

Kje vidim priložnosti za rast v krizi



Skupina Trimo v letu 2007

PRODAJA 2007: 217,7 mio eur

... 70 % prodaje na tujih trgih

IZVOZ: v več kot 50 držav sveta

ŠT. ZAPOSLENIH: 1100

PROIZVODNE LINIJE:

2 v Sloveniji – Trimo, d. d., Trebnje

1 v Rusiji - Trimo VSK, Kovrov

+ 2007:

1 v Srbiji – Trimo Inženjering d.o.o., BG

1 v Dubaju – ZAE

PRODAJNA MREŽA: v 27 državah



Trimo – kaj ponujamo?

CELOVITE REŠITVE - od ideje do objekta

JEKLENE ZGRADBE

STREHE IN FASADE

JEKLENE KONSTRUKCIJE

KONTEJNERJI



Dejstvo

Kriza je.

Vsi v podjetju si krizo priznamo

**in se je zavedamo – enotno razumevanje
krize.**



Potrebni pogoj

**Ustvarimo pozitivno klimo,
bodimo brez strahu in drzni, ne
pustimo, da ohromimo in
otrpnemo**



Sprememba poslovne strategije

1. Trgi – na trgu je še vedno dovolj denarja



2. Proizvodi – kupci bodo še bolj kot kdajkoli iskali vrednost (V/M)



3. Kupci – ljudje bodo še vedno kupovali



4. Promocija – “net-acija” – odnosi vladajo



Vitalnost

**denarni tok, prihodki, prodaja,
prihranki**



Zaključek

Trženje investicija in ne strošek.

Kriza je čas čiščenja in laserskega ciljanja.

Je čas vrnitve k osnovnim vrednotam.