

FERRO

Karolina Manikowska

GROUP MARKETING
AND PRODUCT MANAGEMENT DIRECTOR
FERRO GROUP



Czy rok 2025 był rokiem „przetrwania” czy rozwoju?

Rok 2025 zdecydowanie nie był dla nas rokiem biernego „przetrwania”. Od początku zakładaliśmy, że będzie to czas planowanego, świadomego rozwoju – nawet w trudnym i zmiennym otoczeniu rynkowym. Przyjęliśmy strategię APEX i konsekwentnie realizowaliśmy działania, które już dziś przynoszą efekty oraz budują solidne fundamenty pod kolejne lata. Skupiliśmy się na porządkowaniu oferty, optymalizacji procesów, wzmacnianiu marek oraz inwestycjach w obszary, które będą kluczowe w przyszłości. Taki scenariusz był zgodny z naszymi założeniami – wiedzieliśmy, że to nie będzie łatwy rok, ale właśnie dlatego potraktowaliśmy go jako moment budowania przewagi, a nie przeczekiwania.

Globalizacja – zagrożenie czy szansa?

Globalizacja to proces, którego nie da się zatrzymać i który ma dwie strony. Z jednej daje dostęp do nowych technologii, rozwiązań i inspiracji, przyspiesza rozwój oraz podnosi standardy jakościowe. Z drugiej – oznacza rosnącą konkurencję, presję cenową i konieczność ciągłego

różnicowania oferty. Z perspektywy FERRO Group postrzegamy globalizację jako impuls do dalszego profesjonalizowania działalności i konsekwentnej ekspansji. Planujemy stopniowe wejście na nowe rynki, wykorzystując doświadczenie, skalę i stabilność organizacji. Klient końcowy zyskuje większy wybór, ale jednocześnie coraz bardziej docenia markę wiarygodną, oferującą realne wsparcie techniczne i długofalowe podejście. To właśnie w tym obszarze widzimy swoją przewagę.

Zmiany w dystrybucji i rola instalatora

Dotarcie do klienta jest dziś absolutnie kluczowe i coraz bardziej złożone. Jesteśmy obecni

zarówno w hurtowniach i mniejszych salonach, jak i w dużych sieciach handlowych, rozwijając się dwutorowo i świadomie odpowiadając na różne potrzeby rynku. Niezależnie od kanału, rola instalatora pozostaje fundamentalna – to nie tylko wykonawca, ale bardzo często pierwszy i najważniejszy doradca klienta. Rozwiązania, które sprawdzają się w jego codziennej pracy, naturalnie „idą z nim” do kolejnych realizacji. Z tego względu instalator znajduje się w centrum naszej strategii, a jednym z jej filarów jest FERRPLAY – dedykowany program partnerski stworzony specjalnie z myślą o instalatorach. Program ten zapewnia im realne wsparcie w codziennej pracy, ułatwia dostęp do sprawdzonych rozwiązań i wzmacnia długofalowe relacje oparte na zaufaniu do marki FERRO. W połączeniu z niezawodnymi produktami i kompletnymi systemami FERRPLAY pozwala nam budować trwałą, partnerską współpracę z instalatorami.

Technologie grzewcze – co się zmienia?

Nie mówimy dziś o prostym „odchodzeniu” technologii grzewczych, lecz o ich ewolucji i współistnieniu. Dywersyfikacja źródeł ciepła pozostaje aktualna i będzie odgrywać kluczową rolę w kolejnych latach. Zmieniają się regulacje, warunki rynkowe i oczekiwania użytkowników, dlatego elastyczność systemów grzewczych staje się jednym z najważniejszych kryteriów wyboru. W tym kontekście istotną rolę odgrywa spółka TERMET, która dysponuje kompleksową ofertą grzewczą – od nowoczesnych kotłów gazowych, przez pompy ciepła, po rozwiązania hybrydowe i urządzenia na biomasę. Uzupełnieniem tego portfolio jest segment instalacyjny FERRO, obejmujący kompletne systemy ogrzewania podłogowego oraz elementy instalacji grzewczych. Tak skonstruowana oferta pozwala dopasować technologię do realnych warunków inwestycyjnych,

obowiązujących przepisów i indywidualnych potrzeb użytkowników, zamiast narzucać jeden uniwersalny scenariusz.

Jak sztuczna inteligencja zmienia funkcjonowanie firmy?

Sztuczna inteligencja wkroczyła do codzienności biznesowej już jakiś czas temu i w FERRO Group traktujemy ją przede wszystkim jako ogromną szansę. Łączymy analizę danych z rozwiązaniami opartymi na AI, wykorzystując je w wielu obszarach działalności – od analizy rynku po obsługę klienta – jako wsparcie dla wiedzy zespołów i doświadczenia rynkowego. To narzędzie, które pozwala skalować biznes, szybciej reagować na zmiany i podejmować lepsze decyzje. Oczywiście AI nie zastąpi doświadczenia instalatora czy eksperta technicznego, ale może skutecznie wspierać proces doboru rozwiązań czy wstępnej diagnostyki. Kluczowe jest odpowiedzialne i świadome wykorzystanie tej technologii.

Czego możemy oczekiwać w 2026 roku?

Największym wyzwaniem pozostanie zachowanie równowagi między innowacyjnością, dostępnością cenową i wysoką jakością. Klienci oczekują dziś rozwiązań kompletnych, prostych w montażu i niezawodnych, a jednocześnie zgodnych z coraz bardziej wymagającymi regulacjami technicznymi i środowiskowymi. Kluczowym priorytetem dla FERRO Group będzie dalsza, długofalowa budowa współpracy z instalatorami – oparta na partnerskich relacjach, jasnej komunikacji oraz realnym wsparciu w codziennej pracy. Dla FERRO Group rok 2026 będzie także czasem konsekwentnego rozwoju marek oraz ekspansji na nowe rynki. Równolegle będziemy inwestować w technologie i kompetencje, które pozwolą nam stabilnie i odpowiedzialnie rosnąć w długim horyzoncie.