

Nowe otwarcie

Nova 2 Solaria



Jest kilka firm w naszym kraju, które mają ogromny wpływ na rozwój całego segmentu solaryjnego.

Jedną z nich jest niewątpliwie **Nova 2 Solaria**. To warszawskie przedsiębiorstwo od kilku już lat rozwija się w sposób wręcz ekspresowy. Wiele ważnych przedsięwzięć zostało już zakończonych, inne czekają na realizację. O odpowiedź na pytanie – czego możemy spodziewać się w najbliższej przyszłości – poprosiliśmy **Andrzeja Chmielewskiego**, właściciela firmy.

Red.: Nova 2 Solaria nie zwalnia tempa, jak to się dzieje?

Andrzej Chmielewski: Rozwijamy się owszem, ale okupione jest to dużym wysiłkiem. Generalnie rzecz biorąc, jeśli chodzi o gospodarkę, sytuacja na rynku z całą pewnością nie jest zadowalająca. Tylko dzięki bardzo przemyślanym decyzjom i odpowiedniej dbałości o koszty w firmie, generujemy środki, które pozwalają cały czas się rozwijać i poszerzać ofertę. Według naszego głębokiego przekonania, w dzisiejszych czasach jest to główny wymóg, aby można było mówić o powodzeniu i sukcesie. Klient oczekuje od firmy

oferty bogatej w nowości i atrakcyjne promocje, i to on często stymuluje właśnie ten rozwój. Prowadzi to do stałego poszerzania własnego stanu posiadania o kolejne elementy, o kolejne produkty. Dla klienta jest to także pewne kryterium oceny, czy dana firma jest interesującym partnerem do współpracy, czy też nie. Dlatego też nie możemy pozwolić sobie na spowolnienie tempa. Nasz główny cel to stworzenie kompleksowej oferty, tak aby klient w jednym miejscu mógł wybrać urządzenia, zarówno solaryjne, jak i sprzęt kosmetyczny czy wellness, otrzymać profesjonalną pomoc, jak urządzić lokal, opierając się na fachowych

wskazówkach projektanta, kończąc na doradztwie marketingowym – w jaki sposób odpowiednio wypromować swój salon. Wówczas możemy właśnie liczyć na to, że zadowolony, kompleksowo obsłużony klient będzie naszym rzecznikiem.

Red.: Nowe biuro to nowa jakość, czy też dotychczasowe działania poparte teraz jeszcze większym komfortem w kontakcie z klientem?

A. Ch.: Zdecydowanie druga część tego pytania jest bardziej adekwatna do rzeczywistości. Do jakości zawsze przywiązywaliśmy ogromną wagę. Uważam, że jest to jedno z głównych kryteriów, które określa naszą współpracę z klientami. Nowe biuro, nowy magazyn – wszystko to pozwala na uzyskanie większego komfortu nie tylko dla nas, ale przede wszystkim dla naszych klientów. To przecież dla nich pracujemy, a nie dla siebie. To tu, w jednym miejscu, mogą porozmawiać o naszej ofercie, obejrzeć i często przetestować oferowane urządzenia. Sprzyja

Andrzej Chmielewski, właściciel firmy Nova 2 Solaria



Fot. Nova 2 Solaria



Fot. Nova 2 Solaria

to podjęciu szybszych i trafniejszych decyzji. Daje także możliwość pełnej orientacji w oferowanych przez nas produktach. Wszystko co robimy, robimy z myślą o naszych klientach i wydaje mi się, że oni to doceniają, czego wyrazem są bardzo pochlebne opinie na nasz temat.

Red.: Nova 2 Solaria swoim zasięgiem obejmuje całą Polskę. Jak udaje się zapewnić usługi serwisowe na tak dużym obszarze?

A. Ch.: Przede wszystkim sami rozwijamy nasz personel techniczny. W chwili obecnej do dyspozycji klientów pozostają cztery niezależne zespoły, które bardzo szybko mogą reagować na zgłoszenia. Oczywiście, mimo tak znaczącego zaplecza, nie jesteśmy w stanie sami zagwarantować tak szybkiej pomocy, jakbyśmy sobie tego życzyli. Dlatego też współpracujemy z firmami na terenie całego kraju, które bezpośrednio na nasze zlecenie, będąc bliżej rynków regionalnych, wykonują wszelkie usługi. Oczywiście jest to grono sprawdzonych serwisantów, którzy przeszli odpowiednie przeszkolenie. Na pierw-

szym miejscu zawsze musi stać fachowość i dbałość o rzetelność usług, to także doskonała recepta na zadowolenie klienta. Są to często ludzie z którymi współpracujemy od wielu lat, którzy dystrybuują nasze kosmetyki czy lampy. Dzięki temu, szybkie dotarcie do klienta jest w naszym przypadku rzeczywiście faktem.

Wprowadzamy również nowe usługi, jak chociażby serwis 48-godzinny.

Nie jest to łatwe do zrealizowania, ale bardzo doceniane przez klientów. Przecież obecnie solarium to usługa, która funkcjonuje przez 7 dni w tygodniu i jeśli klienci nie mają dostępu do szybkiego serwisu, nie mogą być z takiej sytuacji zadowoleni. Każdy dzień w którym urządzenie nie pracuje przynosi wymierne straty. W związku z tym nie powinien dziwić tak duży nacisk na tego typu usługi. Dla nas jest to kierunek, któremu poświęcamy naprawdę wiele uwagi.

Red.: Na Zachodzie branża solaryjna „kuleje”, a czy w Pol-

sce można mówić o ożywieniu?

A. Ch.: Mówienie o wielkim ożywieniu na polskim rynku to pewna przesada. Mogę raczej powiedzieć, że jest widoczna pewna perspektywa stopniowego rozwoju. Po wejściu Polski do Unii Europejskiej to tylko kwestia czasu. Segment usług który reprezentujemy to w pewnym sensie usługa ekskluzywna. Nic dziwnego więc, że często znajduje się ona na końcu listy potrzeb. Stąd też większe zainteresowanie właścicieli studiów solaryjnych urządzeniami użytkowymi. Myślę jednak, że w dłuższej perspektywie rokowania są bardzo pomyślne. Wynikałoby to z kilku przyczyn. Po pierwsze: w Polsce jest to usługa bardzo młoda, a w związku z tym nie przejawia sygnałów przesylenia,



Fot. Nova 2 Solaria

można wręcz powiedzieć, że stale się rozwija i poszerza o kolejne studia. Po drugie: właśnie zapotrzebowanie na ekskluzywne usługi z roku na rok wzrasta. Myślę, że w branży solaryjnej i kosmetycznej drzemie ogromny potencjał, który możemy wykorzystać, ale musimy się do tego odpowiednio przygotować. Właśnie dlatego tak ważna w tej chwili jest ścisła współpraca z klientem. Dzięki temu będzie on przekonany o naszej sile i potencjale, bo tylko wtedy za ja-



kiś czas będziemy w stanie „skonsumować” właśnie to ożywienie, które, tak jak powiedziałem, musi w naszej branży się pojawić. Dlatego też, mimo że sytuacja obecnie nie jest szczególnie „różowa”, zdecydowaliśmy się na tak wiele zmian. Nowe biuro, magazyny, nowe produkty, czy w końcu własna marka, to wszystko powstaje właśnie z myślą o kompleksowej ofercie i o przyszłym rozwoju firmy.

Red.: Niedawno Nova 2 Solaria podpisała umowę z firmą KBL, potem Sportarredo. Jaki będzie kolejny etap rozwoju?

A. Ch.: Faktem jest, że ostatnie dwa, trzy lata przyniosły wiele zmian w firmie, co można zaobserwować analizując naszą ofertę. Zbudowaliśmy swoją pozycję w oparciu o współpracę z firmą Dr. Kern. Zaowocowało to później i pozwoliło nam na podpisanie wielu nowych, bardzo atrakcyjnych kontraktów z innymi producentami z Zachodu, takimi jak megaSun KBL czy Light-



Fot. Nova 2 Solaria

Tech. Dzisiejsi partnerzy, obserwując nas kilka lat wcześniej, zauważali potencjał jaki posiada firma Nova 2. Przyjrzeni się dokładnie, jak w przeciągu ośmiu lat współpracy z Dr. Kernem, stworzyliśmy bardzo popularną markę w Polsce. Dziś to przynosi profity. Pozwala nam obecnie na zdecydowanie łatwiejsze znajdowanie i podpisywanie nowych umów handlowych. Oczywiście Dr. Kern jest zawsze bliski naszemu sercu i cały czas te sprawdzone i od wielu lat funkcjonujące na polskim rynku urządzenia sprzedajemy. Związanie z firmą megaSun pozwoliło na zdecydowane rozszerzenie oferty. Potężne przedsiębiorstwo jakim jest KBL podpisało z nami umowę, a my staramy się z niej jak najlepiej wywiązać. Oczywiście z korzyścią dla obu stron. Współpraca ze Sportarredo, marką jakby trochę niszową, ale doskonale uzupełniającą nam ofertę przede wszystkim kabin do opalania, to kolejne doświadczenie ostatnich lat.

Dziś przyszedł czas na kolejne etapy rozwoju naszej firmy w segmencie solaryjnym.

Pierwszy, ogromny wręcz krok, to nasza własna marka – nowa lampa do solarium – Light Systems.

Red.: Jak doszło do powstania marki Light Systems?

A. Ch.: Od 5 lat współpracujemy ze znanym i cenionym producentem lamp do solarium LightTech. Przez ten czas budowaliśmy jego pozycję w Polsce. Od dwóch lat prowadziliśmy sprzedaż tych produktów jako wyłączny importer, a ostatnio także stworzyliśmy i prowadziliśmy centralny magazyn LightTech w naszym kraju. To właśnie wyniki ostatnich pięciu lat oraz stały wzrost sprzedaży doprowadziły do tego, że nasz partner, przy ścisłej współpracy z nami, zdecydował się na stworzenie lampy zgodnej z oczekiwaniami polskiego rynku. To ogromny sukces nie tylko naszej firmy, ale przede wszystkim wszystkich klientów i właścicieli salonów solaryjnych w Polsce. **Light Systems** to marka stworzona specjalnie dla nich i zbudowana w oparciu o ich oczekiwania. My patrzymy na to jeszcze szerzej. Dla nas to doskonały produkt do ekspan-



Fot. Nova 2 Solaria

sji na inne rynki, zwłaszcza rynki wschodnie i tam już dziś szukamy i znajdujemy dystrybutorów i odbiorców. Jednak punktem wyjścia dla stworzenia tego wyjątkowego produktu był rynek polski i na nim się skupiliśmy. Mamy nadzieję, że Light Systems spełni wszelkie oczekiwania klientów i to zarówno jeśli chodzi o jakość opalania, moc czy także ze względu na rozsądną cenę. Chciałbym aby za kilka lat Light Systems była wiodącą marką wśród lamp na rynku polskim, tak jak niewątpliwie przy naszej pomocy stało się z produktami LightTech.

Red.: Light Systems, jakie plany związane są z tymi lampami?

A. Ch.: Tworząc ten produkt nie kierowaliśmy się myślą o jak najniższej cenie. Przede wszystkim postawiliśmy na jakość. Powtórzę:

jest to produkt trafiający w oczekiwania polskiego odbiorcy i polskiego rynku.

Linia lamp nie została okrojona jedynie do dwóch czy trzech pozycji. Light Systems składa się z trzech oddzielnych linii: Basic, HighTech i HighPower. **Basic** to seria, która przy zachowanej niewątpliwie wysokiej jakości i odpowiednich parametrach, oferuje odpowiednią, atrakcyjną cenę. To lampy na krótkiej elektrodzie, o bardzo dobrej żywotności 600-800 godzin. Będzie to z całą pewnością produkt najbardziej masowy i popularny. Dla ludzi, którzy pragną czegoś bardziej ekskluzywnego, idealnym rozwiązaniem wydaje się **HighTech**. Jest to linia lamp z serii tzw. Longlife o żywotności od 800 do 1000 godzin, na długiej elektrodzie,

o bardzo wysokich współczynnikach 2,7 i 3,5 UVB/UVA. To także doskonała alternatywa dla wszystkich marek dostępnych w tym segmencie na polskim rynku. Lampami o najwyższych parametrach są produkty z serii **HighPower** w których zastosowano unikalną formułę PI K500, która jest zupełną nowością na polskim rynku. Jest to technologia, która łączy w sobie mieszankę szeroko- i wąskozakresowego fosforu, dająca lampę o 1000-godzinnej, niezwykle stabilnej efektywności opalania. HighPower to produkt dla najbardziej wymagających klientów. Myślę, że lampa o tak wysokiej emisji UVA, stanie się prawdziwym hitem na naszym rynku.

Red.: Wschód i otwarcie się polskich firm na tamtejsze rynki. Jak ocenia Pan tę sytuację?

A. Ch.: Dla nas otwarcie się na wszystkie kraje wschodnie, to nie tyle potrzeba, co konieczność. Po wejściu Polski do Unii, granica naszego kraju stała się jednocześnie granicą Unii i w związku z tym powinniśmy tę sytuację polityczno-geograficzną w pełni wykorzystać. Z jednej strony podobna mentalność, łatwiejsza komunikacja międzyludzka, a z drugiej po prostu mniejsza odległość powoduje, że jesteśmy zdecydowanie bardziej atrakcyjni niż firmy z dalszej części Europy. W chwili obecnej, właśnie otwarcie się na rynki wschodnie, to często jedyna naprawdę spora możliwość rozwoju naszych firm. Jest to kierunek o którym nie można zapominać.

Red.: Wracając do spraw krajowych, jakie plany na najbliższą przyszłość?

A. Ch.: Reasumując, można to powiedzieć w ten sposób: mamy za sobą etap bu-

dowy podstaw, mamy więc swego rodzaju bazę. Posiadamy również odpowiednie warunki, aby w sposób właściwy przyjąć u siebie klienta, dysponujemy rozbudowaną ofertą i to nie tylko w segmencie solaryjnym, ale także w branży wellness i kosmetycznej. Warto wspomnieć o ciekawej ofercie kapsuł kosmetycznych czy całej gamie foteli i leżanek niemieckiej firmy Heitland. To wszystko pozwala nam już w chwili obecnej myśleć o nowych wyzwaniach. Może będę się powtarzał, ale rozwój w moim rozumieniu jest tożsamy z poszerzaniem oferty. Może



wydać się to zbyt daleko idącą deklaracją, ale własny segment lamp to początek tego co chcemy robić. Mamy zamiar w niedalekiej przyszłości realizować dużo większe projekty pod własnym szyldem. Wiemy, że nazwa Nova 2 utosamiana jest już dzisiaj z wiarygodnością na rynku, ze świadomością jakości, profesjonalizmu i prestiżu. I to jest nasz kapitał.

Red.: Dziękujemy za rozmowę i życzymy zrealizowania zamierzonych celów.