

# Co piszczy w salonie

Kryzys, boom – dwa jakże sprzeczne ze sobą słowa, idealnie opisujące dwie zupełnie odmienne sytuacje.

Obecnie wiele miejsca poświęca się sytuacji na polskim rynku. Niektóre branże przeżywają niezłomny niczym rozkwit, inne zaś nerwowo spoglądają w przyszłość szukając i wypatrując na horyzoncie lepszych czasów. Z poczty pantoflowej dowiadujemy się, że salony zlokalizowane przy zachodniej granicy Polski przeżywają ogromny wzrost tzw. turystyki kosmetyczno-fryzjersko-solaryjnej.

Jaka jest jednak prawda? Co dzieje się w salonach na terenie naszego kraju? Na to pytanie nie odpowiemy jako redakcja. Przekażemy jedynie na naszych łamach **opinie** właścicieli i pracowników salonów kosmetyczno-solaryjnych.

**Wszystkim osobom zadamy te same pytania: Jak oceniamy obecną sytuację, co jest jej przyczyną i co się zmieniło w ich salonie po wejściu Polski do Unii Europejskiej?**

## Gdańsk – solarium „Venus”

W porównaniu do zeszłego roku klientów mamy zdecydowanie mniej. Czym to jest spowodowane? Powody mogą być dwa. Pierwszy – brak pieniędzy, a drugi – większa konkurencja. Teraz



punkty solaryjne można znaleźć na każdej ulicy. Chcąc się naprawdę wyróżnić trzeba postawić urządzenia chyba nie z tego świata. Klient i tak dzisiaj jest zdecydowanie bardziej wymagający niż wcześniej, ogląda urządzenia jakością lamp. Ale o wszystkim i tak decyduje cena. Zmian po wejściu Polski do Unii Europejskiej raczej nie widzę, nic się w naszym gabinecie w związku z tym nie zmieniło.

## Jarocin – solarium „Alicja”

Klientów jest więcej niż w zeszłym roku. Dlaczego? Nie potrafię odpowiedzieć

na to pytanie. Polska w Unii... – lepiej, że jesteśmy, ale nic to nie zmienia.

## Jędrzejów – solarium „Anna”

U nas sytuacja pozostała bez zmian. Mimo większej konkurencji, powstał chociażby punkt przy basenie, udało mi się utrzymać liczbę klientów na tym samym poziomie. Klucz do tego? Klientki mnie lubią, a i ja darzę sympatią osoby korzystające z usług w moim gabinecie. To typowe dla miasteczek, takich jak Jędrzejów. Co do zmian po wejściu Polski do Unii Europejskiej... Nowy salon przygotowywałam już ściśle

w oparciu o nowe przepisy. Czy coś się zmieniło? Wszystko co uległo zmianie ma na względzie zwiększenie komfortu opalania, a o to wszystko przecież chodzi.

## Kraków – solarium „damiAna”

Klientów w gabinecie jest raczej mniej – większa konkurencja. Punkty powstają praktycznie wszędzie, wszystko to powoduje, że frekwencja w salonie jest mniejsza. Klienci raczej nie zmienili się w przeciągu roku, są wymagający i raczej rzadko zmieniają punkty usługowe. Od maja według mnie nic nie uległo zmianie. Raczej jestem zdania, że jest

to chyba zbyt krótki czas, aby można było odnaleźć tematy w których dokonana się jakaś „rewolucja”.

### **Olsztyn** – solarium „Mega”

Ilość klientów na pewno uległa zmianie i to w tę najbardziej atrakcyjną stronę czyli wzrosła. Czym to jest spowodowane? Dbałość o własny interes oraz, co równie ważne jeśli nie ważniejsze, dbałość o klienta. Klient oczekuje atrakcyjnej ceny i dobrego opalania, a ja mu to oferuję. Na przestrzeni ostatnich lat ta tendencja w Olsztynie się utrzymuje, najważniejsza jest cena za usługę i to usługę na odpowiednim poziomie. Klient, który jest niezadowolony, już nie wraca, a tego nie chcemy. Robimy więc wszystko, aby był z naszej pracy usatysfakcjonowany. Co do zmian po 1 maja, to nic się nie zmieniło, wszystko jest po staremu.

### **Poznań** – solarium „Sunroyal”

Wydaje mi się, że liczba klientów w porównaniu do poprzednich lat pozostała na tym samym poziomie. Z jednej strony jest pewna grupa stałych klientów, którzy odwiedzają nas regularnie, z czego oczywiście bardzo się cieszymy. Wiadomo też, że następuje pewnego rodzaju rotacja. Niektórzy klienci przestają przychodzić, ale na ich miejsce przychodzą nowi. Jednak od kilku lat udaje nam się utrzymać dobrą frekwencję. Dzięki temu także otworzyliśmy nowe punkty. Zmiany po wejściu Polski do UE – raczej nie, żadnych nie zanotowałam.

### **Ślupsk** – solarium „Acapulco”

Klientów z każdym rokiem mamy coraz więcej. Na pewno nie jest to taki chwyt reklamowy, a jedynie odpowiedź na zadane pytanie. Klienci szukają salonów dobrych, chcą się po prostu dobrze opalić i tym samym dobrze wyglądać. Wejście Polski do UE kojarzy mi się jedynie z większą ilością tzw. papierkowej roboty, którą trzeba wykonać przed rozbudową swojego zakładu. W kwestii samych urządzeń trudno jest mi odpowiedzieć na pytanie, czy tu coś uległo zmianie.

# KALEJDOSKOP

## solaryjny

### **Szanowni Państwo!**

Zapraszamy wszystkich do wzięcia udziału w wydarzeniu 2005 roku branży solaryjnej.

Po raz pierwszy w naszym kraju powstanie prawdziwe kompendium wiedzy dotyczące całego spektrum oferowanych na naszym rynku produktów – „Kalejdoskop Solaryjny”.

**Solaria, lampy, kosmetyki, akcesoria**  
– wszystko odpowiednio podzielone i sklasyfikowane.

Do Państwa dyspozycji zostanie oddana ogromna dawka informacji z wyjaśnieniem szczegółów dotyczących nowinek technicznych, rozwiązań konstrukcyjnych wykorzystanych w nowoczesnych urządzeniach.

Znajdziecie tam odpowiedź na pytanie, jakie urządzenia są w chwili obecnej na topie, czego warto szukać, na co zwrócić szczególną uwagę. Odpowiemy wraz z naszymi specjalistami, czy klimatyzacja, aromaterapia, czy też tzw. mgiełka wodna to konieczność, czy też jedynie ekskluzywny dodatek do solarium. W „Kalejdoskopie Solaryjnym” znajdzie się ponadto wiele cennych porad fachowców, specjalistów i ekspertów z kraju i zagranicy.

„Kalejdoskop Solaryjny” pomoże Ci wybrać odpowiedniego partnera, wskaże optymalne urządzenia i niezbędne dodatki, potrzebne do prowadzenia salonu solaryjnego.

**Po raz pierwszy minikatalog**  
„Who is who” branży solaryjnej.

Ponadto pełen spis producentów, dystrybutorów i innych firm działających w branży solaryjnej – po raz pierwszy w tak szerokim wymiarze.

Całość „Kalejdoskopu Solaryjnego” zostanie przygotowana z niezwykłą starannością i przy zachowaniu maksymalnej obiektywności.

**To wszystko w jednym,  
już niebawem.**

**Zapraszamy do miłej  
i ciekawej lektury.**

## **Potężna dawka informacji!!!**

**Więcej szczegółów: tel. 0-603 695 454, e-mail: punkt@bdg.pl**



## **Szczecin** – solarium „Beaty Paula”

Osobiście uważam, że klientów z roku na rok jest coraz mniej. Nie wiem w 100% czym to jest spowodowane. Czy jest to związane z ogólną dekonjunkcją, czy też dlatego, że klienci po prostu nie mają pieniędzy. Raczej nie upatruję tu powodu w zwiększonej konkurencji, bo przecież salonów solaryjnych jest wokoło wiele, to raczej przyczyna szersza. Sama znam kilka gabinetów bardzo dobrze prosperujących, które w chwili obecnej jednak już taką popularnością, czy też takim wzięciem się nie cieszą. Co do turystyki z Zachodu, takiej typowo solaryjnej czy też kosmetycznej to powiem, że w naszym salonie to rzadkość. Pojawiają się, ale bardzo sporadycznie, nie są to przyjazdy właśnie w tym celu. Może to dotyczyć raczej branży medycznej niż naszej. Czy zaobserwowałam jakieś zmiany po wejściu Polski do Unii – raczej nie, wszystko wydaje mi się takie jak dawniej, także nasza branża.



## **Toruń** – solarium „Agat”

Niestety w naszym salonie odczuliśmy spadek zainteresowania klientów w porównaniu chociażby do zeszłego roku. Powód – klient poszukuje urządzeń bardzo silnych, mocno opalających, wręcz agresywnych, my natomiast pracujemy na solariumach o mniejszej mocy z lampami 100W. Zmiana w preferencjach klientów w naszym wypadku jest

główną przyczyną mniejszej frekwencji w salonie. Chociaż mamy zamiar wyjść naszym klientom naprzeciw. Sam proces integracyjny i późniejsze wejście Polski do Unii Europejskiej według mnie nie przyczyniło się zbyt do zmiany sytuacji w branży solaryjnej, zwłaszcza patrząc z perspektywy naszego salonu.

## **Warszawa** – „Sun & Body”

Z mojego punktu widzenia klientów jest zdecydowanie więcej. Solarium zlokalizowane jest w dużym centrum handlowym i klientki musiały się do niego, że tak powiem, przyzwyczaić. Obok mam swego rodzaju naturalną poczekalnię, którą jest kawiarnia. Często więc klientki przychodząc na kawę, prawie w przerwie korzystają z usług w naszym salonie. W przeciągu ostatnich miesięcy, co się zmieniło? Na pewno podejście klientek do naszych usług. Z całą pewnością są lepiej wyedukowane, dokładnie wiedzą czego chcą. Większą uwagę przykładają chociażby do kwestii odpowiedniego doboru cza-

su opalania. Wcześniej zdarzali się klienci, którzy wyrażali chęć opalania się nawet 30 minut i musiałam tłumaczyć, że taki czas może być niebezpieczny. Obecnie już nie mam takich problemów, osoby korzystające z naszych usług wiedzą dokładnie, ile czasu chcą się opalać i często wybiorą krótsze i bezpieczniejsze opalanie niż dłuższe. Poza tym nic według mnie się nie zmieniło.

## **Wrocław** – solarium „Sun-Fit”

Klient nasz Pan – to dewiza naszego salonu. W porównaniu do ubiegłego roku klientów jest więcej, częściej odwiedzają nasz salon. Trudno jest mi odpowiedzieć, czym to jest spowodowane. Najprawdopodobniej powód jest prozaiczny, mają więcej pieniędzy. Po wejściu Polski do UE na razie nic się nie zmieniło, a co będzie później, trudno mi teraz powiedzieć.

## **Zabrze – solarium** „Słoneczne Studio II”

Z punktu widzenia naszego solarium liczba klientów na pewno się zwiększyła.



Klienci wybierają po prostu to co najlepsze, a w naszym wypadku staramy się zaoferować najlepsze urządzenia i co najważniejsze częste wymiany lamp. Kolejną rzeczą na którą klienci zwracają uwagę to czystość w salonie, a ta zawsze musi być na najwyższym poziomie i tak jest oczywiście u nas. Uważam, że jedyna zmiana jaka nastąpiła z chwilą wejścia Polski do Unii to większa świadomość klientów. Są lepiej przygotowani do wizyty w solarium i to nas tylko cieszy. Z łatwością dostrzegają pozytywne zmiany, dobrą obsługę i jej jakość, a to z kolei powoduje, że wybierają nas.

### Podsumowanie

Wydaje się, że sytuacja w branży solaryjnej nie uległa drastycznej zmianie, ani w jedną, ani też w drugą stronę. Część osób twierdzi, że liczba klientów zwiększyła się; kolejni uważają, że pozostała na tym samym poziomie; wreszcie na końcu padają odpowiedzi – zmniejszyła się. Chyba nie popełnimy większego błędu jeśli powiemy, że patrząc z perspektywy całego kraju raczej nie nastąpiła w tym względzie jakaś radykalna zmiana.

Zmienił się jednak klient, są lepiej przygotowani, częściej poza ceną zwracają uwagę na jakość oferowanej usługi.

Taka zmiana na pewno cieszy. Na razie też z perspektywy salonu solaryjnego nie widać zmian po wejściu Polski do Unii Europejskiej. Mówiąc szczerze, lepsze to niż odpowiedzi, że przez podpisanie traktatów branża solaryjna popadła w prawdziwy marazm. Miejmy nadzieję, że cała branża jednak pójdzie śladem tych salonów, które z radością mówią, że jest nam lepiej, jest więcej klientów, bo to pozwoli nam na nieskrępowany rozwój sektora solaryjnego w Polsce. A to z kolei zagwarantuje właścicielom satysfakcję i zyski, a klientom, że będą mogli opalać się w coraz lepszych salonach, na coraz lepszych urządzeniach. I tego wszystkim życzymy.

Red.

# SOLARIUM & Fitness



## PRENUMERATA?

on-line <http://www.solarium.net.pl>

### Teraz dwa wydania gratis!

# 4 wydania tylko 24\* zł

Osoby, które zamówią prenumeratę otrzymają **bezpłatnie** „Kalejdoskop Solaryjny 2005”

(po ukazaniu się w III kwartale 2005 r.)

oraz wezmą udział w losowaniu nagród sponsorowanych.



**100 zł**  
x 3 zestawy

Fundatorem nagrody  
jest firma:  
**FLOSLEK**  
z Warszawy



**120 zł**  
x 3 zestawy

Fundatorem nagrody  
jest firma:  
**PROFI**  
z Zielonej Góry



**150 zł**  
x 2 zestawy

Fundatorem nagrody  
jest firma:  
**PROIMEX**  
z Bydgoszczy

„PUNKT” Sp. z o.o. • ul. Kołobrzeska 21/73, 85-704 Bydgoszcz

\* cena promocyjna przy płatności na pocztę lub w banku na rachunek  
60 8142 0007 0038 8818 2000 0001