



KOBIECA ENERGIA W BIZNESIE

Rynek beauty należy do kobiet. To one tworzą niezwykle miejsca oraz atmosferę, która potrafi przyciągać pacjentki z najdalszych stron kraju. O podstawach tego wdzięcznego biznesu, skutecznych technologiach i bezpieczeństwie rozmawiamy z Katarzyną Nadolną, prezes zarządu ITP S.A.

By osiągnąć sukces na rynku beauty, trzeba go zrozumieć, nawet kiedy rzuca wyzwania...

Myszę, że najtrudniejszym obszarem w medycynie estetycznej oraz spa i *wellness* dla firmy dystrybuującej zaawansowane technologie jest zarządzanie działami wsparcia klienta oraz serwisem. Poziom trudności porównałabym do zarządzania pogotowiem ratunkowym. Moim założeniem w ITP S.A. od początku było stworzenie doskonałego serwisu bez godzenia się na kompromisy oraz łatwe rozwiązania. Mówimy w końcu o technologiach medycznych oraz urządzeniach, które wymagają troski. Stworzyliśmy w Polsce wyjątkową organizację, współpracujemy z najważniejszymi producentami sprzętów medycznych na całym świecie, pionierami technologii. A nasi klienci już wiedzą, że za najwyższą technologią oraz serwisem idzie nie tylko wyższa cena, ale przede wszystkim bezpieczeństwo, skuteczność i zaufanie. Chciałabym, by w przyszłości dla pacjentów gabinetów marka ITP S.A. również stała się gwarantem usług na najwyższym poziomie.

Na czym polega wyjątkowość wsparcia klientów i serwisu ITP S.A.?

Opiekujemy się klinikami medycyny estetycznej, gabinetami i strefami urody bardzo kompleksowo. Począwszy od doradztwa na etapie projektu, dopasowujemy całą ofertę sprzętową do indywidualnego modelu biznesowego. Nasze doświadczenie i doradztwo są kluczowe, ponieważ klienci nie mają przestrzeni na błędy. Dobrym przykładem będzie laserowe usuwanie owłosienia, najbardziej popularny zabieg, często wybierany jako pierwszy w nowo otwartych klinikach. Jeśli laser będzie nieskuteczny, zabieg źle wykonany albo co gorsza będzie pro-

wadził do poparzenia, pacjenci nie wrócą, a problem eskaluje. Jeśli nasz klient ma odnieść sukces, my budujemy go wraz z nim, opierając się na wysokiej skuteczności, bezpieczeństwie oraz szkoleniach. Dlatego kiedy dbamy o to, w jaki sposób nasi klienci korzystają z urządzeń, jednocześnie stawiamy na ich najwyższą jakość. Osobiście zawsze miałam ambicję, nawet kiedy rynek urody w naszym kraju raczkował, by Polki miały dostęp do najlepszych światowych technologii. By pacjentki nie musiały wyjeżdżać na zabiegi za granicę do wielkich europejskich stolic. Dziś odnosimy sukcesy nie tylko w Warszawie, Poznaniu i Krakowie, bo mamy mnóstwo wspaniałych klinik w małych miejscowościach, do których przyjeżdżają pacjenci z całych regionów.

Co jest kluczem do sukcesu?

Kluczem jest postrzeganie kliniki, gabinetu lub salonu jako pewnego rodzaju azylu, wyjątkowej przestrzeni dla kobiet. W końcu to one tworzą ten rynek i dla nich otwieramy kolejne miejsca. Warto pamiętać, że estetyka to rynek usług luksusowych, by spełnić wymagania rynku i klientek, trzeba postawić na jakość. Zamiast inwestować za dużo w wyposażenie wnętrza, warto skupić się na narzędziach do pracy, czyli urządzeniach do zabiegów oraz na profesjonalnym personelu i wreszcie partnerze biznesowym, który dostarczy sprzęt, zapewni pełną opiekę, szkolenia oraz doradztwo i serwis. I to właśnie jest nasza rola. Poza tym do tego biznesu trzeba mieć serce i lubić kontakt z ludźmi. W branży *beauty* większość stanowią kobiety, które zarządzają innymi kobietami, potrafią być dla siebie nawzajem źródłem inspiracji oraz relacji opartych na zaufaniu. Zespół ITP S.A. również w większości tworzą kobiety i widzę, jak potrafią się rozwijać, gdy tylko mają ku temu przestrzeń. Szczęśliwy zespół przekłada się bezpośrednio na satysfakcję klientów i widać to w gabinetach, gdzie pacjentki tworzą bardzo bliskie relacje z lekarzami, kosmetologami. Co ważne, jest to biznes dla ludzi, którzy lubią dynamikę i akceptują zmiany. Rynek urody jest bardzo zmienny a my wciąż wprowadzamy nowości z całego świata, inwestujemy i wciąż się czegoś uczymy.

Polskie kliniki medycyny estetycznej są dziś wzorem dla tych światowych?

Jak najbardziej, ale dla mnie ogromnym sukcesem jest to, że polskie kliniki mają pionierską naturę. Mimo że technologie w medycynie estetycznej są niezwykle kosztowne, to rynek jest otwarty, by je wprowadzać. Poza tym – starając się wsłuchiwać w potrzeby naszych klientów – udoskonalamy zabiegi, budujemy nowe procedury, łączymy je dla spektakularnych efektów. Naszym DNA są innowacje, technologie oraz zdrowy styl życia. Dlatego mamy również w portfolio Technogym, a więc markę najwyższej jakości sprzętu fitness. Wraz z całym światowym i polskim rynkiem promujemy świadome dbanie o siebie oraz działamy w aspekcie *longevity*. Wszyscy pragniemy żyć dłużej, cieszyć się zdrowiem i naturalnym pięknem. Dziś rozumiemy, jak ważną częścią dbania o siebie jest medycyna estetyczna z zabiegami stymulacji oraz eliminacji toksyn. To dopiero początek, ale cały rynek urody staje się częścią zdrowego, długiego i szczęśliwego życia. ■