



TRŽIŠTE

Ako se ima na umu da je svaka porodica u Srbiji bar jednom u životu izabrala proizvode Keramika Kanjiža, onda je nesumnjivo reč o vodećem proizvođaču keramičkih pločica, i to ne samo u zemlji, nego i u regionu. Pločice Keramike Kanjiža su prvi izbor majstora keramičara. Sjajni dizajneri i najbolji tehnolozi kompanije zajednički su stvorili potpuno novo lice proizvoda i izašli iz standardnih okvira poslovanja domaćih kompanija. To znači da danas Keramika Kanjiža, ide u korak sa svetskim trendovima i postavlja visoke standarde kvaliteta na domaćem tržištu.

Kompanija posluje na domaćem i tržištima regiona već 38 godina i za to vreme postala je sinonim za kvalitet bez kompromisa. Proizvodi Keramika Kanjiža nalaze se na preko 17 tržišta širom regiona i Evrope, a cilj za 2018. godinu je osvajanje zapadno evropskih tržišta.

Kompanija danas proizvodi i prodaje 2.800.000 m² keramičkih pločica. Na domaćem tržištu, je već četvrtu godinu za redom apsolutni lider, sa udelom od 20%. Osim toga, jedan je od najvećih izvoznika keramičkih pločica iz Srbije, čak 50% svoje godišnje proizvodnje plasira u izvozu. Najveće izvozno tržište koje iz godine u godinu nastavlja da se razvija je Bosna i Hercegovina, a za njom prate Mađarska, Rumunija i Austrija.

DOSTIGNUĆA

Tokom više od tri i po decenije, Keramika Kanjiža je uvek bila lider na domaćem ali i tržištima regiona, uvodeći nove tehnologije. Na taj način već nekoliko decenija postavlja visoke standarde poslovanja. Kompanija je prva uvela digitalni InkJet printer za dekoraciju proizvoda, i prva koja je ovaj proces 100% digitalizovala četvrtim štampačem.



On je danas postao osnovno sredstvo za dekoraciju keramičkih pločica.

Početkom 2018. godine, kompanija je uložila značajna finansijska sredstva u opremanje i modernizaciju proizvodnog pogona, kako bi proces proizvodnje danas bio potpuno digitalizovan. Ovo je četvrta tehnologija po redu koju kompanija implementira u svoj proizvodni pogon. Sve ovo omogućilo je da kompanija početkom ove sezone izađe na tržište sa pločicama gres porcelan kvaliteta i velikih dimenzija, ali i unapređenim dekorima idealnim za velike projekte, i novim imenom brenda. Brojni sertifikati su konačna potvrda višedecenijskog ulaganja u kvalitet bez kompromisa. Osim domaćih i sertifikata kvaliteta Evropske Unije, SRPS 9001:2008 i ISO 9001:2008, kompanija se može pohvaliti i atestom Centro Ceramico iz Bolonje. Uz to, Keramika Kanjiža je jedini domaći proizvođač čije se pločice izdvajaju eko znakom „Prijatelj životne sredine“, i prvi proizvođač keramičkih pločica koji je dobio IPPC integrisanu dozvolu poslovanja, koja potvrđuje pametno upravljanje sirovinama i resursima, kao i zaštitu životne sredine.

ISTORIJAT

Brend Keramika Kanjiža postojao je 38 godina. Od samog početka, ideja je bila kvalitet bez kompromisa, konstantno usavršavanje proizvodnje i zaposlenih, diktiranje trendova, kao i društvena odgovornost i zaštita životne sredine. Tokom decenija, fabrika je mnogo puta prva uvela i implementirala u proizvodnju nove tehnologije, mašine i dekore, zbog čega i dan danas na domaćem tržištu postavlja visoke ciljeve i uvodi svetske trendove u proizvodnji, dizajnu ali i promociji i marketingu.

Zahvaljujući poslednjoj modernizaciji i digitalizaciji proizvodnje, u novu sezonu Keramika Kanjiža ulazi u potpuno novom ruhu. Fabrika se sada može pohvaliti najjačim presama, potpunom digitalizacijom linija za glaziranje i sortiranje, kao i bespilotnim viljuškarima. Pažljivo posmatrajući potrebe najrazličitijih tržišta a pogotovo izvoznih, razumejući modernog potrošača, njegove navike, potrebe i želje, ove godine na tržištu nastupila je sa novim proizvodima i novim brendom. Različite namene novih formata i dezena, i širokim spektrom njihovog kombinovanja, brend postaje pouzdan partner ličnih potreba kupaca i njihovog životnog stila. Brend je evoluirao prateći svetske trendove u svim segmentima, i otvorio nove mogućnosti za redefinisane prostora. Tako je nastalo novo ime – Square Affair. Sada, brend Square Affair nudi kupcima mogućnost da potpuno izraze svoj lični stil i stav u svakoj prostoriji životnog i poslovnog prostora.

PROIZVODI/USLUGE

Pre više od tri i po decenije, na samom početku proizvodnje, Keramika Kanjiža je nudila svojim potrošačima 3 dimenzije pločica i 5 dekora. Nakon poslednje modernizacije i digitalizacije u nizu, nov brend Square Affair u svom proizvodnom portfoliju ima 6 različitih podnih dimenzija i 3 zidne, sa preko 250 dekora. Posebno su zapaženi dekori drveta, betona, mermera, ali i replike džinsa i čuvene majolike.

Osim razvijanja dizajna i novog lica Square Affair pločica, kompanija je unapredila kvalitet, povećala dimenzije i uvela gres porcelan pločice u proizvodni portfoliju. Sada su najbolje pločice velikih dimenzija i to za pod: 45x45, 15x60, 30x60, 60x60, 20x80 i za zid 20x60. Ove dimenzije

idealne su kako sa stambene tako i za poslovne prostore i projekte.

Osim noviteta u kvalitetu, dimenzijama i modernizaciji, kompanija je napravila veliki pomak i u dizajnu novog lica proizvoda. Decenijama koje su protekle, kompanija je usavršavala paralelno proces proizvodnje, dimenzije i dekore. Prva je na tržište izbacila pločice sa replikom prirodnih i građevinskih materijala. Zahvaljujući najboljim italijanskim mastilima i pigmentima, ti dekori su dovedeni do perfekcije. Sada je teško razlikovati pločicu od prirodnog materijala. Potrošači imaju mogućnost sređivanja prostora sa istim efektom, po povoljnijoj ceni i sa materijalom koji je zdraviji i lakši za održavanje od realnih. Uz najbolje sirovine, zahvaljujući digitalizaciji procesa dekorisanja, za kompaniju pločica više nije građevinski materijal, već platno spremno za izražavanje najrazličitijih stilova, vodeći se kako tradicionalnim tako i urbanim dizajnom. Ideja je da se prevaziđe fascinacija industrijom i da se u centar stavi potrošač i njegov lični stil, senzibilitet i kreativnost. Uz sve ovo, Square Affair je idealan partner i za projekte. Kompanija nudi personalizaciju i doradu postojećih dekora, ali i razvijanje potpuno novih dekora na zahteve kupaca.

NAJNOVIJI PODUHVA TI

Jedan od najvećih izazova početkom 2018. godine bio je implementacija novih proizvodnih tehnologija u pogon. Kao i do sada, kompanija je ovo uspešno usvojila. Danas se u pogonu nalaze dve najjače prese koje omogućavaju visok kvalitet i performanse proizvoda. Ovakve prese poseduje tek nekolicina proizvođača u Evropi. Uz to, instalirane su dve potpuno nove linije za glazuru, kao i digitalizovana sortir linija sa pakovanjem, i četiri bespilotna viljuškara sa samonavođenjem. Sve to je zaokruženo optičko – laserskom kontrolom kvaliteta, koja omogućava digitalno precizno deklarisanje proizvoda, zbog čega u ruke potrošača stiže isključivo savršena pločica.

Ova modernizacija je samo nastavak duge tradicije unapređenja proizvodnog pogona i proizvoda, i kompanija ostaje tome posvećena tokom svih godina poslovanja koje su bile ali i koje dolaze. Za 2019. godinu planiran je novi talas modernizacije, kao i uvođenje rektifikacije pločica.

PROMOCIJA

U protekle tri i po godine, kompanija je razvila sektor komunikacija postavljajući i u ovom segmentu poslovanja nove standarde u keramičarskoj industriji. Među prvima je u ovoj branši razvila društvene mreže, fokus komunikacije sa građevinskog prebacila na lifestyle i vizuelno lepo, razvila odnos sa medijima i tradicionalno svake godine organizuje press trip u proizvodni pogon, ostvarila saradnju sa dva strukovna fakulteta za obavljanje stručne prakse. Nakon realizacije kampanje „Ko ima najbolje pločice?“ koja je za dva dana otišla viralno, kompanija je za nju osvojila dve najznačajnije strukovne nagrade:



UEPS bronzanu plaketu u kategoriji Priznanje za event projekat – brend/proizvod/usluga i nagradu PRIZnanje u kategoriji malih i srednjih preduzeća koju dodeljuje Društvo Srbije za odnose s javnošću.

Takođe, u svojoj komunikaciji, kompanija je prva u industriji uvela nove alate kao što su facebook live, VR 360 i hologram za potrebe promocije brenda i proizvoda.

Uz sve to, početkom 2018. godine kompanija počinje saradnju sa brojnim afirmisanim i neafirmisanim umetnicima na projektima ulepšavanja prestonice, u kojima kombinuje pločicu kao tradicionalan materijal sa modernim dizajnom i ekspresijama umetnika. Prvi projekat je realizovan na Cvetnom trgu, a sledeći koji je u fazi izrade je veliki mural u prolazu u samom centru grada, koji se realizuje po grafičkoj ideji čuvenog slikara i multimedijalnog umetnika Mihaela Milunovića.

VREDNOSTI BREND A

Vrednost brenda Square Affair leži u velikom iskustvu i tradiciji koja postoji skoro četiri decenije i posvećenosti kvalitetu proizvoda na svetskom nivou uz pristupačnu cenu. Kada je uređenje prostora u pitanju, napokon kupci ne moraju da prave kompromise. Naše pločice nude rešenje koje spaja pouzdan kvalitet i dobar dizajn, po pristupačnim cenama.



Square Affair sada nudi mogućnost opremanja enterijera za najrazličitije senzibilitete, pružajući priliku na taj način kupcima da izraze sopstveni stil. Square Affair je idealan izbor za sve koji vole lepo i zahtevaju savršenstvo u svim aspektima svog života i prostora. I potrošači to prepoznaju.

ONO ŠTO NISTE ZNALI

SQUARE AFFAIR BY KERAMIKA KANJIŽA

- > Fabrika dnevno proizvodi pločice za oko 400 kupatila
- > U fabrici se nalaze dve najjače prese, čiji potisak iznosi 5.000 tona
- > Za modernizaciju i digitalizaciju pogona bilo je potrebno oko godinu dana priprema, tri meseca instalacije novih mašina, kao i oko 150 radnika
- > Direktor proizvodnje, gospodin Đorđe Aleksić, zaposlen je u fabrici od prvog dana njenog rada. Do sada je uspešno uveo i razvio četiri različite tehnologije proizvodnje
- > Zaposleni u proizvodnji bespilotne viljuškare od mila zovu Robotenko
- > Od ukupno 9 predstavnika prodajne sile kompanije, početkom 2018. godine pridružila se i jedna dama