

STIPIC

i n t e r a r t

Tržište

Opremanje i uređivanje interijera nekada se uglavnom svodilo na dvije krajnosti. Kod prve je najbitnije bilo ispuniti prostoriju potrebnim namještajem bez posvećivanja ikakve pažnje kvaliteti, izgledu i rasporedu te ukupnom dojmu kojeg je interijer ostavljao. Druga krajnost bila je karakteristična za više društvene slojeve. Svoje su interijere opremali kao izložbene prostore. Lišeni funkcionalnosti više su služili pokazivanju raskoši nego onima koji su u njima živjeli i radili.

U današnje doba situacija je potpuno drugačija: moderno opremanje interijera isprepliće dopadljiv dizajn s funkcionalnošću. Ne zaboravimo, u zatvorenim prostorima (dom, poslovni prostor, škola) većina nas provodi najveći dio svog života. Stoga dobro opremljen interijer znači i doprinos visokoj kvaliteti življenja!

Sukladno navedenom, pred tržišnim subjektima koji se bave opremanjem i uređenjem interijera stoje visoki zahtjevi, naročito ako je riječ o tvrtkama koje klijentima nude kompletnu uslugu: od ideje do realizacije. Upravo takve mogućnosti nudi Stipić Interart, tržišno najprepoznatljiviji brand Stipić Grupe!

Dostignuća

Vrlo brzo po svom osnivanju Stipić Interart je zasjeo na vodeće mjesto hrvatskog tržišta opremanja i uređenja interijera. Vizija osnivača, koja je Stipić Interart i dovela na vrh, zasniva se na jedinstvenom pristupu kupcima. Opremanje interijera u rezidencijalnim i poslovnim prostorima treba udovoljiti jedinstvenim idejama, željama i potrebama svakog klijenta. Dizajn interijera i njegova funkcionalnost nisu tek odraz klijentovih potreba, nego i osobnosti. I tu osobnost treba poštovati.

Iza reputacije Stipić Interarta stoji stručno osoblje koje čine stručnjaci s područja arhitekture, dizajna, prodaje i after-sale podrške. Ukratko, ulaganje u znanje i ljude za Stipić Interart je proces koji nikad ne završava, i povezan je sa svim kretanjima i novitetima koji se pojavljuju na stranom tržištu.

Upravo kontinuirano praćenje svjetskih trendova, ali i međunarodna reputacija poduzeća kao pouzdanog partnera doveli su do toga da tvrtka postane zastupnik velikog broja najpoznatijih svjetskih proizvođača uređskog i rezidencijalnog namještaja, keramike i sanitarija, Ceram, Jacuzzi, Laufen, Gessi, Tubes, Lago, Tekno, Interstuhl, Haki, tek su neka od



imena koja možete naći u katalogu Stipić Interarta. Njihovo mjesto u ponudi rezultat je ponnog izbora i udovoljavanja najvišim kriterijima izvrsnosti koje postavlja Stipić Interart. Svi ti kriteriji uz širinu koja udovoljava željama i najzahtjevnijih kupaca, ponudu elemenata opremanja i uređenja interijera Stipić Interarta čini najekskluzivnijom robnom markom u Hrvatskoj. Proizvode nekih tvrtki poput Halja (uredski namještaj) i Laga (rezidencijalni namještaj) u Hrvatskoj možete naći isključivo u Stipić Interartu.

Za svoj rad tvrtka je višestruko nagrađivana. U vitrinama tvrtke se nalaze priznanja kao što su nagrada za najbolje uređen izložbeni prostor na sagru Ambienta 2006., te nagrada Gazela 2007., za najbrže rastuće poduzetnike Hrvatske. No, za Stipić Interart najveće priznanje su njegove reference: tvrtka je realizirala projekte opremanja interijera mnogih poznatih poslovno-prodajnih prostora, zgrada i kompleksa, te obrazovnih ustanova smještenih diljem Hrvatske. Na toj listi su Turbo limak, Hypo-Alpe-Adria Bank, trgovački centar City Center One, Euro Tower, Zagrebtower, Eurocenter, Volksbank, Kvarner Wiener Städtische osiguranje, hotel The Regent Esplanade - Zagreb, hotel Astoria - Opatija, hotel Bristol - Opatija, i niz drugih (www.stipic.hr).

Povijest

Stipić Interart je osnovan 1994. godine sa sjedištem u Lučkom, u Zagrebu. Članica je Stipić Grupe, koja

je svoj rad započela sa svega desetak zaposlenika. Danas ih broji trisotinjak, raspoređenih u tri članice, od kojih je svaka zaštićeni brand za sebe: uz Stipić Interart tu je Stipić Constructa, osnovana 2007., koja se bavi svim poslovima vezanim uz visokogradnju, te Stipić Nekretnine, najmlađa članica osnovana 2009., koja pokriva djelatnosti vezane uz promet i prodaju nekretnina.

Početnih godina poslovanja Stipić Interart se uglavnom fokusirao na velike klijente. Širenje poslovanja dovelo je i do zamaha u maloprodajnoj djelatnosti, a najveći iskorak u tome dogodio se s 2005. godinom i otvorenjem izložbeno-prodajnog salona u samom sjedištu tvrtke, Ventilatorskoj ulici u Lučkom. Uređenje salona u potpunosti prati ekskluzivitet na kojem tvrtka istraje: riječ je o prostoru od 1.700 četvornih metara, gdje na jednom mjestu možete vidjeti velik dio ponude dizajnerskog namještaja, keramike i kupaonica, koncipiranih tako da stvaraju inspirativnu i ugodnu atmosferu koju će klijent poželjeti i u svome domu ili uredu.

Jesen 2009. godine za tvrtku znači realizaciju još jednog značajnog projekta - novog izložbeno-prodajnog salona u shopping-centru Cascade u samom središtu Zagreba, u Tkalčićevoj ulici.

Proizvod

Stipić Interart u mogućnosti je kompletnom uslugom pokriti i najzahtjevnije projekte koji se tiču opremanja i uređenja rezidencijalnih i poslovnih interijera.



Stručni i ljubazni djelatnici tvrtke spremni su saslušati sve želje i potrebe klijenata, zatim savjetovati i predlagati, te naposljetku ih realizirati.

Katalog elemenata opremanja i uređenja interijera Stipić Interarta dijeli se u sljedeće skupine: uredski namještaj, rezidencijalni namještaj, keramiku, sanitarije, rasvjetu i suhu gradnju. Kao što je već spomenuto, ponuda bez iznimke sadrži proizvode najpoznatijih svjetskih dizajnerskih kuća, čija su imena sinonim za kvalitetu i stil. Upravo neograničena mogućnost kombiniranja tih proizvoda, vrhunskih po svim osobinama, omogućava Stipić Interartu da uspješno udovolji zamislima i najprobirljivijih kupaca.

Nedavni razvoj

Razvojne smjernice Stipić Interarta prvenstveno idu prema širem maloprodaje, pri čemu se misli na povećanje broja maloprodajnih jedinica, ali i stalno širenje ponude. Naravno, zajedno s time širi se i brojnost stručnog kadra tvrtke. Od konkretnih nedavno ostvarenih projekata, još jednom vrijedi izdvojiti otvorenje novoga salona u Cascade centru. Lokacija u centru hrvatske metropole ne znači samo širenje poslovanja, nego i približavanje klijenteli. Kao i prvi salon u Lučkom, i on je koncipiran tako da predstavlja cijelu tvrtku i njen imidž, a ne tek kao izložbeni panel. Ideja vodiča jest da salon bude jednostavan i moderan, očičen od suvišnih detalja pomoću jednostavnih i "čistijih" oblika. Hodajući kroz prostor, koji na jednom mjestu sadržava najbolje od top-svjetskih dizajnerskih proizvoda, klijenti ga na neki način mogu istraživati. U salonu su



koncipirani interijeri u kojima čovjek provodi svoj radni dan: od kupaonice, preko ureda, pa sve do spavaće sobe. Ukratko, prostor klijentima sugerira da su mogućnosti opremanja interijera koje nude Stipić Interart i njegovi slavni dizajnerski suradnici jednostavno - neograničeni!

Naravno, niti s otvorenjem salona u Tkalčićevoj Stipić Interart ne misli stati. Dio budućih planova bit će fokusiran i na razvoj u drugim regijama Hrvatske.

Promocija

Stipić Interart posvećuje iznimnu pažnju marketinškom promoviranju svoje tvrtke. Svake nekoliko mjeseci tvrtka u javnost izlazi s novom kampanjom čiji je cilj potvrditi poziciju Stipić Interarta kao vodećeg eksperta za uređenje interijera na hrvatskom tržištu. Putem masovnih medija (radio, tiskovine s visokom nakladom, jumbo plakati, displayi, specijalne brosure), te PR događanjima javnosti se prezentiraju emocionalne i statusne poruke o koristi

posjedovanja ekskluzivnog namještaja koristeći attribute unutarnjeg zadovoljstva, sklada i inspiracije.

Svaka kampanja sadrži svojevrsni umjetnički koncept; sukladno filozofiji Stipić Interarta želi se prikazati interakcija između čovjeka i prostora, uz obavezan "dodatak" nekog od ekskluzivnih primjeraka namještaja iz ponude tvrtke. Zadovoljstvo, opuštanje, ljepota življenja, puštanje na vođu neograničenoj ljudskoj mašti, to je ono što klijentima pruža Stipić Interart.

Vrijednosti robne marke

Robna marka Stipić Interart je, sukladno svojoj visokoj tržišnoj reputaciji i svjetskim imenima koje zastupa, vrlo popularna među hrvatskom građanskom klijentelom. Prve asocijacije na spomen naziva Stipić Interart su inovativni pristup kupcima, ekskluzivna ponuda, te marketinška originalnost i prepoznatljivost. Klijenti Stipić Interarta mogu biti sigurni da će u tvrtki naići na profesionalnost, uslužnost i ljubavno ophođenje. Investicija u proizvode i usluge koje nudi Stipić Interart klijentu pruža osjećaj vrijednosti, korisnosti, statusa i sigurnosti. Ukratko, da bi se za svoje interijere dobilo ono najbolje, i da bi se ostvarilo potpuno zadovoljstvo kupnjom kvalitetnog i prestižnog, nije potrebno ići izvan granica Hrvatske.

Ciljevi tvrtke u budućnosti fokusirani su na konstantno stvaranje snažnog identiteta i branda koji će uvijek podrazumijevati najbolju kvalitetu ponude. Kod ciljne klijentele želi se postići visoka lojalnost robnoj marki.

www.stipic.hr



JESTE LI ZNALI...

Stipić Interart

- Stipić Interart je na hrvatskom tržištu prvi ponudio „Grlj“. Riječ je o ženskom pisaru, posebno izrađenom za ljepši spol. Pisar je izrađen od iznimno kvalitetne keramike, a najčešće ih kupuju mlade, zaposlene žene do 35 godina.
- Jedan od proizvoda koje nudi Stipić Interart - srebrni stolic, izašao iz dizajnerske radionice tvrtke Interstuhl, 2008. godine doživio je svojevrsnu filmsku premijeru. Naime, holivudski majstori interijera uporabili su ga u „Zrnu utjehe“, najnovijoj uspješnici o agentu 007. Tim izvanrednim sjedalicama opremljen je fiktivni ured tajne službe MI-6.