

ZADOWOLENI KLIENCI, to nasi ambasadorzy

Z Maciejem Wolnym i Wojciechem Śmielakiem, właścicielami firmy TOP-GYM, oraz Natalią Nolbert, dyrektorem działu sprzedaży TOP-GYM, rozmawiała Dorota A. Warowna.

Pamiętam nasze pierwsze spotkanie 11 lat temu na targach w Poznaniu. To była inna firma...



Maciej Wolny: – To było 11 lat ciężkiej pracy na nietłętym rynku. Odносimy sukcesy, ale na tej drodze były też liczne porażki i na nich się uczymy.

Od niedawna TOP-GYM przeniósł się do nowej siedziby. Skąd taka decyzja? Czy to sygnał dla branży: „Planujemy dalszy rozwój”?

Wojciech Śmielak: – Planowaliśmy przeprowadzkę od dłuższego czasu, monitorując potrzeby rynku i oczekiwania naszych klientów. Nowa siedziba umożliwi nam rozbudo-

wę i modernizację zaplecza techniczno-logistycznego, co jest kluczowe dla poszerzenia wachlarza usług dodatkowych dla naszych klientów. Znaleźliśmy odpowiednią, świetnie skomunikowaną i co najważniejsze, nowoczesną nieruchomość w Siechnicach pod Wrocławiem. Teraz możemy zaoferować usługi magazynowania maszyn czy logistyczne np. w przypadku przeprowadzki klubu. Zmodernizowaliśmy również dział regeneracji maszyn. Dysponujemy obecnie powierzchnią ponad 6000 mkw., z czego ok. 600 mkw. stanowią biura, a reszta to magazyny oraz showroom, w którym klient będzie mógł zobaczyć kompleksowo wyposażoną małą siłownię. Nie tylko więc sprzedajemy urządzenia, ale również jesteśmy w stanie kompleksowo obsłużyć klienta w pełnym tego słowa znaczeniu.

Porfolio TOP-GYM wciąż rośnie. Ostatnio pojawiły się w nim nowe marki: ZIVA i Woodway. To polityka globalna?

Maciej Wolny: – To nasz autorski pomysł, żeby zbudować szerokie portfolio. Mamy w ofercie produkty Life Fitness i Hammer Strength, czyli sprzęt cardio i siłowy, bieżnie Woodway, będące świetnym uzupełnieniem strefy crossfitowej, SCIFIT, czyli urządzenia medyczne, ZIVA, akcesoria, ICG, rowerki do indoor cyclingu sprzedawane przez naszego strategicznego partnera eksperfitness.com. Z tego partnerstwa jesteśmy bardzo zado-

woleni. Efekty są wspaniałe. Oferujemy także sprzęt do pilatesu. Planujemy jeszcze włączyć do oferty kolejnej marki, ale o tym powiadamimy niebawem.

A jak wygląda kwestia marki Cybex? Ona również jest własnością Life Fitness?

Maciej Wolny: – Life Fitness zakupił Cybexa dwa lata temu i okazał się bardzo uczciwym partnerem. Dotychczasowi dystrybutorzy w większości zachowali dystrybucję sprzętu tej marki. Jest to dla nas wewnętrzna konkurencja, chociaż siedzimy pod skrzydłami jednej matki. Ale to nie koniec zakupów w Life Fitnessie. Planowane są kolejne. Zobaczmy, co się wydarzy.

Rozumiem, że dążycie do kompleksowości. Czy klienci lubią takie kompleksowe zakupy? Chętnie korzystają z tej rozbudowanej oferty? Czy chcecie być kompleksowym dostawcą? Co się za tym słowem kryje?

Maciej Wolny: – Klient tego się spodziewa. Patrząc na polski rynek, można powiedzieć, że u nas znajdzie najszerokie portfolio i największą liczbę urządzeń. Mamy ofertę dla każdego typu klubu. Możemy wyposażać małą siłownię, klub butikowy, ale też duży klub czy ośrodek sportowy. Mamy w zanadru różne rozwiązania i jesteśmy też w stanie sprostać każdemu budżetowi.



Czego oczekują klienci od dostawcy dzisiaj? Czy to jest wyłącznie zakup sprzętu i na tym koniec? Czy pełnicie rolę doradcę?

Maciej Wolny: – Doradców jest na tym rynku wielu, jak wiemy. My pracujemy z małą liczbą konsultantów i te osoby robią to profesjonalnie. Jak kogoś polecamy, to możemy za niego ręczyć. Wiemy, że z jednej strony nasze polecenie wiąże się z dobrym wykonaniem usługi dla klubu, ale także jego późniejszym sukcesem. To duża odpowiedzialność.

Natalia Nolbert: – Myślę, że klienci oczekują też od nas elastyczności. Z jednej strony musimy zaoferować różne rozwiązania, a z drugiej, wsłuchać się w ich potrzeby i na nie odpowiednio zareagować. Teraz przed właścicielami klubów niełatwe zadanie. Muszą skupić się na potrzebach swojej grupy docelowej, dopasować do niej ofertę. My musimy im służyć pomocą. Bardzo wielu klientów otwierających kluby nie ma nic wspólnego z branżą. Kierują się modą na aktywność fizyczną. Mają pomysł, czasem dysponują własną powierzchnią. Natomiast reszty oczekują od nas. Chcą, żebyśmy im klub zaprojektowali. To trudne zadania, bo koncepcję, którą zaprezentujemy, musimy też później obronić.

Czy wasi klienci mogą też liczyć na wasze wsparcie w temacie finansowania inwestycji?

Wojciech Śmielak: – Mamy do czynienia zarówno z klientami, którzy inwestują z własnych środków, jak i tymi korzystającymi z leasingu. Od dawna współpracujemy z EFL, więc mamy strategicznego partnera, którego możemy polecić. Mamy również w naszych strukturach Fit Finance, spółkę powołaną, by wspierać małe kluby, z małą liczbą maszyn. Patrząc na rozwój branży, chcieliśmy zapewnić tym klubom lepsze wyposażenie, by mogły konkurować na rynku. Stąd nasza oferta – wynajem długoterminowy, w którym specjalizuje się Fit Finance.

Z tego, co wiem, bardzo istotne w naszym biznesie są rekomendacje. Dbacie o zadowolenie klientów. Duża ich grupa była na Forum Fitness Biznes. Przyznam, że było to duże zaskoczenie dla mnie jako organizatora. Jak robi się interesy, mając wsparcie zadowolonych klientów, ambasadorów?

Maciej Wolny: – Wygląda na to, że jesteśmy firmą w branży fitness, która ma samych zadowolonych klientów. Rekomendacje, które sobie przekazują klienci, to istotnie nasza mocna strona. W każdym zakątku kraju mamy miejsca referencyjne, którymi możemy się pochwalić. Możemy wysłać klienta do klienta bez żadnych obaw. Nasi klienci znają się i niejednokrotnie służą sobie pomocą i radą. Teraz mamy taką sytuację, kiedy jeden z klientów radzi się innego w kwestii sprzedaży treningów personalnych. Cieszymy się, że sobie pomagają. I to u nas działa. Teraz wylatujemy z grupą klientów z Polski do Chicago, żeby pokazać im świat Life Fitness, a oprócz tego wynagrodzić za współpracę, za zaufanie, którym nas obdarzyli.

Spotykam was często na różnych wydarzeniach adresowanych do branży hotelarskiej. Macie też coraz więcej realizacji w hotelach. Ostatnio Marriott we Wrocławiu, Radisson Blue w Świnoujściu. Pewnie kolejne w trakcie? Czy branża hotelarska, twoim zdaniem, zauważyła wreszcie, że klienci szukają w hotelach dobrze wyposażonej siłowni, a nie ustawionego w kącie piwnicznym sprzętu domowego?

Maciej Wolny: – Wymieniłaś już marki, które skorzystały z naszej obsługi. Jest to rynek niszowy, ale to dla nas bardzo prestiżowe i referencyjne realizacje. Dla mnie to wielka radość i satysfakcja, kiedy śpię w hotelu z wyposażoną przez nas strefą fitness.

Po jakie urządzenia sięgają hotelarze?

Maciej Wolny: – To są zwykle urządzenia cardio, wybrane maszyny siłowe. W hotelach o wyższym standardzie są to urządzenia z pełną technologią, czyli TV, internet. W sieciach i hotelach 3-gwiazdkowych wstawiamy prostsze urządzenia.



Natalia Nolbert: – Hotelarze sięgają po sprzęt, który pozwoli wykonać kompleksowy trening, a nie zajmie zbyt dużo miejsca.

Czy oprócz hoteli widzicie dla siebie jeszcze jakąś niszę? Co z corporate wellness?

Maciej Wolny: – To bardzo ważny, ale trudny temat. Pracujemy obecnie nad dużym projektem we Wrocławiu. Będziemy się mogli nim niedługo pochwalić. Na razie nasz sprzęt działa w siedzibie firmy Rossman.

Natalia Nolbert: – Warto też powiedzieć, że coraz mocniej zaznaczamy swoją obecność w wojsku. Mamy na tym polu kilka sukcesów. Teraz nasze urządzenia staną w jednostce w Białymstoku. Wyposażyliśmy już siłownię dla wojska kanadyjskiego w Drawsku Pomorskim. Mamy za sobą też realizację dla Korpusu Wielonarodowego w Szczecinie. To są w większości realizacje z maszynami Hammer Strength.

Fot. archiwum TOP-GYM



Czyli szukacie sobie innych oprócz naszej branży uliczek, gdzie również potrzeba sprzętu fitness?

Maciej Wolny: – Tych uliczek jest bardzo dużo. Mamy przecież jeszcze rehabilitację i medycynę, którą chcemy zagospodarować.

Natalia Nolbert: – Za chwilę będziemy się mogli pochwalić referencyjnym obiektem na Kaszubach, czyli Ośrodkiem Wczasów Odchudzających. Tam dostarczymy kompleksowe wyposażenie marki SCIFIT i Life Fitness. To klient, który już korzystał z naszych usług i wrócił po kolejne urządzenia do nowego projektu. Tym PONOWNIE możemy się chwalić.

To wszystko nie działałoby się, gdyby nie handlowcy. Dobrzy handlowcy to skarb. Zwłaszcza w tak trudnej jak nasza branża. Chyba udało się wam zgromadzić takie perełki?

Maciej Wolny: – Dobre wibracje przyciągają dobre wibracje (śmiech). Musi być chemia. Szkolimy naszych ludzi regularnie i intensywnie. Nasze inwestycje w ludzi dają efekty.

Wojciech Śmielak: – Warto również wspomnieć o prężnie działającym dziale marketingu. Mamy własny magazyn Life Fitness News, który na razie ukazuje się dwa razy w roku.

Z przyjemnością obserwuję rozwój marki, która urosła obok was, pod waszymi skrzydłami. Mam na myśli Miha Bodytec. Maćkowi Wolnemu udało się zdziałać bardzo dużo w niedługim czasie. Studia treningu EMS rosną jak grzyby po deszczu.

Maciej Wolny: – Ta marka nam spadła z nieba, ale nie wierzę w przypadki. To jedyny model biznesowy, który my znamy, jaki funkcjonuje na razie w segmencie klubów butikowych w Polsce. Chociaż z pewnością rozwiną



się u nas także inne modele, bo rynek nasycą się już powoli dyskontami. Będzie się jeszcze działało. Wystarczy popatrzeć na dynamikę wydarzeń na globalnym rynku fitness.

Dziękuję za rozmowę i życzę dalszych sukcesów.

