

Conceptul Drive In din magazinele HORNBACH - succesul unui proiect complet și complex de construcții și amenajări

București, 15 mai 2019

Potrivit specialiștilor HORNBACH, unul dintre principalii retaileri locali de materiale de construcții și grădinărit din România, românii preferă să achiziționeze articole din Drive In, locul unde găsesc toate materialele necesare realizării unui proiect complet și complex. Zonele Drive In din magazinele HORNBACH au, în medie, 8.500 mp, cea mai mare suprafață întâlnită în magazinele de profil, și reunesc aproximativ 5.000 de articole.

Fie că au în plan realizarea unor proiecte ample, fie că doresc să-și reamenajeze locuința sau grădina, profesioniștii aleg zona de Drive In, unde știu că pot găsi simplu și rapid toate materialele necesare. Astfel, tot procesul de cumpărare - de cele mai multe ori dificil din cauza materialelor de construcții voluminoase și grele - nu mai reprezintă un impediment pentru aceștia.

„În România, HORNBACH a venit cu inițiativa implementării acestui concept din dorința de a le oferi clienților posibilități atractive de achiziționare a unor produse, care prin dimensiune și greutate reprezintă o provocare. Clienții, majoritar persoane care dezvoltă proiecte de tip DIY, meșteri sau profesioniști din domeniul construcțiilor, au identificat imediat avantajele cumpărăturilor din Drive In, respectiv posibilitatea încărcării direct de pe raft în propria mașină și varietatea sortimentului existent”, a declarat Mugurel-Horia Rusu, Director General al HORNBACH România.

HORNBACH vine în întâmpinarea clienților cu zone de Drive In în toate cele șase magazine ale rețelei - din București (Berceni, Militari și Balotești), Brașov, Timișoara și Sibiu -, care au, în medie, 8.500 mp și reunesc aproximativ 5.000 de articole, toate la prețuri mereu mici și de o calitate ridicată, printre care se numără, de exemplu, tuburi de canalizare și drenaj, membrane hidroizolatoare, polistiren extrudat, acoperișuri, materiale diverse la sac, tencuieli, mortare, lambriuri, cherestea uscată și verde, dușumele, plăci de lemn și gips-carton, izolații, cărămizi și blocuri BCA, dale, pavaje, diferite tipuri de nisip sau pietriș etc. Așadar, clienții pot achiziționa cu ușurință un proiect complet, precum izolarea fațadei, montarea terasei sau amenajarea unei grădini de vară etc., respectiv toate materialele necesare realizării acestuia.

Pe lângă facilitarea procesului de achiziție în sine, unul dintre principalele motive pentru care românii frecventează din ce în ce mai mult această zonă este suprafața mare a Drive In-ului, respectiv posibilitatea de a intra în acest spațiu cu diferite tipuri de mașini, de la autoturisme până la camioane de 12 tone, special destinate proiectelor de mare anvergură. Totodată, pentru cei care nu pot transporta toate cumpărăturile dorite cu mașina personală, HORNBACH le pune la dispoziție servicii de transport. Astfel, clienții pot alege ca produsele să le fie livrate direct acasă, pot închiria o mașină sau un camion de 3,5 tone ori pot folosi gratis remorca HORNBACH.

„În această perioadă lucrăm la extinderea Drive In-ului din Sibiu. La momentul deschiderii, dat fiind faptul ca am preluat un magazin deja existent, acesta avea o suprafață mai mică și, pentru a le oferi clienților noștri aceleași avantaje indiferent de locul unde suntem prezenți, dorim să îl aducem la standardul celorlalte magazine HORNBACH“, a menționat Mugurel-Horia Rusu, Director General al companiei.

Pe lângă cele trei articole aflate în topul achizițiilor din Drive In - cărămida, pavajele și țigla -, românii cumpără în număr mare și materiale de izolare a locuinței (polistiren, vată de sticlă și bazaltică, folii speciale), plăci din gips-carton performante, lemn și cherestea de calitate, precum și articole ambalate în saci, indispensabile pentru orice construcție durabilă (ciment, glet, adezivi pentru gresie și faianță). Tot din Drive In clienții pot achiziționa produsele auxiliare proiectelor, precum roabe, betoniere, scări sau remorci, pentru a-și realiza propriul proiect de la început până la sfârșit. În plus, pe tot parcursul vizitei lor în Drive In clienții sunt îndrumați și pot solicita informații avizate consultanților.

Conceptul de Drive In a fost lansat de compania HORNBACH în Germania, în 1991, la Dresda, cu scopul declarat de a oferi un context facil, confortabil și eficient pentru achiziția bunurilor cu greutate și dimensiuni mari.

###

Despre HORNBACH România

Fondată în anul 1877, HORNBACH este singura companie din domeniul construcțiilor și grădinăritului care se poate mândri cu o istorie de 6 generații. În acest moment, concernul deține 158 de magazine mixte de materiale de construcții și grădinărit, în 9 țări din Europa (Germania, Austria, Olanda, Cehia, Luxemburg, Elveția, Suedia, Slovacia și România), dintre care 6 în România (București Berceni, București Militari, București Balotești, Brașov, Timișoara și Sibiu).

Conceptul comercial și gama de produse sunt orientate în întregime către sprijinirea proiectelor clienților. HORNBACH le garantează acestora prețuri mereu mici, fiind lider de piață pe acest segment. În plus, calitatea excelentă a consultanței și a serviciilor oferite au fost confirmate de nenumărate studii și teste independente.

Prin pionierat, cum ar fi deschiderea primului magazin mixt de materiale de construcții și produse de grădinărit (1968), a primului megastore (1980) și a primului magazin de materiale de construcții cu conceptul Drive In (2003), HORNBACH își dovedește în permanență forța inovatoare. De decenii, HORNBACH este considerat un angajator de top, în acest moment având aproximativ 20.000 de angajați care contribuie la succesul companiei.