

Kto kryje się za caravanningową marką Globe Traveller

data aktualizacji: 2018.11.27



Rozmawiamy z Jackiem Jaskotem, projektantem i twórcą marki Globe-Traveller, dyrektorem zarządzającym Elcamp Traveller.

Skąd wzięło się pańskie zainteresowanie kamperami?

Z pasji i ze „słabości” do podróżowania. Jak większość ludzi, uwielbiam podróżować. Swoboda, którą daje „domek na kółkach”, ma dla mnie olbrzymią wartość. Tylko kamper daje takie poczucie wolności.

No dobrze, podróżować lubią wszyscy, ale nie wszyscy produkują kampery...

To prawda. Swoją przygodę z caravanningiem zacząłem od kilku podróży wynajętymi samochodami. Po jakimś czasie zamarzyło mi się posiadanie własnego kampera. Okazało się jednak, że ciężko znaleźć samochód, który spełniałby moje oczekiwania. Były albo za drogie, albo straszyły „oldschoolowym” designem. Szybko podjąłem decyzję o wykonaniu samochodu „na zamówienie”. Pierwszy kamper wg mojego projektu powstał na przełomie 2009 i 2010 roku. Był to Nissan Primastar w wersji kempingowej. Podobał się na tyle, że znaleźli się klienci, którzy mi zaufali. W 2010 roku wynająłem halę na Mokotowie, rozstałem się z firmą w której pracowałem i poświęciłem się pasji. Zacząłem budować samochody z logo Neo-Traveller.

Od razu zaczęły się sprzedawać „jak świeże bułeczki”?

O nie, nie... Początki były naprawdę ciężkie. Kłopoty ze znalezieniem pracowników, brak doświadczenia, kłopoty z zaopatrzeniem. Spore wyzwania. Dodatkowo szybko zdałem sobie sprawę, że moje możliwości finansowe są zdecydowanie zbyt skromne. Mniej więcej po roku działalności zacząłem się poddawać. Doszło do tego, że sprzedałem swój fundusz emerytalny, żeby utrzymać firmę. Postanowiłem, że jeśli w następnym miesiącu nie wydarzy się nic spektakularnego, to porzucę swoje marzenia. I wtedy zdarzył się cud. Zadzwonił do mnie mieszkaniec Cottbus z propozycją współpracy i pomocy w sprzedaży moich pojazdów w Niemczech. Zainwestował w marketing i sfinansował znaczną część targów w Lipsku. Po tych targach nastąpiło coś w rodzaju „przestawienia zwrotnicy”. Musiałem znaleźć kogoś, kto by mi pomógł w rozwinięciu produkcji.

I kogo Pan wybrał?

Wybór padł na krakowski Elcamp. To firma z dużym doświadczeniem w sprzedaży kamperów w Polsce, z rozległymi kontaktami handlowymi i sprawnym serwisem. Z początkiem 2012 roku powstała spółka Elcamp Traveller dedykowana wyłącznie do produkcji pojazdów kempingowych. Zaadaptowaliśmy dla na szych potrzeb dawny Polmozbyt w podwarszawskim Karczewie i od 3 lat budujemy tam nasze kamperki.

Dlaczego wybrał Pan akurat Elcamp?

Na rynku nie ma zbyt wielu firm, które miałyby doświadczenie w sprzedaży kamperów. Elcamp od wielu lat jest dealerem Hymera i Adrii w Polsce. Ma spore doświadczenie w tej dziedzinie, ma też dobrze funkcjonujący sklep internetowy i duży serwis. Nie bez znaczenia był też fakt, że głównym udziałowcem Elcampu jest Sobiesław Zasada. To postać, której przedstawiać nie muszę. Wyjątkowy człowiek. Bez jego wsparcia i życzliwości rozwój tej firmy byłby niemożliwy. Bardzo doceniam też wsparcie, jakie dzisiaj uzyskujemy od krakowskiego Elcampu. Dostawy wyposażenia do naszych kamperów to ich domena. Sprzedaż również. Od roku zarządza tym Andrzej Zawiliński. Świetny organizator z dużymi pokładami optymizmu i handlowym doświadczeniem. Jego aktywność w poszukiwaniu nowych dealerów przynosi nam bardzo wymierne korzyści. Ja i moja karczewska załoga możemy się skoncentrować na tym, co lubimy najbardziej: na projektowaniu i budowaniu samochodów. I staramy się robić to jak najlepiej. Mam w Karczewie świetną załogę. Ludzi, którzy lubią swoją pracę, znają się na niej i chcą się rozwijać. Mój szef produkcji ma dziesięcioletnie doświadczenie w produkcji samochodów kempingowych w Niemczech. Bez wątpienia jest jednym z najlepszych specjalistów w tej branży od Bugu po Atlantyck.

Proszę opowiedzieć coś o specyfice sprzedaży polskich samochodów do Europy Zachodniej. Czy polski rodowód nie przeszkadza w biznesie?

Bywa różnie. W Skandynawii to nie problem. Byłem ostatnio na targach w Szwecji, gdzie przychodzili klienci i wręcz szukali „samochodów z Polski”. To efekt kilku życzliwych artykułów w branżowej prasie. W Niemczech jest gorzej. Stereotypy są tam bardzo silne. Dlatego zdajemy sobie sprawę, że musimy być lepsi od konkurencji we wszystkich aspektach. Jakość wykonania, rozwiązania funkcjonalne, design – wszystko musi być lepsze.

Generalnie: rynek europejski jest dla nas bardzo ważny. Bez obecności w tych krajach nie mielibyśmy szans na rozwój. W ostatnim roku dokonaliśmy wielu zmian. Modyfikacji uległy organizacja produkcji i sprzedaży. Rozstaliśmy się z naszym niemieckim importerem, zmieniliśmy nazwę naszych samochodów. Pożegnaliśmy Neo-Travellera – wprowadziliśmy nową markę. Od sierpnia ubiegłego roku nasze pojazdy jeżdżą z nowym logo: Globe-Traveller. Przy okazji poddaliśmy je faceliftingowi. Obniżyliśmy również ceny. Wspomagamy mocno naszą zagraniczną sieć sprzedaży. Jesteśmy obecni na wszystkich większych targach, przygotowujemy katalogi i materiały POS. Zatrudniliśmy Olę Brzozowską, która od kilku miesięcy jest naszym export managerem. Świetny fachowiec, „podkradzony” branży jachtowej. Potencjał ludzki to zresztą podstawa naszego rozwoju. Muszę potwierdzić jedną żelazną regułę: firma to ludzie. Budowanie marki to układanie puzzli. Nie wystarczy dobry produkt – wszystkie inne elementy układanki muszą do siebie pasować. Sprzedaż,

marketing, zaopatrzenie. Ale we wszystkich tych elementach najważniejsi są ludzie. Ich profesjonalizm, ich pracowitość i ich optymizm.

A co może Pan powiedzieć o rynku polskim?

To rynek dla nas bardzo przyjazny. Nie jest zbyt duży, ale z roku na rok rośnie. Polacy lubią kupować polskie produkty pod warunkiem, że nie ustępują jakością zachodnim. W naszym przypadku często słyszymy, że nasi klienci są dumni, że mogą jeździć polskimi kamperami. Często proszą nas o katalogi, by rozdawać je w czasie podróży. To naprawdę bardzo wyjątkowe. Na zachodzie wszystko ma bardziej komercyjny charakter - Polacy ciągle potrafią być spontaniczni i szczerzy w swoich zachowaniach. To bardzo miłe. I bardzo za takie wsparcie jesteśmy wdzięczni.

Czego należy Wam zatem życzyć?

Na tak sformułowane pytanie nasza Ola odpowiedziała kiedyś: zuchwałości. I całkowicie się z nią zgadzam. Zuchwałość potrzebna jest do tego, by porywać się na rzeczy, które innym wydają się zbyt trudne i nieosiągalne. A tylko takie wyzwania przynoszą prawdziwą satysfakcję. Niezależnie od tego, ile „krwi i potu” trzeba w to włożyć...

Artykuł pochodzi z numeru 1 (70) 2016 Polskiego Caravaningu

Źródło: