προϊόντα που προωθεί η ΕΥΡΩΤΕΧΝΙΚΗ



„Όλοι μας στην ΕΥΡΩΤΕΧΝΙΚΗ, πιστεύουμε ότι έχει τελειώσει η εποχή των πλεκτρονικών υπολογιστών και έχουμε περάσει πλέον στην εποχή των εφαρμογών αυτοματισμού με επίκεντρο την άνεση και την ασφάλεια, με σκοπό μια ζωή καλύτερη, πιο εύκολη και πιο ασφαλή...“

Προσωπικά εκτιμώ ότι στην Ελλάδα υπάρχει ένας υπερεπαγγελματισμός σε όλους τους κλάδους. Το ίδιο ισχύει και στον κλάδο του αλουμινίου. Το σενάριο που ήθει ότι αυτό που έγινε στα μικρά μπακάλικα, με την δημιουργία των supermarkets, θα το δούμε και στον κλάδο του αλουμινίου, φαντάζει μπροστά μου σαν ένα πάρα πολύ κακός εφιάλτης που εγώ τουλάχιστον εύχομαι να μην προβλέψω να ζήσω. Φυσικά και θα γίνουν κάποια μεγάλα μαγαζία μεγαλύτερα και κάποια μικρά θα κτίσουν. Η εμπειρία μου και η συνεχής ενημέρωσή μου στην Ελλάδα και το εξωτερικό τα τελευταία 28 χρόνια, μου δίνει την δυνατότητα να περιγράψω κάποια στοιχεία τα οποία πρέπει να έχει ως μοντέλο ανάπτυξης μια σύγχρονη μονάδα παραγωγής κουφωμάτων, χωρίς φυσικά να τα συνδυάζει όλα, αλλά τουλάχιστον ένα – δύο από αυτά.

1. Συνεργασίες με προμηθευτές, όχι με βάσοντας μόνο την τιμή αγοράς των πρώτων υλών, αλλά με βάσοντας πάκετου συνεργασίας όπως τιμή, ποιότητα, τεχνικό service, χρηματοοικονομική στήριξη, στήριξη έκτακτων περιστατικών και ειδικών Project, υποστήριξη μεταξύ ομοειδών εταιρειών ως προς την ποιότητα και επιλογή των πρώτων υλών, πράγμα που οδηγεί σε συνεργασίες όπως πιέσεις για καλύτερες τιμές, κοινή διαφήμιση και παρουσία, φυσικά με απαράβατη προϋπόθεση την διαφορετικότητα του γεωγραφικού χώρου όπου δραστηριοποιείται κάθε μια, ώστε αυτό το δίκτυο να μπορεί να σταθεί απέναντι στις πολύ μεγάλες επιχειρήσεις.
2. Συνεργασίες με τεχνικές εταιρίες και τεχνικά γραφεία, όσον αφορά την μισή περίπου παραγωγή μιας μονάδας παραγωγής κουφωμάτων και όσο αφορά την άλλη μισή να στοχεύουν σε πωλήσεις κατευθείαν στους ιδώτες πελάτες.
3. Θα πρέπει ο προγραμματισμός της επιχείρησης να έχει την δυνατότητα να μην αποθικεύει μεγάλες ποσότητες πρώτων υλών με στόχο



το μηδενικό στοκ.

4. Να επιλέγουν την ποιότητα και το service των πελατών τους και όχι να εξαρτάται η ανταγωνιστικότητα του προϊόντος τους μόνο στην χαμηλή τιμή του, γιατί ο πελάτης που έρχεται μόνο για την τιμή, ανά πάσα στιγμή μπορεί να βρει φθηνότερη και να μην ξαναγοράσει.
 5. Στην περίπτωση που έχουν δίκτυο χονδρικής ή θέλουν να δημιουργήσουν, πρέπει να έχουν τον έλεγχο του δικτύου, δημιαδή να προβάλουν τις συνεργασίες, να μεθοδεύουν τρόπους πωλήσεως, να επιδιώκουν την κοινή τους εμφάνιση και την κοινή τους προοπτική και όχι να λειτουργούν σαν προμηθευτής με πελάτη λιανικής που αγοράζει επαναληπτικά.
 6. Να επενδύουν κάθε χρόνο στην ενημέρωσή τους σε νέες τεχνολογίες και πρaktikές.
 7. Να φροντίζουν ώστε η επιχείρησή τους να έχει κάποια μοναδικότητα και κάποια διαφορετικότητα σε σχέση με τις ανταγωνίστριες εταιρίες.
- Αυτά μας είπε ο κ. Βασίλης Κλεόβουλος, που πιστεύουμε ότι είναι άκρως σημαντικά, από έναν έμπειρο άνθρωπο της αγοράς που «κουβαλά» πάνω του πολύτιμες εμπειρίες και γνώσεις 30 σχεδόν ετών.