„Stále tu pretrváva strach ísť do fitka," hovorí David z Form Factory, ktorá na Slovensku búra stereotypy o pohybe

Form Factory chce zaujať Slovákov úplne iným prístupom k fitku. Obchodný riaditeľ David Šimončič hovorí, prečo je dôležitejší zdravý štandard než pozlátko, a čo môže rozhýbať tých, ktorí necvičia vôbec.

Keď prejdeš okolo ich priestorov v Skyparku, možno ti napadne: ďalšie fitko. Ale vo vnútri ťa nečaká len rad strojov a zrkadlá. Form Factory stavia na inom základe – zdravý štandard, ktorý má fungovať aj pre tých, ktorí by si ísť do posilňovne inak nikdy netrúfli. Žiadna nadutosť, žiadna hra na prémiovosť. Len veľa priestoru, čistota, energickí ľudia a služby, ktoré na Slovensku stále nie sú samozrejmosťou.

Za ambicióznou expanziou stojí medzinárodná skupina Benefit Systems, ktorá na Slovensku pôsobí pod značkou Form Factory. Lokálny tím vedú David Šimončič a Imrich Orosz, s jasným cieľom: osloviť nielen aktívnych športovcov, ale najmä tých, ktorí dnes necvičia vôbec — a ktorých je na Slovensku stále väčšina.

V rozhovore otvorene hovorí o tom, prečo investujú šesťciferné sumy do dizajnu a technológií, ako sa dá spojiť komunitný duch s dátami a prečo by sa skupinových lekcií nemal báť ani ten, kto si myslí, že mu „fitká nesedia". Aj o tom, čo sa skrýva za vetou: *„Nejde len o telo, ide o zdravie. A zdravie je investícia, ktorá sa naozaj oplatí."*

Na trh vstupujete s veľkými investíciami do priestorov, technológií aj dizajnu. Čím chcete reálne preraziť v slovenskej konkurencii? A čo podľa vás najviac odlišuje Form Factory od iných fitness konceptov, ktoré už dnes pôsobia v Bratislave?

Presne tým, čo spomínate vo svojej otázke. Vyberáme priestory tam, kde veríme, že fitká našich rozmerov a štandardu chýbajú. Prinášame zdravý štandard, ktorému veríme – dostatočne veľký gym s novými kvalitnými strojmi, skupinové sály so širokou ponukou tréningov od jogy až po veľmi intenzívny BodyPump, saunu na zaslúžený relax po cvičení a InBody meranie. Veríme totiž, že nejde len o zmenu fyzického vzhľadu, ale najmä o zdravie, a práve InBody ukáže, ako telo reálne napreduje. Keď sa k tomu pridá vysoký štandard čistoty a príjemný servis, vzniká celok, o ktorom sme presvedčení, že má na Slovensku veľký potenciál.

Povedali ste, že vám je v zásade jedno, či ľudia cvičia u vás alebo inde – hlavné je, že sa hýbu. Ako obchodný riaditeľ však nesiete zodpovednosť za rast firmy. Ako v sebe hľadáte rovnováhu medzi misiou podporovať pohyb a tvrdými biznisovými cieľmi?

Áno, lebo výzva Slovenska nie je v tom, aby sme si „preberali" zákazníkov medzi fitkami. Skutočná výzva je rozpohybovať tú časť populácie, ktorá dnes necvičí – a bavíme sa o viac ako 43 % ľudí v produktívnom veku. Ak sa nám podarí rozhýbať túto skupinu, zväčší sa celý trh a budú z toho profitovať všetci. Presne tam cielime naše kampane. Samozrejme, sledujeme aj konkurenciu, ale úprimne – mňa osobne teší

vidieť, že fitness segment rastie. V porovnaní s inými odvetviami má totiž veľmi pozitívny vplyv na spoločnosť.

Do nových klubov, napríklad v Skyparku a na Farského, ste investovali výrazné sumy – do vybavenia aj architektúry. Čo rozhoduje o tom, kde otvoríte ďalšiu pobočku? A pri akých parametroch si poviete, že „toto miesto má potenciál uspieť“?

Je to kombinácia viacerých faktorov – posudzujeme mikro aj makro lokalitu, dostupnosť, rezidentov, firmy v okolí a množstvo ďalších dát. Čo môžem povedať, je, že pri doterajšej expanzii nám prešlo rukami viac ako 70 lokalít, z ktorých sme vybrali len tie, ktoré nám na základe týchto parametrov dávali najväčší zmysel.

Chcete sa odlíšiť prémiovým priestorom aj technológiou. Koľko investujete do jedného klubu – od strojov po dizajn – a ako dlho trvá, kým sa takáto investícia začne vracať?

Nenazýval by som to prémiovým, skôr priestorom, kde sa má každý klient cítiť vítaný. Ak niečo označíte ako „prémiové“, automaticky tým odstrihnete časť ľudí, ktorých to môže odradiť. My tomu hovoríme zdravý štandard, ktorý dobre vyzerá. Presné investície špecifikovať nebudem, ale hovoríme o šesťciferných sumách na klub. Návratnosť závisí od lokality – sú kluby, ktoré sa začnú vracať už po troch mesiacoch, a sú také, ktorým to trvá dlhšie.

Ambícia rozširovať sa stojí a padá na tom, či si klient udrží motiváciu dlhodobo, nielen prvé tri týždne. Aké konkrétne stratégie používate, aby si člen nenašiel len impulz, ale trvalý návyk?

Tých nástrojov je viac, ale základ je jednoduchý. Ak má človek trénera, výrazne mu to pomáha – a nemusí ho mať na každý tréning. Niekto si ho dá raz či dvakrát do mesiaca a zvyšok zvládne sám. Aj to funguje. Zároveň testujeme produkt 3 na 1, kde tréner súčasne vedie troch klientov. Je to hybrid medzi skupinovým tréningom a individuálnym prístupom, cenovo dostupnejší než klasický osobný tréning – konkrétne 10 eur na osobu za hodinu.

Pre tých, ktorí nechcú investovať do trénera vôbec, sú ideálne skupinové tréningy. Skupina vás vie potiahnuť a motivovať. Často počúvame, že skupinovka „nie je pre mňa“, že je tam veľa cudzích ľudí – ale opak je pravdou. Stačí tomu dať šancu. Navyše, človek nemusí riešiť, čo dnes bude cvičiť, a všetko je v cene.