



_Tak jak chcesz!

_Najważniejsza jest rozmowa

_Rynek usług i produktów premium

10 EDYCJA

TARGI FUNERALNE memento POZNAŃ

im. Wojciecha Krawczyka

19-21.06.2020



Międzynarodowe
Targi Poznańskie

KLUCZOWE TARGI BRANŻY FUNERALNEJ

- › profesjonalni zwiedzający
- › kompleksowe rozwiązania
- › nowoczesne technologie
- › spotkania branżystów
- › nowe kontakty biznesowe

**WEŹ UDZIAŁ W TARGACH
I ZAPREZENTUJ SWOJĄ OFERTĘ**

Organizatorzy

mtp
GRUPA



Targi z rekomendacją



www.mementopoznan.pl

Szanowni Czytelnicy

FOTO: SERWIS PRASOWY GRUPA MTP/DANA PUCHOWSKA



Słuchajmy siebie nawzajem, cierpliwie i uważnie.

Takie przesłanie płynie z rozmów, które przeprowadziliśmy do tego wydania magazynu „OMEGA. Idea Book dla Branży Funeralnej”. Rozmawiamy m.in. z Claire i Davidem Barringtonami, prowadzącymi zakład pogrzebowy w Liverpoolu, którego koncepcja wyrosła na bazie słuchania potrzeb klientów. Niebagatelne znaczenie rozmowy z klientem podkreślają również Monika Gołdzińska i Paweł Gołdziński, właściciele marki artystycznych urn premium Crafts Urn. Obserwując dynamiczny rozwój rynku dóbr i usług luksusowych w innych branżach, dostrzegają potencjał również dla branży funeralnej. Wierzą, że ludzie na co dzień otaczający się produktami „z wyższej półki”, organizując ostatnie pożegnanie, poszukują rzeczy wyjątkowych, a nie najtańszych. W październiku wystartowała pierwsza, i jak dotąd jedyna, ogólnopolska telefoniczna infolinia umożliwiająca zlecenie usługi pogrzebu. Projekt oparty na empatii zyskuje pierwszych zwolenników – dla klientów oznacza wygodę, dla przedsiębiorców zdystansowanie konkurencji. Chcesz w pełni poznać atuty płynące ze zjednoczenia branży, zapraszamy do lektury rozmowy z Beatą Winsze, prezesem zarządu AMNO – Grupa Pogotowie Pogrzebowe.

Uważasz, że marketing w branży funeralnej nie działa? Nie zgadzamy się z Tobą! Przeczytaj artykuł oparty na analizie case study, który stanowić będzie zarówno przestrożę, jak i zachętę do podjęcia działań marketingowych „we właściwym czasie”. W dziale **MARKETING FUNERALNY** przekonujemy również, że strona internetowa zakładu pogrzebowego czy krematorium nie musi być tylko smętną wizytówką, może być narzędziem edukacji potencjalnych klientów oraz miejscem, w którym celebryje się wspomnienia.

Chcesz wyprzedzić konkurencję? Nie przegap właściwego momentu – w dniach **22-23 listopada 2019** przedsiębiorcy, którzy chcą wiedzieć więcej i wcześniej niż inni, będą w Poznaniu na **FUNERAL FORUM**. Dołącz do nich – sięgnij po inspirację, wykorzystaj okazję do nawiązania relacji biznesowych. Niech napędza Cię ciekawość zasilana odwagą.

Do zobaczenia w Poznaniu!

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@grupamtp.pl, tel. + 48 609 297 718 / **Reklama:** Bogumiła Niemiec, tel. +48 61 869 24 97, e-mail: bogumila.niemiec@grupamtp.pl / **Projekt graficzny:** Wydawnictwo INWESTOR / **Druk:** Drukarnia Betmor, ul. Chlebowa 16, 61-003 Poznań / **Wydawca:** Grupa MTP, ul. Głogowska 14, 60-734 Poznań / **Adres redakcji:** ul. Głogowska 14, 60-734 Poznań / **E-mail:** redakcja@magazynomega.pl / **www:** www.magazynomega.pl / **Data i miejsce wydania:** 4 listopada 2019, Poznań / **Międzynarodowy znak informacyjny:** RPR 3708 / **Zdjęcia nieoznaczone:** fotolia.pl / **Zdjęcie na okładce:** Photo by Evgeni Tcherkasski on Unsplash

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 sprzeciw 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@grupamtp.pl

Spis treści

	_trend book
6	Tak jak chcesz!
14	Każde życie jest wyjątkowe
	_marketing funeralny
17	Marketing nie działa w branży funeralnej – case study
20	Dobra strona internetowa, czyli jaka?
23	3 inspirujące przykłady stron www
	_warto wiedzieć
24	MEMENTO Poznań w czerwcu 2020
26	Najważniejsza jest rozmowa
30	Halo? Pogotowie Pogrzebowe, w czym mogę pomóc?
32	Zaplanuj wizytę na TANEXPO
34	Warto odkrywać
36	Funeral Forum – Twój czas rozwoju!
39	_wizytówki firm



-10%

Zadzwoń i podaj hasło **OMEGA**
Promocja trwa od 4. do 29.11.2019 r.
Regulamin promocji dostępny na www.mitko.pl



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

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

O tym się mówi



FOTO: CALEB JONES ON UNSPLASH

Tak jak chcesz!

National Funeral Exhibition w Stoneleigh Park

Kiedy odchodzi ktoś, kogo kochamy, co jest najważniejsze? Każdy odpowiada sobie sam w skrytości serca. Najczęściej jednak nie są to konkretne przedmioty materialne, lecz emocje, uczucia, wspomnienia, przemożna chęć zatrzymania ulatującej bliskości. Przedmioty i ceremoniału jedynie pomagają spełnić ostatnie życzenia, utulić w rozpacz.

National Funeral Exhibition uchodzi w Wielkiej Brytanii za najważniejsze wydarzenie branżowe. Podobnie jak na innych targach w Europie, wyraźnie zarysowują się tu obszary, które rozwijają się obecnie najbardziej dynamicznie: produkty i usługi związane z ekologią (biodegradowalne urny, trumny z wikliny, zielone cmentarze, elektryczne i hybrydowe karawany), cyfryzacja i digitalizacja (rozwój oprogramowania do zarządzania pracą zakładów pogrzebowych oraz portali służących upamiętnianiu zmarłych w Internecie), indywidualne podejście do klienta (personalizacja produktów i usług pogrzebowych), upamiętnianie zmarłych i podtrzymywanie z nimi więzi (produkty o dużym ładunku emocjonalnym, takie jak biżuteria, artystyczne instalacje, maskotki wykonane z ubrań po zmarłym). Mocno rozwinięte są usługi związane z planowaniem pogrzebu oraz usługi finansowe pomagające opłacić te plany, a branżą funeralną interesują się również kance-

larie prawne, firmy wyspecjalizowane w poszukiwaniu spadkobierców oraz windykacji długów.

Częścią brytyjskiej branży funeralnej są również organizacje społeczne wyspecjalizowane we wspieraniu rodzin po stracie – zbieraniu funduszy lub rzeczy materialnych, które służą osobom w potrzebie. Panny młode mogą na przykład przekazać swoje suknie ślubne na rzecz wyprodukowania z nich dziecięcych ubrań do pogrzebu, które trafią do szpitali i będą podarowane matkom, które straciły dzieci. Popularne są również przypinki upamiętniające, sprzedawane za symboliczną kwotę, która wspiera organizacje charytatywne. Brytyjczycy chętnie przekazują również datki na rzecz instytucji medycznych, które pomagają ratować życie lub zapobiegać chorobom, które są najczęstszymi przyczynami zgonów. Prezentujemy subiektywny przegląd interesujących produktów i usług, które nas urzekły lub zaintrygowały w Wielkiej Brytanii.

Gwatemalskie laleczki na smutki

Prezent wręczany jako wyraz sympatii i wsparcia w trudnym okresie żałoby. Szczególnie przeznaczony dla osób, które czują się przytłoczone stratą i mają problemy ze snem. Do dwóch małych, ręcznie wykonanych laleczek dołączona jest krótka historia wyjaśniająca gwatemalską legendę, która towarzyszy temu upominkowi: „Kiedy Majowie z Gwatemali mają zmartwienie, opowiadają o nim laleczkom przed snem, a następnie umieszczają je pod poduszką. Do rana laleczki zabierają wszystkie zmartwienia”. Laleczki oraz etui do ich przechowywania wykonane są z tradycyjnych gwatemalskich tkanin. Można je znaleźć w ofercie firmy Angel&Dove.



FOTO: WWW.ANGELANDDOVE.COM

Prześlij pocałunek ku niebu



FOTO: WWW.ANGELANDDOVE.COM

Wypuszczenie w niebo baniek mydlanych to piękny sposób na zakończenie pogrzebu lub konsolacji i celebrowanie wspomnień o osobie, którą pożegnaliśmy. Firma Angel&Dove zachęca, by zebrać wszystkich uczestników uroczystości pogrzebowej i przesyłać „pocałunki” ku niebu na pamiątkę ukochanej osoby, tworząc spokojny moment refleksji w czasie, gdy delikatne bąbelki będą wznosić się w niebo. Do pojemniczków z płynem dołączone są karteczki z krótką instrukcją: „Przesyłam pocałunki do nieba, wprost z mojego serca do Twojego”.

O tym się mówi

Kosmiczna ostatnia podróż

Jak upamiętnić zmarłego, który całe życie podróżował, odkrywał, eksplorował? Brytyjska firma Aura Flights oferuje usługę rozpraszania prochów w przestrzeni kosmicznej. Jak to działa? Do specjalnego lateksowego balonu wypełnionego helem dołączona jest kapsuła na prochy. Specjalny mechanizm uwalnia prochy na skraju kosmosu. Tam wiatr stratosferyczny przenosi je w ostatnią podróż. Ostatecznie prochy powracają na Ziemię w opadach deszczu lub płatkach śniegu. Cała ceremonia, łącznie z momentem uwolnienia prochów w kosmosie, może być utrwalona na video, które może być przekazane rodzinie na DVD lub USB, bądź zamieszczone na specjalnej stronie internetowej, na której można również dzielić się wspomnieniami o zmarłym. Wyjątkową pamiątką jest również certyfikat oprawiony w elegancką ramę, informujący o szczegółach ceremonii. Usługa dostępna jest w kilku wariantach – podstawowy, najtańszy kosztuje 895 funtów, najdroższy i zarazem najbardziej spersonalizowany – 3095 funtów. W ciągu ostatnich 8 lat firma zrealizowała ponad 400 lotów.



FOTO: SERWIS PRASOWY AURA FLIGHTS

Symbol siły

Naszyjnik z zawieszka w kształcie żołędzia symbolizuje siłę i długowieczność. Ten zachwycający wisiorek jest idealny, by trzymać go blisko serca z intencją pamięci o ukochanej osobie. Do biżuterii dołączana jest karteczka z wzmacniającym przesłaniem dla osoby w żałobie: „Ten mały żółdź jest symbolem siły, która pomoże Ci przetrwać nadchodzące dni”.



FOTO: WWW.ANGELANDDOVE.COM

Celebryj życie

Zmień postrzeganie przemijania ukochanej osoby – niech jej życie odrodzi się w roślinie. Urna Biotree umożliwia powrót do natury. Zawiera dysk glebowy, który po dodaniu wody zwiększa swoją objętość. W glebie, na głębokości 2-3 cm, umieszcza się nasiona wybranej rośliny. Prochy znajdują się natomiast w podstawie urny w specjalnym biodegradowalnym woreczku. W miarę wzrostu drzewa, prochy „wracają” do natury. Producenci Biotree podkreślają, że ich rozwiązanie owocuje produkcją średnio 117 kg tlenu i zmniejsza produkcję dwutlenku węgla o około 21 kg rocznie, kiedy drzewo jest w pełni rozwinięte. Do każdej urny dodawana jest etykieta pozwalająca na geokalizację miejsca pochówku wraz z notką upamiętniającą oraz ręcznie wykonana pamiątkowa bransoletka.



FOTO: WWW.BIOTREE.EARTH

Artystyczna dusza

Po śmierci nasze prochy mogą stać się częścią artystycznej instalacji lub obrazu. Brytyjska firma Ashes with Art Ltd. oferuje nie tylko biżuterię z zatopionymi prochami, ale również szkło artystyczne o fakturze i kolorystyce przypominającej ocean. Szklane tafle wykonywane są ręcznie, przez co są całkowicie unikatowe, podobnie jak osoba lub osoby (w jednej instalacji można zatopić prochy kilku bliskich osób), które ta instalacja upamiętnia. Najtańszy obraz o wymiarach 30 x 30 cm kosztuje około 250 funtów, największy, o wymiarach 50 x 100 cm – 1650 funtów. Taka artystyczna forma jest atrakcyjną alternatywą dla rozsypywania prochów lub przechowywania urny w domu na kominku.



FOTO: WWW.ASHESWITHART.CO.UK

REKLAMA

+48 578 13 13 15
www.grupasebpol.pl

już od
9,99zł

GRUPA SEBPOL

THE BEST QUALITY PRODUCTS

RĘKAWICZKI JEDNORAZOWE DIAGNOSTYCZNE I OCHRONNE

vinyl - nitryl - lateks

GRUPA SEBPOL | UL. GLINIANA 63 | 42-400 ZAWIERCIE | NIP: 634 292 51 70 | info@grupasebpol.pl | sekretariat: 787 624 133

O tym się mówi

Ekoprzytulność

Trumny z surowego drewna lub wyplecione z wikliny, bambusa, liści bananowca czy trawy morskiej są już dość popularne. Firma JC Atkinson ma w swojej ofercie również trumny wykonane z wełny produkowanej w Yorkshire, wsparte na solidnym stelażu z tektury – stylowe, miękkie, przyjemne dla oka i przyjazne środowisku. Wnętrze jest wybite organiczną bawełną i obszyte jutą, wodoodporne dno również jest biodegradowalne.



FOTO: WWW.COFFINS.CO.UK

Z miłością dla innych



FOTO: CHERISHED GOWNS UK

W Anglii funkcjonuje wiele organizacji charytatywnych skupionych wokół branży funeralnej. Ich celem jest wspieranie rodzin w żałobie. Organizacja Cherished Gowns UK koncentruje się na wytwarzaniu ubrań dla dzieci, które zostały poronione, narodziły się martwe lub zmarły po porodzie, z sukien ślubnych przekazanych na rzecz organizacji przez panny młode. Swoje produkty oferuje bezpośrednio rodzinom, ale również szpitalom i właścicielom domów pogrzebowych, całkowicie za darmo. Pomysł narodził się pięć lat temu i rozwinął lawinowo. Dziś organizację wspiera 1 000 wolontariuszy. Dotychczas przetworzyli oni ponad 200 000 sukien ślubnych – powstało z nich ponad ćwierć miliona ubrań. W ofercie znajdują się beciki, pieluszki, sukienki, dzianinowe czapeczki, buciki, kocyki. Każde w pięciu rozmiarach.

Wspomnienia bez granic

Twórcy systemu Lapidaris są przekonani, że dla przyszłych pokoleń ważna będzie dbałość o pamięć o bliskich i ich wartościach. System składa się z dwóch głównych komponentów: Lapidaris Stone wykonany z węgierskiej porcelany Hollóháza z wbudowanym czipem NFC, który jest umieszczany na nagrobku, oraz strony internetowej upamiętniającej zmarłego, do której dostęp możliwy jest za pomocą tabletu lub smartfona wyposażonego w technologię NFC lub po przepisaniu w przeglądarce internetowej adresu internetowego widocznego na Lapidaris Stone. Na upamiętniającej stronie internetowej można zamieścić podstawowe informacje o zmarłym, a także zdjęcia, filmy video, opowieści, ulubione cytaty i najcenniejsze wspomnienia, zapalić wirtualną świeczkę. Ciekawą funkcjonalnością systemu Lapidaris jest możliwość lokalizowania i odnajdowania miejsc spoczynku na podstawie zdjęć wykonanych przy grobie i załadowanych na pamiątkową stronę internetową Lapidaris. System automatycznie rozpoznaje dokładną lokalizację i współrzędne GPS miejsca spoczynku.



FOTO: WWW.LAPIDARIS.CO.UK

Biblioteka życia

Wobec rosnącej popularności kremacji i oczekiwania klientów, by usługi funeralne były jak najbardziej spersonalizowane, na rynku pojawiają się ciekawe rozwiązania. Jednym z nich jest Life Treasury, czyli kolumbarium o stylistyce tradycyjnej biblioteki. Tworzą ją „książki” zawierające odrębne historie życia. Każda książka skrywa pojemnik z prochami, personalizowaną fotoksiążkę ze wspomnieniami o danej osobie, schowek na osobiste pamiątki – biżuterię, listy, odznaczenia, nagrody, zdjęcia. Poszczególne książki są mocowane na półkach za pomocą zamka otwieranego małym kluczykiem (zostaje w posiadaniu rodziny). Na grzbiecie „książki” wytlóczone jest imię i nazwisko oraz daty urodzin i śmierci. Kolumbarium zostało zaprojektowane z myślą o kościołach, katedrach i budynkach cmentarnych, ale nic nie stoi na przeszkodzie, by zainstalować taką „bibliotekę” w domu, o ile prawo danego kraju na to zezwala. Oprócz głębokiej symboliki rozwiązanie jest niezwykle praktyczne – nisze tego kolumbarium zajmują jedynie 1/3 objętości tra-



FOTO: WWW.LIFETREASURY.COM

dycyjnych nisz kolumbaryjnych, oszczędzając miejsce. Pieniądze ze sprzedaży miejsca w takim kolumbarium zainstalowanym na terenie obiektu sakralnego, przeznaczane są na jego utrzymanie.

REKLAMA



Czy wiesz, że:

TANATOPRAKSJA

- zatrzymuje rozwój bakterii odpowiedzialnych za procesy rozkładu ciała
- pozwala na ekspozycję ciała w temperaturze pokojowej nawet przez kilka dni
- umożliwia bezpieczne pożegnanie rodziny ze zmarłym
- w krajach Europy Zachodniej 90-100% ciał zostaje poddanych tanatopraksji

PRZEKAŻ SWOJEMU KLIENTOWI KORZYŚCI WYNIKAJĄCE Z ZASTOSOWANIA ZABIEGU TANATOPRAKSJI, ZYSKAJ UZNANIE I LOJALNOŚĆ KLIENTÓW, ZWIĘKSZ DOCHODY SWOJEJ FIRMY

- WARTO SZKOLIĆ SIĘ U NAJLEPSZYCH -

ZAPRASZAMY NA PROFESJONALNE SZKOLENIA Z TANATOPRAKSJI I WIZAŻU TANATOKOSMETYKI ORAZ LABORANTA SEKCYJNEGO

www.tanatopraksja.pl

tel. 22 751 37 44

O tym się mówi

Przytul się!

Ubrania po zmarłej osobie przywołują tak wiele wspomnień, że trudno podjąć decyzję o ich wyrzuceniu lub sprzedaży. Dzięki brytyjskiej firmie LoveKeepCreate mogą zyskać nowe życie, stając się jeszcze bardziej wyjątkową pamiątką. Firma przekształca je w personalizowane przedmioty do przytulania – maskotki, kocyki, poszewki na poduszkę, ubrania. To bardzo emocjonalny sposób pielęgnowania wspomnień i bliskości, zwłaszcza jeśli więzi za życia były szczególnie mocne. Pamiątki są szyte w ciągu 6-8 tygodni od dostarczenia bazowych ubrań. Firma część swoich dochodów przeznacza na cele charytatywne.



FOTO: WWW.LOVEKEEPCREATE.CO.UK



FOTO: WWW.THESPIRITREE.COM

Metafora życia

Zasadenie drzewa jest pięknym, żywym symbolem upamiętnienia zmarłego, symbolem odnowienia życia. Spiritree jest biodegradowalną urną, która przekształca się w żywy pomnik. Urna składa się z organicznego dna i ceramicznej perforowanej pokrywy, która zapobiega rozproszeniu prochów i jednocześnie absorbuje wodę, przyspieszając biodegradację dna urny. W centralnym otworze naczynia sadzi się niewielką, zahartowaną sadzonkę drzewa. Rosnąca roślina żywi się rozkładającą się biodegradowalną skorupą i bogatymi w wapń pozostałościami po kremacji. Z biegiem czasu biodegradowalne dno ulega rozkładowi, a rozrastające się drzewo w naturalny sposób rozsadza ceramiczną pokrywę, stając się żywym pomnikiem pamięci o tych, którzy byli nam bliscy. To oferta dla tych osób, które chciałyby zmanifestować swoją troskę o środowisko naturalne również po śmierci.

Miłość nigdy nie umiera

Terapeutyczna książka Clare Shaw, napisana wnikliwie i bardzo przystępnym językiem, pomaga dzieciom w wieku szkolnym oswoić się z utratą bliskiej osoby. Dzięki niej dzieci są w stanie zrozumieć swoje emocje i pojąć, że nie są osamotnione w ich doświadczaniu. Od innych,

podobnych, publikacji książkę odróżnia interaktywność – są w niej wklejone specjalne dodatki, jak na przykład chusteczki higieniczne, oraz wyznaczone obszary, w których dziecko może opisać lub narysować własne emocje. W ten sposób książka staje się bardzo osobista dla dziecka, do którego należy.



FOTO: WWW.CSKIDSBKBOOKS.COM

Alternatywnie

Rzeźbiarz Ivan Murray oferuje oryginalne urny sygnowane marką Urns to die for. Urny zostały zaprojektowane jako nowoczesne formy geometryczne, inspirowane bryłami platońskimi oraz architekturą sakralną. Każda jest niepowtarzalna, tajemnicza, intrygująca. Wykonane są z gipsu wykończonego w sposób przypominający alabaster. Są całkowicie przyjazne środowisku – wykonane z surowców naturalnych, uszczelniane naturalnym woskiem pszczelim, barwione farbami wodnymi lub naturalnymi pigmentami. Z biegiem czasu urny rozkładają się na trzy składniki organiczne – wodę, siarkę i wapń.



FOTO: WWW.URNSTODIEFOR.CO.UK

Pomoc w trudnym czasie żałoby

Memcare

NOTIFY



Planowanie ceremonii



Zakup kwiatów



Wyjątkowa strona upamiętniająca



Natychmiastowe powiadomienie rodziny, przyjaciół i bliskich o pogrzebie oraz konsolacji



Znajdź nas na memcare.pl lub dowiedz się więcej na spotkaniu.
Tel.: 608 149 074; Email: mateusz@memcare.pl

MEMCARE NOTIFY ZWIĘKSZA SATYSFAKCJĘ KLIENTÓW I PRZYCHODY FIRMY

Każde życie jest wyjątkowe

Rynek usług premium w Polsce i na świecie rozwija się bardzo dynamicznie. Kupujemy luksusowe auta jak nigdy dotychczas, rynek odzieżowy premium jest w doskonałej kondycji, podróżujemy w coraz dalsze rejony świata, poszukując wygody i komfortu. Mamy w Polsce klasę średnią, o wyrobionej estetyce i dużej sile nabywczej. Ludzi, którzy organizując ostatnie pożegnanie bliskiego, poszukują rzeczy wyjątkowych, a nie najtańszych. Produkt premium jest odpowiedzią na potrzeby klienta, które mamy szansę poznać w trakcie rozmowy z nim. Ważne, by słuchać drugiego człowieka, a nie sprzedawać mu swoje przekonania.



FOTO: ARCHIWUM PRYWATNE PAVIA GOŁDZIŃSKIEGO

O segmencie premium w branży funeralnej rozmawiamy z **MONIKĄ GOŁDZIŃSKĄ** i **PAWŁEM GOŁDZIŃSKIM**, właścicielami marki artystycznych urn premium **CRAFTS URN**

grupę ludzi otwartych na zmianę myślenia o swoim biznesie, z którymi konsekwentnie staramy się nawiązać współpracę.

Weszliście do branży z misją proponowania produktów unikatowych wzorniczo z segmentu premium. Jaka jest Wasza filozofia? Dlaczego wybraliście właśnie segment urn premium?

Zadebiutowaliście na targach NECROEXPO. Jak postrzegacie polską branżę pogrzebową?

Monika Gołdzińska: Zacznę może od tego, że od ponad dwudziestu lat jesteśmy związani z branżą szkoleniową, rozwijamy kompetencje menedżerów i pracowników zajmujących się sprzedażą w firmach. O branży funeralnej zatem wypada nam się w tym momencie wypowiedzieć wyłącznie z poziomu życzliwego obserwatora, który chciałby znaleźć w niej swoją przestrzeń.

Paweł Gołdziński: Jak spostrzegamy branżę? Na pewno jako rozwijającą się, zmieniającą, poszukującą nowości. Spostrzegamy wyraźną potrzebę wśród przedsiębiorców pogrzebowych, by regularnie wzbogacać swoją ofertę o nowe produkty i rozwiązania.

Monika Gołdzińska: Jak w każdej branży na polskim rynku, widoczne jest także zróżnicowanie. Istnieją firmy kultywujące tradycję, posiadające wypracowane na przestrzeni lat praktyki, trzymające się utartych przez siebie szlaków, ale spotkaliśmy także niemałą

M.G.: Wszyscy zgodzimy się z faktem, że życie każdego człowieka jest niepowtarzalne i na swój sposób wyjątkowe. Udowadniamy to światu i naszym bliskim każdego dnia naszego życia. Jeszcze dwa pokolenia wstecz Polacy rozumieli, że moment ostatniego pożegnania powinien być personalny, bliski. Często całe rodziny i otoczenie zmarłego uczestniczyło w bezpośrednim przygotowaniu ceremonii pogrzebowej, by oddać należny hołd zmarłemu. Dziś żyjemy w szybkich czasach i chcemy, by emocjonalnie przytłaczający moment pożegnania bliskiej nam osoby został kompleksowo zrealizowany przez firmę pogrzebową. Chcemy, by ktoś wsparł nas w tej trudnej chwili, ale przecież chcemy także, by bliska nam osoba nie traciła w tej ostatniej chwili swojej podmiotowości. By jej pożegnanie było wyjątkowe, osobiste. Stąd właśnie narodziła się idea, by produkować ręcznie piękne, indywidualne urny.

P.G.: Przyznam, że zanim pojawiliśmy się w branży funeralnej, nie myśleliśmy szczególnie dużo o naszym odejściu i pochówku, który zorganizują nam nasi bliscy. Im dłużej jednak pracujemy nad naszymi produktami,



tym nabieramy większego przekonania, że nie chcielibyśmy zostać pożegnani sztafelowo. Mówiąc wprost, nie chcielibyśmy, by nasze prochy spoczęły w urnie przypominającej metalową puszkę, która została wytłoczona na taśmie produkcyjnej tysiące kilometrów stąd, a jedyną jej wartością jest skrajnie niska cena.

W branży powszechny jest jednak kult niskiej ceny i przekonanie, że Kowalski nie wyda na pogrzeb więcej niż wynosi kwota zasiłku pogrzebowego. Skąd przekonanie, że znajdują się nabywcy znacznie droższych urn?

M.G.: Rozumiemy oczywiście, że w Polsce jest niemała grupa ludzi, dla której cena ma ogromne znaczenie. To należy bezwzględnie uszanować, bo nadal żyjemy w kraju bardzo rozwarstwowym ekonomicznie. Dla wielu z nas cena będzie jedynym kryterium wyboru formy i sposobu pożegnania osoby bliskiej. Warto jednak zauważyć, że rynek funeralny bazuje przecież na potrzebach tych samych klientów, którzy kupują mieszkania, samochody czy wakacje. Rynek usług premium w Polsce i na świecie rozwija się bardzo dynamicznie. Kupujemy luksusowe auta jak nigdy dotychczas, rynek odzieżowy premium jest w doskonałej kondycji, podróżujemy w coraz dalsze rejony świata, poszukując wygody i komfortu. Mamy w Polsce klasę średnią, o wyrobionej estetyce i dużej sile nabywczej. Ludzi, którzy w momencie pożegnania bliskiego poszukują rzeczy wyjątkowych, a nie najtańszych.

P.G.: Przy tej okazji przypomina mi się jedna z rozmów, którą mieliśmy przyjemność odbyć, startując z naszym biznesem. Była to rozmowa z szefową jednego z największych domów pogrzebowych w Polsce. Zadaliśmy jej pytanie o ofertę dla klienta premium. Takiego, któremu zależy na jakości ceremonii pogrzebowej, a nie na cenie. I przyznam, że to pytanie wprawiło ją w zakłopotanie, ponieważ taka oferta nigdy u nich nie powstała. Przypomina mi się także sentencja o tym, iż „nic nas nie oddala bardziej od prawdy niż własne przekonania”. Jeśli rozmawiając z klientem, mamy nieustające przekonanie, że wszystko jest dla niego za drogie, że poszukuje wyłącznie najtańszych rozwiązań, to oczywiście

nigdy nie będziemy gotowi na obsługę klienta premium. Parafrazując Pani pytanie: „Skąd przekonanie, że wszyscy klienci poszukują taniego, masowego produktu, skoro w innych dziedzinach życia stawiają na wyjątkowość, estetykę czy komfort?”. To przecież nielogiczne, by ci sami ludzie, którzy mają pieniądze na przyjemności życia, nagle w zakładzie pogrzebowym tracili zdolność finansową lub całkowicie rezygnowali ze swoich potrzeb.

Z czego wynika, Waszym zdaniem, rozdział między tym, czego oczekuje klient zakładu pogrzebowego, a tym, co jest mu proponowane?

M.G.: To bardzo naturalny proces, który doskonale znamy z dotychczasowej pracy z klientami działającymi w różnych sektorach rynku. W psychologii społecznej nazywa się to samospełniającą się przepowiednią. Jeśli właściciel zakładu pogrzebowego ma przekonanie, że dla klienta jedynym kryterium wyboru jest cena, będzie poszukiwał na rynku wyłącznie produktów najmniej kosztownych. Produkty te będą w jakiejś grupie klientów doskonale się sprzedawały, co z kolei upewni właściciela co do słuszności doboru asortymentu. Grupy klientów, których potrzeby nie zostały zaspokojone, taki właściciel najprawdopodobniej nie będzie spostrzegał. W ten sposób budują się właśnie nasze przekonania wobec rynku i potrzeb klientów, a więc spełniające się proroctwa.

P.G.: Jest też tak, że rozwijając biznes, bazujemy na swoich przekonaniach i upodobaniach. Jeśli w naszych wyborach konsumenckich kierujemy się określonymi kryteriami, podobne będziemy stosować w swojej firmie. Co to oznacza w praktyce? Jeśli ja, jako klient szukam na rynku rzeczy wyjątkowych, szlachetnych, mam wyrobioną estetykę, to w podobny sposób będę kreować ofertę swojego zakładu pogrzebowego.

Wasza oferta jest skierowana do domów pogrzebowych. Jak Waszym zdaniem oferować klientom produkt premium?

M.G.: Praca z klientem, który jest w żałobie, jest wyjątkowo trudna. Wymaga pracy z emocjami drugiego człowieka, który kogoś stracił. Dlatego taki moment



powinien wiązać się z bardzo umiejętnym doradztwem ze strony pracownika zakładu pogrzebowego. W rozumieniu sprzedażowym doradztwo to odpowiedź na potrzeby klienta, a nie nachalna akwizycja. To umiejętność rozmowy na temat oczekiwań i wyobrażeń klienta, zdolność wysłuchania klienta i poprowadzenia autentycznej rozmowy z nim. To moment, w którym klient powinien poczuć się zaopiekowany, a nie urzędniczo obsługiwany.

P.G.: Produkt premium jest odpowiedzią na potrzeby klienta. Jest sprzedawany dokładnie w taki sam sposób jak produkt wolumentowy. To, czy proponujemy klientowi urnę masowej produkcji z Azji, czy tę ręcznie wyprodukowaną, będzie zależeć wyłącznie od potrzeb klienta, które mamy szansę poznać w trakcie rozmowy z nim. Ważne, by słuchać drugiego człowieka, a nie sprzedawać mu swoje przekonania.

M.G.: Produkt premium wymaga odpowiedniej ekspozycji. Szlachetność jego formy, zastosowanych materiałów, ręcznego wytworzenia wiąże się z koniecznością właściwej oprawy czy światła. Dlatego nawiązując współpracę z zakładami pogrzebowymi, staramy się zadbać o właściwą ekspozycję naszych urn, oferując odpowiednią witrynę wraz z oświetleniem. Znamy zakłady pogrzebowe, które rozwijając swoją działalność, stworzyły tzw. sektor premium, gdzie eksponują produkty unikatowe. To zdecydowanie pomaga w pracy z klientem.

P.G.: Dodam, że zakłady pogrzebowe, z którymi współpracujemy, mogą liczyć na nasze wsparcie szkoleniowe w zakresie sprzedaży produktów premium i obsługi klienta w żałobie. Znamy się na tym doskonale.

Crafts Urn zwracają uwagę szlachetną, prostą i jednocześnie bardzo elegancką formą. Emanuje z nich spokój. Na pierwszy rzut oka widać, że jest to produkt wyjątkowy, który nie jest efektem masowej produkcji. Jak powstają Wasze urny?

M.G.: Projektując nasze urny, postawiliśmy na trzy kryteria, które mają je wyróżniać na rynku. Po pierwsze, są wykonane przez artystów ceramików, uznanych w środowisku, których prace są pokazywane w muzeach i na wystawach. Urna staje się zatem niepowtarzalnym dziełem sztuki. Po drugie, każda z urn jest wykonana ręcznie. To długi proces, zajmujący artystę kilka dni pracy. Od ręcznego toczenia, poprzez wypalanie,

szklwienie, szlifowanie. W myśl naszej idei, że to człowiek wykonał urnę dla drugiego człowieka na pożegnanie, a nie bezduszną taśmą produkcyjną, w ciągu jednej mikrosekundy. I po trzecie, wybór krystalicznego szkliwa, które jest trudne i kosztowne w wykonaniu, ale bardzo szlachetne i dekoracyjne.

Sam kształt urn natomiast nawiązuje do pierwotnego kształtu naczyń na prochy ludzkie, bo – jak wiemy – tradycja popielenia zwłok nie przyszła do nas wraz z postępowaniem cywilizacyjnym i jest zakorzeniona również w tradycji słowiańskiej.

Jaka będzie, Waszym zdaniem, branża funeralna za 5, 10, 15 lat?

P.G.: Na pewno będzie istnieć. Narodziny i śmierć to dwie pewne rzeczy towarzyszące człowiekowi.

M.G.: Na pewno będzie się rozwijać i zmieniać, bo świat, w którym żyjemy, zmienia się coraz szybciej. Ostatnie 25 lat to istne tornado zmian w Polsce, zarówno technologicznych, ekonomicznych, jak i cywilizacyjnych. Mam wrażenie, że zmiany będą szły w kilku kierunkach. Na pewno nastąpi cyfryzacja branży, na wzór tego, co dziś zaczynamy obserwować na rynku. Cyfryzuje się świat, więc to po prostu nieuniknione.

Sądzę, że uwaga branży będzie także skupiać się na zaspokojeniu potrzeb klienta premium. Tak jak mówiłam, mamy już klasę średnią w Polsce i będzie ona oczekiwać zaspokojenia swoich potrzeb, także w wymiarze ceremonii pogrzebowej.

P.G.: Wyraźne są także trendy ekologiczne. Mamy coraz mniej przestrzeni, coraz głośniejsze mówimy o środowisku, mamy coraz większą świadomość. Przełoży się to na pewno i na branżę funeralną, czy to w postaci zmiany w sposobie pochówku, czy też sposobu organizacji cmentarzy.

M.G.: Mam również nadzieję, że nastąpią także zmiany w organizacji pracy w samych zakładach pogrzebowych, trochę na wzór rynków zachodnich. Myślę tu o ewolucji formuły obsługowej, tej nieco urzędniczej, w formułę doradczą, opartą na rozmowie z drugim człowiekiem. Z człowiekiem, który znalazł się w trudnym momencie swojego życia i potrzebuje wsparcia, by pokonać tę drogę. 

Rozmawiała: KATARZYNA SUPA

Marketing nie działa w branży funeralnej

Case study

Tym przewrotnym zdaniem (i niezgodnym z prawdą!) zaczynam artykuł, który jest oparty o case study i może stanowić swego rodzaju przestrozę. Bo chociaż notujemy dobrą sytuację rynkową i w niemal każdej branży żyje się dobrze, bywają sytuacje, w których przedsiębiorcy myślą: czemu wcześniej nie pomyślałem o marketingu? Jak mogłam przespać właściwy moment? Pomyślisz: na pewno w innych branżach to możliwe. A ja Ci powiem: to dotyczy właśnie Twojej branży – branży usług pogrzebowych.

Wyobraź sobie taką sytuację: prowadzisz zakład pogrzebowy. Aby wynająć i wyremontować lokal pod nową siedzibę i doposażyć firmę w dwa nowe karawany oraz wóz do przewożenia rodziny bliskich, bierzesz spory kredyt. Firma idzie dobrze. Co prawda masz na lokalnym rynku sporą konkurencję, ale dzielicie się umownie tym tortem, nikt na nikogo nie zwraca uwagi. Ty masz swoje stałe źródła pozyskiwania klientów, Twoi reprezentanci działają na dwóch cmentarzach, masz też inne metody pozyskiwania klientów z pobliskiej parafii. Działasz sprzedażowo. I nagle... koniec. Twoje kanały z dnia na dzień przestają działać i nie ma możliwości powrotu, a szpitalne prosektorium przechodzi w zarząd spółki powiązanej z Twoją konkurencją. Rozglądasz się za klientami, a oni wszyscy wybierają usługi innego zakładu pogrzebowego. Nikt nie trafia do Twojego biura. Twoje kanały sprzedaży i źródła pozyskiwania klientów wygasły. Taka sytuacja zdarzyła się naprawdę. I właśnie w tym momencie właściciel zakładu zadzwonił do nas – do agencji marketingowej.

CO MOŻEMY DLA PANA ZROBIĆ?

W pierwszym odruchu wydawało się, że sytuacja jest beznadziejna. Trzeba było działać natychmiast i z maksymalnym efektem. Jednak w tym momencie ujawnia się słaba strona branży funeralnej – efekty działań marketingowych, inaczej niż w innych branżach, najczęściej są bardzo mocno rozciągnięte w czasie. Wynika to ze specyfiki klienta zakładu pogrzebowego:

- _klient kieruje się emocjami, rzadko racjonalnie podejmuje decyzje;
- _bywa klientem zakładu pogrzebowego tylko średnio 2 razy w życiu i z jego woli nie będzie częściej ani rzadziej;
- _klient nie jest tak podatny na działania internetowe jak to jest w innych branżach (w niektórych branżach dla podniesienia sprzedaży planujemy tylko działania on-line);
- _nigdy nie wie, kiedy będzie potrzebował usługi.

Ty też nie wiesz, kiedy Twój klient będzie potrzebował Twojej usługi. I właśnie to wszystko powoduje, że komunikacja marketingowa w tej branży to wyzwanie. Wyzwanie, ale i inwestycja, która się zwraca.

**Działanie z dystansem,
w momencie,
kiedy jest na to czas,
pozwala zaoszczędzić środki,
a przede wszystkim
rozłożyć je w czasie**



**Nie rezygnujemy z działań
w Internecie. To, że klient
jest mniej podatny na tego
typu działania, nie oznacza,
że one w ogóle nie przynoszą
efektów – klient zakładów
pogrzebowych zmienia się
i w ciągu najbliższych
kilku lat możesz mocno
to odczuć**

Nie ukrywaliśmy przed klientem tego, że działania marketingowe, które możemy podjąć w tej konkretnej sytuacji, nie spowodują natychmiastowej lawiny klientów. Mówiliśmy o tym, że działania, które teraz podejmujemy, zaowocują dopiero w przyszłości.

Zaproponowaliśmy kilka działań. Na początek zmiany w ofercie. Wprowadzenie do niej usług, które wyróżniłyby zakład na tle innych, lokalnych podmiotów i dały okazję do komunikacji z rynkiem, a także z mediami.

Drugi krok stanowiły działania reklamowe, zarówno off-line, jak i w Internecie (nie rezygnujemy z tej sfery całkowicie, bo to, że klient jest mniej podatny na działania internetowe, nie oznacza, że one w ogóle nie działają – pamiętaj, że klient zakładów pogrzebowych zmienia się i w ciągu najbliższych kilku lat możesz mocno to odczuć).

Zaplanowaliśmy produkcję gadżetów i ich dystrybucję, spotkanie z nowym proboszczem i nawiązanie partnerstw

z instytucjami, które kierują swoje działania do seniorów. Byliśmy gotowi na intensywne działania.

Trzeba też zauważyć, że w takiej sytuacji (sytuacji, w której trzeba podjąć wszystkie działania naraz i intensywnie) działanie marketingowe wymaga od klienta zaangażowania od razu dużych środków finansowych. Działanie z dystansem, w momencie, kiedy jest na to czas, pozwala zaoszczędzić środki, a przede wszystkim rozłożyć je w czasie.

Niestety, do realizacji nie doszło. Klient ogłosił upadłość...

Wracając do inwestycji: **marketing to inwestycja. A na zwrot z inwestycji zazwyczaj trzeba poczekać.** Tymczasem w okresie wzrostu, powodzenia, mało który przedsiębiorca pogrzebowy myśli o tym, by zacząć inwestować w działania marketingowe. A z naszego punktu widzenia wygląda to tak: nie rozwijasz marki i nie pracujesz na jej rozpoznawalność, nie przywiązujesz potencjalnych klientów, zatem w przyszłości będziesz mógł polegać tylko na swoich sprzedażowych kanałach. A jeśli i one wygasną?

INNY SCENARIUSZ?

Właściciel zakładu pogrzebowego jest na rynku 25 lat. Przespał moment rozwoju swojej konkurencji, ale sytuacja nie jest dramatyczna. Notuje dobrą rozpoznawalność marki wśród starszej części lokalnej społeczności, posiada własną nieruchomość i wieloletnich, lojalnych pracowników. Jedyne, czego mu brakuje, to poziomu sprzedaży, który będzie satysfakcjonował. On także kontaktuje się z agencją marketingową. Dzięki jego otwartości i pomysłom planujemy mnóstwo działań, które mają spowodować powrót na rynek. Jednak swobodę działania zyskujemy dzięki odpowiedniemu momentowi, w którym przedsiębiorca podejmuje krok w stronę budowania wizerunku marki i działań komunikacyjnych.

Czy to prawdziwy scenariusz? Tak. To się dzieje właśnie teraz. Jeszcze o nim usłyszysz. 

MARTA CAŁA-STURZBECHER,

AGENCJA MARKETINGOWA MOMA, WWW.MARKETINGFUNERALNY.PL

REKLAMA

**Marketing to inwestycja.
A na zwrot z inwestycji
zazwyczaj trzeba poczekać.
Tymczasem w okresie
wzrostu, powodzenia,
mało który przedsiębiorca
pogrzebowy myśli o tym,
by zacząć inwestować
w działania marketingowe**

PAMIĘTAJ, ŻE...

Efekty działań marketingowych, inaczej niż w innych branżach, najczęściej są bardzo mocno rozciągnięte w czasie. Wynika to ze specyfiki klienta zakładu pogrzebowego:

- _ klient kieruje się emocjami, rzadko racjonalnie podejmuje decyzje;
- _ bywa klientem zakładu pogrzebowego tylko średnio 2 razy w życiu i z jego woli nie będzie częściej ani rzadziej;
- _ klient nie jest tak podatny na działania internetowe jak to jest w innych branżach (w niektórych branżach dla podniesienia sprzedaży planujemy tylko działania on-line);
- _ nigdy nie wie, kiedy będzie potrzebował usługi.

Ty też nie wiesz, kiedy Twój klient będzie potrzebował Twojej usługi. I właśnie to wszystko powoduje, że komunikacja marketingowa w tej branży to wyzwanie. Wyzwanie, ale i inwestycja, która się zwraca.



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.
664 702 724



Dobra strona internetowa, czyli jaka?

Jednym z narzędzi marketingu internetowego jest strona internetowa. Niniejszy artykuł przybliży Ci tematykę jakości strony internetowej, czyli na co zwrócić uwagę, zamawiając witrynę internetową dla swojej firmy.

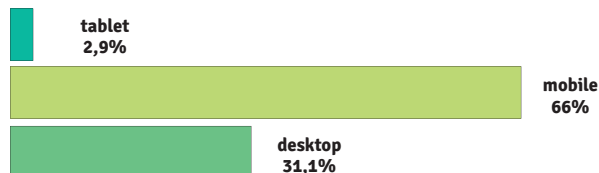
PANEL ZARZĄDZANIA

Aktualnie znakomita większość agencji interaktywnych (tak nazywamy firmy, które specjalizują się w projektowaniu stron internetowych) wykonuje strony posiadające system zarządzania treścią, tzw. CMS (ang. Content Management System). Po zalogowaniu do CMS swojej strony możliwe jest samodzielne zarządzanie treściami na stronie, czyli modyfikacja opisów, dodawanie nowych zdjęć do galerii itp. Bez panelu zarządzania wszelkie modyfikacje muszą być wykonywane w kodzie źródłowym strony, co w praktyce wymaga wiedzy programistycznej. Gdy posiada się stronę z CMS-em, edycja treści jest prosta i intuicyjna – podobnie jak edycja dokumentów, na przykład w Wordzie. Paneli zarządzania jest bardzo dużo. Są to powszechnie znane systemy, takie jak Wordpress czy Joomla oraz autorskie systemy stworzone przez agencje interaktywne. Oba rozwiązania mają swoje wady i zalety, niemniej pierwsze rozwiązanie jest bardziej uniwersalne i rozwojowe.

OBŚŁUGA NA URZĄDZENIACH MOBILNYCH

Czy wiesz, że 73 proc. osób odwiedzi Twoją stronę, korzystając z telefonu komórkowego lub tabletu? A trend jest taki, że w kolejnych latach odsetek ten będzie jeszcze większy. Warto o tym wiedzieć i przewidzieć, jak strona internetowa będzie wyglądać na małym ekranie smartfona. Aktualna technologia pozwala na tworzenie stron responsywnych, tzw. RWD (ang. Responsive Web Design), czyli takich, które automatycznie dostosują się do wielkości ekranu, na jakim zostaną wyświetlone. Jeśli nasza strona nie jest responsywna, to jest wysoce prawdopodobne, że na telefonie uruchomi się prawidłowo, ale obsługa będzie tak utrudniona (małe czcionki, nieczytelne menu itp.), że użytkownik po prostu wycofa się i wybierze inną firmę z listy. Dodatkowo strona, która prawidłowo działa na urządzeniach mobilnych, zyskuje dodatkowe „punkty rankingowe” w Google. Należy przy temacie RWD pamiętać o tym, że obsługa telefonu w większości odbywa się prawą ręką. Jest to o tyle ważne, że panel nawigacji (menu, przycisk do telefonu, przycisk do powrotu

na górę strony) powinien być po prawej stronie. Dobrą praktyką jest pozostawienie najważniejszych danych – jak całonocowy numer telefonu – zawsze widocznymi, niezależnie od miejsca, w jakim znajdziemy się na stronie. Użytkownik może przecież na różnych etapach przeglądania zdecydować o podjęciu kontaktu. Nie utrudniamy mu zatem możliwości skontaktowania się z nami!



Przegląd urządzeń używanych do przeglądania stron internetowych – dane na podstawie 3 miesięcy portalu pogrzebowego funer.com.pl

SZYBKOŚĆ

Chyba nikogo nie musimy przekonywać, że żyjemy w czasach, gdy wszyscy się spieszą, chcą szybkiej informacji, szybkich rozwiązań. Według statystyk, jakie podaje Google, stracimy prawie ¼ ruchu na naszej stronie, jeśli będzie się ona ładowała 3 sekundy (w porównaniu do strony, która ładuje się w 1 sekundę). Jeśli strona będzie jeszcze wolniejsza (5 sekund), stracimy 35 proc. potencjalnych klientów. Szybkość strony zależy od trzech czynników:

- _ wydajności serwera,
- _ odległości od serwera (węzły sieciowe powodują opóźnienia w transmisji),
- _ optymalizacji strony (tzw. web performance).

Biznes funeralny to głównie rynek lokalny, więc wybierając dostawcę usług hostingowych, warto zwrócić uwagę na to, czy serwer znajduje się w Polsce, choć zagraniczne serwerownie będą nieco tańsze w utrzymaniu. Jeśli jednak Twoja firma zajmuje się międzynarodowym transportem zmarłych lub jesteś producentem trumien na eksport, to należy rozważyć serwer rozproszony, tzw. CDN (ang. Content Delivery Network), dzięki któremu Twoja witryna otwierana przez klienta z Australii otworzy się równie szybko jak dla klienta z Polski.



CERTYFIKAT SSL

Rozwiązanie, które jeszcze kilka lat temu było rzadkością, aktualnie staje się standardem i absolutnym „must have” każdej dobrej strony internetowej. Certyfikat potwierdza wiarygodność strony internetowej i/lub jej właściciela (zależnie od typu certyfikatu). Certyfikat SSL podnosi bezpieczeństwo użytkowników znajdujących się na Twojej stronie internetowej, poprzez zapewnienie szyfrowania danych pomiędzy przeglądarką internetową a serwerem. Pamiętajmy, że coraz więcej osób zwraca uwagę, czy są na stronie z zamkniętą kłódką czy nie, więc podnosi to poziom zaufania do marki. Same przeglądarki internetowe (Chrome, Firefox, Edge itp.) coraz silniej akcentują to, że znajdujesz się na stronie, która nie korzysta z SSL.

Strona z prawidłowym certyfikatem SSL:



Strona bez certyfikatu SSL:



UŻYTECZNOŚĆ

Użyteczność (tzw. web usability) to zespół cech odnoszących się do funkcjonalności, przejrzystości i ergonomii strony internetowej. Temat użyteczności witryny jest niezwykle ważny. Może on ostatecznie zdecydować o tym, czy wszystkie wysiłki zaproszenia potencjalnego klienta na naszą witrynę (kampanie Google Ads, pozycjonowanie, szybki serwer, kampanie wizerunkowe itp.) nie pójdą na marne. Wielka to szkoda stracić klienta poprzez nieużyteczną stronę! Pamiętajmy, że przycisk „wstecz” można kliknąć w każdej chwili i wybrać inną firmę z wyników Google.

ZAPAMIĘTAJ!

Praktyczne przykłady zastosowania użyteczności na stronach firm z branży pogrzebowej:

- _ Jasno określone nagłówki menu, w tym obowiązkowe, jak „Kontakt”;
- _ Odpowiednia wielkość czcionki i kontrast, niezależnie od wielkości ekranu, na jakim strona jest przeglądana;
- _ Możliwość dotarcia do każdej podstrony w maksymalnie 3 kliknięciach;
- _ Możliwość wybrania numeru telefonu poprzez jego kliknięcie;
- _ Dobra widoczność kluczowych danych (telefon 24 h, adres);
- _ Możliwość powrotu na stronę główną z każdej podstrony;
- _ Dobrze widoczne linki wewnętrzne w tekstach;
- _ Unikanie wyskakujących okienek (pop-up), a jeśli już się na nie decydujemy – to z możliwością łatwego zlokalizowania przycisku do zamknięcia;
- _ Możliwość przeglądania galerii klawiszami na klawiaturze;
- _ Brak błędów;
- _ Brak stosowania przestarzałych technologii, np. Flash.

TREŚĆ

Nie ma dobrej strony internetowej bez treści. Dobrych treści, które nigdy wcześniej nie pojawiły się w Internecie. Niestety, duplikowanie treści (plagiat) ma nie tylko wymiar etyczny. W Internecie DC (ang. Duplicate Content) jest niedopuszczalne dla stron z dobrą renomą i dbającą o wysokie pozycje w wynikach wyszukiwania. Roboty wyszukiwarek, na przykład Google, mają bardzo dobrze dopracowane mechanizmy wyłapywania skopiowanych treści. Skopiowana treść z innej strony spowoduje, że nasza strona (lub jej fragment) nie będzie widoczny w wynikach wyszukiwania. Zatem treść powinna być unikalna, wolna od błędów ortograficznych i interpunkcyjnych. Powinniśmy unikać też kolokwialnych sformułowań i zwracać się do czytelnika w spójny sposób. Zarówno forma Pan/Pani/Państwo jak i „na Ty” jest dopuszczalna.

ZDJĘCIA

Dobrej jakości grafiki i zdjęcia są bardzo ważnym elementem na każdej stronie internetowej. Profesjonalne zdjęcia można kupić na tzw. Stockach (bankach zdjęć, gdzie można wykupić prawo do używania zdjęcia), niemniej zalecamy zainwestować w zdjęcia własne, dobrej jakości materiały. Mimo doskonałych aparatów w smartfonach, nie zastąpi zdjęć z sesji profesjonalnym aparatem, wykonanych przez fotografa potrafiącego uchwycić kadr.

ASPEKTY PRAWNE

Należy pamiętać, że strona wykorzystująca ciasteczka (ang. Cookies, czyli dane informatyczne przechowywane na komputerze użytkownika) powinna o tym poinformować w dobrze widocznym miejscu (ustawa Prawo Telekomunikacyjne oraz dyrektywa UE o łączności). W praktyce ciężko jest, aby nowoczesna strona internetowa nie korzystała z cookies, gdyż nawet podłączenie statystyk pod stronę powoduje, że nasza strona będzie używać ciasteczek. Z uwagi na to, że deklaracja użytkownika jest jednorazowa, stosuje się powszechnie ukrywanie informacji o wykorzystywaniu cookies po ich akceptacji (nie zasłaniaamy znacznej części ekranu). Jeśli przetwarzamy na stronie dane osobowe, powinniśmy zaopatrzyć ją w osobny dokument w formie podstrony lub

pliku do pobrania „Polityka Prywatności”, która, zgodnie z RODO, powinna określić m.in.

- _ w jaki sposób zbierane są dane,
- _ kto jest administratorem danych,
- _ w jaki sposób są przetwarzane,
- _ informacja o możliwości usunięcia lub zmiany danych użytkownika,
- _ w jaki sposób są zabezpieczane dane.

Ta strona korzysta z ciasteczek (cookies) w celu świadczenia usług na najwyższym poziomie. Dalsze korzystanie ze strony oznacza, że zgadzasz się na ich użycie.

Akceptuję

Komunikat o wykorzystaniu ciasteczek powinien być wyświetlany w dobrze widocznym miejscu. Najczęściej jest to dół strony internetowej

CZY TO WSZYSTKO?

Mamy nadzieję, że niniejszy artykuł zwrócił Twoją uwagę na jakość strony, którą zamawiasz w agencji interaktywnej. Warto dokładnie sprawdzić poszczególne jej elementy czy też pokazać stronę znajomym, aby sprawdzili jej funkcjonowanie na swoich komputerach czy smartfonach. Pamiętaj, że większość elementów na stronie można poprawić i usprawnić w późniejszym czasie, niemniej najlepiej zadbać o to już na samym początku i nie decydować się na półśrodki. Dobra agencja sama powinna zaproponować rozwiązania, które sprawią, że Twoja strona będzie najlepszą wizytówką Twojej firmy. Strona internetowa dobrej jakości to opłacalna inwestycja: posłuży nam wiele lat i przyniesie wielu klientów. 

WOJCIECH KUDELA I BARTOSZ WOJTKOWIAK Z FIRMY **BRAINBOX**,
PROWADZĄCY PORTALE **FUNER.COM.PL**
ORAZ **USLUGIPOGRZEBOWE.COM.PL**

REKLAMA

MARKETING DLA BRANŻY FUNERALNEJ

- 🔥 PREZENTACJE W PORTALACH:
 - FUNER.COM.PL
 - USLUGIPOGRZEBOWE.COM.PL
 - ZAKLADYPOGRZEBOWE.COM
- 🔥 OPISY I STRATEGIE REKLAMOWE
- 🔥 PROJEKTOWANIE STRON WWW
- 🔥 POZYCJONOWANIE W GOOGLE
- 🔥 KAMPANIE GOOGLE ADS
- 🔥 OPIEKA TECHNICZNA
- 🔥 CERTYFIKATY SSL 



+48 501 759 267


FUNER
WWW.FUNER.COM.PL

USLUGI
POGRZEBOWE
.COM.PL

3 inspirujące przykłady stron internetowych

Jak bardzo jest dla Ciebie ważny design Twojej strony internetowej? Niektórzy przedsiębiorcy zdają się traktować go po macoszemu, uważając, że skoro chodzi tylko o wygląd, to nie warto zaprzętać sobie nim głowy. Tymczasem w designie chodzi nie tyle o kolory i kształty, co o użyteczność, czyli łatwą dostępność do potrzebnych informacji.

GREENWOOD FUNERAL HOMES

Przyciąga pięknym obrazem i czytelnym układem treści.

Co może zainspirować?

- Duże, jasne, dobrze oświetlone zdjęcie na stronie głównej przyciąga uwagę w ciągu kilku sekund.
- Bez konieczności klikania lub przewijania wiadomo, czym zajmuje się firma.
- Czytelna misja: „Witaj w miejscu godnym zaufania, by uczcić życie i uhonorować każde wspomnienie”.
- Budowanie zaufania poprzez zamieszczenie społecznego dowodu słuszności: „9 na 10 osób twierdzi, że planowanie z nami było najlepszą decyzją, jaką mogli podjąć”.
- Podkreślanie emocjonalnych korzyści.



FOTO: WWW.GREENWOODFUNERALHOMES.COM

HAISLEY FUNERAL HOME

Eksponuje doskonałą obsługę klienta.

Co może zainspirować?

- Koncentracja na trosce o jakość obsługi klienta.
- Filmowe upamiętnienia umieszczane na stronie z internetowym nekrologiem danej osoby. Można również zamieszczać wiadomości i zamawiać wysyłkę żywych kwiatów.
- Okazywanie prawdziwego wsparcia i zaangażowania poprzez aktywną komunikację z rodziną i przyjaciółmi na stronach z internetowymi nekrologami. Przekłada się to na doskonałą interakcję z lokalną społecznością.



FOTO: WWW.HAISLEYFUNERALHOME.COM

PRAY FUNERAL HOME

Angażuje, stawiając pytanie: „A Ty jak chciałbyś być zapamiętany?”.

Co może zainspirować?

- Wykorzystanie dużej ilości zdjęć i filmów, które poprzez opowiadanie historii konkretnych osób dostarczają inspiracji, jak można celebrować życie, korzystając z usług tego domu pogrzebowego.
- Sprawne korzystanie z social mediów: Facebook, Twitter, YouTube, Instagram oraz prowadzenie własnego bloga. Dzięki nim firma pozostaje w kontakcie ze społecznością i buduje zaufanie. Piszą o sobie i organizowanych ceremoniach, ale przede wszystkim odpowiadają na pytania najczęściej zadawane przez klientów, dostarczając im wiedzy, której naprawdę poszukują.



FOTO: WWW.PRAYFUNERAL.COM



FOTO: SERVIS PRASOWY TARGÓW MEMENTO POZNAŃ

MEMENTO Poznań 2020 zaprasza w czerwcu

Największa w Polsce impreza branży funeralnej

Grupa MTP oraz Polskie Stowarzyszenie Pogrzebowe jako organizatorzy zapraszają wszystkich przedstawicieli branży funeralnej do udziału w targach MEMENTO Poznań. Odbędą się one na Międzynarodowych Targach Poznańskich w dniach 19-21 czerwca 2020 r. Dlaczego warto tam być?



W pierwszej kolejności należy podkreślić międzynarodowy charakter targów MEMENTO Poznań. Impreza, organizowana w cyklu dwuletnim, skupia około 70 wystawców oraz przyciąga ponad 1500 profesjonalnych zwiedzających.

To, co ważne i warto podkreślić, w nadchodzącej edycji zmienia się data wydarzenia. Impreza zaplanowana została w czerwcu (w dniach 19-21 czerwca). Zmiana terminu z jesienno na letni pozwala przede wszystkim wyjść naprzeciw oczekiwaniom branży, uregulować cykl wystawienniczy. Czerwiec ponadto to dość spokojny czas w branży pogrzebowej, który pozwala na niespieszne zapoznanie się z ofertą wystawców czy złożenie zamówienia w oparciu o rzetelną analizę.

Wydarzenie odbywa się na Międzynarodowych Targach Poznańskich, a co za tym idzie – branżyści mają okazję spotkać się w miejscu, które uznawane jest za biznesowy ośrodek Polski. Można zatem mieć pewność, że spotkanie sprzyjać będzie kontraktacjom i budowaniu nowych relacji zawodowych czy networkingowi. Wysoki poziom merytoryki, doświadczenie organizatora, który rocznie organizuje ponad 100 imprez targowych, pozwala upewnić się w przekonaniu, że MEMENTO to wydarzenie, w którym warto wziąć udział.

Zdanie to podziela także Międzynarodowa Federacja Organizacji i Firm Pogrzebowych FIAT-IFTA, której jednym ze statutowych celów jest dbanie o wysoki poziom usług świadczonych przez praktyków branży funeralnej i tanatologów. Targi MEMENTO są bowiem jedynymi targami w Polsce, które otrzymały rekomendację tej instytucji.

Warto już teraz zaplanować udział w targach MEMENTO Poznań 2020 i dołączyć do grona wystawców.

Na zgłoszenia organizatorzy czekają do 31 marca 2020 r. Wszelkie szczegółowe informacje o targach dostępne są na www.mementopoznan.pl



Najważniejsza jest rozmowa

Claire i David Barringtonowie prowadzą zakład pogrzebowy w Liverpoolu i twierdzą, że najważniejsza ich cecha to umiejętność słuchania. Wykonują swój zawód z miłością, wysoko cenią godność i potrzeby innej osoby. Sposób, w który pracują, jest wyrazem prawdziwej służby dla innego człowieka. Anja Franczak, prowadząca blog SprawyOstateczne.pl, rozmawia z nimi o zmianach kultury pogrzebowej w Anglii, o kolorowych trumnach i o znaczeniu wolnego wyboru.

W liverpoolskiej dzielnicy Waterloo błękitny budynek – siedziba zakładu pogrzebowego Barringtons Funerals wyróżnia się na tle okolicznych kamienic zbudowanych z czerwonej cegły. Claire Barrington wita się ze mną sympatycznym uśmiechem i zaprasza do swojego biura. Po chwili dołączy do nas jej mąż David, pełniący także funkcję prezydenta National Association of Funeral Directors, oraz ich wesoły czarny piesek.

David przejął firmę 25 lat temu od ojca, który wtedy był „carriage masterem”, co znaczy, że udostępniał powozy i pracowników dla zakładów pogrzebowych. David doskonale znał więc styl pracy tych zakładów i poczuł pewien dyskomfort: „Miałem wrażenie, że byli zbyt restrykcyjni. Zapewniali pogrzeby z podstawowymi rzeczami, ale gdy rodzina chciała coś innego, to odmawiali. Czułem, że nie tak powinno się to robić. Widziałem możliwość zrobienia czegoś więcej”.

W latach 90. pojawiły się w Anglii na rynku pierwsze trumny kolorowe lub z nietypowych materiałów, na przykład wiklinowe. David opowiedział mi, jak większość zakładów pogrzebowych je odrzuciła. Powiedzieli klientom, że nie mogą ich polecać, bo nie są zgodne z tradycją. Wtedy ludzie zwrócili się do Davida: „Ludzie dzwonili i pytali: Chcielibyśmy wiklinową trumnę, czy mógłbyś nam taką sprzedać? Mówiłem: Tak, oczywiście. I pytałem: Dlaczego jesteście

zdziwieni? Usłyszałem: Jesteś czwartą osobą, z którą rozmawiamy. Pozostali odmówili. Spytałem: Z jakiego powodu? Och, odpowiedzieli, że skrzypią, wydają odgłosy i się wyginają. Odpowiedziałem: Rzeczywiście tak robią. Ale jeśli chcecie, to możecie taką mieć. To wasz wybór”.

Czasami zdarza się, że ktoś przed śmiercią powie swojej rodzinie żartem, żeby go po prostu wsadzili do jakiegoś kartonu zamiast do trumny. Kiedy David słyszy o takich komentarzach, tłumaczy ludziom całkiem poważnie, że tak, jest to możliwe. Jeżeli rodzina sobie tego naprawdę życzy, można tak zrobić. Pokazuje mi trumny kartonowe w katalogu. Dziwi mnie, że są mniej więcej w tej samej cenie jak zwykłe trumny. „Muszą być wytrzymałe” – tłumaczy mi David. „Jest to struktura bardzo mocna, z grubego kartonu. Ale mimo wszystko, ludzie zwykle są zaskoczeni, że w ogóle istnieje taka opcja”.

Według Davida Barringtona kluczowe jest to, żeby ludzie mieli wybór i mogli zdecydować sami. Jeżeli rodzina czegoś chce, a jest to do zrealizowania, wtedy Claire i David to po prostu robią. Podstawą ich pracy jest respekt dla potrzeb i życzeń bliskich osoby zmarłej. Dlatego poświęcają dużo czasu na rozmowy, w których dowiadują się o osobowości osoby zmarłej i o jej relacjach z bliskimi



Państwo Claire i David Barringtonowie, właściciele domu pogrzebowego Barringtons Funerals

Zdaniem Barringtonów należy bardzo szybko zbudować relację z rodziną. Nie zaczynać od wypełniania formularza, lecz rozmowy o zmarłej osobie, zadania pytań o to, jak się poznaliście? Gdzie pracowała? Co robiliście razem? Czasem ludzie nie chcą się dzielić takimi informacjami. Ale czasem otwierają się i zaczynają opowiadać historie ze swojego życia. Kiedy Claire zadaje te pytania swoim ciepłym, spokojnym głosem, mogą sobie wyobrazić komfort, który jest w stanie zapewnić ludziom w tak trudnej sytuacji. Kiedy rozmawiają o tym, czy osoba zmarła na przykład była dobrym kucharzem, jak dbała o swoją rodzinę, jakie miała hobby i czy lubiła zwierzęta, wtedy między słowami powoli odsłania się jej osobowość. A wielka sztuka Barringtonów polega na tym, aby z rozmowy wyciągnąć te informacje, które mogą być pomocne w planowaniu pogrzebu. Jeżeli dowiadują się, że zmarły był żeglarzem, zaoferują, aby na trumnę położyć flagę jego statku. Zapytają, jak się nazywał statek. Zaproponują, żeby wydrukować zdjęcie statku na tak zwanym „service sheet”, czyli pamiątkowej broszurze, którą ludzie otrzymują na pogrzebie. Claire i David nie czekają, aż ludzie sami wpadną na jakieś kreatywne pomysły, ponieważ ludzie w sytuacji straty nie są w stanie myśleć klarownie. Często są w szoku. I bardzo często mają niskie oczekiwania. Nie zdają sobie sprawy z tego, że pogrzeb może być wydarzeniem osobistym, w którym doceniona zostaje indywidualność osoby zmarłej. Do tego jest mało czasu. W przeciwieństwie do chrztu, ślubu lub innych wielkich rytuałów przejścia, na przygotowanie pogrzebu zwykle mamy tylko kilka dni.

Barringtonowie opowiadają mi o pogrzebie, który zorganizowali kilka dni temu. Zmarła starsza pani. Na rozmowę

przyszli mąż i czterej synowie. Rozmawiali około dwóch godzin. Rodzina wyraziła swoje pozytywne zaskoczenie. Nie wiedzieli, że będą mieli tyle wpływu na to, jak ma wyglądać pogrzeb ich matki i żony. Każdy z nich miał różne potrzeby. Jeden chciał zobaczyć mamę jeszcze kilka razy. Drugi bardzo chciał mieć jakieś zadanie i aktywnie pomóc przy organizacji pogrzebu. Claire pomagała każdemu znaleźć swoją rolę. W trakcie rozmowy dowiedziała się również o tym, że siostra zmarłej mieszka w Australii i nie ma możliwości podróżowania. Więc zaproponowała, aby ciocia mogła uczestniczyć w inny sposób. Ceremonia nie odbywała się zatem w kaplicy lokalnego krematorium, tylko w krematorium 20 km dalej – ponieważ mieli tam sprzęt do webcastingu!

Transmisja na żywo to dobry sposób, żeby włączyć ludzi do udziału w ceremonii. Nie zastąpi to rzeczywistej obecności na pogrzebie. Jest to jednak miłe dla ludzi, którzy z jakiegoś powodu nie mogą wziąć w nim udziału



FOTO: ANIA FRĄCZAK, WWW.SPRAWOSTATECZNE.PL

W liverpoolskiej dzielnicy Waterloo błękitny budynek – siedziba zakładu pogrzebowego Barringtons Funerals wyróżnia się na tle okolicznych kamienic zbudowanych z czerwonej cegły



FOTO: ANJA FRANCAK, WWW.SPRAWYOSTATECZNE.PL

W ofercie Barringtonów znajdują się różnorodne urny – wiele z nich jest z materiałów ekologicznych

Pytam o zmiany, które zauważyli w ciągu 25 lat swojej pracy. David podkreśla, że najwięcej zmieniło się w ceremoniach pogrzebowych. Jeszcze w latach 90., prawie wszystkie ceremonie były religijne – msza prowadzona albo przez pastora z Church of England, albo przez księdza katolickiego. Dzisiaj 60 proc. rodzin decyduje się na ceremonię świecką lub semireligijną, tłumaczy mi Claire: „To nie znaczy, że ludzie mają pogrzeby bez religii. Nadal istnieje duchowy wymiar i wielu mistrzów ceremonii odmawia modlitwy. To, co się wydarzyło, to oddalenie się ludzi od Kościołów, ponieważ nie były elastyczne. Jeśli Kościół nie chce dopasować się do ludzi potrzebujących osobistej muzyki, przemówień i mających możliwość wniesienia swojego wkładu, spersonalizowania i zindywidualizowania pogrzebu, to tak może się to skończyć”. David dodaje, że są też wyjątki – istnieją duchowni, którzy pozwalają ludziom na przykład grać na pogrzebie ulubioną muzykę zmarłego. Ale ogólnie w mszach tradycyjnych chodzi o coś innego: „Chodzi o rytuał, a nie o osobę. Przekazują tę osobę Bogu. Nie są zainteresowani jej historią. Jednak większość ludzi chce obecnie, żeby pogrzeb odzwierciedlał osobowość ich ukochanych. Nie musi kosztować dużo pieniędzy, co również jest ważne, ponieważ nie chcemy, żeby ludzie poczuli się wyzyskiwani”.

Kiedy pytam, jak mogą sobie wyobrazić świecki lub „semi-religijny” pogrzeb w Anglii, David wyjaśnia, że takie ceremonie najczęściej są prowadzone według pewnego wzoru, podobnie jak msza. Zazwyczaj pojawiają się te same podstawowe elementy, jak na przykład czytanie – z Biblii lub innego tekstu religijnego, albo poezji lub innej formy literatury. Oddawany jest hołd osobie zmarłej, często pojawiają się przemowy członków rodziny lub przyjaciół.

Niezbędnym elementem pogrzebu jest muzyka – i tu już zależy od osoby, czy będzie to klasyczna kompozycja grana na skrzypcach, czy ulubiona piosenka popowa, rockowa, punkowa osoby zmarłej. Wśród najbardziej popularnych piosenek na pogrzebach w Anglii w 2018 r. znajdują się m.in. utwór „Supermarket Flowers” Eda Sheerana oraz „Always Look on the Bright Side of Life” Monty Pythona.

Pogrzeb w swojej najprostszej formie to zebranie się ludzi, aby pożegnać się z kimś, kogo kochają. Aby wesprzeć pozostawioną rodzinę. Jeść i pić razem, łączyć się chlebem. To jest tego rdzeń

Claire podkreśla, jak ważny jest pogrzeb dla rodziny osoby zmarłej. Przychodzą inni i pokazują im swoją miłość, swoją tęsknotę i żalobę. Jest to głęboko wspierające. David przyznaje, że w opozycji istnieje w Anglii jeszcze inne zjawisko, które go martwi. Jest coraz więcej tak zwanych „bezpośrednich kremacji”, co oznacza, że ciało trafia do krematorium bez żadnej ceremonii, bez żadnej formy pożegnania. „Generalnie jest to procedura zgodna z wolą zmarłego. To nie rodzina tego chce. Osoba, która zmarła, miała taką wolę, może dlatego, że nie widziała wartości w pogrzebie. Czasem chodzi o koszty, ale w wielu przypadkach nie. To wybór. Może wydaje im się, że będzie to łatwiejsze dla osób, które pozostawiają. Niekoniecznie się z tym zgadzam, ponieważ jest to puste. Jeśli ktoś umiera i – mówiąc najprościej – pozbywamy się go, a następnego dnia wracamy do pracy, to uważam, że jest to niepokojąca sytuacja”. Claire potakuje, ale dodaje jeszcze, że to też jest wolny wybór. Jeżeli ludzie sami mogą zdecydować, w jakiej formie chcą pożegnać swoich zmarłych, to mogą też wybrać opcję, żeby nie żegnać się w ogóle. ☹

Czytaj więcej na www.sprawystateczne.pl

AUTORKA ANJA FRANCAK PROWADZI „BLOG NA ŚMIERĆ I ŻYCIE”, NA KTÓRYM PISZE O TEMATACH ZWIĄZANYCH Z UMIERANIEM, KULTURĄ POGRZEBOWĄ I ŻAŁOBĄ



ZNICZ PAMIĘCI

NOWOCZESNE AKCESORIA FUNERALNE W JEDNYM MIEJSCU



Unikatowa biżuteria
Jewel Concept ozdobiona
liniami papilarnymi – wyjątkowy
i nieprzemijalny ślad po bliskich



Korona żałobna złożona z 16 doniczek
z żywymi kwiatami zabieranymi
przez rodzinę i przyjaciół aby pielęgnować je i pamięć po zmarłym



Karteczki Shared Moments
zastępują tradycyjne
księgi kondolencyjne



Kryształy pamięci są unikatowym,
eleganckim relikwiarzem z zatopioną
niewielką ilością prochów



Przystępne cenowo relikwiarze
dla bliskich, wykonane ze srebra
bądź złota, gdzie prochy utrwalone
są w żywicy



Kolumn urns to nowy elegancki
i ekonomiczny format
przechowywania prochów zmarłego

Jesteś zainteresowany dystrybucją?

Zadzwoń +48 606 132 555 lub wyślij wiadomość na daliborn.eu@gmail.com

Odwiedź nasz sklep internetowy www.zpamieci.pl

Halo?

Pogotowie Pogrzebowe, w czym mogę pomóc?

W październiku wystartowała pierwsza, i jak dotąd jedyna, ogólnopolska telefoniczna infolinia umożliwiająca zlecenie usługi pogrzebu. Projekt rozwija się dynamicznie, zyskując pierwszych zwolenników – dla klientów oznacza wygodę, dla przedsiębiorców zdystansowanie konkurencji.

O programie Pogotowie Pogrzebowe, jego atutach dla klientów i zakładów pogrzebowych rozmawiamy z BEATĄ WINSZE, prezes zarządu AMNO – GRUPA POGOTOWIE POGRZEBOWE



FOTO: SERWIS PRASOWY FIRMY AMNO – GRUPA POGOTOWIE POGRZEBOWE

Czym jest Pogotowie Pogrzebowe?

Marką skupiającą zakłady pogrzebowe z całej Polski pod jednym numerem infolinii 801 12 12 12. Obecnie działamy na terenie Polski, ale nie wykluczamy rozszerzenia naszej działalności również poza granicami naszego kraju.

To interesujący pomysł. Dlaczego powstało Pogotowie Pogrzebowe?

Jakiś czas temu zauważyłam, że dynamika naszego codziennego życia znacznie się zmienia. Oczekiwania społeczeństwa są dziś zupełnie inne niż jeszcze kilka lat temu. Jako Pogotowie Pogrzebowe wychodzimy im naprzeciw. Dzisiaj lubimy działać w sieci, lubimy kupować przez Internet, zamawiamy taksówki poprzez aplikacje. Idąc tym tropem, narodził się pomysł stworzenia numeru infolinii umożliwiającej zlecenie usługi pogrzebu bez wychodzenia z domu.

A dlaczego ta branża? Hmm... Jest to związane na pewno z moją wielką empatią wobec ludzi. Wydaje mi się, że temat śmierci jest bliski każdemu z nas, a jednak daleki. Trochę go unikamy. Chcę choć odrobinę zmienić branżę funeralną poprzez ułatwienie organizacji tak trudnego emocjonalnie wydarzenia, jak pogrzeb. Chcę, żeby wszystkim nam po prostu żyło się lepiej.

Dzisiaj lubimy działać w sieci, lubimy kupować przez Internet, zamawiamy taksówki poprzez aplikacje. Idąc tym tropem, narodził się pomysł stworzenia numeru infolinii umożliwiającej zlecenie usługi pogrzebu bez wychodzenia z domu

Korzyści dla klienta końcowego, który szuka wykonawcy usług pogrzebowych, są w pełni klarowne. Nie musi on zaprzętać sobie głowy szukaniem zakładu pogrzebowego w okolicy, wystarczy, że pamięta jeden numer infolinii Pogotowia Pogrzebowego, gdzie zleca się wykonanie usługi pogrzebu. A jakie są profity w przypadku firm działających w branży pogrzebowej?

Numer naszej infolinii 801 12 12 12 działa w ten sam sposób i na tych samych zasadach co numer 112.

Tyle tylko, że w innym obszarze – umożliwia zgłoszenie usługi pogrzebu z każdego miejsca w Polsce. To ogromne ułatwienie dla każdego, kto musi zmierzyć się z tą niełatwą sytuacją.

Z tej zalety, jaką jest rozpoznawalność naszej infolinii, mogą czerpać korzyści zakłady pogrzebowe. Nasza współpraca z firmami z branży funeralnej polega przede wszystkim na zapewnieniu wyłączności na realizację usług pogrzebowych na konkretnym obszarze przez najbliższy rok. Może być to zarówno województwo, gmina, miasto czy dzielnica, w zależności od preferencji zakładu pogrzebowego. Na danym terenie wyłączność może kupić tylko jeden przedsiębiorca, dajemy na to gwarancję. Tym samym zakłady pogrzebowe, w ramach programu Pogotowie Pogrzebowe, nie mają w danym regionie konkurencji, co w efekcie daje im większą ilość klientów. W momencie kiedy na naszą infolinię wpływa zapytanie o realizację ceremonii, klient jest kierowany do naszego partnera z danego obszaru, który realizuje pogrzeb zgodnie z ustaleniami, które poczyni bezpośrednio z klientem. Dbamy o to, by w gronie naszych partnerów znalazły się zakłady pogrzebowe godne zaufania, świadczące usługi wysokiej jakości.

Czy przystąpienie do programu wiąże się z kosztami dla przedsiębiorców?

Tak, wykupienie wyłączności obsługi na danym terenie wiąże się z niewielkimi kosztami. Jednak w odniesieniu do tego, ile dajemy od siebie i ile przedsiębiorcy mogą na tym partnerstwie zyskać, są to naprawdę nieduże nakłady finansowe.

Czy Waszym zdaniem taka wyłączność jest dobra dla branży? Dla klienta? Dlaczego?

Oczywiście, że tak. Zaczniemy od klienta. Osoba fizyczna zgłasza usługę pogrzebu poprzez infolinię bez wychodzenia z domu, bez zbędnego szukania najbliższego zakładu. Przedsiębiorca poprzez wykupienie wyłączności wie, że ta usługa trafi do niego, nie musi martwić się o klientów. A dla branży? Oczywiście, że to świetne rozwiązanie.

Chyba nikt nie lubi, kiedy ktoś wchodzi nam w drogę. Każdy będzie miał swój obszar i na nim się skupi. Naszym zdaniem buduje to jedność wśród zakładów pogrzebowych i niweluje konkurencję.

W jaki sposób planujecie budować rozpoznawalność infolinii wśród klientów zakładów pogrzebowych, by numer stał się numerem pierwszego wyboru?

Jesteśmy w Internecie, niebawem będziemy na ulicznych billboardach w wielu miastach w całej Polsce. Można nas spotkać zarówno na wydarzeniach branżowych, jak i skierowanych do szerokiego grona odbiorców. Jesteśmy w trakcie nawiązywania współpracy z zakładami pogrzebowymi. Jestem przekonana, że zmienimy branżę funeralną na lepsze.

Jaka będzie, Waszym zdaniem, branża funeralna w Polsce za 5, 10, 15 lat?

Za 15 lat wszystko będzie wyglądało inaczej, bardziej mobilnie. Nasza branża dynamicznie się rozwija, ludzie też się zmieniają, mają inne oczekiwania, którym próbujemy sprostać na co dzień. Ale... jak mawiał duński fizyk Niels Bohr: „Przewidywanie jest bardzo trudne, szczególnie jeśli idzie o przyszłość”. 

Rozmawiała: KATARZYNA SUPA

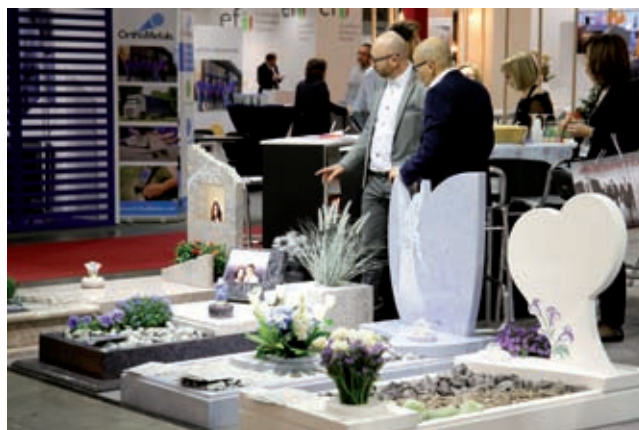
Numer naszej infolinii 801 12 12 12 działa w ten sam sposób i na tych samych zasadach co numer 112. Tyle tylko, że w innym obszarze – umożliwia zgłoszenie usługi pogrzebu z każdego miejsca w Polsce. To ogromne ułatwienie dla każdego, kto musi zmierzyć się z tą niełatwą sytuacją

Zaplanuj wizytę na targach TANEXPO

Organizatorzy targów TANEXPO, które odbędą się w Bolonii od 26 do 28 marca 2020 roku, przedstawiają pierwszych bohaterów tego międzynarodowego wydarzenia dla profesjonalistów branży pogrzebowej i cmentarnej.



FOTO: SERWIS PRASOWY TARGÓW TANEXPO



PRZEJRZYJ KATALOG

Na pół roku przed targami swój udział w targach TANEXPO 2020 potwierdziło już blisko 150 wystawców z 17 krajów. Poprzednia edycja tego wiodącego wydarzenia branżowego w Europie zgromadziła 18 000 profesjonalistów, którzy mogli zapoznać się z ofertą produktów i usług prezentowaną przez 250 wystawców. Organizatorzy szacują, że przyszłoroczne targi będą równie liczne.

Przedpremierowy katalog wystawców targów TANEXPO 2020 jest już dostępny on-line na stronie internetowej www.tanexpo.com. Można go swobodnie przeglądać w poszukiwaniu firm oferujących produkty i usługi na miarę potrzeb współczesnych zakładów pogrzebowych. Z pewnością pomoże to lepiej przygotować się do wizyty na targach, zaplanować spotkania, zorientować w ofercie prezentowanych nowości. W katalogu każda firma posiada swój własny profil z opisem oferty, zdjęciami produktów oraz pełnymi danymi kontaktowymi.

POZNAJ OFERTĘ WYSTAWCÓW

Wśród gamy produktów i usług dla branży funeralnej i cmentarnej znajdują się liczne innowacje z takich obszarów, jak karawany, trumny i urny dostępne w najróżniejszych kształtach, wykonane z interesujących materiałów, wybicia do trumien, produkty do balsamowania i tanatokosmetyki, a także nagrobki czy sprzęt cmentarny. Z pewnością nie zabraknie nowoczesnego oprogramowania wspomagającego zarządzanie biznesem pogrzebowym i cmentarnym.

SIĘGNIJ PO KNOW-HOW

Ci, którzy wiedzą wcześniej o zmianach rynkowych i nie boją się ich wdrażać, często wygrywają wyścig z konkurencją. Również podczas najbliższej edycji targów profesjonalści będą mogli skorzystać z okazji do poszerzenia swojej wiedzy dzięki cyklowi wykładów w ramach TANEXPO Education 2020. Tematy poruszane przez ekspertów będą dotyczyć ceremonii

pogrzebowych organizowanych według różnych obrzędów religijnych lub niereligijnych, tanatokosmetyki, digital marketingu w branży pogrzebowej oraz organizacji ceremonii pożegnania dla pupili, czyli zwierząt domowych.

BĄDŹ NA BIEŻĄCO!

Warto subskrybować newsletter organizatora targów TANEXPO. Począwszy od jesieni tego roku profesjonalści, którzy zgłoszą chęć otrzymywania powiadomień e-mail, będą cyklicznie otrzymywać wiadomość zatytułowaną „Czekając na TANEXPO”. Dzięki nim jako pierwsi poznają firmy biorące udział w targach oraz ich nowości, które zaprezentują w Bolonii.

Z organizatorami targów będzie można również porozmawiać bezpośrednio podczas wszystkich ważnych międzynarodowych wystaw pogrzebowych, m.in. w USA, w Rosji (podczas odbywającego się w Moskwie NECROPOLIS TANEXPO World, 30 października – 1 listopada) oraz w Paryżu pod koniec listopada.

ZAMÓW NOCLEG

Warto już teraz zacząć planować podróż do Bolonii oraz zarezerwować miejsca noclegowe, tym bardziej że partnerskie hotele TANEXPO oferują specjalne, korzystne stawki. Sprawdź listę na www.tanexpo.com/en/hotel i zarezerwuj swój idealny pobyt, dokonując rezerwacji bezpośrednio. 

Więcej informacji o TANEXPO 2020 na www.tanexpo.com

TANEXPO.COM
TANEXPO2020
MIĘDZYNARODOWE TARGI BRANŻY POGRZEBOWEJ I CMEN TARNEJ
BOLONIA WŁOCHY 26•27•28 MARCA



FUNERAL FINANCE
GROUP SP. Z O.O.

ODBIERZ PIENIĄDZE ZA USŁUGĘ POGRZEBOWĄ JESZCZE DZIŚ!

**Nie czekaj tygodniami
aż ZUS czy KRUS Ci zapłaci!**

Prześlij nam kopie dokumentów,
które złożyłeś w ZUS czy KRUS,
a pieniądze za swój zasiłek
otrzymasz w ciągu 24 godzin.

Nasi konsultanci są
do Twojej dyspozycji!

+48 507 244 036

www.funeralfinance.pl



WYPRÓBUJ ZA DARMO!



Warto odkrywać

dobre strony



sprawyostateczne.pl

„Blog na śmierć i życie” poruszający zagadnienia spraw ostatecznych. Autorka stara się owoić czytelników z tematem śmierci. Nie boi się poruszać tematów trudnych związanych z umieraniem, kulturą pogrzebową i żałobą. Rozmawia z ciekawymi ludźmi branży, odwiedza cmentarze, hospicja, zakłady pogrzebowe w Polsce i Europie, dzieląc się swoimi spostrzeżeniami i inspirującymi obserwacjami.

marketingfuneralny.pl

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

naglesami.org.pl

Strona internetowa Fundacji NAGLE SAMI zawierająca mnóstwo praktycznych informacji na temat wsparcia w żałobie. Fundacja realizuje warsztaty i szkolenia również dla pracowników domów pogrzebowych, dotyczące pomocy dla rodzin osób zmarłych oraz codziennej higieny.

targi
w Europie



→ **MEMORIAL** 📅 12-14.02.2020 📍 Mińsk, Białoruś

→ **TANEXPO** 📅 26-28.03.2020 📍 Bolonia, Włochy

→ **LEBEN UND TOD** 📅 8-9.05.2020 📍 Bremen, Niemcy

→ **FUNERGAL** 📅 21-23.05.2020 📍 Ourense, Hiszpania

→ **MEMENTO POZNAŃ** 📅 19-21.06.2020 📍 Poznań, Polska

→ **FUNERAL.BE** 📅 3-4.10.2020 📍 Bruksela, Belgia

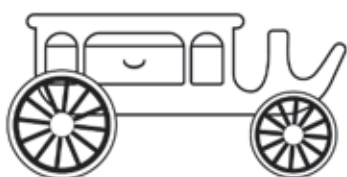
→ **FUNEXPO** 📅 19-21.11.2020 📍 Lyon, Francja

chwila
refleksji

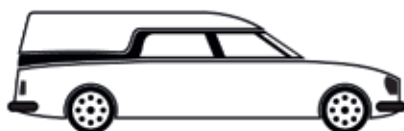


KAŻDY człowiek **umiera**,
nie każdy naprawdę **ŻYJE**.

William Wallace



WCZORAJ.



DZIŚ.



TANEXPO.

250 wystawców. 18.700 profesjonalnych zwiedzających z 55 krajów.

Bądź częścią TANEXPO.

Zawsze najbardziej innowacyjne spotkanie branży pogrzebowej.

BOLOGNA WŁOCHY
26·27·28 MARCA 2020

TANEXPO.COM

TANEXPO
MIĘDZYNARODOWE TARGI BRANŻY
POGRZEBOWEJ I CMENTARNEJ

22-23 LISTOPADA 2019, POZNAŃ

www.funeralforum.pl

funeral
forum

inspiracje - marketing - sprzedaż

Twój czas rozwoju!

Wykłady, warsztaty, wymiana inspiracji i dużo pozytywnej energii – tak zapowiada się trzecia edycja FUNERAL FORUM w Poznaniu. Będzie to świetna okazja, aby zaczerpnąć konkretną wiedzę i zyskać moc nowych inspiracji. Listopadowe FUNERAL FORUM utrzymane w konwencji konferencyjno-warsztatowej będzie koncentrować się na zagadnieniach związanych z szeroko rozumianą komunikacją, skuteczną sprzedażą i budowaniem relacji oraz wizerunku firmy branży pogrzebowej. Liczne grono zaproszonych ekspertów gwarantuje wielopłaszczyznowe podejście do poruszanych zagadnień!

Ponadto tegorocznej edycji FUNERAL FORUM będzie towarzyszyła miniwystawa wybranych prac studentów Akademii Sztuki w Szczecinie, na Wydziale Malarstwa i Nowych Mediów, kierunku – wzornictwo, specjalności – komunikacja wizualna w Pracowni Projektowania Opakowań, stworzonych pod kierownictwem mgr Joanny Jurgi. Projekty przygotowane przez młodych profesjonalistów szerzej opisywaliśmy na łamach magazynu OMEGA 1/2019. Listopadowe Funeral Forum będzie okazją do bezpośredniego poznania cech i funkcjonalności prototypów.

Zgłoś swój udział do 18 listopada

Śledź na bieżąco www.funeralforum.pl

BILET OPTIMUM

szkolenie + lunch + kolacja
399 PLN + 23% VAT (490,77 PLN brutto)

- udział w Funeral Forum – 2 dni szkolenia
- matchmaking wizytówkowy
- bufet kawowy
- dwudaniowy lunch
- Evening Party
- bilet wstępu na targi branży kamieniarskiej Stone
- parking na terenie targów
- dyplom potwierdzający udział w Funeral Forum

BILET PREMIUM

szkolenie + lunch + kolacja + nocleg
599 PLN + 23% VAT (736,77 PLN brutto)

- udział w Funeral Forum – 2 dni szkolenia
- matchmaking wizytówkowy
- bufet kawowy
- dwudaniowy lunch
- Evening Party
- bilet wstępu na targi branży kamieniarskiej Stone
- parking na terenie targów
- dyplom potwierdzający udział w Funeral Forum
- nocleg w hotelu 3* w centrum Poznania



FOTO: SERWIS PRASOWY FUNERAL FORUM



PLAN SPOTKANIA

Piątek, 22 listopada 2019

- 10:45 – 11:00 Rejestracja uczestników
- 11:00 – 11:30 Rozpoczynamy i budzimy kreatywność
- 11:30 – 12:15 **Bądź S.M.A.R.T.E.R – czyli jaki? O wyznaczaniu celów w komunikacji, marketingu i sprzedaży 4.0**
Marta Cała-Sturzbecher, Agencja Marketingowa MOMA, www.marketingfuneralny.pl
- 12:15 – 13:00 **Okres między śmiercią i pogrzebem jako kluczowy czas po stracie osoby bliskiej – rola zakładu pogrzebowego a jego potencjalny wpływ na długofalowy proces żałoby**
Anja Franczak, towarzyska w żałobie i autorka bloga www.SprawyOstateczne.pl
- 13:00 – 13:30 **Prosektor, technik, laborant – mity i fakty**
Jacek Szymański, laborant sekcyjny, szkoleniowiec HYGECO Polska
- 13:30 – 14:30 Lunch
- 14:30 – 16:15 **Warsztaty skutecznej komunikacji**
Rafał Błachowski, Błachowski i Partnerzy – Centrum Szkoleń i Doradztwa Biznesowego, www.skuteczna komunikacja.pl
Moduł I:
Trudny klient – jak rozmawiać, jak argumentować, jak negocjować
Moduł II:
Negocjacje – jak prowadzić rozmowy, by zakończyć je sukcesem
- 16:15 – 16:30 Przerwa kawowa
- 16:30 – 17:00 **Nowe funkcjonalności oprogramowania TuSoft – zarządzaj sprawnie przedsiębiorstwem pogrzebowym**
Marcin Tutak, właściciel firmy TuSoft Systemy Informatyczne
- 17:00 – 17:30 **Bieżące finansowanie działalności zakładów pogrzebowych – szansa na obniżenie kosztów prowadzenia firmy**
Jakub Rosiak, Dyrektor Generalny Funeral Finance
- 17:30 – 18:00 **Bądź S.M.A.R.T.E.R – czyli jaki? Podsumowanie pierwszego dnia**
Marta Cała-Sturzbecher, Agencja Marketingowa MOMA, www.marketingfuneralny.pl

Sobota, 23 listopada 2019

- 9:45 – 10:00 Powitalna kawa
- 10:00 – 10:45 **E-marketing w branży funeralnej – wykorzystaj szanse cyfrowej transformacji**
Gabriela Cerowska, Agencja Marketingowa MOMA, www.marketingfuneralny.pl
- 10:45 – 11:15 **eKlepsydra – zadбай o relacje, promocję i sprzedaż. Czyń dobro.**
Jacek Bobela, przedstawiciel firmy eKlepsydra
- 11:15 – 12:00 **Co to jest video marketing i jak go skutecznie wykorzystać w branży funeralnej?**
Ziemowit Sosiński, Actam Communications
- 12:00 – 12:15 Przerwa kawowa
- 12:15 – 12:45 **Zmiany w sposobie zarządzania i komunikacji w erze digitalowej rewolucji – Memcare Partner i Memcare Notify w służbie cyfrowej transformacji branży pogrzebowej**
Mateusz Gajewicz, Commercial Director CEE, Memcare Technologies
- 12:45 – 13:30 **Zaprojektuj doświadczenia klienta domu pogrzebowego, czyli o znaczeniu usług pre i post**
Ziemowit Sosiński, Actam Communications
- 13:30 – 14:00 Zakończenie
- 14:00 – 15:00 Lunch

* Stan na dzień 19.08.2019

**Organizator zastrzega sobie prawo do zmian w programie

POZNAJ PARTNERÓW FUNERAL FORUM 2019

ORGANIZATOR:



PARTNER GŁÓWNY:



PARTNERZY STRATEGICZNI:



PARTNERZY:



PATRONAT MEDIALNY:



ZAPRASZA

mtp
GRUPA



GOLDEN MARKETING CONFERENCE

1-2 kwietnia 2020 r.
POZNAŃ, SALA ZIEMI



www.goldenmarketing.pl
#GMCPoznan #GMCTour

Poznaj partnerów biznesowych

AKCESORIA FUNERALNE



www.carmen.lublin.pl

CARMEN Sp.J.

ul. Choiny 7 | 20-816 Lublin

tel.: +48 81 742 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.



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-folia.com

CIEFOL

ul. Słowackiego 106 | 97-500 Radomsko

tel.: +48 602 769 751 | tel./fax: +48 44 738 34 05

e-mail: worki-folia@worki-folia.com

Jeden z największych producentów worków na zwłoki w Polsce. Oferujemy 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 PHZ oraz atest COBRO informujący, iż nasze worki nie posiadają polichloru 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: kapsuły, katafalki, namioty pogrzebowe, nosidełka do urn, nosze transportowe, obrzeża nagrobne, regały na trumny, stojaki pod wieńce, stoły balsamacyjne, urządzenia chłodnicze, wózki nożycowe i wiele innych. Posiadamy dystrybutorów na terenie całej Europy. Jesteśmy firmą godną zaufania – należymy do organizacji branżowych Polskiego Stowarzyszenia Pogrzebowego oraz Polskiej Izby Pogrzebowej.



JOHNYM STOLARSTWO

Jan Mizerny

ul. Krotoszyńska 65 | 63-708 Rozdrażew

tel. kom.: +48 502 358 982

Od lat oferujemy sprawdzone drewniane tymczasowe ramy nagrobne oraz krzyże.



www.grupasebpol.pl

GRUPA SEBPOL

ul. Gliniana 63 | 42-400 Zawiercie

tel. kom.: +48 578 13 13 15

e-mail: info@grupasebpol.pl

Zajmujemy się dystrybucją rękawiczek jednorazowych diagnostycznych i ochronnych wykonanych z surowców nityl, lateks, winyl o niezwykłym poziomie wytrzymałości, najlepszej jakości z wszelkimi wymaganymi atestami. Najważniejszy dla nas jest ciągły rozwój, wobec czego w naszej ofercie pojawiają się niebawem także rękawiczki foliowe oraz powiększona gama kolorów.



www.stolarniagrodzka.pl

STOLARNIA GRODZKA

Nowe Grodziczno 22b | 13-324 Grodziczno
tel. kom.: +48 503 021 771
e-mail: stolarniagrodzka@wp.pl

Jesteśmy producentem wyrobów drewnianych, m.in. krzyży cmentarnych, obrzeży nagrobnych i ławek cmentarnych. Istniejemy na rynku od 2016 r. Jesteśmy rzetelną i dynamicznie rozwijającą się firmą. Dbamy o szczegóły i wysoką jakość produkowanych wyrobów. Sprawnie adaptujemy się do zróżnicowanych potrzeb i wymagań klientów. Współpracujemy z wieloma zakładami pogrzebowymi. Nasze wyroby dostarczamy osobiście oraz wysyłamy firmą kurierską w dowolne miejsce na terenie całego kraju.



www.zniczpamieci.pl

ZNICZPAMIECI.PL

ul. Palucha 4 | 60-408 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.

FINANSE



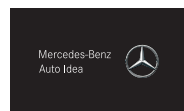
www.funeralfinance.pl

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 wyłącznie dla podmiotów branży funeralnej i jej klientów.

KARAWANY I SAMOCHODY POGREBOWE



www.vanprocenter.pl

AUTO IDEA Sp. z o.o.

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

Autoryzowany dealer Mercedes-Benz rozpoczął działalność 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.

CHŁODNIE



www.chlodnictwo-automat.pl

WYTWÓRNIA URZĄDZEŃ CHŁODNICZYCH AUTOMAT

ul. Grażyńskiego 12 | 43-300 Bielsko-Biała
tel.: +48 33 499 89 01 | tel. kom.: +48 696 359 049
e-mail: biuro@chlodnictwo-automat.pl

Producent komór i urządzeń chłodniczych dla handlu, gastronomii, zakładów pogrzebowych, prosektoriów oraz kaplic przykościelnych. Kolorystyka i gabaryty poszczególnych urządzeń ustalane są według sugestii klienta. Istnieje możliwość wykonania każdego urządzenia w litej drewnie. Firma słynie z produkcji nowoczesnych, estetycznych urządzeń cechujących się niską awaryjnością.



www.garcarek.mercedes-benz.pl

AUTO PARTNER JAN GARCAREK I ANDRZEJ GARCAREK Sp. J.

Ocięż, 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 dedykowane specjalnie profesjonalistom branży pogrzebowej.


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

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 homologację na pojazdy typu karawan. Nasze pojazdy spełniają przepisy dotyczące transportu zmarłych na terenie UE.


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, Volkswagen T5, T6, Opel Vivaro oraz Renault Trafic. Nasze modele są dostosowane do przewozu dwóch lub czterech trumien. Zapewniamy fachowe doradztwo oraz pomoc w wyborze zabudowy.


Bemo Motors
BEMO MOTORS

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

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.


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. 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.

CARSED
www.carsed.pl
CARSED CENTRUM FLOTOWE

ul. Łopuszańska 72 | 02-232 Warszawa
 Osoba do kontaktu: Piotr Siniarski – tel. kom.: +48 734 462 155

Jedna z największych firm dealerskich w kraju. Autoryzowany Dealer i Partner Serwisowy Volkswagen, SEAT, SKODA i Volkswagen Samochody Użytkowe. Oferujemy Volkswagen T6 Karawan i Volkswagen Caddy Karawan dostępne od ręki. Różne kolory. Auto zastępcze KARAWAN do wynajęcia. Cała Polska.

NAMIOTY

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.: +48 502 112 910
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.

Memorium.pl

www.memorium.pl

MEMORIUM IMMORTALIS

Marcin Płomiński
Aleja Piłsudskiego 35E | 05-077 Warszawa
tel. kom.: +48 48 725 279 332, +48 691 017 431
e-mail: info@memorium.pl

Portal Memorium.pl zajmuje się pielęgnowaniem pamięci życia osób, które odeszły. Firma oferuje grawerowane unikatowe kody QR do umieszczenia na nagrobku. Po ich zeskanowaniu przechodzi się na profil zmarłej osoby, gdzie można dodawać zdjęcia i wspomnienia.

OPROGRAMOWANIE



www.eklepsydra.pl

eKLEPSYDRA

tel. kom.: +48 505 686 202, +48 695 985 022
e-mail: administrator@eklepsydra.pl, opiekun@eklepsydra.pl

Proste i nowoczesne narzędzie, które wspiera powiadomianie o stracie bliskiej osoby i przekazanie szczegółów dotyczących ostatniego pożegnania. System opiera się na wiadomości SMS zawierającej link do personalizowanego elektronicznego powiadomienia pogrzebowego, zawierającego m.in. nawigację do miejsc związanych z ceremonią oraz umożliwiającego zamówienie kwiatów z wykorzystaniem płatności online.



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

Firma TuSoft Systemy Informatyczne oferuje 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.



www.memcare.pl

MEMCARE TECHNOLOGIES Sp. z o.o.

ul. Żelazna 59 | 00-848 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.



PIECIE 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.

REKLAMA I MARKETING



www.funer.com.pl

www.funer.com.pl

www.uslugipogrzebowe.com.pl

FUNER.COM.PL | BRAINBOX WOJCIECH KUDELA

ul. Śląska 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.

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.

www.moma-marketing.pl
www.marketingfuneralny.pl**AGENCJA MARKETINGOWA MOMA**

Al. Korfantego 193 | 40-153 Katowice

tel. kom.: +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.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 prosektorium, zróżnicowane wystroje kaplic, duży wybór środków dezynfekcyjnych i kosmetyków. Jako jedyny organizator kursów dla branży funeralnej spełnia standardy państwowej certyfikacji usług szkoleniowych.



BOLOGNA ITALY 26-27-28 MARCH

www.tanexpo.com

TANEXPO INTERNATIONAL FUNERAL AND CEMETERY EXHIBITION

Organized by: Conference Service s.r.l.

Via de' Buttieri 5/a | 40125 Bologna | Italy

tel.: +39 051 429 83 11 | fax: +39 051 429 83 12

e-mail: info@tanexpo.com

Targi TANEXPO są wiodącym wydarzeniem dla branży funeralnej. Co dwa lata to kluczowe wydarzenie branżowe gromadzi najliczniejsze w Europie grono profesjonalistów z całego świata. Targi TANEXPO 2018 odnotowały obecność 18 700 profesjonalistów z 55 krajów. Ofertę najwyższej jakości produktów funeralnych prezentowało 250 wystawców, zajmując powierzchnię 23 000 m².



www.polskiestowarzyszeniepogrzebowe.pl

POLSKIE STOWARZYSZENIE POGRZEBOWE

ul. Sokołowska 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.



TOALETA POŚMIERTNA I TANATOPRAKSA NEKROS

Ireneusz Migdał
Dzierżawice 21 | 66-446 Deszczno
tel. kom.: + 48 607 304 637
e-mail: biuro.szkozenia.nekros@wp.pl

Świadczymy kompleksowe i profesjonalne usługi związane z godnym przygotowaniem zwłok do pochówku. Organizujemy specjalistyczne kursy i szkolenia dla przedsiębiorstw funeralnych działających na terenie całej Polski w zakresie: tanatologii, tanatopraksji, techniki sekcyjnej, rekonstrukcji pośmiertnej.



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.

TECHNOLOGIE



www.unison.com.pl

UNISON Sp. z o.o.
ul. Przemysłowa 25 | 83-031 Ciepłowo
tel.: +48 58 692 38 47 | tel. kom.: +48 512 413 642
e-mail: handlowy@unison.com.pl

Specjalizujemy się w produkcji automatów lakierniczych, suszarni oraz całych linii lakierniczych. Opracowaliśmy serie automatów lakierniczych do lakierowania trumien. W ofercie posiadamy trzy różne kompleksowe rozwiązania dla dużych, średnich i małych firm produkujących trumny. Konfiguracja urządzeń oraz linii lakierniczych odbywa się na bazie kilkunastoletnich naszych doświadczeń. Istnieje możliwość wykonania prób lakierowania w naszym laboratorium.



www.beastone.pl

BEA STONE

ul. Michałowskiego 10 | 42-224 Częstochowa
tel. kom.: +48 884 740 240
e-mail: beastone@beastone.pl

W naszej pracowni powstają urny o artystycznym charakterze, wykonane ręcznie wyłącznie z naturalnych minerałów, drewna i metali. Aby dodać ceremonii pogrzebowej bardziej osobistego i emocjonalnego wyrazu, nasi artyści dbają o niepowtarzalne wzornictwo oraz pełne zdobniczych niuansów wykończenie każdej urny.

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.

BLACHARSTWO ZDOBNICZE

Pracownia Wzornicza inż. Piotr Szmyt
ul. Podgórna 2 m 4b | 61-829 Poznań
tel. kom.: +48 601 823 104
e-mail: urny.szmyt@gmail.com

Zajmuję się projektowaniem i produkcją urn. Oferuję usługi związane z wzornictwem i projektowaniem.


www.cli.net
CROXX LINC INTERNATIONAL | ONYX CRAFTS

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.


MASTABA | CERAMIKA
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 – szkliwa, złoto i platyna. Wykonywane w całości ręcznie, z dbałością o środowisko. Powstające w naszej manufakturze urny cieszą się uznaniem w kraju i za granicą.


USŁUGI

www.bongo.com.pl
HABITA SP. Z O.O.

ul. Grunwaldzka 3 | 60-780 Poznań
tel.: +48 601 82 31 04
e-mail: biuro.habita@gmail.com

Oferujemy nowatorskie wzornictwo urn skrzynkowe oraz szamotowe urn ceramiczne według wzorów udostępnionych przez znanego w branży funeralnej projektanta inż. Piotra Szmyta z Poznania. Nowością są urny drewniano-ceramiczne z wizerunkami religijnymi oraz personalizowane urny z gniazdami na blaszane tabliczki do zadruku metodą sublimacji.

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, EFFS). 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.


www.luminaurn.com
LUMINAURN.COM

Al. Kościuszki 18/20 | 42-200 Częstochowa
tel. kom.: +48 791 222 778
e-mail: lumina@luminaurn.com

LuminaUrn jako pierwsza w Polsce wprowadziła na rynek urny z biotworzyw wykonanych za pomocą technologii formowania wtryskowego. Na drodze rozwoju ostatecznego produktu skierowanego do branży funeralnej, LuminaUrn nieustająco wprowadza kompleksowe i innowacyjne rozwiązania w swoim produkcie.


Funeralia
since 2009

www.facebook.com/oleg.milinski
www.funeralia.org

FUNERALIA OLEG ANTONI MILINSKI
INTERNATIONAL REPATRIATION

Funeralia Poland – tel. kom.: +48 513 123 678
Funeralia Ukraine – tel. kom.: +38 0971 498 785
Funeralia Italy – tel. kom.: +39 3311 094 168
e-mail: funeralia.org@gmail.com

Usługi transportu zmarłych na Ukrainę i Białoruś.



www.orthometals.com

ORTHOMETALS BV

Eekhorstweg 32 | 7942KC Meppel | Holandia
tel.: +31 88 678 46 00
e-mail: contact@orthometals.nl

Jesteśmy niezależną firmą rodzinną z Holandii. Zajmujemy się odzyskiwaniem wszelkich metali pozostałych po procesie kremacji. Posiadając ponad 20-letnie doświadczenie i współpracując z 1250 krematoriami na całym świecie, jesteśmy niekwestionowanym liderem w tym obszarze. Zachęcamy – zacznij z nami odzyskiwać metale!

DIGNITY

ul. Topazowa 7/1 | 30-798 Kraków
tel.: +48 508 154 625 | +48 608 618 636
e-mail: dignitykrakow@gmail.com

DIGNITY oznacza po polsku godność. Nazwa odzwierciedla godne pożegnanie osoby zmarłej, na które składają się jego przebieg, nastrój zadumy, refleksja i zapamiętanie tego wydarzenia na wiele lat. Zastosowanie amerykańskiej windy pogrzebowej Frigid Fluid ułatwia przeprowadzenie uroczystości w godny sposób.



www.rol-invest.pl

ROL INVEST

MASZYNY OGRODNICZE I KOMUNALNE
ul. Krótka 30 | 60-185 Skórzewo
tel.: +48 61 81 43 631
e-mail: info@rol-invest.pl

Autoryzowany diler urządzeń marek KUBOTA i STIHL. Oferujemy traktory kompaktowe z wyposażeniem: szczotki, pługi, koparki, glebogryzarki, przyczepy, a także profesjonalne kosiarki, kosiarki bijakowe, kosy spalinowe, pilarki, dmuchawy do liści, myjki ciśnieniowe. Świadczymy usługi pielęgnacji trawników i boisk oraz usługi odśnieżania.



www.finero.eu

FINERO

Robert Wiśniewski
ul. Cierlicka 11 | 02-495 Warszawa
tel. kom.: +48 668 023 340 | +48 600 944 450
e-mail: info@finero.eu

Zajmujemy się sprzedażą i serwisem wind pogrzebowych. Jesteśmy oficjalnym dystrybutorem urządzeń firmy Frigid. Posiadamy też akcesoria do wind, takie jak różnej długości pasy, kotary wykonane z aksamitu, wytrzymałe pokrowce i ochraniacze oraz kratownicę na wieńce i wiązanki.

WINDY



www.arper.pl

ARPER s.c.

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

Produkujemy niezawodne, nierdzewne windy pogrzebowe do trumien, urn, chłódnie, 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.

FIRMA USŁUGOWO-HANDLOWA „MAREX”

Paweł Garbiec
ul. Sępoleńska 45 | 77-420 Lipka Krajeńska
tel.: +48 67 266 52 78 | tel. kom.: +48 602 285 859

Firma MAREX od kilku lat produkuje windy pogrzebowe w oparciu o własne pomysły i projekty. Oferuje windy do tradycyjnego pochówku (grawitacyjne i elektryczne) oraz windy do urn (grawitacyjne i elektryczne). Ponadto firma produkuje również szalunki do kopania grobów.



RECYKLING

OrthoMetals zajmuje się wszystkimi metalami pozostałymi po kremacji. Poprzez recykling przyczyniamy się między innymi do ochrony środowiska. Zachęcamy do wzięcia udziału w naszym procesie recyklingu.



ZAPEWNIANIE NAJLEPSZYCH USŁUG

OrthoMetals zapewnia przejrzystość i wygodę usług. Ty możesz skupić się na swojej działalności. Posiadamy niezbędne doświadczenie oraz certyfikaty, które zapewniają, że proces recyklingu przebiega w najbardziej odpowiedni sposób oraz zgodnie z obowiązującym prawem.



WSPARCIE ORGANIZACJI CHARYTATYWNYCH

OrthoMetals aktywnie wspiera organizacje charytatywne. Sam możesz wybrać organizację charytatywną, na rzecz której zostaną przekazane zyski z recyklingu metali.

PRZETWARZAMY METALE POZOSTAŁE PO KREMACJI

Nazywamy się OrthoMetals

Jesteśmy liderem na rynku światowym, jak również jesteśmy firmą rodzinną.

Działamy od 1997 roku i obecnie świadczymy usługi dla ponad 1250 krematoriów z całego świata.

Naszą misją jest stosowanie legalnych i przyjaznych środowisku metod przetwarzania i odzysku metali.

OrthoMetals zapewnia krematoriom najlepsze rozwiązania w zakresie recyklingu metali oraz dostarcza możliwie najlepsze usługi krematoriom już współpracującym.

Jesteśmy niezawodnym, rzetelnym partnerem z doświadczeniem w ponad 30 krajach.

Dołącz do nas za darmo

Już dziś wybierz rozwiązania OrthoMetals w zakresie recyklingu a będziesz mógł skorzystać z naszych usług darmowych na całym świecie.



www.orthometals.pl
polska@orthometals.nl
+31 645736111





eKlepsydra

elektroniczne powiadomienia pogrzebowe

Nowoczesne rozwiązanie dla branży pogrzebowej



DZIĘKI eKLEPSYDRZE
ZWIĘKSZYSZ DOCHODY
SWOJEJ FIRMY!

więcej informacji na stronie www.eklepsydra.pl
tel.: 505 686 202 e-mail: administrator@eklepsydra.pl