



_Rozwijaj się!

_Projektuj doświadczenia klientów

_Można inaczej!

BAUTEX

ul. Juranda ze Spychowa 65, 03-257 Warszawa

Tel.: (22)676-96-60, 605-993-987, 603-363-987, 603-653-987.

www.bautex.pl | bautex@bautex.pl, m.latko@bautex.pl

Producent karawanów na
różnych markach samochodów



Jako jedyna polska firma zabudowująca
posiadamy Europejskie Świadectwo
Homologacji* na samochody pogrzebowe
marki Mercedes-Benz oraz Volkswagen

* Homologacje wykonane przy współpracy
i nadzorem Instytutu Transportu Samochodowego
w Warszawie. Pojazdy z Homologacją pogrzebową
spełniają polskie oraz unijne przepisy dotyczące
przewozu zmarłych, dzięki czemu nasi klienci mogą
prowadzić swoją działalność nie tylko w Polsce,
ale również na terenie państw członkowskich UE.



Szanowni Czytelnicy

FOTO: ARCHIWUM PRYWATNE



Wszystko zaczyna się od słowa „chcę”, „mogę”, „potrafię”.

Jeśli chcesz odnosić sukcesy na rynku polecamy działanie dwutorowe: z jednej strony odpowiadanie na potrzeby klientów, a z drugiej – kreowanie ich doświadczeń związanych z marką. Jak to zrobić? Krok pierwszy – spojrzeć na swój biznes oczami tych, którzy z produktu lub usługi korzystają. Nie jest to łatwe, ale na pewno warto. O projektowaniu doświadczeń klienta domu pogrzebowego rozmawialiśmy podczas majowego FUNERAL FORUM, a w tym wydaniu możecie o tym przeczytać w dziale MARKEING FUNERALNY.

Jeśli interesują Cię kierunki, w jakich zmierza branża funeralna w Europie – zajrzyj do działu TREND BOOK. Targi BEFA Forum w Düsseldorfie zrobiły na nas wrażenie rozmiarem i aranżacją stoisk. Były to, bez wątpienia, jedne z najładniejszych targów branżowych, jakie dotychczas odwiedziliśmy i najbardziej... technologiczne. Kilkunastu wystawców prezentowało mniej lub bardziej zaawansowane rozwiązania informatyczne wspierające codzienną pracę przedsiębiorcy pogrzebowego lub pomagające w budowaniu relacji z klientami.

Ten rok obfituje w interesujące branżowe spotkania. W maju odbyła się druga edycja FUNERAL FORUM, pierwsza międzynarodowa. W czerwcu, w Chinach miał miejsce pierwszy Światowy Szczyt Kobiet Branży Pogrzebowej – redakcja magazynu „Omega. Idea Book dla Branży Funeralnej” też pozostawiła na nim swój ślad, kierując do uczestniczek spotkania krótką wiadomość video. W drugiej połowie września będziemy uczestniczyć w International Convention FIAT-IFTA oraz IV World Funeral Industry Meeting odbywających się w Santa Cruz w Boliwii. Na zaproszenie pani Teresy Ssavedra, prezydent FIAT-IFTA, zabierzemy głos w międzynarodowej dyskusji na temat wyzwań stojących przed branżą pogrzebową.

Do zobaczenia wkrótce podczas listopadowych targów MEMENTO Poznań!

KATARZYNA SUPA

REDAKTOR NACZELNA MAGAZYNU OMEGA

omega | magazyn |
Idea book dla branży funeralnej

Magazyn OMEGA Idea book dla branży funeralnej, ISSN 2544-6479

Redaktor naczelna: Katarzyna Supa, katarzyna.supa@mtp.pl; tel. + 48 609 297 718 / Reklama: Bogumiła Niemiec, tel. +48 61 869 24 97, e-mail: bogumila.niemiec@mtp.pl / Projekt graficzny: Wydawnictwo INWESTOR / Druk: Zakłady Poligraficzne Serigraf, ul. Borówkowa 60, 62-002 Suchy Las / Wydawca: Międzynarodowe Targi Poznańskie Sp. z o.o., ul. Głogowska 14, 60-734 Poznań / Adres redakcji: ul. Głogowska 14, 60-734 Poznań / E-mail: redakcja@magazynomega.pl / www.magazynomega.pl / Data i miejsce wydania: 5 września 2018, Poznań / Międzynarodowy znak informacyjny: RPR 3708 / Zdjęcia nieoznaczone: fotolia.pl / Zdjęcie na okładce: Photo by Unsplash.com/@scottwebb

Wszystkie materiały są objęte prawem autorskim. Przedruki i wykorzystanie materiałów wyłącznie za zgodą redakcji. Redakcja zastrzega sobie prawo do skracania tekstów i zmiany tytułów nadesłanych materiałów. Redakcja nie odpowiada za treść reklam i materiałów promocyjnych. Wersję pierwotną magazynu stanowi wersja papierowa. www.magazynomega.pl

Redakcja informuje, że administratorem danych osobowych jest wydawca czasopisma – Międzynarodowe Targi Poznańskie z siedzibą w Poznaniu, ul. Głogowska 14. Dane osobowe będą przetwarzane w celach marketingowych i statystycznych, do momentu ich wycofania. Reklamacje i sprzeciwy dotyczące przetwarzania danych osobowych należy zgłaszać drogą elektroniczną na adres e-mail: iod@mtp.pl (Inspektor Ochrony Danych). W razie takiej konieczności dane mogą być udostępniane wyłącznie podmiotom współpracującym z Administratorem w celu realizacji powierzonych im zleceń i usług. Przysługuje Państwu prawo dostępu do treści swoich danych oraz żądania ich sprostowania, usunięcia lub ograniczenia przetwarzania, wyrażenia sprzeciwu wobec przetwarzania, wycofania zgody lub wniesienia skargi do organu nadzorczego oraz prawo do przenoszenia danych osobowych. Zapewniamy, że dokładamy wszelkich starań, aby zapewnić środki fizycznej, technicznej i organizacyjnej ochrony danych osobowych przed ich przypadkowym czy umyślnym zniszczeniem, przypadkową utratą, zmianą, nieuprawnionym ujawnieniem, wykorzystaniem czy dostępem, zgodnie ze wszystkimi obowiązującymi przepisami.

Jeśli chcesz otrzymywać kolejne wydania magazynu OMEGA, napisz do nas: prenumerata@magazynomega.pl

Zapraszamy do współtworzenia tego wyjątkowego magazynu

Reklama: Bogumiła Niemiec, tel. +48 61 869 24 97, e-mail: bogumila.niemiec@mtp.pl

Spis treści

_trend book

- 6 Rozwijaj się!
- 13 Można inaczej!
- 15 Oprogramowanie TuSoft pomaga oszczędzać czas

_marketing funeralny

- 18 Zaprojektuj doświadczenia swoich klientów

_poznaj liderów

- 24 Póki pamiętamy, nasi najbliżsi są z nami

_warto wiedzieć

- 26 Warto odkrywać
- 28 Gdzie będziesz w listopadzie?
- MEMENTO Poznań 2018
- 30 Najważniejsze są relacje – podsumowanie FUNERAL FORUM 2018

_motoryzacja

- 34 Po co homologacja w samochodzie pogrzebowym?

- 37 _wizytówki firm



13



28



10



30



PRODUCENT

NAMIOTÓW POGRZEBOWYCH

KLUCZOWE INFORMACJE

- ▶ aluminiowe stelaże z gwarancją do 5 lat
- ▶ duży wybór rozmiarów
- ▶ bogata paleta kolorów
- ▶ wysokiej jakości materiały
- ▶ złote i srebrne wykończenia
- ▶ dowolne nadruki reklamowe
- ▶ bogata oferta akcesoriów

Tel. +48 32 444 66 16 | www.mitko.pl | kontakt@mitko.pl

MITKO SP. Z O.O.

Osiedle 1 Maja 16G, 44-304 Wodzisław Śląski
NIP: PL6470509572

O tym się mówi

SOGON® Präsentationsmobiliar

Erhabenheit auf Augenhöhe

Die SOGON® ist ein professionelles Möbelsystem zur Inszenierung emotionaler Momente. Die SOGON® Umwandlung ist das erste und zentrale Element dieses wirkungsvollen Präsentationsmobiliars.

Ein intuitives oder modulares System setzt seine Qualität nach Standards. Der fein abgestimmte Gestaltungssinn ermöglicht individuelle Gestaltungen bei gleichzeitiger Perfektion.

CONVIVA® Produkte vereinen Emotionale, Schönheit und Anspruchs.



Rozwijaj się!

Wdrażaj technologie, nie trać empatii

Wszelkie nowoczesne technologie są kluczowe dla przyszłości branży pogrzebowej. Wdrażając je, warto jednak pamiętać, że to służba wobec rodziny zmarłego jest na pierwszym miejscu w prowadzeniu biznesu funeralnego. Rozwiązania usprawniające codzienną pracę służyć mają jeszcze lepszemu zaspokajaniu indywidualnych potrzeb i oczekiwań klientów.

Targi BEFA Forum w Düsseldorfie zrobiły na nas wrażenie rozmiarem i aranżacją stoisk. Były to, bez wątpienia, jedne z najładniejszych targów branżowych, jakie dotychczas odwiedziliśmy. Na ich tle wyraźnie zarysowały się kierunki, w jakich zmierza branża pogrzebowa w Europie. Patrząc na ekspozycję, śmiało można powiedzieć – współczesna branża pogrzebowa opiera się na nowoczesnych technologiach informatycznych. Najsilniej zaprezentowane zostały bowiem specjalne programy do zarządzania domem pogrzebowym i krematorium (wsparcie w codziennej pracy), ułatwiające prezentację oferty (specjalna aplikacja dostępna w chmurze), programy do intuicyjnego tworzenia stron internetowych i zarządzania ich treścią, wsparcie w zakresie marketingu on-line zakładów pogrzebowych. Bez dwóch zdań: dominującą formą pochówku jest kremacja – oferta urn

zdominowała ekspozycję! A jeśli trumna, to najlepiej personalizowana nadrukiem, wykonana z nietypowych materiałów (zdobiona inkrustacją z kamyków, siana, sprasowanych suszonych kwiatów) i w nietypowej formie (trumna z palet lub wydrążonego pnia dębu). Byliśmy pod wrażeniem mnogości ofert dotyczących pochówków na morzu, rozsypywania prochów w parkach pamięci czy pochówków w stylu eko. Mocny akcent stanowiło szerokie spektrum produktów i usług pomagających „oswoić stratę” oraz produktów, które pomagają upamiętnić zmarłego – kryształ pamięci, biżuteria z odciskiem linii papilarnych, ogrody pamięci. Aranżacja domu pogrzebowego ma być minimalistyczna, elegancka, dająca się łatwo modyfikować, przedstawiać, zmieniać dzięki wielości dostępnych postumentów na urnę, mobilnych katafalków, świeczników, zieleni.

Zarządzaj firmą z dowolnego miejsca

Zarządzanie pracą domu pogrzebowego w internetowej chmurze to rozwiązanie na miarę XXI wieku i przyszłość branży – twierdzą twórcy marki Pacemo. Digitalizacja postępuje już bowiem w innych branżach i w naszym codziennym życiu. Oprogramowanie Pacemo Flow jest proste, intuicyjne i dostępne z dowolnego miejsca na świecie, na dowolnym urządzeniu, o dowolnej porze. Wspomaga zarządzanie firmą w każdym jej aspekcie – od A do Z, jednocześnie zwiększając mobilność pracowników domu pogrzebowego. Jak to możliwe? Właśnie dzięki chmurze. Dane w niej zapisane są łatwo dostępne po zalogowaniu w przeglądarce internetowej. Pacemo ułatwia generowanie faktur i niezbędnych dokumentów, sprowadzając ich wystawienie do kilku kliknięć myszką. Każda zmarła osoba posiada swoje indywidualne konto, na którym zapisane są zarówno wszystkie dokumenty, jak i lista zadań, które muszą być wypełnione w związku z pochówkiem – specjalny system powiadomień nie pozwoli o niczym zapomnieć. Co ważne, cała działalność prowadzona w oparciu o oprogramowanie Pacemo jest ujęta w statystyki. Dzięki ich analizie można wprowadzać zmiany w ofercie lub generować działania marketingowe, na przykład nakierowane na konkretną społeczność lokalną. Twórcy Pacemo oferują jeszcze jedno praktyczne narzędzie – specjalną aplikację wspomagającą proces tworzenia ofert dla klientów i prezentowanie ich w nowoczesnej i bardzo



FOTO: WWW.PACEMO.DE

estetycznej formule, na przykład na tabletach. Rozwiązanie pozwala na wyeliminowanie z użycia katalogów drukowanych. Aktualizacja aplikacji jest dużo szybsza i mniej kosztowna niż przygotowanie materiałów w formie drukowanej. Do wyboru otrzymujemy kilka gotowych stylów prezentacji, które należy tylko wypełnić właściwą treścią. Aplikacja umożliwia wielowymiarowe przewijanie treści prezentacji – horyzontalnie przez kategorie, np. trumny, urny, kwiaty, oprawa muzyczna itp. oraz wertykalnie pogłębiając daną kategorię, a więc konkretne kompozycje kwiatowe, konkretne modele trumien lub urn. Co więcej, nie trzeba się martwić o dostęp do Internetu. Aplikacja działa również off-line.

O tym się mówi

Giełda funeralna

Platforma Funeral Marketplace zadebiutowała na BEFA Forum jako internetowa giełda pogrzebowa łącząca niemieckie domy pogrzebowe z ich po-



tencjalnymi dostawcami (niemieckimi producentami artykułów pogrzebowych) i klientami. Nadrzędny cel – jak najlepiej spełnić oczekiwania rodzin, które chcą pożegnać najbliższych. To pierwsze tego rodzaju rozwiązanie biznesowe w branży funeralnej. Jego twórcy chcą w ten sposób zachęcić przedsiębiorców pogrzebowych i ich dostawców do kształtowania nowej jakości w realizacji usług funeralnych opartej na przejrzystości cen i ofert swobodnie dostępnych dla każdego, kto stoi przed wyzwaniem zorganizowania ceremonii ostatniego pożegnania. Dzięki Funeral Marketplace rodzina zmarłego może samodzielnie skonfigurować poszczególne elementy ceremonii oraz porównać ceny bez wychodzenia z domu.

Wzmocnij swoją pozycję w Internecie

Troska o wizerunek w Internecie jest priorytetem firmy Netzcocktail®, która oferuje szablony responsywnych stron internetowych zoptymalizowanych pod potrzeby domów pogrzebowych, niezwykle łatwe do samodzielnego edytowania. Proponowane rozwiązania informatyczne wspierają zarówno przedsiębiorców pogrzebowych w obszarze zarządzania domem pogrzebowym, jak i rodziny, poprzez rozwiązania umożliwiające upamiętnianie zmarłego i składanie kondolencji. Bonusem do oferowanych rozwiązań jest (zawarte w cenie przygotowania strony) wsparcie specjalistów od marketingu on-line, którzy zatroszczą się o optymalizację strony inter-



FOTO: ZRZUT ZE STRONY WWW.MAKOSCH-BESTATTUNGEN.DE
- PRZYSŁADOWY PORTAL WYKONANY PRZEZ NETZCOCKTAIL®

netowej pod kątem wyszukiwarki Google, zrealizując kampanie AdWords czy przeprowadzając działania reklamowe na Facebooku.

Wyjątkowe życie = wyjątkowe pożegnanie



FOTO: MATERIAŁY PROMOCYJNE FIRMY LACHER GMBH /
PROJEKT BY ROLF NEUFFER

Współcześni klienci domów pogrzebowych cenią gotowość do organizacji ceremonii według ich indywidualnych wytycznych – w duchu celebrowania życia z elementami upamiętnienia zmarłego, na przykład poprzez wyświetlanie w czasie ceremonii filmu video lub prezentacji złożonej ze zdjęć pokazujących najpiękniejsze wspomnienia z chwil przeżytych razem, odtwarzanie ulubionej muzyki, rozpylanie kojącego zapachu. Customizowanie ceremonii czyni je wyjątkowymi, zapadającymi w pamięć. Na targach BEFA uwagę zwracała między innymi trumna w kształcie serca niemieckiej firmy Lacher.

Komponuj wedle potrzeb

Urny Himmelblau zdają się wyglądać jednakowo – pastelowe, naturalnie piękne, aksamitnie matowe. Jednak jeśli przyjrzeć się im uważnie, okazuje się, że każda jest inna. Koncepcja firmy zakłada bowiem, że co do kształtu wszystkie urny są identyczne, ale zyskują indywidualny charakter poprzez „ubranie” ich w osobiste dodatki. To bardzo przemyślana strategia, atrakcyjna również dla zakładów pogrzebowych. Potrzebują one bowiem zamówić tylko jedną urnę i komplet akcesoriów do personalizacji, by móc pokazywać klientom różnorodność dostępnych wariantów. Ryzyko inwestycji jest więc niewielkie. Dzięki obszernemu spektrum dodatków, które można magnetycznie przymocować do zewnętrznej powierzchni urny, za każdym razem uzyskamy inny efekt odpowiadający innym potrzebom estetycznym naszych klientów, wyrażający inne uczucia. Ciekawym rozwiązaniem jest umieszczenie w pokrywie urny małej skrytki na drobne osobiste pamiątki oraz dołączanie do niektórych modeli urn medalionów, które mogą być zabrane po ceremonii, stanowiąc pamiątkę ostatniego pożegnania. W ofercie dostępne są również urny biodegradowalne z filcowymi dodatkami, które w wilgotnej glebie rozkładają się w ciągu kilku dni.



FOTO: MATERIAŁY PROMOCYJNE HIMMELBLAU

REKLAMA

**LIDER W SPRZEDAŻY
PRODUKTÓW FUNERALNYCH
W EUROPIE**



**NAJWIĘKSZY WYBÓR AKCESORIÓW
DO PEŁNEJ TOALETY
I KOSMETYKI POŚMIERTNEJ**

**Narzędzia, środki
odkażające i wszystkie
niezbędne akcesoria do
wykonania
profesjonalnej
tanatotoalety**



**Specjalistyczne
kosmetyki do tuszowania
zmian i ubytków oraz
wykonania naturalnego
makijażu pośmiertnego
do kupienia w zestawach
lub pojedynczo**



tel. 22 751 37 44

info@hygeco.com.pl

www.tanatopraksja.pl

HYGECO POLSKA Sp. z o.o., ul. Partyzantów 34, 05-092 ŁOMIAŃKI

O tym się mówi

Mały kamień, wielki efekt

Temat talizmanów i relikwiarzy, które przywołują wspomnienia bądź stanowią namiastkę tej osoby, która odeszła, przewijał się na łamach naszego magazynu już kilkakrotnie. Na targach BEFA naszą uwagę zwróciły kolorowe kamienie ozdobione ręcznie malowanymi wizerunkami aniołków lub bajkowych stworków – to talizmany stworzone z myślą o dzieciach, które doświadczyły straty ro-

dziców lub domowych zwierzątek, oferowane przez firmę The art of Stone. Kryje się za nimi energia spokoju, symbolika przynoszenia szczęścia, otaczania opieką. To zadziwiające, jak wiele może zdziałać mały pomalowany kamień.



FOTO: WWW.THEARTOFSTONE.DE

Oferuj więcej niż standard



Wsparcie w żałobie jest nowym obszarem eksplorowanym przez domy pogrzebowe. Coraz więcej uwagi poświęca się usługom terapeutycznym, takim jak wsparcie psychologa, dogoterapia czy hortiterapia. Elke Galic, prowadząca praktykę psychologiczną Klang-Art, specjalizuje się w muzykoterapii. Sama komponuje zestawy muzyki klasycznej, które pomagają ukończyć trudne emocje w czasie żałoby, są balsamem dla duszy. Z myślą o rodzinie zmarłego oferuje zestawy pocieszenia zawierające audiobook z kojącą muzyką, karty z pocieszającymi sentencjami, które można mieć zawsze przy sobie, miniporadnik dla osób w żałobie zawierający praktyczne porady dotyczące codziennego życia po stracie i podnoszące na duchu historie.

Sekretne przedmioty

W natłoku codziennych obowiązków często tracimy z pola widzenia to, co najważniejsze – relacje z najbliższymi. Kiedy ci, których kochaliśmy, odchodzą, nie można już nadrobić straconego czasu, można natomiast zatrzymać ulotne ślady ich obecności w ozdobnej biżuterii. Stylowe wisiorki oraz obiekty w kształcie dysku do trzymania w dłoni lub kieszeni płaszcza nowoczesną formą nawiązują do współczesnego stylu życia i jednocześnie skrywają



FOTO: WWW.NANOGERMANY.DE



FOTO: WWW.NANOGERMANY.DE

w sobie drogocenny skarb. Może nim być szczypta piasku z plaży, na której uwielbiało się razem spędzać wakacje, szczypta prochów kogoś, kogo kochasz, kawałek tkaniny z ubrania, które nosił ukochany bliski, włosy i wiele innych pamiątek, które właściciel biżuterii uzna za ważne. Biżuteria oferowana przez Nano Solutions GmbH wykonana jest ze stali nierdzewnej. Może być również ozdobiona grawerem linii papilarnych, odciskiem nóżki dziecka lub łapki pupila.

Ułatw sobie pracę

Transport zmarłego często jest problematyczny (zwłaszcza jeśli do pokonania jest długa i wąska klatka schodowa) i wiąże się z dużym wysiłkiem pracowników domu pogrzebowego. Innowacyjne i praktyczne nosze do transportu niemieckiej firmy Ferno Transportgeräte GmbH, wyposażone w system gasienicowy, sprawnie mierzą się z tym wyzwaniem. Nosze wraz z ciałem można bezpiecznie sprowadzić na dół bez większego wysiłku. System szynowy łatwo się składa, podobnie jak całe nosze. Na życzenie klienta dostarczane są w praktycznej torbie transportowej.



FOTO: WWW.FERNO.DE

Kapsuła na pamiątki

Oryginalne produkty funeralne najczęściej powstają w umysłach osób, które wkraczają do branży pogrzebowej z bagażem doświadczeń wyniesionych z innych branż. Tak właśnie narodził się pomysł na markę Morii i oferowane przez nią kapsuły na drogocenne, pamiątkowe przedmioty, które pozostawiają po sobie nasi najbliżsi w chwili śmierci. Kształtem przypominają urny, jednak wewnątrz kryją nie prochy, lecz biżuterię, listy, zdjęcia, pukiel włosów i inne skarby. Minimalistyczne kapsuły mogą być zamknięte na zawsze lub z opcją otworzenia w dowolnym momencie. Wewnątrz większego pojemnika znajduje się mniejsza kapsuła, która płynnie się w niej zanurza, co w pewien sposób nawiązuje do pochówku. Prosta forma współgra z nowoczesnymi wnętrzami. Kapsuły wykonane z drewna lub z aluminium dostępne są w dowolnym kolorze, matowym lub błyszczącym wykończeniu.



FOTO: MATERIAŁY REKLAMOWE MORII

Nowy standard w aranżacji



FOTO: WWW.CONVELA.DE

Convela oferuje mobilne aranżacje kaplic, szczególnie przydatne wówczas, gdy zakład pogrzebowy obsługuje wiele ceremonii jednego dnia, a mimo to chce zaoferować swoim klientom indywidualne, spersonalizowane uroczystości. System SOGON® charakteryzuje prostota i elegancja oraz

ekstremalnie krótki czas rearanżacji. System opiera się na dokładaniu elementów personalizujących postument urnowy. Dodatkowe elementy mocowane są albo za pomocą magnesów, albo poprzez nakładanie akcesoriów na cokół. Mogą to być elementy religijne, np. krzyż lub gałązki sztucznych kwiatów, portret zmarłego, świeczniki, tkaninowe bieżniki, osobiste przedmioty zmarłego charakterystyczne dla jego pasji. W czasie targów BEFA Forum firma zaprezentowała kompleksowy system aranżacji, wzbogacając cokolwiek SOGON® i towarzyszące mu akcesoria o dodatkowe elementy, takie jak: tło w kształcie koła z zadrukowanej tkaniny (można nadrukować portret zmarłego lub dowolny motyw) oraz tryptyk ustawiany za postumentem, wykonany z zadrukowanej tkaniny lub ze sklejk z ukrytymi magnetycznymi mocowaniami, do których można doczepiać elementy ozdobne oraz oświetlenie ledowe. Wychoząc naprzeciw młodszemu pokoleniu, firma oferuje także postumenty zdobione dowolnym nadrukiem, na przykład z motywem bohaterów komiksów czy mangi. Od niedawna ofertę wzbogaciły również katafalki.

GOLDEN MARKETING CONFERENCE

14-15 LISTOPADA, KATOWICE



PERSONAL
BRANDING

PRODUCT
PLACEMENT

PROMOCJA
SPRZEDAŻY

CUSTOMER
EXPERIENCE

STRATEGIE
MARKETINGOWE

SOCIAL
MEDIA



BILETY JUŻ W SPRZEDAŻY

www.goldenmarketing.pl



Można inaczej!

Czy ceremonia pogrzebowa może nieść ze sobą pozytywne emocje? Tak, jeśli skoncentrujemy się na pozytywnych aspektach życia zmarłego, wspominaniu kim był i utrwalimy te pozytywne emocje za pomocą dodatkowych usług i przedmiotów, które sprzyjają upamiętnieniu.

Współczesny zakład pogrzebowy może zaoferować rodzinie zmarłego produkty i usługi, które pomogą w kreowaniu tej pozytywnej pamiątki. Jednym z nich są karteczki „Shared Moments” („Na zawsze w pamięci”/ „Wspólne chwile”), do których doczepiona jest sznureczkowa bransoletka, drugim, wieńce z kwiatów doniczkowych. Dlaczego warto poświęcić im chwilę uwagi? Ponieważ trumna czy urna to nie jest to, na co zwracają uwagę uczestnicy ceremonii. Liczy się jakość obsługi, emocje, uczucia, stopień zadowolenia. Wspomniane produkty doskonale wpisują się w te potrzeby. Oczywiście są klienci, dla których priorytetem zawsze będzie najniższa cena, są klienci wierni tradycji i tacy, których nie interesuje przestrzeganie jakichkolwiek zwyczajów pogrzebowych i wreszcie klienci, którzy moment pożegnania ze zmarłym chcą uczynić wyjątkowym. To z myślą o tej ostatniej grupie klientów warto wprowadzić do oferty zakładu pogrzebowego nowe produkty i usługi.

WSPÓLNE CHWILE

Zwykle śmierć przychodzi nagle i nie mamy okazji pożegnać się z tymi, których kochamy. Produkt „Shared Moments / Wspólne chwile” powstał w odpowiedzi na potrzebę pożegnania się ze zmarłym. Składa się z kartki umieszczonej w papierowej obwolutie oraz kolorowego sznureczka pełniącego rolę symbolicznej bransoletki, którą można mieć blisko siebie na pamiątkę ostatniego pożegnania, która pozwala pamiętać, wspominać. Symbolizuje wiadomość zapisaną na karteczce. Ktoś powie, że produkt jest nietrwały. Tak, to prawda i ta nietrwałość jest celowa. Ulotne jest nasze życie, ulotne są wspomnienia. Karteczka to symboli-

zuje. Pęknięcie sznureczka to znak, że czas żałoby dobiegł końca, że powinniśmy pożegnać wszelkie uczucia wobec zmarłego.

Jak oferować ten produkt? Czas na prezentację tego produktu nadchodzi po ustaleniu z rodziną wszystkich szczegółów organizacyjnych ceremonii, wybraniu trumny lub urny, kwiatów... Pytając, czy rodzina chciałaby w jakikolwiek sposób upamiętnić zmarłego, możemy przedstawić koncepcję „Shared Moments / Wspólne chwile” wraz z ceremonią wspominkową w terminie, który będzie ważny dla rodziny, np. data urodzin zmarłego, rocznica jego śmierci, dzień imienin, rocznica ślubu. Jeśli pomysł zostanie zaakceptowany, w czasie ceremonii pożegnania, przy dźwiękach kojącej muzyki, jej uczestnicy otrzymują karteczki „Shared Moments / Wspólne chwile”, są proszeni o wypisanie na nich słów ostatniego pożegnania, przekazanie tego, czego nie zdążyło się powiedzieć, wyrażenie swoich uczuć względem zmarłego lub po prostu przekazanie słów otuchy dla członków rodziny. Karteczki te mogą być włożone do trumny lub do specjalnego drewnianego pudełka, w którym pozostaną zamknięte aż do czasu uroczystości wspominkowej, której data będzie widnieć na wieczku. Najlepiej, by to spotkanie odbyło się nie wcześniej niż trzy miesiące od śmierci (minimum tyle czasu potrzeba, by przejść wszystkie etapy żałoby). Pudełko z kartkami pozostaje w posiadaniu rodziny, jednak dom pogrzebowy może zaproponować zorganizowanie spotkania wspominkowego, może je poprowadzić. W tym celu warto, by pracownicy domu pogrzebowego zapamiętali tę datę i z odpowiednim wyprzedzeniem przypomnieli o ofercie zorganizowania



Wieniec „The Green Memory / Zielona pamięć” może ozdabiać miejsce ostatniego pożegnania, miejsce ceremonii pogrzebowej. Ponieważ kwiaty umieszczone są w oddzielnych naczynkach, które łatwo odpina się od głównej konstrukcji, każda osoba po zakończonej ceremonii może zabrać doniczkę ze sobą i w zależności od rodzaju rośliny posadzić ją w ogródku lub pielęgnować w domu jako żywy symbol pamięci o zmarłym

takiego spotkania, w czasie którego na nowo wzbudza się emocje i uczucia wobec zmarłego, które towarzyszyły nam w dniu ostatniego pożegnania, co pomaga o tej osobie pamiętać, wspominając ją w pozytywny sposób. Wprowadzenie do oferty produktu „Shared Moments / Wspólne chwile” pozwala zastąpić księgi kondolencyjne bardziej współczesnym rozwiązaniem, przedłuża też czas, kiedy zakład pogrzebowy ma kontakt z klientem i rozszerza zakres usług, które może zaproponować i zamienić nie tylko w finansowy zysk, ale również pozytywny wizerunek w lokalnej społeczności.

ZIELONA PAMIĘĆ

Drugim nowym na polskim rynku produktem, na który warto zwrócić uwagę w kontekście poszerzania oferty zakładu pogrzebowego i budzenia pozytywnych emocji, jest wieniec „The Green Memory / Zielona pamięć” złożony z 16 kwiatów doniczkowych. Wieniec może ozdabiać miejsce ostatniego pożegnania, miejsce ceremonii pogrzebowej. Ponieważ kwiaty umieszczone są w oddzielnych naczynkach,

które łatwo odpina się od głównej konstrukcji, każda osoba po zakończonej ceremonii może zabrać doniczkę ze sobą i w zależności od rodzaju rośliny posadzić ją w ogródku lub pielęgnować w domu jako żywy symbol pamięci o zmarłym. Domy pogrzebowe, które wprowadzą ten produkt do swojej oferty i zaszczepią w klientach nowy zwyczaj, mają szansę wyróżnić się na tle konkurencji oraz promować swoją markę w nowy sposób. Każda doniczka tworząca wieniec może być sygnowana marką zakładu pogrzebowego. **Jak oferować ten produkt?** Warto o nim wspomnieć w momencie omawiania dekoracji florystycznych, podkreślając, że nie jest to zwykły wieniec, który po kilku dniach straci swą urodę, lecz wieniec, który pozwoli symbolicznie upamiętnić żegnaną osobę. O wyborze kwiatów może zdecydować zakład pogrzebowy i współpracujący z nim florysta lub rodzina zmarłego. Warto uwzględnić nie tylko symbolikę kwiatów, ale również ich odporność na warunki atmosferyczne lub łatwość pielęgnacji w domu. Aby nadać kompozycji jeszcze bardziej emocjonalny charakter, można wykorzystać w niej ulubione kwiaty zmarłego.

Zachęcamy do skorzystania z tych inspiracji w codziennej działalności Państwa zakładów pogrzebowych.

Dystrybutorem na Polskę karteczek Shared Moments” (polska nazwa „Na zawsze w pamięci”/ „Wspólne chwile”) oraz wieńca „The Green Memory” jest firma **ZNICZPAMIECI.PL** 

Zapraszamy do kontaktu:



Zniczpamieci.pl
ul. Młyńska 12 / 5, 61-730 Poznań
☎ +48 606 132 555
✉ biuro@zniczpamieci.pl
www.zniczpamieci.pl



Ktoś powie, że produkt Shared Moments / Wspólne chwile” jest nietrwały. Tak, to prawda i ta nietrwałość jest celowa. Ulotne jest nasze życie, ulotne są wspomnienia. Karteczka to symbolizuje. Pęknięcie sznurowadła noszonego jako bransoletka to znak, że czas żałoby dobiegł końca

Pomagamy oszczędzać czas

Każda licząca się firma pogrzebowa powinna zwrócić uwagę na systemy informatyczne, które stają się nieodłącznym narzędziem w codziennej pracy. To bardzo dynamicznie rozwijający się segment rynku w całej Europie. Bo praca ma być łatwa, szybka i przyjemna.



FOTO: ARCHIWUM PRYWATNE

Rozmawiamy z MARCINEM TUTAKIEM, właścicielem firmy TuSoft Systemy Informatyczne, która od 2010 roku zajmuje się tworzeniem, obsługą i dystrybucją rozwiązań informatycznych adresowanych do firm z branży pogrzebowej

Po co przedsiębiorcy pogrzebowemu systemy informatyczne?

Systemy informatyczne coraz powszechniej wykorzystywane są we wszystkich gałęziach gospodarki. Ich wdrożenie pozwala oszczędzić czas, podnieść jakość usług, lepiej kontrolować i zarządzać swoją firmą. Przedsiębiorstwa pogrzebowe niepotrzebnie tracą czas i zaniżają jakość obsługi w stosunku do konkurencji, która otwiera się na nowoczesne technologie. Sytuacja z wdrożeniami systemów informatycznych trochę przypomina tę z czasów, kiedy rozwijał się Internet. Firmy, które jako pierwsze zrozumiały postępujące zmiany i w miarę szybko zainwestowały w stronę www oraz reklamę – wygrały.

Czy rozwiązania informatyczne są popularne w polskich zakładach pogrzebowych?

Z każdym rokiem obserwujemy rosnącą liczbę wdrożeń naszego oprogramowania Funeral System. To wynik zmiany pokoleniowej w zakładach pogrzebowych – wiele z tych firm to firmy rodzinne, w których do głosu dochodzi nowe pokolenie, dzieci właścicieli. Są to osoby obyte z nowymi technologiami, które nie boją się zmian. Myślę więc, że liczba wdrożeń w najbliższym czasie nadal będzie wzrastać. Obecnie na naszym oprogramowaniu pracuje ponad 200 firm.

Co było inspiracją do stworzenia programu dla zakładu pogrzebowego?

U źródeł pomysłu były obserwacje codziennej pracy moich rodziców, którzy prowadzili zakład pogrzebowy i wielokrotnie powielali pewne procedury, jak na przykład uzupełnianie tych samych danych w wielu formularzach: wniosku o zasiłek pogrzebowy, upoważnieniu, zezwoleniu na kremację czy innych. Czynności te zajmowały im wiele czasu, a popełnienie błędu generowało dodatkową pracę. Ponieważ z wykształcenia jestem informatykiem, łatwo dostrzegłem powtarzalność pewnych procedur, napisałem więc prosty program umożliwiający generowanie dokumentów gotowych do wydruku w oparciu o wpisane dane osoby zmarłej oraz zleceniodawcy. Z biegiem czasu program rozrastał się o nowe funkcjonalności umożliwiające kompleksową obsługę zleceń pogrzebowych, fakturowanie, możliwość drukowania klepsydr, zarządzania pracownikami, a także obsługi prosektorium i krematorium. Obecnie źródłem inspiracji do modyfikowania oprogramowania, jego ulepszania i dodawania nowych funkcjonalności są bezpośrednie spotkania z właścicielami przedsiębiorstw pogrzebowych. Wnikliwe poznawanie ich potrzeb przekłada się później na nowe pomysły i rozwiązania technologiczne.

Czy oprogramowanie TuSoft jest dla każdego zakładu pogrzebowego i krematorium? Przyda się i małym i dużym przedsiębiorcom?

Zarówno mała, jak i duża firma pogrzebowa znajdzie pożądaną funkcjonalność dla siebie. Na przykład Funeral System został podzielony na pakiety: Podstawowy, Rozszerzony oraz Rozszerzony Plus. Mniejsza firma może



FOTO: SERWIS PRASOWY FIRMY TUSOFT

Pęten wachlarz możliwości oprogramowania TuSoft

skorzystać z pakietu obejmującego opcję wydrukowania dokumentów, klepsydry i wystawienia faktury. Natomiast większa firma może chcieć zarządzać prosektorium, magazynem, a dodatkowo mając większą liczbę punktów obsługi klienta, lepiej je kontrolować, mając wgląd w przyjmowane pogrzeby, rezerwowane karawany, zarządzanie pracownikami. Oprócz wspomnianego oprogramowania Funeral System, które wspomaga pracę zakładów pogrzebowych, w naszej ofercie znajduje się również oprogramowanie Crematory System wspierające pracę krematorium poprzez takie funkcjonalności, jak: zarządzanie terminarzem spopieleń, wydrukiem certyfikatu kremacji, a także wystawieniem dokumentu sprzedaży. Dodatkowo istnieje możliwość zarządzania zarówno przewozami osób zmarłych do krematorium, jak i wywozem urn na zlecenie firm pogrzebowych. Trzeci program przeznaczony jest wyłącznie do szybkiego tworzenia oraz drukowania bardzo eleganckich i nowoczesnych klepsydr oraz podziękowań.

Najważniejsza zaleta korzystania z oprogramowania TuSoft to...

...oszczędność czasu, łatwość nadzorowania poszczególnych obszarów działalności firmy i wyeliminowanie pomyłek. Każdy przedsiębiorca pogrzebowy powinien odpowiedzieć sobie na pytanie: ile czasu zajmuje mu ręczne wypełnienie wniosków o zasiłek pogrzebowy, upoważnień i innych dokumentów, i wielokrotne przepisywanie tych samych danych na różne formularze. Przy jednym pogrzebie jest to może mało istotne, ale w skali miesiąca jest to liczba znacząca. Przy 50 pogrzebach to ponad 2 dni robocze po 8 godzin, które trzeba poświęcić na ręczne wypisanie dokumentów, a w przypadku popełnienia błędu, literówki w nazwisku, błędu w numerze PESEL – ponowne ich przepisywanie. To mozolna, niewdzięczna praca. Korzystając z programu informatycznego, wystarczy w jednym miejscu poprawić błąd i wszystkie skorygowane dokumenty wydrukujemy w parę sekund.

Czy wdrożenie oprogramowania TuSoft jest trudne?

Program jest bardzo intuicyjny i prosty w obsłudze, a przedsiębiorca może liczyć na nasze pełne wsparcie. Znając potrzeby i oczekiwania potencjalnego klienta, możemy zaproponować odpowiednie rozwiązanie z naszego portfolio, a następnie przeprowadzić wdrożenie wraz ze szkoleniem pracowników bezpośrednio w siedzibie firmy. Coraz częściej jednak wdrożenia odbywają się

w sposób zdalny, na odległość. Po jednej stronie komputera siedzi klient, a z drugiej osoba, która po połączeniu się z klientem objaśnia zasady działania programu.

Chętnie prezentujecie Wasze rozwiązania informatyczne podczas bezpośrednich spotkań branżowych, takich jak targi czy Funeral Forum. Czy udział w takich spotkaniach to dobra inwestycja?

Zdecydowanie tak! Żaden kontakt telefoniczny czy mailowy nie jest w stanie zastąpić bezpośredniego kontaktu i rozmowy podczas tego typu wydarzeń. Funeral Forum jest dobrą okazją, aby zaprezentować wyniki swojej pracy konkretnemu gronu odbiorców – osobom decyzyjnym: właścicielom i zarządom domów pogrzebowych, którzy są zainteresowani unowocześnieniem swojej oferty, wyznaczaniem nowych standardów obsługi klienta. Poprzez swoją obecność na Forum daliśmy zarówno obecnym klientom, jak i firmom jeszcze niezdecydowanym czytelny przekaz – jesteśmy obecni, rozwijamy się, udoskonalamy nasze produkty.

Jaka, Twoim zdaniem, będzie branża funeralna za kolejne 5 lat?

Jeszcze kilka lat temu wiele firm pogrzebowych wypisywało ręcznie klepsydry, faktury, nie posiadało strony internetowej. Pod tym względem branża zrobiła milowy krok. Mam nadzieję, że za 5 lat systemy informatyczne staną się nieodłącznym narzędziem w codziennej pracy każdej liczącej się polskiej firmy pogrzebowej. ☺

Rozmawiała: KATARZYNA SUPA

Zapraszamy do kontaktu:



TuSoft Systemy Informatyczne

ul. Krakowska 129, 32-652 Bulowice

+48 32 441 81 44, +48 791 701 468

kontakt@tusoft.com.pl

www.tusoft.com.pl

Detal, który ma znaczenie

Obecność na targach branży funeralnej pomaga szybko reagować na potrzeby rynku. W odpowiedzi na coraz liczniejsze zapytania firma PRIMA-TECH wprowadziła do swojej oferty szeroki asortyment słupków odgradzających oraz roll-upów.

Ważną cechą współczesnych aranżacji ceremonii pogrzebowych jest ich mobilność, łatwość przearanżowania otoczenia. W roli tła dla ceremonii ostatniego pożegnania, w kaplicy lub na cmentarzu, sprawdzają się roll-upy. Najczęściej stosuje się tryptyki, ale można je łączyć w dowolną konfigurację. W ofercie firmy PRIMA-TECH znajduje się szeroki wybór grafik, można również zamówić wydruk z własnym projektem. Całość konstrukcji dostarczana jest w torbie transportowej.

W wydzieleniu stref dla uczestników pogrzebu i samej przestrzeni uroczystości pomocne będą eleganckie słupki odgradzające wykonane z wysokopolerowanej stali nierdzewnej. W ofercie firmy znajdują się różne warianty słupków wyposażonych w grubo plecione sznury lub taśmę samowijającą.



Te ostatnie stanowią idealne rozwiązanie dla utrzymania porządku i eleganckiego odgródzenia miejsc niedostępnych dla klientów, np. korytarze, przejścia wyłącznie dla osób uprawnionych.

REKLAMA



AKCESORIA FUNERALNE



Firma Prima-Tech S.C. od kilku lat oferuje szeroką gamę akcesoriów pogrzebowych, które charakteryzują się wysoką jakością wykonania oraz konkurencyjną ceną. W ofercie posiadamy między innymi: kapsuły, katafalki, namioty, nosze transportowe, karetkowe, stojaki na wieńce, stoły balsamacyjne, wózki nożycowe, roll-upy, słupki. Dostawy realizujemy sprawnie i terminowo.

Jesteśmy firmą godną zaufania, o czym świadczy przynależność do Polskiego Stowarzyszenia Pogrzebowego oraz Międzynarodowej Federacji Organizacji i Firm Pogrzebowych FIAT-IFTA.



WINDA POGRZEBOWA RĘCZNA



NOSIDŁO DO URNY



KATAFALK CHŁODNICZY



ROLL-UP



WORKI NA ZWŁOKI



STOJAK POD WIEŃCE



STÓŁ BALSAMACYJNY



KAPSUŁA TRANSPORTOWA

PRIMA-TECH S.C.
ul. Górna 2A
42-262 Poczesna k/Cz-wy



tel./fax/ +48 34 328 51 48
e-mail: primattech@op.pl
www.funeralne.com



Zaprojektuj doświadczenia swoich klientów

Jak wesprzeć idealny proces obsługi?

Dziś, aby odnosić sukcesy na rynku, powinniśmy poprzez nasze działania marketingowe i ofertę działać dwutorowo: z jednej strony odpowiadać na potrzeby klientów, a z drugiej – kreować ich doświadczenia związane z marką. Jak to zrobić? Krok pierwszy to spojrzeć na swój biznes oczami tych, którzy z produktu lub usługi korzystają. Nie jest to łatwe, ale na pewno warto.

Historycznie rzecz ujmując, jeszcze nie tak dawno myśleliśmy, że komunikacja z klientem oparta na takich hasłach jak profesjonalizm, szeroka oferta, obszerne doświadczenie oraz przystępne ceny wystarczy, by nasz biznes dobrze funkcjonował. Faktycznie przez jakiś czas tak było. Przez lata klienci korzystali z usług i kupowali produkty, które charakteryzowały się wysoką jakością i niskimi cenami. Kilka lat temu takie myślenie uległo zmianie. Zarówno marketingowcy, jak i sami sprzedawcy zauważyli, że mówienie, jacy jesteśmy fajni, już nie do końca przyciąga uwagę klienta, bo takich podmiotów, które są profesjonalne i mają szeroką ofertę, a ich cena jest atrakcyjna w odniesieniu do jakości oferowanych produktów i usług, jest mnóstwo. Zaczęliśmy więc budować oferty, działania marketingowe i komunikację marki w oparciu o potrzeby klienta, odgadywanie, czego klient tak naprawdę chce, czego potrzebuje, i dostarczenie mu tego. Współcześnie jesteśmy na etapie, w którym marketing koncentruje się na projektowaniu potrzeb klienta, tego, co ma poczuć, pomyśleć, wykonać po kontakcie z naszą firmą / marką. Chcąc dotrzeć do tego punktu marketingowego rozwoju, trzeba przejść przez proces świadomego projektowania doświadczeń naszych klientów. W ten proces warto zaangażować wszystkich pracowników firmy, niezależnie od zajmowanego stanowiska – różnorodność poglądów, opinii, doświadczeń działa tylko na korzyść całego procesu.

Na jakim etapie jesteś?

- 1) Mówię, jakie fajne są moje produkty i usługi, podkreślam atrakcyjną cenę i mój profesjonalizm.**
- 2) Staram się odgadywać potrzeby klientów i oferować to, czego mogą chcieć od mojej marki.**
- 3) Wiem, do jakiego klienta skierowana jest moja oferta i świadomie projektuję jego doświadczenia z marką.**

MARKA MA ZNACZENIE

Zacznijmy od marki domu pogrzebowego. Większość firm pogrzebowych, które istnieją na rynku przez lata lub tych, które dopiero zaczynają działalność, świadomie podchodzi do komunikacji z rynkiem i budowania silnej marki. I słusznie! Od kilku lat obserwujemy zmiany w branży funeralnej i o nich dyskutujemy, o tym, że klient się zmienia i coraz bardziej polega na niezależnej opinii zaczerpniętej z Internetu, mediów społecznościowych, z ust przyjaciół i znajomych. Klient jest

też coraz bardziej świadomy i weryfikuje wiarygodność opinii w wielu źródłach jednocześnie, porównuje ceny – może to zrobić szybko, ponieważ jest mobilny, na swoim smartfonie natychmiast sprawdzi oferty w Internecie, może zadzwonić do kilku zakładów pogrzebowych i poprosić o szybką wycenę. Być może obecne pokolenie klientów nie jest jeszcze bardzo skore do wyszukiwania i weryfikowania informacji, ale kolejne pokolenie opisywane mianem millenialsów będzie to robić w sposób naturalny, ponieważ chce znać pełen wachlarz możliwości, chce mieć wybór, chce pochować swoich rodziców najfajniej jak to możliwe, według swojego pomysłu, przy optymalizacji budżetu. Oczywiście każdy klient jest inny i w innej sytuacji losowej organizuje ostatnie pożegnanie. Niemniej współczesny zakład pogrzebowy powinien być gotowy nadążać za potrzebą klienta, jego indywidualnymi oczekiwaniami, a tym samym przemyśleć sposób, w jaki komunikuje się na zewnątrz. W perspektywie kilku lat ten sposób komunikacji będzie miał duże znaczenie.

Jeszcze kilka lat temu bariera wejścia w branżę funeralną była dość wysoka. Młode zakłady pogrzebowe nie powstawały zbyt szybko i licznie. Dziś bariera wejścia w branżę wcale nie jest już taka wysoka. Konkurencja chucha na plecy liderów, a klient bardzo łatwo może sobie wybrać dowolnego wykonawcę usług pogrzebowych, dlatego budowanie zakładu pogrzebowego z marką ma sens.

CO TO ZNACZY SILNA MARKA?

To marka, której klienci chcą, a więc kojarzą jej nazwę, wracają do niej (wbrew pozorom z usług zakładu pogrzebowego korzysta się więcej niż jeden raz – statystyki mówią, że w ciągu naszego życia aż czterokrotnie mamy styczność z organizacją pogrzebu) i wreszcie jest to marka, o której inni samozwańczo mówią dobrze, polecając jej usługi.

Na wizerunek silnej marki składają się dwa elementy – z jednej strony są to efekty komunikacji, czyli to, co sam zakład pogrzebowy mówi o sobie za pośrednictwem reklam, witryny, strony internetowej. Drugim elementem wizerunku jest to, co myśli klient po zetknięciu z miejscem (aranżacja domu pogrzebowego), obsługą (ubiór i zachowanie wszystkich pracowników), a więc jakie ma doświadczenia z marką. Na ten element teoretycznie nie mamy wpływu, bo jest to subiektywne odczucie klienta. Ale czy na pewno?

Komunikuje się każdy z nas, świadomie lub nie, werbalnie lub niewerbalnie. Wszystko jest komunikatem – to, w co się ubraliśmy, jaką mamy postawę, spojrzenie, czy podczas rozmowy patrzymy w oczy czy nie, czy się uśmiechamy. To wszystko jest odbierane podświadomie,



nawet w sytuacjach trudnych emocjonalnie, i składa się na końcowe odczucia i opinie klienta. Warto więc zadbać o te elementy. Świadoma komunikacja służy budowaniu tożsamości marki i w konsekwencji odróżnieniu się od konkurencji.

JAK SIĘ WYRÓŻNIĆ NA RYNKU?

To, co różnicuje dziś zakłady pogrzebowe, to oferowane usługi, ich poziom, sposób obsługi klienta i generowane przez niego doświadczenia. Sprzedać produkt jest względnie łatwo, bo każdy widzi, jaki on jest. W usługach dużo łatwiej o niezadowolenie klienta, ponieważ postrzeganie usługi jest subiektywne, każdy liczy na coś innego, ma inne wyobrażenie na jej temat. Dlaczego tak jest? Usługi są nienamacalne, nietrwałe, niepowtarzalne, nierozdzielne – nie da się sprzedać tylko fragmentu usługi. Realizując zlecenia, trzeba więc zadbać o obsługę na tym samym poziomie – łatwo to zrobić, kiedy prowadzimy zakład sami, kiedy mamy 1-2 osoby w zespole. Przy większej ilości pracowników warto wprowadzić przestrzeganie pewnych standardów i schematów obsługi.

Wszystkie przedmioty materialne oraz zachowania będące świadectwem wartości i jakości usługi, budujące w umyśle klienta wyobrażenie o marce, nazwane są artefaktami. Dzielimy je na fizyczne, czyli przedmioty, z którymi klient styka się, mając kontakt z firmą usługową, na przykład:

WARTOŚCI KOMUNIKOWANE PRZEZ ARTEFAKTY



To, co różnicuje dziś zakłady pogrzebowe, to oferowane usługi, ich poziom, sposób obsługi klienta i generowane doświadczenia



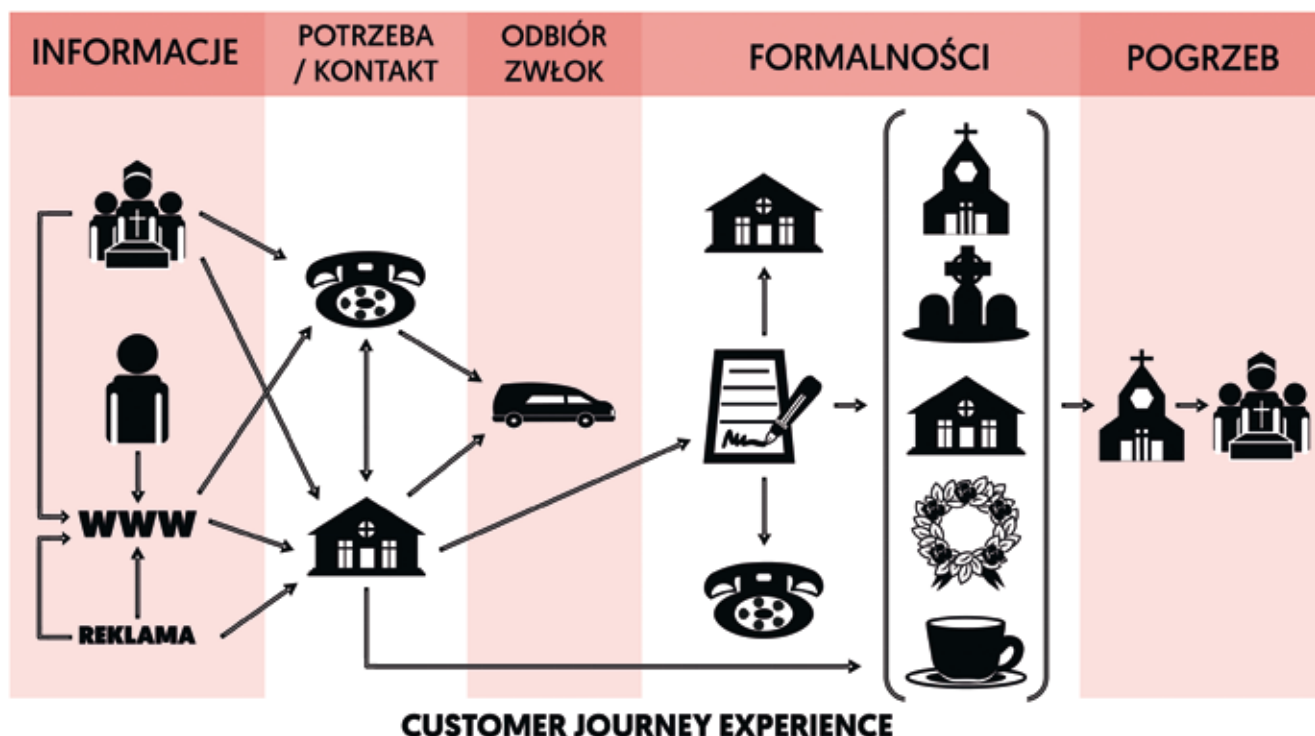
wystrój wnętrza, wyposażenie, ubiór pracowników, akcesoryjki, czyli wizytówki, papier firmowy, materiały wspierające proces promocji i obsługi klienta, oraz na artefakty behawioralne, czyli zachowania pracowników, standardy obsługi (artefakty językowe), struktura organizacji, tabu.

Chcąc świadomie kreować potrzeby nabywcy, warto zbudować jego sylwetkę, wyobrazić go sobie, konstruując tzw. personę, a więc bardzo konkretny obraz klienta, do którego kierujemy swoją ofertę. Potencjalnie każdy jest klientem zakładu pogrzebowego, ale każdy klient jest inny i zależy mu na innych elementach – jeden będzie stawiał na prestiż, inny na niską cenę, a jeszcze inny na elastyczność w podejściu do jego potrzeb i oczekiwań. Musimy więc sami określić, na jakim kliencie najbardziej nam zależy i jakich wartości on będzie potrzebował. To odważny krok – zdecydować o kształtowaniu oferty nie pod każdego, lecz pod osobę o konkretnych zainteresowaniach, cechach charakteru, konkretnym wieku. A jeszcze trudniejszym wyzwaniem jest wytrwanie w tym postanowieniu. Oczywiście nie odmówimy realizacji usługi komuś, kto nie będzie idealnie dopasowany do naszego wyobrażenia idealnego klienta, powinniśmy natomiast

POTRZEBY I POŻĄDANE WARTOŚCI



UPROSZCZONA MAPA PODRÓŻY KLIENTA



pozostać wierni wartościom, które komunikujemy i potrzebom, na które odpowiadamy.

WYRUSZ Z KLIENTEM W PODRÓŻ

Jak zaprojektować doświadczenia klienta? Czy to w ogóle możliwe? Tak! Kluczowa w tym procesie jest mapa podróży klienta – narzędzie marketingowe identyfikujące wszystkie punkty styku klienta z marką, oceniające jakość doświadczeń płynących z tych miejsc, planowanie działań zmieniających negatywne doświadczenia na pozytywne i motywujące do czuwania nad przestrzeganiem wyznaczonych standardów.

Dzięki niej łatwiej jest zrozumieć, kim są nasi klienci, jakie motywacje i potrzeby nimi kierują, skąd się o nas dowiadują i w jaki sposób kupują. Mapowanie podróży klienta daje możliwości poprawy sumy wszystkich doświadczeń klienta, jakie wiążą się z daną marką czy firmą. Mapa podróży klienta pomaga zbudować lepszą obsługę, właściwą strategię komunikacji marki, a w efekcie pozyskiwać lojalność klientów. Klient, który z kontaktu z marką wyniesie pozytywne doświadczenia, wróci. Poza tym poleci firmę swoim znajomym, stając się samozwańczym ambasadorem marki, a to szansa na pozyskanie nowych klientów. To także możliwość zbudowania przewagi konkurencyjnej!

A TERAZ KONKRETNIE

Przyjrzyjmy się, jak działa mapowanie podróży klienta w przypadku zakładu pogrzebowego. Określmy, dlaczego klient może chcieć kontaktu z naszą marką. Potrzebą, która generuje poszukiwanie informacji o ofercie zakładu pogrzebowego, najczęściej jest zgon w rodzinie, rzadziej chęć zaplanowania pogrzebu czy ciekawość. Na potrzeby niniejszego artykułu przyjmijmy

najbardziej popularną potrzebę, a więc zgon w rodzinie. Zidentyfikujmy wszystkie obecne i potencjalne punkty styku, czyli miejsca, w których klient natrafia na informację o nas lub ma z nami bezpośredni kontakt. Warto podejść do zadania kreatywnie i z otwartą głową. W pierwszym kroku klient zdobywa informację – na przykład na pogrzebie znajomego / znajomej, wchodzi na stronę internetową, przeszukuje social media, widzi reklamę w prasie, tablicę ogłoszeniową w mieście. To jest jego pierwszy kontakt z marką. Kolejnym krokiem

Czasem warto zadzwonić do swojego zakładu pogrzebowego jako tajemniczy klient i sprawdzić, czy pracownik przedstawia się we właściwy sposób, czy ktoś udziela prawidłowych informacji, w jaki sposób rozmawia, czy zachęca czy zniechęca rozmówcę

/ punktem styku jest wykonanie telefonu do zakładu pogrzebowego lub przyjdzie do jego siedziby. Następnym – odbiór zwłok, kolejnym ponowna wizyta w zakładzie pogrzebowym i dopełnienie formalności, a końcowym punktem styku jest ceremonia pogrzebowa. To jednak bardzo uproszczony schemat, który na każdym etapie można uzupełnić o dodatkowe elementy. Zanim klient przyjdzie do zakładu pogrzebowego, może poszukiwać informacji w związku z planowaniem pogrzebu lub przeżywaniem żałoby, rozmawiać z zaprzyjaźnionym księdzem, sąsiadką, kwiaciarką, przechodzić obok witryny zakładu pogrzebowego. Analogicznie warto spojrzeć na koniec tej uproszczonej mapy podróży klienta. Czy rzeczywiście ceremonia pogrzebowa kończy nasze relacje z klientem? Często nie przywiązujemy do tego wagi, tymczasem wszystkie oznaki wsparcia w żałobie również budują relacje. Punktami styku po pogrzebie mogą być: wysyłka kartki z podziękowaniem za wybór oferty domu pogrzebowego i zapewnienie o gotowości wsparcia w żałobie, przekazanie upominku – bukietu kondolencyjnego, fotoksiążki pamiątkowej, wykorzystanie wieńca „The Green Memory / Zielona pamięć”, prośba o referencje, organizacja uroczystości upamiętniającej w dniu ważnym dla rodziny zmarłego (można wykorzystać karteczki „Shared Moments / Wspólne chwile”), stworzenie na stronie internetowej miejsca do dzielenia się wspomnieniami (będą to w pewnym sensie rekomendacje i świadectwa dobrze wykonanej pracy). **Gdy mapa punktów styku klienta z marką jest gotowa, kolejnym krokiem jest „wejście w buty klienta” i zastanowienie się, w których obszarach jesteśmy mocni, mamy pozytywny feedback, w których zbieramy reklamacje, a o których nawet nie mieliśmy pojęcia.** Może się bowiem zdarzyć, że klient ma dobre doświadczenia w jednym punkcie styku i złe w innym. Na przykład pozytywne rekomendacje są zaprzeczane przez wizerunek prezentowany na stronie internetowej. Czasem warto zadzwonić do swojego zakładu pogrzebowego jako tajemniczy klient i sprawdzić, czy pracownik przedstawia się w poprawny sposób, czy ktoś udziela właściwych informacji, w jaki sposób rozmawia, zachęca czy zniechęca rozmówcę. Zanim zaczniemy wyciągać

konsekwencje, zastanówmy się jednak, czy sami jesteśmy bez winy, czy poinformowaliśmy pracownika, jaki sposób rozmowy jest właściwy? Weryfikować warto również sposób pracy osób zajmujących się odbiorem zwłok, wykonujących prace na cmentarzu i w czasie ceremonii, obserwować, jak się zachowują, jak są ubrane. Warto stać się tajemniczym klientem swojego zakładu pogrzebowego, czerpać też wiedzę z reklamacji klientów i wyciągać z nich wnioski. Przy czym naszym celem powinno być nie tylko naprawianie słabych punktów, ale również jeszcze mocniejsze wspieranie pozytywnych doświadczeń klienta. **Znając doświadczenia klienta, przechodzimy do fizycznych artefaktów, z którymi ma styczność i analizujemy ich wygląd, przydatność, emocje, które generują.** Takim artefaktem jest na przykład strona internetowa – warto więc spojrzeć na nią z perspektywy użytkownika, potencjalnego klienta i nie eksponować wewnątrz, do których klient nie ma dostępu (lub nie chce mieć dostępu; przykładem jest chłodnia, która u nikogo spoza branży nie wzbudzi pozytywnych skojarzeń), zamieścić praktyczny poradnik, a może biblioteczkę książek, które warto przeczytać w czasie osuwania żałoby. Innym namacalnym elementem wizerunku jest wnętrze zakładu pogrzebowego, środki transportu (które warto oznakować marką zakładu pogrzebowego), witryna dostępna z ulicy, ekspozycja produktów, materiały reklamowe, gadzety, spójny wygląd pracowników, namioty itd.

SAMA TEORIA NIE WYSTARCZY

Wiedza teoretyczna to pierwszy krok ku pozytywnym zmianom. Jednak aby przyniosła efekty, trzeba ją wdrożyć w praktyce – przejść cały proces mapowania na przykładzie własnej firmy, przekuć spostrzeżenia na konkretne cele, zrobić listę zadań, przydzielić ich realizację sobie i pracownikom, a następnie monitorować zmiany. Proces projektowania doświadczeń klienta nigdy się nie kończy! 

MARTA CAŁA-STURZBECHER,

AGENCJA MARKETINGOWA MOMA, WWW.MARKETINGFUNERALNY.PL

REKLAMA



MARKETING W BRANŻY FUNERALNEJ

Wprowadzasz nowy produkt na polski rynek?

A może działasz już w branży pogrzebowej,
ale chcesz zwiększyć swój udział
w rynku / rentowność firmy?

**Wybierz agencję MOMA jako
swojego partnera!**



STRATEGIA

Opracowujemy strategię
marketingowe
Układamy plany działania



OUTSOURCING MARKETINGU

Działamy jako zewnętrzny dział
marketingu Twojej firmy

Skontaktuj się
z nami i sprawdź,
co jeszcze
możemy
zrobić dla Twojej
firmy!



Tel.
500 200 930
664 702 724



Namioty VITABRI wykonane są w 100% z grubego aluminium, a ich konstrukcje są całkowicie wzmacniane. Dzięki temu mogą być użytkowane w naprawdę ciężkich warunkach nawet kilka razy dziennie, przez wiele lat. VITABRI daje 5 letnią gwarancję na stelaż V3 – co pokazuje, że „solidność” i „trwałość” nie są jedynie pustymi słowami.



NOGA SZEŚCIOKĄTNA
50 MM



DODATKOWE WEWNĘTRZNE
WZMOCNIENIA SZABLI



ŁĄCZNIKI Z WŁÓKNA
SZKLANEGO



WZMACNIANE
KRZYŻAKI



WYSOCE STABILNA
STOPKA

- Bezpieczeństwo użytkowania konstrukcji VITABRI gwarantowane jest atestem bezpieczeństwa wydanym przez Francuskie Biuro Bezpieczeństwa Konstrukcji Zewnętrznych BVCTS. Wytrzymałość konstrukcji V3 na wiatr do 100km/h.
- Stosujemy materiały wyłącznie europejskich, certyfikowanych producentów. Nasze tkaniny są w 100% wodoodporne i wysoce odporne na UV (blaknięcie).
- W studio graficznym VITABRI wykonujemy wysokiej jakości nadruki również w kolorze złotym i srebrnym.

Póki pamiętamy, nasi najbliżsi są z nami

Rzeczywistość kształtują rzeczy pięknie zaprojektowane, których dodatkową wartością jest utrwalanie wspomnień o ważnych dla nas chwilach. Firma E.GRAMI specjalizuje się w produktach funeralnych pomagających zachować pamięć o tych, którzy odeszli. Tradycja pielęgnowania pamięci o zmarłych z szacunkiem i należyтым pietyzmem stanowi mocny fundament dla innowacyjnych działań firmy.



FOTO: ARCHIWUM PRYWATNE

O tym kreowaniu nowych produktów funeralnych rozmawiamy z założycielem firmy E.GRAMI – MIROSŁAWEM GRODECKIM

ważnych chwil w działalności Polskiego Komitetu Olimpijskiego, kancelarii ówczesnego Prezydenta RP, różnego rodzaju towarzystw i związków, przygotowując dyplomy, podziękowania i opisane puchary.

Z branżą pogrzebową współpracujecie od 1997 roku. Początkowo zaufali Wam klienci w Warszawie, później na Śląsku, a teraz na terenie całej Polski, nie mówiąc o innych krajach. Z czego Waszym zdaniem wynika popularność wyrobów E.GRAMI?

Dewizą firmy E.GRAMI jest hasło „Pomagamy pamiętać”. Co ono dla Was oznacza? W jaki sposób wpisuje się ono w codzienną działalność firmy?

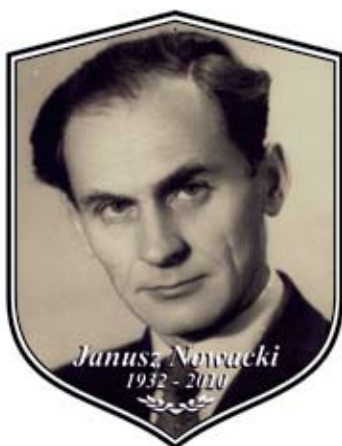
Oscar Wilde powiedział: „Pamięć to pamiętnik, który stale nosimy ze sobą”. Naszym pragnieniem jest współtworzenie pięknych kart tych pamiętników. Od początku naszej aktywności biznesowej dokładamy starań, by wspomnienia podniosłych chwil zostały dobrze zapisane w pamięci i utrwalone w namacalny sposób. Życie dostarcza wielu momentów, które są dla nas ważne i cenne – kiedy na przykład otrzymujemy ważne nagrody, ženimy się, rodzą nam się dzieci, żegnamy bliskich. Takie wydarzenia warto wyróżniać w pamięci, oznaczać je w sposób szczególny. Pielęgnowanie pamięci, wspomnień, ulotnych, ważnych momentów uznajemy za misję naszej firmy i codziennej pracy. Robimy tak już od dawna. W 1992 roku stworzyliśmy w szpitalnych oddziałach porodowych w Warszawie możliwość wykonania pamiątkowej fotografii nowo narodzonych dzieci już w pierwszej minucie ich życia. Każde zdjęcie było unikatem w życiu tych małych ludzi. Po latach mogli zobaczyć swoją podobiznę jeszcze przed pierwszym umyciem. Na przestrzeni lat 90., zajmowaliśmy się upamiętnianiem

W branży pogrzebowej działamy od 21 lat. W tym czasie dokładnie poznaliśmy złożony charakter pracy w zakładzie pogrzebowym. Wiemy, co jest ważne zarówno dla właściciela zakładu, jak i rodziny zmarłego, która zamawia usługę ostatniego pożegnania. Dlatego naszym priorytetem jest dostarczanie rzeczy pięknie zaprojektowanych, łatwych w użyciu, trwałych i odpowiadających na potrzeby końcowego odbiorcy. Tworzymy wyroby, które będą służyć bez obaw o ich zepsucie czy krótki żywot. Ponadto mamy taką zasadę, że klienci naszych klientów są również naszymi klientami. Projektując nasze akcesoria pogrzebowe, zawsze mamy w pamięci przede wszystkim satysfakcję rodziny zmarłego. Przedstawiamy więc tak rozbudowaną propozycję ofertową, aby nasz klient, czyli zakład pogrzebowy, mógł sprostać najróżniejszym oczekiwaniom swoich klientów, czyli rodziny zmarłego.

21 lat w branży pogrzebowej z pewnością obfitowało w ważne zdarzenia. Które z nich zapisały się w „pamiętniku pamięci” jako wyjątkowe?

Z całą pewnością takim wyjątkowym wydarzeniem, z racji jego publicznej wagi, był udział w przygotowaniu tabliczek pogrzebowych dla wszystkich uczestników

FOTO: SERWIS PRASOWY FIRMY E.GRAMI



Jeden obraz wart jest więcej niż tysiąc słów. Wierzmy, że w przyszłości standardem stanie się odnajdywanie bliskich na cmentarzu za pomocą ich podobizn, a nie pospolitych napisów – mówi Mirosław Grodecki, założyciel firmy E.GRAMI



Tabliczka pogrzebowa zintegrowana z krzyżem jest rozwiązaniem bardzo eleganckim

katastrofy z 10 kwietnia 2010 roku. Wykazaliśmy wówczas gotowość do pracy niemal przez całą dobę, by sprostać zmianom w napisach, podejmować konsultacje z Kancelarią Prezydenta odnośnie ich formy i treści. Było to logistycznie bardzo złożone wydarzenie. Jestem dumny, że stanowiliśmy jego część – spełniając wysoko postawione wymagania. Znaczącym wydarzeniem w kategorii bardziej osobistej było uzyskanie prawa do patentu na urządzenie do tablic pogrzebowych. Od pomysłu na urządzenie do jego realizacji minęło parę lat. Proces patentowy trwał też długo. Aż wreszcie przyszło do nas pismo finalne z potwierdzeniem udzielenia patentu i trwającej ochrony od 2010 roku. Warto było na to czekać. Opatentowane narzędzie doskonale wpisuje się w ideę naszej pracy: dostarczamy rzeczy łatwe w użyciu, niezawodne i przyjazne dla odbiorcy.

Co Was inspiruje?

Jak większość producentów, staramy się odpowiadać na potrzeby klientów. Generalnie bardzo lubimy pracować nad nowymi projektami. Interesujący jest dla nas zarówno efekt końcowy, jak i sama droga do jego realizacji.

Nowe pomysły rodzą się w naszych głowach w dużych ilościach. Jednak większość tych pomysłów nie przechodzi procesu weryfikacji w konsultacjach wewnątrz firmy i z naszymi partnerami. Na przykład pomysł na zasilanie słoneczne napisów cmentarnych nie znalazł zainteresowania na etapie projektu wstępnego. Poza ówczesnymi problemami z samym zasilaniem, ważnym okazał się fakt, że niewiele osób odwiedza cmentarz po zmierzchu i świecące litery nie miałyby większego sensu. Ale już pomysł z urnami i relikwiarzami ozdobionymi fotografią osoby zmarłej został zaakceptowany przez rynek. Nasze MEMORO zostało nagrodzone medalem na targach NECROEXPO 2007 i w tym samym roku pokazaliśmy je na targach FUNÉRAIRE w Paryżu. Tam zainteresowali się naszym produktem nawet klienci z Konga. Obecnie sporo uwagi poświęcamy naszemu „najmłodszemu dziecku” – tablicom z wizerunkiem. Opracowaliśmy dość prosty i skuteczny sposób umieszczania wizerunku zmarłej osoby na całej powierzchni tablicy. Uznajemy to za projekt przełomowy w oznaczaniu mogił. Wierzmy,

że w przyszłości standardem stanie się odnajdywanie bliskich na cmentarzu za pomocą ich podobizn a nie pospolitych napisów. Tylko opór tradycji i obecne przyzwyczajenia mogą wydłużać ten proces.

Jaka jest Pana zdaniem współczesna kondycja polskiego rynku funeralnego? Jaka będzie w przyszłości?

Uważam, że rynek funeralny w Polsce jest w dobrej kondycji, choć w ubiegłym roku doszło do popsucia się atmosfery w środowisku. Od 2002 roku należymy do pierwszej Izby Pogrzebowej w Polsce. Przez cały czas jej dążeniem była konsolidacja i współpraca środowiska. Mam wrażenie, że teraz brniemy ku podziałom i antagonizmom. Osobiście jestem przeciwny takim tendencjom i po ludzku żał mi utraty wartości, które nas scalały. Od lat obserwuję tendencję do tworzenia produktów i usług coraz bardziej spersonalizowanych, spełniających indywidualne oczekiwania estetyczne czy funkcjonalne, przy jednoczesnym traktowaniu pamięci osób zmarłych z należytych pietyzmem. Mam nadzieję, że w najbliższych latach to się nie zmieni. Obecnie w branży pogrzebowej spotykają się i współpracują osoby z różnych pokoleń. To dość rzadka symbioza, dzięki której mocno osadzona tradycja stopniowo nasiąka innowacjami i myślę, że to dobra droga rozwoju dla naszej branży. ☺

Rozmawiała: KATARZYNA SUPA

Zapraszamy do zapoznania się z możliwościami firmy E.GRAMI:



E.GRAMI

ul. Krańcowa 2, 41-707 Ruda Śląska

+ 48 32 340 05 21, + 48 601 321 101

✉ biuro@egrami.pl

www.egrami.pl

Warto odkrywać

dobre strony



marketingfuneralny.pl

Praktyczny poradnik na temat komunikacji marketingowej branży funeralnej i budowania wizerunku firm pogrzebowych. Zawiera praktyczne wskazówki i ciekawe przykłady z polskiego rynku.

theinspiredfuneral.com

Bogactwo wiedzy o współczesnych ceremoniach pogrzebowych dla nowoczesnych rodzin. Blog prezentuje przegląd inspiracji wraz z gotowymi scenariuszami przebiegu ceremonii, zawiera również szereg praktycznych porad dla właścicieli domów pogrzebowych.

thefuneralcommander.com

Interesujący blog Jeffa Harbesona – trenera i doradcy biznesowego, który w swej karierze współpracował już z ponad 500 domami pogrzebowymi. Znajdziecie tu prawdziwą lawinę inspiracji.

calebwilde.com

Confessions of a Funeral Director to zwierzenia przedsiębiorcy pogrzebowego z pierwszej ręki. Trzeźwe spojrzenie na branżę funeralną z trochę innej strony. Plus odpowiednia dawka ironii i humoru (często czarnego).

targi
na świecie



→ **FUNERAL** 📅 9-10.11.2018 📍 Ourense, Hiszpania

→ **MEMENTO POZNAŃ** 📅 15-17.11.2018 📍 Poznań, Polska

→ **MIAMI FUNER** 📅 13-15.03.2019 📍 Miami, USA

→ **POST VITA** 📅 26-29.03.2019 📍 Gornja Radgona, Słowenia

→ **EXPO FUNERARIA** 📅 12-14.04.2019 📍 Batalha, Portugalia

→ **FUNERMOSTRA** 📅 22-24.05.2019 📍 Walencja, Hiszpania

chwila
refleksji



Umarłych **wieczność** dotąd **trwa**,
dokąd **PAMIĘCIĄ** się im płaci.

Wisława Szymborska

Czy wiesz, że...



18 czerwca 2018 roku w Wuhan, w Chinach odbył się pierwszy Światowy Szczyt Kobiet Branży Pogrzebowej (1st Women World Summit for Funeral Professionals). Magazyn „Omega” również był obecny na tym spotkaniu! Redaktor naczelna magazynu, Katarzyna Supa, przesała krótką wiadomość video do uczestniczek spotkania. Women World Summit organizowane przez FIAT-IFTA oraz Chińskie Stowarzyszenie Pogrzebowe odbywało się pod hasłem „Tworzymy piękne momenty, by oddać hołd życiu” i było jednym z elementów 8. edycji China International Funeral Expo 2018.

W spotkaniu uczestniczyli goście z Azji, Europy, Ameryki Północnej, Ameryki Południowej, Australii i Afryki. Omawiano szereg zagadnień związanych z rolą kobiet i wpływem na rozwój branży pogrzebowej ich naturalnych talentów, jakimi są: zdolność empatycznego słuchania rodzin przeżywających stratę, wrażliwość, działanie z miłością, troską i oddaniem na rzecz klientów, dokładność, systematyczność, skłonność do poszukiwania nowatorskich sposobów oddawania hołdu osobom, które odeszły. Branża pogrzebowa potrzebuje tego kobiecego pierwiastka. Doświadczenia, jakimi dzielili się uczestnicy spotkania dowodzą, że w branży związanej ze śmiercią chodzi bardziej o miłość, troskę i relacje międzyludzkie niż dostarczenie konkretnych produktów i usług. Praca przedsiębiorcy pogrzebowego nie polega jedynie na służeniu zmarłym; chodzi również o celebrowanie życia i wspomnień – najcenniejszych skarbów każdej osoby. W czasie spotkania dyskutowano nad wieloma aspektami codziennej pracy kobiet zawodowo obcujących ze śmiercią. Między innymi kwestie zachowania równowagi między karierą a życiem prywatnym. Podkreślono również, że udział kobiet w gronie pracowników zakładów pogrzebowych stale rośnie i że coraz częściej zajmują one stanowiska menadżerskie.

Zwieńczeniem spotkania było odczytanie **pierwszej Deklaracji z Wuhan** skierowanej do wszystkich kobiet na całym świecie zawodowo związanych z branżą pogrzebową, podkreślającej ich wyjątkowy wkład w kształtowanie wizerunku tej branży, wytyczanie nowych standardów opieki nad rodzinami żegnającymi najbliższych. Uczestniczki zadeklarowały jedność ze wszystkimi kobietami na świecie dążącymi do wyrównania szans między kobietami i mężczyznami nie po to, by rywalizować, lecz by razem tworzyć synergię cech niezbędnych w realizacji szlachetnego zawodu opieki nad zmarłymi i ich rodzinami.



W spotkaniu uczestniczyły kobiety z całego świata



Panel dyskusyjny na temat przyszłości branży



Wystąpienie Teresy Saavedra, prezydent FIAT-IFTA



Wystąpienie Christine Pepper, prezes NFDA



FOTO: SERWIS PRASOWY TARGÓW MEMENTO POZNAŃ

Gdzie będziesz w listopadzie?

MEMENTO Poznań 2018

Już kilkadziesiąt firm potwierdziło udział w tegorocznych targach funeralnych MEMENTO Poznań. W czasie wydarzenia na polskim rynku zadebiutuje liczna grupa zagranicznych przedsiębiorstw. Zwiedzający zobaczą w Poznaniu innowacyjne produkty i usługi przydatne w codziennej pracy zakładu pogrzebowego. Wpisz do kalendarza daty 15-17 listopada – w tych dniach cała branża spotyka się w Poznaniu!

MIĘDZYNARODOWE DEBIUTY WŚRÓD WYSTAWCÓW

W roli wystawców zadebiutują w Poznaniu w tym roku m.in. takie zagraniczne firmy, jak: Memory Crystal, Limbo, Sortem, Grabkult, Artonis i Art Funeral. W ramach targowej ekspozycji zwiedzający będą mogli obejrzyć wszystko to, co niezbędne w działalności nowoczesnego zakładu pogrzebowego, m.in. ekskluzywne i innowacyj-

ne karawany, wysokiej jakości trumny i urny kremacyjne, w tym wykonane ręcznie w Indiach mosiężne urny wyróżniające się wzornictwem i wysoką trwałością czy włoskie intarsjowane urny o wyrafinowanych kształtach, kryształ pamięci, biżuterię z odciskiem linii papilarnych czy wieniec pogrzebowy pozwalający upamiętnić zmarłego w sposób absolutnie wyjątkowy. Ponadto w ciągu



trzech dni targowych można będzie zapoznać się z ofertą odzieży żałobnej, odzieży dla pracowników zakładów pogrzebowych, szeroką gamą kosmetyków i artykułów chemicznych do tanatokosmetyki oraz tanatopraksji, a także różnego rodzaju akcesoriów przydatnymi w codziennej pracy.

SIĘGNIJ PO NOWOŚCI

Znakiem firmowym targów MEMENTO Poznań jest obszerna prezentacja nowości wystawców. Warto odwiedzić każdą ekspozycję. Już dziś organizatorzy zapowiadają, że na stoisku firmy Prima-Tech obejrzyć będzie można innowacyjne modele takich produktów, jak wózki nożycowe terenowe, nosze transportowe z pokrowcem, stół balsamacyjny czy katafalk. Firma Carmen pokaże między innymi najnowsze modele urn kamiennych wykonanych według dalekowschodnich projektów, tiulowe narzutki natrumienne czy antaby metalowe cechujące się szlachetnym wykończeniem. Marka Limbo zaprezentuje wieńce kwiatowe, których części można przekazać członkom rodziny w celu pielęgnowania pamięci o osobie zmarłej. Tej jesieni wiele wydarzy się również w obszarze nowoczesnych rozwiązań informatycznych dla branży funeralnej. Na targach zadebiutuje firma Memcare oferująca innowacyjne rozwiązania informatyczne i cyfrowe, które zarówno wspierają zarządzanie domem pogrzebowym, jak i za pośrednictwem domów pogrzebowych mogą być zaprezentowane rodzinom, które straciły bliską osobę. Warto trzymać rękę na pulsie!

EKSPERCKA WIEDZA DLA PROFESJONALISTÓW

Wizyta na targach MEMENTO będzie również okazją do rozbudowania kompetencji w wielu dziedzinach poprzez udział

w pokazach, konferencjach, szkoleniach i warsztatach wspólnie organizowanych przez Polskie Stowarzyszenie Pogrzebowe i Międzynarodowe Targi Poznańskie. Tegoroczny program wydarzeń towarzyszących targom zostanie ogłoszony na stronie www.mementopoznan.pl we wrześniu.

Wciąż istnieje możliwość dołączenia do grona wystawców targów MEMENTO Poznań – firmy zainteresowane udziałem w targach mogą przysłać swoje zgłoszenia aż do 14 listopada! Warto jednak pamiętać, że wcześniejsze zgłoszenie niesie ze sobą szereg korzyści. 



Grono wystawców rośnie z dnia na dzień. Trzymaj rękę na pulsie, odwiedzając stronę www.mementopoznan.pl



FOTO: SERWIS PRASOWY FUNERAL FORUM

Budowanie relacji to ogromny atut FUNERAL FORUM

Najważniejsze są relacje

Podsumowanie FUNERAL FORUM 2018

Pod koniec maja przez dwa dni 65 profesjonalistów branży funeralnej z zapałem rozwiązywało kreatywne zadania związane z obsługą klienta, kształtowaniem nowych produktów i usług pogrzebowych. Była to pierwsza międzynarodowa odsłona Funeral Forum. Kolejna już wkrótce!

Funeral Forum niezmiennie skupiło się na trzech obszarach: inspiracje – marketing – sprzedaż, a eksperci dostarczyli praktycznej i bardzo konkretnej wiedzy. Tym razem prelekcje koncentrowały się na tematyce obsługi klienta, poruszono aspekt aranżacji miejsca, projektowania usług, komunikacji werbalnej i niewerbalnej oraz aspekt psychologiczny. Wydarzenie było również doskonałą okazją do budowania relacji, zawierania nowych znajomości, poznawania innowacyjnych produktów funeralnych.

Uczestnicy Funeral Forum 2018 otrzymali certyfikaty potwierdzające udział w wydarzeniu oraz pamiątkowe sadzonki dębu błotnego (symbolizuje siłę i długowieczność) z intencją nieustającego rozwoju ich działań biznesowych.

POZA STREFĄ KOMFORTU

Znakiem charakterystycznym Funeral Forum jest przełamywanie tradycyjnej konwencji spotkań szkoleniowo-konferencyjnych. Każde Forum otwiera zadanie kreatywne,



FOTO: SERWIS PRASOWY FUNERAL FORUM



Z czym kojarzy Ci się słowo „biznes”? Warsztat kreatywny z budowania piramidy skojarzeń przyniósł zaskakujące odpowiedzi!

Część merytoryczna daje możliwość nabycia wiedzy, natomiast część mniej oficjalna jest okazją do ciekawych rozmów branżowych – nie mogę się już doczekać kolejnej edycji

FOTO: SERWIS PRASOWY FUNERAL FORUM



Partnerzy i eksperci FUNERAL FORUM chętnie dzielą się wiedzą i doświadczeniem. Mówią konkretnie i na temat

a zagadnienia omawiane są przez pryzmat praktycznego wdrożenia w codziennej pracy niemal „od ręki”. Nie inaczej było tym razem. Wspólna rozgrzewka kreatywna wprowadziła wszystkich w pozytywny nastrój, każdy rozmawiał z każdym, wymieniając się nie tylko branżowymi spostrzeżeniami, ale również nawiązując nowe przyjaźnie. Niemal każde wystąpienie ekspertów zawierało ćwiczenie warsztatowe. W gronie uczestników byli właściciele i menadżerowie domów pogrzebowych, krematoriów, zarządcy cmentarzy, właściciele firm oferujących produkty i usługi funeralne. W spotkaniu wzięli również udział przedstawiciele zarządu Polskiego Stowarzyszenia Pogrzebowego oraz Polskiej Izby Branży Pogrzebowej.

TEORIA I PRAKTYKA

Teoria nieoparta praktyką zda się na nic. Doskonale wiedzą o tym uczestnicy Funeral Forum – świadczy o tym nie tylko zaangażowanie w wykonanie zadań warsztatowych, ale przede wszystkim informacje docierające do organizatorów o tym, że część uczestników wykorzystuje zdobytą wiedzę w codziennej działalności swoich firm. Tematyka tegorocznego spotkania zaczerpnięta została od samych przedsiębiorców. To oni, w anonimowych ankietach, wskazali interesujące ich obszary tematyczne, w których chcieliby podnosić swoje kompetencje. Głos przedsiębiorców będzie również decydujący przy tworzeniu programu kolejnej odsłony Funeral Forum.

Tegoroczne spotkanie miało charakter międzynarodowy – partnerem Forum została hiszpańska firma SORTEM, a jej szef Antton Loinaz Oroube przybliżył uczestnikom nowy paradygmat branży pogrzebowej, podkreślając znacze-

nie zmian, które dokonują się w oczekiwaniach klientów względem usług pogrzebowych. Na przykładzie produktów swojej firmy wskazywał, w jaki sposób proste produkty pomagają zaspokajać potrzeby współczesnych klientów domów pogrzebowych. Wielokrotnie podkreślał, że oferowane produkty i usługi powinny wspierać potrzebę indywidualnego pożegnania, wyrażenia uczuć. Jako przykłady zaprezentował karteczki „Shared Moments / Wspólne chwile” oraz wieniec „The Green Memory / Zielona pamięć” – oba produkty pozwalają pielęgnować pamięć o zmarłym,

Konferencja zainspirowała mnie do zmian, które wdrażam, odkąd tylko wróciłem do firmy. Świetna przestrzeń do wymiany pomysłów i nawiązywania kontaktów biznesowych, również w mniej oficjalny sposób



FOTO: SERWIS PRASOWY FUNERAL FORUM

Spotkania na stoiskach eksperckich to szansa na poznanie specjalnych ofert przygotowanych przez partnerów FUNERAL FORUM

są niedrogie. Więcej artykułów pogrzebowych bazujących na tej samej zasadzie można było zobaczyć na stoisku partnerskim firmy.

Uczestnicy Forum mogli również korzystać z wiedzy dr. Piotra Kiemblowskiego, psychologa współpracującego z Fundacją NAGLE SAMI czy dr. Marka Borowińskiego specjalizującego się w psychologii sprzedaży. Wiele emocji wzbudził warsztat z komunikacji niewerbalnej poprowadzony przez Rafała Błachowskiego. Uczestnicy Forum starali się wejść w buty klienta, by lepiej go zrozumieć, zaproponować usługi, których potrzebuje i skutecznie je komunikować. W podróż po projektowaniu potrzeb klienta zabrała słuchaczy Marta Cała-Sturzebecher z Agencji Marketingowej MOMA. Uczestnicy Funeral Forum poznali również atuty karawanów wykonywanych przez firmę BAUTEX oraz oferty długoterminowego najmu samochodów proponowanego przez Planet Car Lease. Poznawali również korzyści płynące ze stosowania rozwiązań informatycznych w codziennej pracy zakładu pogrzebowego i krematorium oraz zalety rozwiązań finansowych wspierających działalność przedsiębiorstw pogrzebowych.

PARTNERSKA WSPÓŁPRACA

Wydarzenie zgromadziło wielu partnerów branżowych, którzy przygotowali specjalne oferty rabatów i współpracy, tworząc okazję do podtrzymania nawiązanych relacji biznesowych i przyjacielskich. Partnerem głównym wydarzenia było Polskie Stowarzyszenie Pogrzebowe. Partnerami strategicznymi zostały firmy: Bautex, Auto Idea – autoryzowany dealer Mercedes-Benz, TuSoft Systemy Informatyczne, Planet Car Lease, Sortem, Funeral Finance. Wsparcia wydarzeniu udzielili również: Shop Doctor, Very



FOTO: SERWIS PRASOWY FUNERAL FORUM

Human Services, Agencja Marketingowa MOMA wraz z portalem marketingfuneralny.pl, Fundacja NAGLE SAMI, Błachowski i Partnerzy – Centrum Szkoleń i Doradztwa Biznesowego, firmy Carmen, Plastmet, Mastaba, E.Grami, Bongo, JML Funeris, Zniczypamieci.pl, MS CONSTRUCTION – ROTA Group. Patronat medialny nad wydarzeniem objęły magazyny „Omega”, „Memento” oraz portal Funer.com.pl

**Zapraszamy do śledzenia informacji o kolejnej edycji
FUNERAL FORUM na stronie www.funeralforum.pl**

**Zeskanuj kod QR – zobacz galerię zdjęć
z FUNERAL FORUM 2018**



Carmen

www.carmen.lublin.pl

CAŁUN

ponadczasowy,
aktualny od wieków



subtelnie okrywa ciało,
naturalny muślin
bawełniana koronka i haft

PRODUCENT:

Carmen Sp.J.
ul. Choiny 7, 20-816 Lublin
tel. 81 742 94 40, kom. 502 680 287

www.carmen.lublin.pl
carmen@carmen.lublin.pl



FOTO: SERWIS PRASOWY FUNERAL FORUM

Po co homologacja w samochodzie pogrzebowym?

Z pewnością wielu przedsiębiorców pogrzebowych zadaje sobie pytanie, jak kupić samochód pogrzebowy, unikając przy tym kosztownych błędów. Podpowiadamy, na co zwrócić uwagę. Po pierwsze – na homologację, po drugie – na akcyzę.

Homologacja to proces, w wyniku którego nowy typ pojazdu zostaje dopuszczony do ruchu. Władza homologacyjna, na podstawie pozytywnych wyników badań uprawnionej jednostki technicznej, wydaje świadectwo homologacji typu pojazdu, uprawniające do jego rejestracji. Świadectwo to jest potwierdzeniem spełnienia wymagań technicznych określonych w odpowiednich aktach prawnych. Obecnie na naszym rynku jedyną polską firmą posiadającą homologację na przebudowę pojazdów specjalistycznych jest BAUTEX. Od lat współpracuje z firmą AUTO IDEA, autoryzowanym dealerem Mercedes-Benz na polskim rynku (może pochwalić się jedną z największych grup dealerskich w całej północno-wschodniej Polsce oraz

na rynku warszawskim), co przekłada się na pozycję lidera w profesjonalnym doradztwie i sprzedaży karawanów. Podstawowym i najbardziej pewnym dokumentem, na podstawie którego możemy zarejestrować samochód w wydziale komunikacji, jest Świadectwo Zgodności WE, tak zwana homologacja europejska. Wydana w jednym kraju UE, jest honorowana we wszystkich pozostałych krajach Unii. Kolejnym dokumentem jest Narodowa Krótka Seria (NKS), zwykle obowiązująca tylko w kraju, który ją wydał. Jeśli mamy bardzo krótką serię pojazdów lub jeden specjalistyczny pojazd i chcemy go zarejestrować, to wystarczającym dokumentem okaże się Dopuszczenie Jednostkowe (DJ).

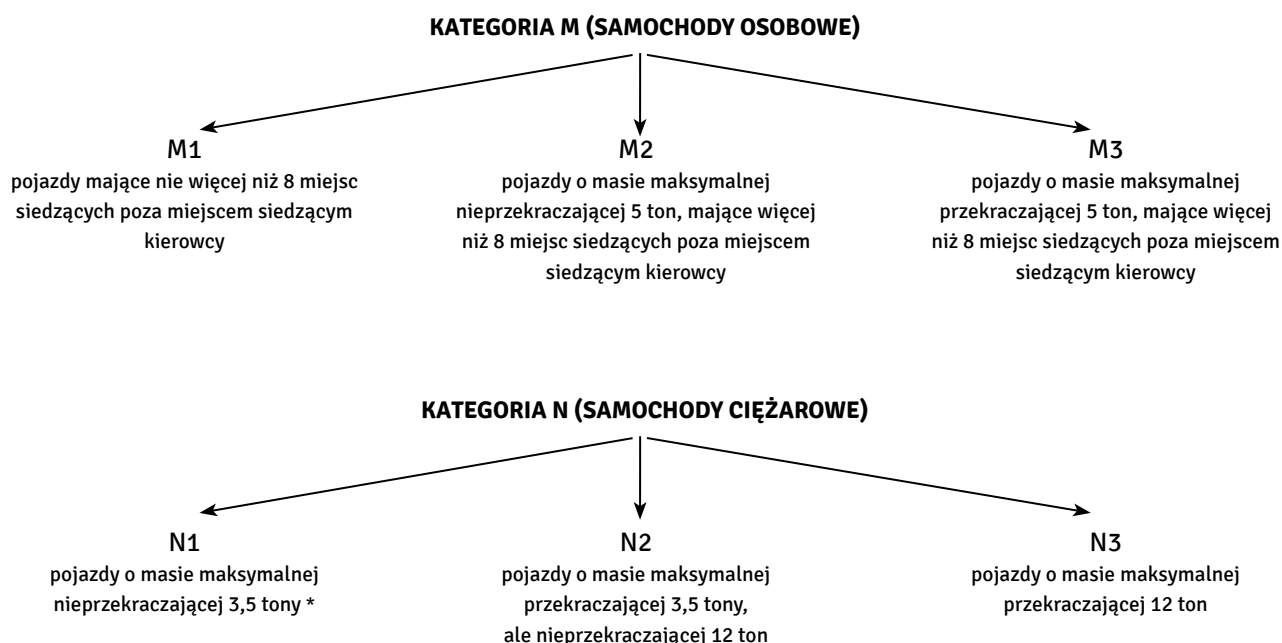
Obecnie na polskim rynku jedyną polską firmą posiadającą homologację na przebudowę pojazdów specjalistycznych jest BAUTEX. Od lat współpracuje z firmą AUTO IDEA, autoryzowanym dealerem Mercedes-Benz na polskim rynku, co przekłada się na pozycję lidera w profesjonalnym doradztwie i sprzedaży karawanów

Rozważając temat homologacji samochodów pogrzebowych, warto pamiętać, że wyróżniamy dwie kategorie pojazdów: M (pojazdy silnikowe zaprojektowane i skonstruowane głównie do przewozu osób i ich bagażu) i N (pojazdy silnikowe zaprojektowane i skonstruowane głównie do przewozu ładunków). Każda z nich dzieli się na podkategorie. Branży pogrzebowej dotyczą kategorie M1 i N1. Firma Mercedes Benz oferuje branży pogrzebowej dwa modele samochodów Vito w wersji Custom z kategorii N1 oraz Vito w wersji Tourer z kategorii M1, w tej kategorii oferujemy również Mercedes V-klasa konstrukcyjnie zbliżony do Vito, choć wizualnie zdecydowanie bardziej przypominający samochód osobowy.

HOMOLOGACJA A AKCYZA

Akcyzę kojarzymy w Polsce głównie z pojazdami osobowymi, ale nie do końca jest to prawda. Do celów poboru akcyzy i oznaczania wyrobów akcyzowych znakami akcyzy stosuje się klasyfikację w układzie odpowiadającym Nomenklaturze Scalonej (CN) zgodną z rozporządzeniem Rady (EWG) nr 2658/87 z dnia 23 lipca 1987 r. w sprawie nomenklatury taryfowej i statystycznej oraz w sprawie Wspólnej Taryfy Celnej. Kategorie CN nie są równoznaczne z kategoriami homologacyjnymi. Pojazdy z akcyzą oznaczone jako CN 8703 to pojazdy samochodowe i pozostałe pojazdy mechaniczne przeznaczone zasadniczo do przewozu osób (inne niż objęte pozycją 8702), włącznie z samochodami osobowo-towarowymi (kombi) oraz samochodami wyścigowymi. Dotyczy to zarówno kategorii samochodów osobowych M1, jak również kategorii samochodów ciężarowych N1, jeśli mają zamontowany więcej niż jeden rząd siedzeń. Pojazdy bez akcyzy to te oznaczone jako CN 8704 – są to pojazdy samochodowe przeznaczone do transportu towarowego – ciężarówki i furgony, w których umieszczenie jednego rzędu siedzeń nie budzi wątpliwości co do przeznaczenia pojazdu.

Jak te przepisy rzutują na akcyzę i proces rejestracji samochodów pogrzebowych? Możliwości są trzy. Pierwsza to zakup samochodu ciężarowego kategorii N1 u dealera samochodowego, poddanie pojazdu przebudowie pogrzebowej w firmie BAUTEX i w efekcie zmiana kategorii pojazdu na osobową M1. Trzeba jednak pamiętać, że w momencie rejestracji w Urzędzie Komunikacji napotkacie Państwo pytanie o akcyzę – płaci się ją zawsze przed pierwszą rejestracją. Ponieważ akcyza wyliczana jest jako określony procent od wartości pojazdu w tym przypadku akcyza zostaje naliczona od ceny pojazdu, i ceny przebudowy. Oczywiście wiąże się to z dużymi nakładami finansowymi. Aby tego uniknąć, stosuje się często obejście polegające na zakupie samochodu ciężarowego N1, zarejestrowaniu go, następnie dokonaniu przebudowy w firmie BAUTEX i poddaniu przebudowanego samochodu badaniu diagnostycznemu,



* dopuszczalna masa całkowita – waga samochodu z ładunkiem

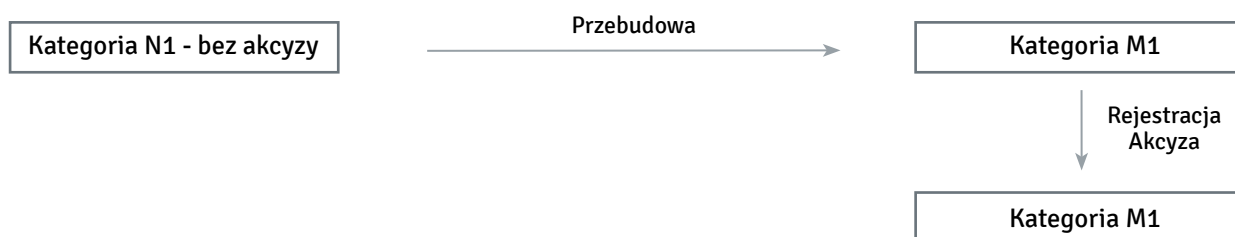
w wyniku którego diagnosta potwierdza stosownymi dokumentami zmianę kategorii pojazdu na M1. Z tymi dokumentami dokonuje się zmiany w dowodzie rejestracyjnym. Sposób ten jest jednak względnie łatwo zakwalifikować jako celowe unikanie zapłaty akcyzy, a więc naruszenie prawa. Trzeci sposób, najprostszy, to zakup samochodu osobowego w salonie samochodowym. Wówczas akcyza jest już zawarta w cenie zakupu pojazdu. Następnie samochód wędruje do firmy BAUTEX, która dokonuje przebudowy wraz z homologacją. Pojazd pogrzebowy jest rejestrowany w Wydziale Komunikacji bez wnoszenia akcyzy.

OFERTA SPECJALNA

Z myślą o przedsiębiorcach branży funeralnej Mercedes-Benz Polska przygotował ofertę specjalną na zakup nowych pojazdów. Warunkiem skorzystania z promocji jest posiadanie przez firmę wpisu do ewidencji działalności gospodarczej „PKD 96.03.Z – Pogrzeby i działalność pokrewna”. Klient musi przedstawić aktualny odpis KRS lub CEIDG, z którego wynikać będzie profil działalności. Oferta jest ważna w każdej stacji dealerskiej w Polsce. 

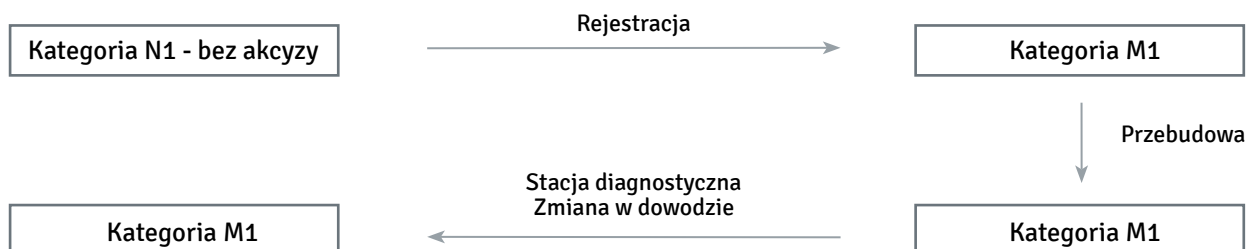
MACIEJ ŁATKO, FIRMA BAUTEX,
MAREK SZUSTAK, FIRMA AUTO IDEA MERCEDES-BENZ,
TADEUSZ MAJKOWSKI, MERCEDES-BENZ POLSKA

ZMIANA KATEGORII N1 NA M1 PRZED REJESTRACJĄ



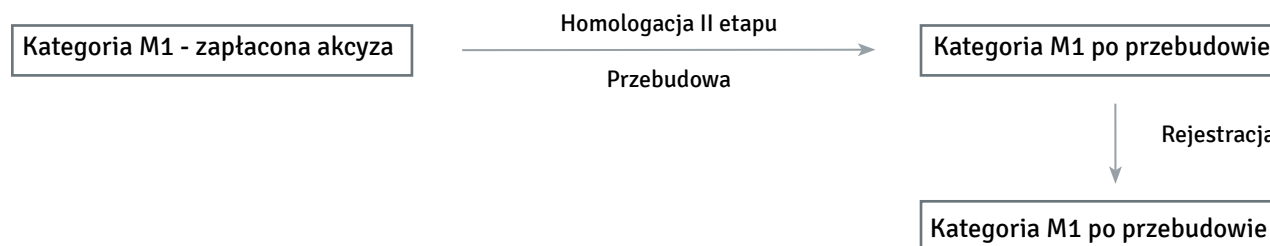
Wariant 1 – zakup samochodu ciężarowego kategorii N1 u dealera samochodowego, poddanie pojazdu przebudowie pogrzebowej i w efekcie zmiany kategorii pojazdu na osobową M1, a następnie próba rejestracji takiego pojazdu zakończy się koniecznością zapłaty akcyzy od wartości pojazdu i jego przebudowy.

REJESTRACJA POJAZDU N1 2-ETAPOWA



Wariant 2 – zakup samochodu ciężarowego N1, zarejestrowanie go, następnie dokonanie przebudowy i poddanie przebudowanego samochodu badaniu diagnostycznemu, w wyniku którego diagnosta potwierdza stosownymi dokumentami zmianę kategorii pojazdu na M1. Ostatnim etapem jest zmiana w dowodzie rejestracyjnym. Sposób ten łatwo zakwalifikować jako celowe unikanie zapłaty akcyzy, a więc naruszenie prawa.

REJESTRACJA POJAZDU M1 PO PRZEBUDOWIE



Wariant 3 – zakup samochodu osobowego w salonie samochodowym (akcyza jest już zawarta w cenie zakupu pojazdu), dokonanie przebudowy wraz z homologacją w firmie BAUTEX i bezproblemowa rejestracja pojazdu pogrzebowego w Wydziale Komunikacji bez wnoszenia akcyzy

Poznaj partnerów biznesowych

Zapraszamy do strefy dobrych adresów. Jej celem jest pomoc w znalezieniu dostawcy produktów i usług dla branży funeralnej. Prezentujemy wizytówki wybranych producentów trumien, akcesoriów i galanterii pogrzebowej, dostawców usług i wyposażenia dla cmentarzy, kaplic, kościołów, domów i zakładów pogrzebowych, prosektoriów oraz firm oferujących usługi: szkoleniowe, florystyczne i informatyczne oraz przewozy międzynarodowe.

AKCESORIA FUNERALNE



www.carmen.lublin.pl

CARMEN Sp. J.

ul. Choiny 7 | 20-816 Lublin
tel.: +48 742 94 40 | tel. kom.: +48 502 680 287

Producent galanterii i akcesoriów pogrzebowych. Firma oferuje: okucia, wybicia trumienne, odzież dla zmarłych oraz odzież dla pracowników zakładów pogrzebowych, worki na zwłoki oraz worki ekshumacyjne, urny, poduszki pod urnę, tabliczki plastikowe i aluminiowe, nekrologi, chorągwie, dewocjonalia, oprawy na dokumenty, obrazki wspomnieniowe.



www.egrami.pl

E.GRAMI – POMAGAMY PAMIĘTAĆ

ul. Krańcowa 2 | 41-707 Ruda Śląska
tel.: +48 32 340 05 21 | tel. kom.: +48 601 321 101
e-mail: biuro@egrami.pl

Dostarczamy rzeczy pięknie zaprojektowane, łatwe w użyciu i przyjazne dla użytkownika. Tworzymy wyroby, które będą służyć bez obaw o ich zepsucie czy krótki żywot. Między innymi produkujemy znakomite tabliczki pogrzebowe. W naszej ofercie można znaleźć także urny, obudowy do grobów, krzyże i szereg innych artykułów cmentarnych, pomocnych przy organizacji pochówku.



AKCESORIA POGRZEBOWE

www.plastmetrypin.pl

PLASTMET Sp. z o.o.

Ławy 24c | 87-500 Rypin
tel./fax: +48 54 280 75 90
e-mail: biuro@plastmetrypin.pl

Europejski lider w produkcji i sprzedaży akcesoriów pogrzebowych. Zapewniamy klientom najwyższą jakość w przystępnej cenie. Naszym celem jest tworzenie trwałych wartości, niezmienniej jakości w oparciu o tradycję i nowe technologie. Dostosowujemy ofertę do potrzeb rynku i naszych klientów.



www.worki-fofia.com

CIEFOL

ul. Stowackiego 106 | 97-500 Radomsko
tel.: +48 602 769 751 | tel./fax: +48 44 738 34 05
e-mail: worki-fofia@worki-fofia.com

Jeden z największych producentów worków na zwłoki w Polsce. Większość zamówień realizujemy w krótkich terminach i dostarczamy bezpośrednio do odbiorców. Produkujemy worki na zwłoki z folii polietylenowej w kolorze białym, czarnym, niebieskim, worki do ekshumacji w kolorze czarnym. Przyjmujemy zamówienia indywidualne. Nowością w naszej ofercie są pierwsze w Polsce oksybiodegradowalne worki na zwłoki z d2w®. Posiadamy niezbędne atesty PZM oraz atest Centralnego Ośrodka Badawczo-Rozwojowego Opakowań, informujący, iż nasze worki nie posiadają polichlorku winylu, co umożliwia ekologiczne spalanie.



www.funeralne.com

PRIMA TECH S.C.

ul. Górna 2A | 42-262 Kolonia Poczesna
tel./fax: +48 34 328 51 48 | tel. kom.: +48 606 948 494
e-mail: primatech@op.pl

Oferujemy szeroką gamę produktów: kapsuły, katafalki, namioty pogrzebowe, nosidełka do um, nosze transportowe, obrzeża nagrobne, regały na trumny, stojaki pod wieńce, stoły balsamacyjne, urządzenia chłodnicze, wózki nożycowe i wiele innych. Współpracujemy z klientami w kraju i za granicą. Posiadamy dystrybutorów na terenie całej Europy. Szybko reagujemy na potrzeby rynku. Jesteśmy firmą godną zaufania – należymy do organizacji branżowych Polskiego Stowarzyszenia Pogrzebowego oraz Polskiej Izby Pogrzebowej.



www.topmetalfunerals.pl

TOPMETAL

ul. Niewodniczańskiego 19A | 30-698 Kraków
tel.: +48 509 241 588
e-mail: kontakt@topmetalfunerals.pl

Firma zajmuje się produkcją zniczy gazowych oraz katafalków pod trumny. Nowością w ofercie są podstawy pod urny. Katafalki, które wykonujemy, są mobilne, łatwe w użytkowaniu. Zarówno znicz gazowy, jak i katafalk pod urnę mają regulowaną wysokość. Wszystkie produkty wykonane są ze stali nierdzewnej, kwasoodpornej, dzięki czemu są bardzo trwałe.

KARAWANY I SAMOCHODY POGRZEBOWE



www.vanprocenter.pl

AUTO IDEA Sp. z o.o.

ul. Narodowych Sił Zbrojnych 9
15-690 Białystok
tel.: +48 800 200 200

Auto Idea rozpoczęła działalność jako autoryzowany dealer Mercedes-Benz już w roku 1999. Obecnie, jako jedna z największych grup dealerskich, aktywnie działa w zakresie sprzedaży i serwisu samochodów osobowych, dostawczych i ciężarowych Mercedes-Benz w całej północno-wschodniej Polsce oraz na rynku warszawskim.

Nasze lokalizacje:

- Białystok ul. Narodowych Sił Zbrojnych 9,
- Łomianki – Warszawa ul. Brukowa 46,
- Olsztyn ul. Towarowa 11.



www.zniczpamieci.pl

ZNICZPAMIECI.PL

ul. Młyńska 12 / 5 | 61-730 Poznań
e-mail: biuro@zniczpamieci.pl

Oferujemy szeroki wybór akcesoriów funeralnych: kryształowe urny i relikwiarze wykonane ręcznie, z kunsztownymi zdobieniami, unikatowe kryształy pamięci z małą ilością prochów zmarłego dostępne w wielu formach, kształtach i kolorach oraz biżuterię pamiątkową z odciskiem palca, profilem lub odciskiem stopy w przypadku dzieci.

GARCAREK

www.garcarek.mercedes-benz.pl

AUTO PARTNER JAN GARCAREK I ANDRZEJ GARCAREK Sp. J.

Ociąg, ul. Ostrowska 6 | 63-460 Nowe Skalmierzyce
Doradca Handlowy dedykowany branży pogrzebowej:
Marcin Partyka – tel. kom.: +48 575 417 997,
e-mail: marcin.partyka@garcarek.mercedes-benz.pl

Sprawdzone rozwiązania dla branży pogrzebowej. Oferujemy usługi z zakresu sprzedaży, finansowania, serwisu i zabudowy samochodów marki Mercedes-Benz. Opieramy się na wieloletnim doświadczeniu i zdobytej wiedzy, która pozwala nam zaproponować wysoką jakość obsługi oraz najwyższej jakości produkty przeznaczone specjalnie dla profesjonalistów branży pogrzebowej.

FINANSE



www.funeralfinance.pl

FUNERAL FINANCE GROUP Sp. z o.o.

ul. Irysowa 4, Bielany Wrocławskie | 55-040 Kobierzyce
tel. kom.: +48 507 244 036
e-mail: biuro@funeralfinance.pl

Niekwestionowany lider rynku w zakresie dostarczania sprawdzonych i najlepszych rozwiązań finansowych przedsiębiorcom branży pogrzebowej. Przedmiotem działalności Funeral Finance jest dostarczanie produktów finansowych stworzonych i przeznaczonych wyłącznie dla podmiotów branży funeralnej i jej klientów



www.bautex.pl

BAUTEX

ul. Juranda ze Spychowa 65 | 03-257 Warszawa
tel.: + 48 22 676 96 60
tel. kom. + 48 603 363 987, + 48 605 993 987, + 48 603 653 987
For english please call: + 48 603 363 987 or + 48 605 993 987
e-mail: bautex@bautex.pl, m.latko@bautex.pl

Producent karawanów od 1999 roku. W ofercie posiadamy samochody typu furgon i limuzyna. Do każdej zabudowy podchodzimy indywidualnie, oferując pojazdy do konduktów, transportów prokuratorskich oraz międzynarodowych. Posiadamy homologacje na pojazdy typu karawan. Nasze pojazdy spełniają przepisy dotyczące transportu zmarłych na terenie UE.



Bemo Motors

BEMO MOTORS

ul. Mogileńska 50 | 61-044 Poznań | tel.: +48 61 100 100
ul. Opłotki 19 | 60-012 Poznań | tel.: +48 61 90 90 00

Bemo Motors, autoryzowany dealer samochodów marki Ford, to jedna z największych sieci dealerskich w Polsce. W jej skład wchodzi sześć salonów sprzedaży samochodów osobowych i dostawczych w Poznaniu, Szczecinie, Koszalinie oraz Warszawie. Firma działająca na polskim rynku od 1993 roku może pochwalić się wieloletnim i bogatym doświadczeniem w sprzedaży i obsłudze samochodów. Wykwalifikowana kadra oraz stałe badanie satysfakcji klienta są gwarancją najwyższej jakości świadczonych usług i spełniania oczekiwań najbardziej wymagających klientów.



www.rauden.pl

RAUDEN Sp. z o.o.

ul. Rogera 4 | 47-430 Rudy
tel.: +48 691 168 527, +48 691 168 529
e-mail: office@rauden.pl

Produkujemy zabudowy funeralne na samochodach typu van, takich jak: Mercedes-Benz Vito, Volkswagen Transporter, Renault Trafic itp. Posiadamy europejską homologację na montaż siedzeń w Mercedesie Vito oraz VW-T5/T6. Projekty w technologii CAD 3D, indywidualne wzornictwo, precyzyjne wykonanie.



www.hearses.eu

THE HEARSE & LIMO COMPANY

Tomasz Wielgus
tel. kom.: +48 539 948 053
e-mail: tomasz@hearses.eu

Jesteśmy europejskim liderem na rynku karawanów pogrzebowych, cieszącym się uznaniem w Holandii, Belgii i Niemczech od ponad 25 lat. Od 2017 roku jesteśmy obecni również na rynku polskim. Jedną z naszych specjalności jest produkcja karawanów pogrzebowych na bazie samochodów marki Mercedes. Obecnie z dumą oferujemy 5 różnych modeli dopracowanych w każdym detalu. Nasza marka jest synonimem najwyższej jakości dla nowych oraz używanych karawanów pogrzebowych.



www.van-team.pl

ZABUDOWY SAMOCHODÓW POGRZEBOWYCH VAN-TEAM

ul. Plac Młynów 4 | 49-300 Brzeg
e-mail: van-team@o2.pl

Od ponad 10 lat wykonujemy zabudowy karawanów pogrzebowych przystosowanych do jednoczesnego przewozu od 2 do 8 trumien. Nie ingerujemy w konstrukcję samochodu, a jedynie bazujemy na wkładaniu elementów. Wykonujemy również adaptacje samochodów dostawczych i ciężarowych. Do produkcji wykorzystujemy części oraz produkty, które posiadają atesty oraz homologacje. Naszą dumą jest specjalistyczny park spawalniczy, w którym powstają elementy wykończeniowe z metali, aluminium oraz chromoniklu (kwasiak). Współpracujemy również z wykwalifikowanym tapicerem.

NAMIOTY



www.morpheus.com.pl

MORPHEUS POJAZDY SPECJALNE

ul. Poznańska 56 | 69-110 Rzepin
tel. kom.: +48 500 700 911

Wykonujemy profesjonalne zabudowy funeralne. Specjalizujemy się w sprzedaży gotowych karawanów pogrzebowych. Nasza zabudowa przystosowana jest do Mercedesa Vito model W447, Volkswagena T5, T6, Opla Vivaro oraz Renault Trafic. Nasze modele są dostosowane do przewozu dwóch lub czterech trumien. Zapewniamy fachowe doradztwo oraz pomoc w wyborze zabudowy.



www.mitko.pl

MITKO Sp. z o.o.

Osiedle 1 Maja 16G | 44-304 Wodzisław Śląski
tel.: +48 32 444 66 16
e-mail: kontakt@mitko.pl

Firma Mitko to ceniony producent namiotów pogrzebowych z ponad 25-letnim stażem. Na potrzeby branży pogrzebowej opracowaliśmy rozmiary namiotów dostosowane do wymiarów grobów: 2 x 3; 2,2 x 3,3; 2,5 x 3,75; 2,7 x 4,05 m. Nasze stelaże posiadają nawet 5 lat gwarancji. Wykonujemy dowolne nadruki reklamowe, również w kolorze złotym i srebrnym.



www.vitabri.pl

VITABRI SA

ul. św. Rocha 89 | 42-200 Częstochowa
tel.: +48 (34) 369 71 39 | tel. kom.: +48 502112910
e-mail: info@vitabri.pl

Namioty VITABRI są profesjonalnym sprzętem używanym w branży pogrzebowej. Korzystają z nich zarówno zakłady pogrzebowe, jak i firmy kamieniarskie. Konstrukcje namiotów VITABRI są w 100% aluminiowe, całkowicie wzmacniane z 5-letnią gwarancją. Poszycia wykonane są z certyfikowanych materiałów z atestami na UV oraz wodoodporność. Wykonujemy wysokiej jakości nadruki na namiotach, również srebrne oraz złote.



www.tusoft.com.pl

TUSOFT SYSTEMY INFORMATYCZNE

ul. Krakowska 129 | 32-652 Bulowice
tel.: +48 32 441 81 44 | tel. kom.: +48 791 701 468
fax: +48 32 441 81 45
e-mail: kontakt@tusoft.com.pl

Oferujemy kompleksowe rozwiązania informatyczne dla branży funeralnej w Polsce.

- Funeral System – przyjazne i łatwe w obsłudze oprogramowanie dla przedsiębiorstw pogrzebowych
- Crematory System – oprogramowanie wspomagające efektywne i sprawne zarządzanie krematorium
- Klepsydra – oprogramowanie wspomagające przygotowanie i drukowanie klepsydr pogrzebowych

OPRAWA CEREMONII



www.thegreenmemory.com
www.limboeurope.com

LIMBO DISSENY S.L

tel.: +34 965 146 480
e-mail: info@limboeurope.com

The Green Memory to wieniec złożony z żywych roślin doniczkowych. Krewini i przyjaciele mogą go użyć do upamiętnienia ukochanej osoby, zabierając do domu doniczkę z żywą rośliną symbolizującą pamięć o zmarłym. Za pomocą roślin tworzących wieniec rodzina może wyrazić wdzięczność ludziom, którzy przyszedli na ceremonię pożegnania. The Green Memory to produkt opatentowany i wyprodukowany przez firmę Limbo, która produkuje również biodegradowalne urny, ekologiczne torby transportowe.

PIECE KREMACYJNE



MS CONSTRUCTION Sp. z o.o.

ul. Ogrodowa 2C | 05-090 Raszyn
Wiktor Stoma – tel. kom.: +48 601 321 250
e-mail: w.stoma@gmail.com
Bożena Bogdańska – tel. kom.: +48 607 048 608
e-mail: b.bogdanska@gmail.com

Przedstawiciel w Polsce francuskiej firmy ATI Environnement, konstruktora i producenta pieców kremacyjnych. Oferujemy dostawę, montaż i uruchomienie kompletnej linii kremacyjnej, opracowanie niezbędnej dokumentacji, autoryzowany serwis oraz opcjonalnie systemy odzysku ciepła i oczyszczania spalin.

OPROGRAMOWANIE



www.memcare.pl

MEMCARE TECHNOLOGIES Sp. z o.o.

Al. Jana Pawła II 23 | 00-854 Warszawa
tel. kom.: +48 608 149 074
e-mail: info@memcare.com

Memcare – rozwiązania nowej generacji dla branży funeralnej. Dostarczamy innowacyjne rozwiązania technologiczne zarówno rodzinom, które straciły bliską osobę, jak i domom pogrzebowym w Polsce i na świecie. Dowiedz się więcej na www.memcare.pl

REKLAMA I MARKETING



www.funer.com.pl

www.uslugipogrzebowe.com.pl

FUNER.COM.PL | BRAINBOX WOJCIECH KUDELA

ul. Ślaska 53 / C203 | 81-304 Gdynia
tel. +48 501 759 267

FUNER.com.pl oraz UsługiPogrzebowe.com.pl to platformy internetowe skupiające zakłady pogrzebowe, kamieniarzy, krematoria oraz dostawców produktów i usług dla branży funeralnej. Portale służą pomocą osobom, które w sytuacji śmierci bliskiej osoby szukają kontaktu z zakładami pogrzebowymi. Funer.com.pl to również miejsce wymiany ogłoszeń i kontaktów branżowych.


www.moma-marketing.pl
AGENCJA MARKETINGOWA MOMA

ul. 73. Pułku Piechoty 1 | 40-474 Katowice
tel. kom.: +48 500 200 930 | +48 664 702 724
e-mail: biuro@moma-marketing.pl

Wprowadzasz nowy produkt na polski rynek? A może działasz w branży pogrzebowej, ale chcesz zwiększyć swój udział w rynku / rentowność firmy? Zapraszamy do współpracy – opracujemy strategię marketingową, układamy plany działania, działamy jako zewnętrzny dział marketingu Twojej firmy.


www.polskiestowarzyszeniepogrzebowe.pl
POLSKIE STOWARZYSZENIE POGRZEBOWE

ul. Sokotowska 4 | 01-136 Warszawa
tel.: +48 22 834 84 60 | fax: +48 22 412 17 17
e-mail: biuro@stowarzyszeniefuneralne.pl

Polskie Stowarzyszenie Pogrzebowe powstało w 1998 r. i było odpowiedzią na potrzebę integracji środowiska usług funeralnych. Stowarzyszenie zajmuje się wszelkimi aspektami funkcjonowania cmentarzy i firm pogrzebowych, organizuje szkolenia, opiniuje projekty ustaw i rozporządzeń, na stałe współpracuje z organizacjami samorządowymi oraz wydaje periodyk DF MEMENTO.

SZKOLENIA

www.naglesami.org.pl
FUNDACJA NAGLE SAMI

Al. Wojska Polskiego 1A | 01-524 Warszawa – Żoliborz
tel.: +48 22 633 54 25 | tel. kom.: +48 502 511 138
e-mail: info@naglesami.org.pl

Pierwsza w Polsce organizacja pozarządowa zajmująca się w sposób kompleksowy pomocą dla osób w żałobie. Służy pomocą psychologiczną oraz formalnoprawną dla wszystkich osób dorosłych i dzieci po stracie, inicjuje dyskusję o doświadczaniu żałoby i kształtuje wrażliwość społeczną na sytuację osieroconych dorosłych i dzieci. Prowadzi szkolenia i warsztaty na temat pomocy osobom w żałobie. BEZPŁATNY TELEFON WSPARCIA Fundacji NAGLE SAMI 800 108 108 czynny jest codziennie od 14.00 do 20.00.

TRUMNY

www.firma-piechota.pl
FIRMA PIECHOTA

ul. Czereśniowa 1 | 67-400 Wschowa
tel.: +48 65 540 73 73 | tel. kom.: +48 601 591 203
e-mail: biuro@firma-piechota.pl

Jesteśmy firmą rodzinną z blisko 30-letnim doświadczeniem i marką rozpoznawalną na terenie Europy. Nasza działalność dalece wybiega poza schemat panujący powszechnie w branży funeralnej. Z powodzeniem łączymy świadczenie międzynarodowych usług pogrzebowych z produkcją wysokiej klasy trumien o niepowtarzalnym wzornictwie.


www.tanatopraksja.pl
HYGECO POLSKA SP. Z O.O.

ul. Partyzantów 34 | 05-092 Łomianki
tel.: +48 22 751 37 44 | fax +48 22 751 08 15
e-mail: info@hygeco.com.pl

Hygeco Polska od wielu lat jest kompleksowym dostawcą wyposażenia i szkoleń dla branży pogrzebowej. Oferuje m.in. urny – od najtańszych, po najbardziej wyrafinowane, komory chłodnicze, stoły sekcyjne i oświetlenie do prosekatorium, zróżnicowane wystroje kaplic, duży wybór środków dezynfekcyjnych i kosmetyków. Jako jedyny organizator kursów dla branży funeralnej spełnia standardy państwowej certyfikacji usług szkoleniowych.

URNY

www.artfuneral.com
ART FUNERAL ITALY

Caveau Swiss Sagl | Via Biee 49
6984 Pura, Szwajcaria
Osoba do kontaktu: Eva Adam
tel.: +41 79 103 08 64
e-mail: service@artfuneral.com

Włoski producent intarsjowanych urn i trumien najwyższej jakości. Różnorodność wyrafinowanych kształtów, rodzajów drewna użytych w intarsjach, symboli i kolorów pozwala upamiętnić zmarłego w sposób absolutnie wyjątkowy.



ARTONIS

tel.: +37 2 56467000, +37 2 59814814
e-mail: info@artonis.ee

Artonis od ponad 10 lat zajmuje się dystrybucją wysokiej jakości niedrogich urn kremacyjnych. Działamy w obszarze krajów bałtyckich i Europy Północnej. Naszą dumą są wykonane ręcznie w Indiach mosiężne urny wyróżniające się wzornictwem i wysoką trwałością.



www.mastaba.pl

TESSON

ul. Zwolenkiewicza 17 | 62-002 Suchy Las
tel.: +48 61 81 25 900
e-mail: info.mastaba@gmail.com

Producent urn ceramicznych z 35-letnią tradycją. Wizytówką firmy są autorskie projekty urn o unikatowym wzornictwie, do produkcji których użyte są tylko wysokogatunkowe materiały – szkliska, złoto i platyna. Wykonywane są w całości ręcznie z dbałością o środowisko. Powstające w naszej manufakturze urny cieszą się uznaniem w kraju i za granicą. Zapraszamy do współpracy – poznajmy się bliżej.



www.cli.net

CROXX LINC INTERNATIONAL | ONYX CRAFTS "BRAND"
79-G Block-2 Pechs | Karachi -75400, Pakistan
tel.: + 92 333 231 4253 | fax: + 92 21 3455 4715
e-mail: onyx.crafts@gmail.com

Onyx Crafts, będący marką firmy CroXx Linc Int., jest znakomitym producentem i eksporterem urn kremacyjnych, dekoracyjnych, grawerowanych, marmurowych wykonanych z onyksu, biodegradowalnych urn wykonanych z piasku i soli. Oferowane produkty są dostępne w różnych wzorach, kształtach, kolorach kamienia, pojemności oraz atrakcyjnych cenach, wykonane zawsze według wysokich standardów estetyki i jakości. Przy zamówieniu kontenera 40ft oferujemy bezpłatną wysyłkę.

USŁUGI



www.bongo.com.pl

BONGO MIĘDZYNARODOWE USŁUGI POGRZEBOWE

tel.: + 48 22 831 00 36, 22 635 21 93, +48 42 630 54 00
fax: +48 22 831 79 96

Najstarsza i najlepiej rozpoznawana polska marka pogrzebowa na arenie międzynarodowej. Jesteśmy członkiem wielu organizacji polskich i międzynarodowych (m.in. FIAT-IFTA, EFFF). Nasz personel jest do Państwa dyspozycji przez 24 h. Wyróżnia nas m.in. szeroka gama nowych karawanów, doświadczenie personelu i odpowiednie zaplecze (chłodnie, sala sekcyjna, krematoria w Łodzi i Krakowie). Jesteśmy rzetelnym partnerem, posiadamy referencje m.in. od: Polskiego Związku Lekkiej Atletyki, Polskiego Komitetu Olimpijskiego, Ambasady Sri Lanki. Zapraszamy właścicieli firm pogrzebowych do zawarcia umowy z BONGO. Proponujemy dogodne warunki współpracy.



www.planetcarlease.pl

PLANET CAR LEASE POLSKA

Międzynarodowa firma z branży Car Fleet Management działająca w Polsce od 2016 roku. Specjalizuje się w wielowymiarowej obsłudze leasingowej dużych i małych firm. Nasze mobilne rozwiązania dostosowujemy do specyficznych wymagań klienta, ponieważ punktem wyjścia do współpracy są dla nas cele Twojej firmy i Twoja osobista satysfakcja. Świadczymy usługi wysokiej jakości – od wynajmu krótkoterminowego i długoterminowego, przez zarządzanie flotą, aż po VIP Concierge. Najlepszą rekomendacją naszej firmy jest wieloletnie doświadczenie w działalności na polskim oraz europejskich rynkach.

WINDY



www.arper.pl

ARPER s.c.

ul. Rudowska 33 | 43-400 Cieszyń
tel.: + 48 33 852 06 78
e-mail: biuro@arper.pl

Produkujemy niezawodne, nierdzewne windy pogrzebowe do trumien, urn, chłodnie, sarkofagi, katafalki, stoły sekcyjne i inne wyposażenie zakładów i prosektoriów. Wykorzystujemy najwyższej jakości komponenty, zwracając szczególną uwagę na detale, szczegóły i trwałość. Zastosowanie odpowiednich materiałów pozwala na uzyskanie niezwykłych rezultatów.

Międzynarodowe Usługi Pogrzebowe

60
LAT
TRADYCJI

Jesteśmy, aby pomagać

Nasza oferta:

- Przewóz zmarłych do Polski
- Transport zmarłych za granicę
- Obsługa prawna
- Finansowanie przewozu
- Usługi pogrzebowe
- Ekshumacje
- Opieka nad grobami
- Planowanie pogrzebu
- Różnorodny wybór trumien i urn

www.bongo.com.pl

BONGO Międzynarodowe Usługi Pogrzebowe s.c.
ul. Etiudy Rewolucyjnej 48, 02-643 Warszawa
oddział: ul. Solec 5, 94-247 Łódź



marka od 1958

tel. +48 22 831 00 36
tel. +48 22 635 21 93
fax +48 22 831 79 96

kom. +48 509 024 007
kom. +48 506 155 499
e-mail: biuro@bongo.com.pl

SĄ JUŻ Z NAMI:

ARPER



BAUTEX



Carmen

CIEFOL

GARCAREK

GRABKULT



LIMBO



MITKO
for events



MORPHEUS

PLASTMET

PRIMA
TECH



TOPMETAL
funerals

VAN-TEAM

www.mementopoznan.pl

POZNAŃ
15-17.11.2018

TARGI FUNERALNE
memento
P O Z N A Ń
im. Wojciecha Krawczyka

IX EDYCJA

**POKAŻ NOWOŚCI,
ZAPREZENTUJ OFERTĘ
DOŁĄCZ DO WYDARZENIA!**

Organizatorzy



Międzynarodowe
Targi
Poznańskie

Jedyną Targi
z rekomendacją



W tym samym
czasie:



glass
6/922