

U nas, jak w przemyśle motoryzacyjnym, są klienci mniej lub bardziej prestiżowych modeli i marek

Jak wybrać klub fitness, w którym będziemy się dobrze czuli i realizowali swoje plany?

Świadomy klient, zanim stanie się klubowiczem konkretnego miejsca, powinien najpierw poczuć na własnej skórze, jak wygląda obsługa klienta, profesjonalizm kadry klubu z usług którego chce korzystać. W klubach SOHO Body Spirit praktykujemy dwa rozwiązania:

- pierwsze wejście w prezencje
- pierwszy miesiąc w klubie na zasadach członkostwa próbnego (SOHO Try me). To miesiąc, kiedy dajemy sobie czas na zweryfikowanie naszych kompetencji przez potencjalnego klubowicza.

Jeśli SOHO Try me kończy się przedłużeniem umowy, wtedy mówimy o sukcesie. Jeśli klient nie podejmuje się kontynuacji współpracy uważam, że wina leży po naszej stronie.

Kto zarządza polskim fitnessem?

Jest grupa menadżerów z prawdziwego zdarzenia, która inwestuje w siebie. Niestety, w mojej ocenie, zdecydowana większość nie jest wystarczająco wyedukowana. Niezmiernie cieszy mnie jednak fakt, że z roku na rok zwiększa się grono osób chcących się kształcić. Jako firma konsultingowa (Twój Fitness Sp.zo.o.), świadcząca usługi dla inwestorów, ale także dla właścicieli, czy kadr pracujących w klubach fitness, uważam, że pomimo znacznego oporu, tendencją jest wiara w siłę szkoleń, wymiany doświadczeń. Dużą rolę zaczyna odgrywać także Polski Związek Pracodawców Fitness, którego niektóre działania już są bardzo widoczne, jak np. obniżka VAT w branży.

Z Pana punktu widzenia – pasja założyciela, czy jego chęć osiągnięcia sukcesu w biznesie – przyczyniają się do sukcesu danego klubu?

Nie ma jednej recepty na sukces. Uważam, że należy spełniać swoje marzenia. Wszystko leży w nas. To ja decyduję o tym, co chcę robić w życiu, tworzę wizję biznesu i realizuję ją, napotykając na przeszkody i pokonując je. Kluby SOHO Body Spirit są efektem takiego działania. Nikt nie wierzył w mój sukces, poza nieliczną grupą znajomych i rodziny. Ja natomiast szedłem bardzo konkretnie wyznaczoną drogą, co teraz, z perspektywy 10 lat funkcjonowania firmy Twój Fitness, napawa mnie olbrzymią dumą. W końcu mogę pracować z osobami, z którymi chcę, a nie z tymi, z którymi muszę. Fakt rozwoju osobistego ludzi w mojej firmie, w klubach fitness (SOHO Body Spirit), w salonach kosmetycznych (SOHO Beauty), czy w sklepie Fit Shop, to najlepszy dowód na to, że moja droga ma sens. A te tysiące już odmienionych klubowiczów, którzy dzięki naszej pomocy realizują się na nowo.... To bezcenne.

W jaki sposób w Panu dojrzała myśl o posiadaniu własnych klubów?

Kiedyś, pracowałem jako model i tancerz. To bardzo ciekawe zajęcie, ale niezmiernie wypala i szybko przestałem widzieć w tym sens. Wyjechałem do USA, gdzie studiowałem angielski dla obcokrajowców, a żeby na te studia zarobić, bardzo ciężko pracowałem. Tam zrozumiałem, jaką wartość ma zarobiony w pocie czoła pieniądź. W branży fitness zaczynałem od by-



fol.: Justyna Steczkowska

cia recepcjonistą, później pracowałem jako instruktor fitness, trener, na menedżerze skończywszy. Handlowałem też maszynami Life Fitness i Hammer Strength. Jeżdząc po kraju zauważyłem mnóstwo różnic między tym, co widziałem w USA, a polskim „podwórkiem”. Zacząłem się szkolić, zrobiłem liczne kursy i skończyłem studia z zarządzania klubem fitness pod okiem ojca amerykańskiego biznesu fitness, Thomasa Plummera. Następnie zacząłem świadczyć usługi doradcze dla rodzimych inwestorów. Zrealizowałem dla klientów kluby fitness w Rzeszowie, Wrocławiu, Lesznie, Legionowie, Radomiu czy Stalowej Woli. To pozwoliło mi na realizację projektu pierwszego z klubów SOHO Body Spirit w Brwinowie, później powstała Dębica, teraz pracujemy nad kolejną lokalizacją.

Na rodzimym gruncie pojawiają się takie marki jak CityFit, McFit, Fit for Free, Fitness24Seven - nowoczesnie wyposażone, otwarte 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu przestrzenie do ćwiczeń... z wirtualnymi trenerami? Taki „bezosobowy” model ma szansę się sprawdzić?

Absolutnie daleki jestem od negocjowania tego modelu, aczkolwiek reprezentuję kompletnie inne, bardzo spersonalizowane podejście do biznesu. Jestem przekonany, iż siła naszej branży jest tak duża, iż zarówno bezosobowe, jak i wszelkiego rodzaju inne modele klubów fitness znajdą sympatyków. To tak, jak w przemyśle motoryzacyjnym. Są klienci mniej lub bardziej prestiżowych modeli i marek.