

BLACK RED WHITE

Black Red White to jedna z najbardziej cenionych i lubianych przez Polaków marek. Już od ponad 20 lat oferuje atrakcyjne wzorniczo i jakościowo meble w korzystnych cenach, systematycznie rozbudowuje ofertę produktową, dbając jednocześnie o wysokie standardy obsługi Klienta oraz ekspozycji w salonach. Dzięki wprowadzeniu do portfolio bogatej oferty dodatków, proponuje swoim Klientom kompleksowe rozwiązania w zakresie wyposażenia wnętrz.

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

Od początku swojego istnienia marka związana jest z Lubelszczyzną. Założycielem firmy, a jednocześnie twórcą marki Black Red White jest Tadeusz Chmiel, który w latach 80. XX wieku wykonał pierwsze wzory mebli we własnym, niewielkim zakładzie stolarskim w miejscowości Chmiełek.

Na rzecz Black Red White, w spółkach zależnych oraz współpracujących z Grupą, pracuje łącznie ponad 11 tys. pracowników.

Meble Black Red White dostępne są w ponad 40 krajach na całym świecie.



Kontekst rynkowy

Black Red White to największa polska grupa meblarska, producent i dystrybutor mebli oraz artykułów wyposażenia wnętrz z około 20-proc. udziałem w rynku pod względem wartości sprzedaży. Historia tego meblowego giganta, stabilne wyniki finansowe oraz intensywny i ciągły rozwój są doskonałym dowodem na to, że produkty oferowane przez markę nie ustępują miejsca światowym potentatom.

Obecnie w skład Grupy Kapitałowej wchodzi BLACK RED WHITE S.A. oraz 22 spółki zależne, w tym 11 podmiotów zagranicznych zlokalizowanych na Białorusi, Słowacji, Ukrainie, Węgrzech, a także w Rosji oraz Bośni i Hercegowinie. Działalność produkcyjna na rzecz Black Red White prowadzona jest w 21 zakładach produkcyjnych w Polsce i za granicą.

Grupa lokuje ponad 40 proc. swojej sprzedaży za granicą. Asortyment Black Red White dostępny jest, poza rynkiem polskim, w ponad 40 krajach świata, m.in.: Słowacji, Czechach, Węgrzech, Rumunii, Rosji, Łotwie, Litwie, Estonii, Ukrainie, Białorusi, Niemczech, Austrii, Belgii, Bułgarii, Bośni i Hercegowinie, Chorwacji, Serbii, Grecji, krajach skandynawskich, Kazachstanie, Kirgistanie, Mongolii, Nowej Zelandii, Wielkiej Brytanii czy Kanadzie.

Oferta

Black Red White oferuje Klientom rozbudowaną ofertę mebli przeznaczonych do kompleksowego wyposażenia pokoi dziennych, młodzieżowych, sypialni, jadalni, przedpokoi i kuchni. Marka proponuje również meble tapicerowane, szafy z drzwiami przesuwными i materace. Funkcjonalność, nowoczesne rozwiązania technologiczne oraz atrakcyjne i urozmaicone wzornictwo – te cechy wyróżniają meble polskiej grupy meblarskiej. Ich dopełnieniem są artykuły wyposażenia wnętrz – tekstylia, oświetlenie, dekoracje, dywany oraz akcesoria niezbędne w łazience, kuchni, garderobie czy jadalni.

Klienci salonów Black Red White nie tylko otrzymują kompleksową ofertę wyposażenia wnętrz w jednym miejscu, lecz także mogą liczyć na szybkie i przyjemne zakupy. Jest to możliwe dzięki funkcjonalnie zorganizowanej ekspozycji sklepów, które





podzielone są na strefy – pokoje dzienne, młodzieżowe, jadalnie, sypialnie, kuchnie czy wyprzedaje. Z myślą o miłośnikach niedrogich i szybkich zakupów, w wybranych salonach funkcjonują również specjalnie przygotowane Strefy Dobrych Cen, w których meble można kupić od ręki.

Sprzedaż detaliczna realizowana jest przez rozbudowaną sieć dystrybucji zarówno w kraju, jak i poza jego granicami, za pośrednictwem salonów własnych oraz setek partnerów handlowych. W Polsce sprzedaż mebli i artykułów wyposażenia wnętrz – poza ok. 800 punktami partnerskimi – prowadzona jest przez sieć 76 salonów własnych, w tym 12 sklepów wielkopowierzchniowych we Wrocławiu, Krakowie, Lublinie, Zabrzu, Będzinie, Chorzowie, Łodzi, Bydgoszczy, Poznaniu, Warszawie i Gdańsku. Firma posiada również salony własne poza granicami kraju, zlokalizowane głównie na terenie Ukrainy, Białorusi, Słowacji i Węgrzech.

Osiągnięcia

Black Red White od lat jest liderem pod względem wartości sprzedaży wśród rodzimych producentów mebli skrzyniowych i kuchennych. Funkcjonalność, jakość i estetykę oferowanych mebli potwierdzają zaś liczne nagrody i wyróżnienia przyznawane zarówno przez ekspertów z branży meblarskiej, jak i konsumentów. Produkty marki od lat zdobywają uznanie w prestiżowych konkursach, m.in. Dobry Design, Meble Plus – Produkt Roku, Diament Meblarstwa czy Konsumentki Lider Jakości.

Doskonałą kondycję Grupy Black Red White potwierdza jej obecność w Rankingu Najcenniejszych Polskich Marek 2013 przeprowadzonym przez „Rzeczpospolitą”. We wcześniejszych latach Grupa znalazła się także wśród laureatów Diamentów Forbesa (2010) oraz Filarów Polskiej Gospodarki (2012).

Doceniona została również działalność eksportowa Black Red White oraz istotny wkład w promowanie Lubelszczyzny w kraju oraz poza granicami Polski. Marka otrzymała m.in. prestiżowy tytuł Ambasadora Województwa Lubelskiego w 12. edycji plebiscytu organizowanego przez Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego oraz znalazła się wśród laureatów Rankingu Exporters In Poland zorganizowanego przez „Warsaw Business Journal” (2013).

Black Red White chętnie angażuje się w przedsięwzięcia charytatywne. Przykładem jest udział w akcji „Reszta w Twoich rękach” organizowanej w 2013 roku przez Mennicę Polską wraz z UNICEF oraz w akcji „Cała reszta to szczęście” organizowanej w 2014 roku przez Mennicę Polską oraz Fundację TVN „Nie jesteś sam”.

Promocja Marki

Marka Black Red White od lat prowadzi stałą, intensywną komunikację skierowaną do Klientów. Są to zarówno działania marketingowe promujące ogólnopolskie i lokalne akcje promocyjne, jak i kampanie wizerunkowe. Wspiera również działania reklamowe swoich zagranicznych partnerów.

Strategia komunikacyjna Black Red White obejmuje wszelkie dostępne kanały – marka wykorzystuje zarówno nowoczesne, jak i tradycyjne media takie, jak telewizja, internet, radio, prasa i outdoor. Prowadzi także stałą komunikację PR.

Podjętymi działaniami wspiera własne salony sprzedaży detalicznej oraz współpracujących z Black Red White kontrahentów.

Wartości Marki

Black Red White to marka, której celem jest tworzenie wnętrz dających radość i polepszających życie. Dlatego dużą wagę przykładamy do jakości i estetyki zarówno swoich produktów, jak i sposobu ich prezentacji. Swoje pomysły na urządzenie wnętrz pokazuje w postaci pięknie i funkcjonalnie zaaranżowanych salonów, starannie przygotowanych katalogów i broszur oraz na stronie internetowej. Black Red White nieustannie dąży do tego, aby sposób prezentacji mebli i dodatków osiągał coraz większe standardy, a proponowane rozwiązania inspirowały Klientów do wprowadzania pozytywnych zmian w ich wnętrzach. Natomiast lojalność Klientów i ich przywiązanie do marki motywuje do podejmowania kolejnych ambitnych działań rynkowych.

www.brw.com.pl



HISTORIA MARKI

1991: Powstanie P.P.H. Black Red White w Chmielku.

1996: Otwarcie zakładów produkcyjnych i magazynowych w Biłgoraju.

1997: Utworzenie głównej spółki produkcyjnej BRW Sp. z o.o. oraz centrum logistycznego w Mieleckiej Specjalnej Strefie Ekonomicznej.

1999: Powołanie spółki BLACK RED WHITE S.A.

2002-2003: Powstanie zakładów produkcyjnych na Ukrainie i Białorusi.

2003: Powstanie spółki Meble-Black Red White Sp. z o.o.; początek budowania własnej sieci sprzedaży detalicznej w Polsce.

2005: Powołanie spółki odpowiedzialnej za ofertę dodatków THK Europe Sp. z o.o.; wykupienie większości udziałów Atlas Meble Kuchenne.

2007-2009: Otwarcie 12 wielkopowierzchniowych salonów firmowych.

2009: Powołanie spółki handlowej w Bośni i Hercegowinie; nabycie większości udziałów w słowackiej spółce handlowej.

2012: Utworzenie spółki handlowej na Węgrzech.