

Podjetnica leta v svetu odštekanih vozil: Prodajamo izkušnjo, ne izdelkov! 🔍

Čas branja: 4 min



SHRANI

1

29.04.2019 16:37

Ksenija Povše že polovico svojega mladega življenja vodi podjetje Ski & Sea, letos pa si je z uspehi in prav posebnim pristopom prislužila nagrado podjetnica leta



MILOŠ MILAČ



Posel je kljub nekaterim navidez nepremostljivim oviram, propadu znamk Hummer in Husaberb, uspešno vodila tudi med krizo, zadnjih pet let pa dosega strmo rast. Njene uspehe so opazili tudi v kanadskem BRP in jo na nedavnem srečanju v Pragi počastili s posebnim priznanjem ob prejemu nagrade za podjetnico leta.

Finance
manager

Posebna izdaja
Kmetijstvo
in **turizem**

Odkrivamo
priložnosti v
kmetijstvu, gostinstvu
in turizmu.



PRENESI >>>

Več iz teme.

Obveščaj me o novih člankih:

Ksenija Povše je podjetnica leta 2019, laskavo priznanje pa si je pribojevala z dolgoletnim vodenjem podjetja, ki zastopa adrenalinska in rekreativna, praviloma moška vozila in plovila. Ključ za uspeh je prodaja izkušnje, ne le izdelkov. Kako se znajde v moškem svetu? »Odlično, a moram vas popraviti, to je tudi ženski svet,« odgovarja Povšetova.



Velik salon v poslovno-obrtni coni na Polzeli je vselej deloval kot hiša za velike otroke, prostor, v katerega so adrenalinski odvisniki in sanjači vstopali zaradi firbca, potem pa v njem ostali uro, dve ali tri. V velikem salonu daleč od prestolnice, ob avtocesti proti Celju, so vselej razstavljali in prodajali vse tisto, česar v klasičnih salonih ne morete videti – najbolj nenavadna in odštekana vozila ter plovila tega sveta, od motornih sani, štiri- in trikolesnikov, kros in enduro motociklov, slovitih hummerjev in cadillacov ter še kaj.

Slabi obeti, a drugačen razplet

Med krizo se je sicer zdelo, da bo to bolj salon sanj kot pa prostor, kjer bi se dalo delati dober posel. Mnogi so podjetju napovedovali propad, saj luksuz v slabih časih pač ni mogel omogočiti preživetja, eksotične znamke pa so bile prej breme kot prednost. Pa ni propadlo, kljub temu da so propadali njegovi dobavitelji. Hummerjem se je moralo podjetje namreč odpovedati, ko je znamka ameriških terencev zapustila svet. Podobno je bilo s Husabergom in še kakšno znamko.

Preberite tudi

- **Z ekstremnimi vozili do hitre rasti prodaje**
- **Celjski Ski & Sea je trgovec leta**
- **Po snegu in vodi do odlične prodaje**

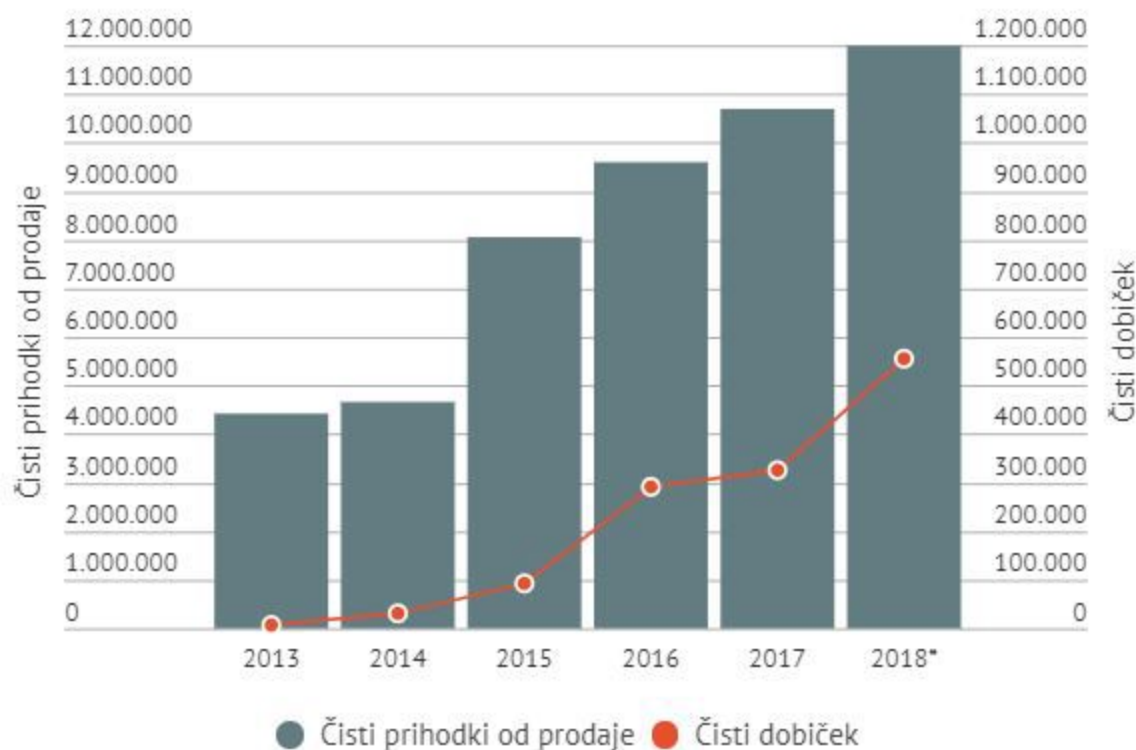
Zdrav glavni dobavitelj, kanadski BRP

»Na srečo pa je bil naš glavni dobavitelj, kanadski BRP – **Bombardier** recreational products z znamkami Can-Am, Sea-Doo, Ski-Doo, Lynx, Evinrude vselej stabilen, ponujal je odlične izdelke in se zadnja leta še bolj prilagodil trgu kot v preteklosti, saj je ponudil dostopnejša plovila in vozila, denimo vodni skuter sea-doo spark za šest tisoč evrov, trikolesnik can-am ryker za manj kot deset tisočakov in štirikolessnik side-by-side can-am maverick trail za 11 tisočakov. Takrat je posel še bolj zaživel,« razlaga Povšetova in nadaljuje, da danes podjetje ustvari več prihodkov kot v časih, ko so imeli v programu tudi avtomobile.

Cvetoče številke

O tem zelo prepričljivo govori tudi bilanca. Prihodki podjetja so se leta 2015 skoraj podvojili, in sicer so s 4,7 skočili na osem milijonov evrov, dobiček se je potrojil in dosegel dobrih 90 tisočakov. V naslednjih letih so prihodki še naprej rasli vsaj za milijon evrov na leto, lani so dosegli 12 milijonov evrov. Dobiček pa je s 557 tisočaki skoraj dvakrat večji kot predlanskim.

Poslovanje podjetja Ski&Sea



Prodor v države nekdanje Jugoslavije

Slovenski trg pomeni le petino prihodkov, preostalih 80 odstotkov podjetje ustvari v državah nekdanje Jugoslavije in Albaniji. »S temi trgi sva se s partnerjem v preteklosti veliko ukvarjala. Na posameznih območjih, kjer sva zaznala velik potencial, sva odprla lastne salone in servisne delavnice, se še bolj posvetila kupcem in uspeh je prišel. V pomoč so nama bili tudi izboljšana gospodarska klima in rast turizma na Hrvaškem, pa tudi novi, dostopnejši izdelki, po katerih vse bolj posegajo fizične osebe. Z njimi dopolnjujeva sicer stabilen in dober posel prodaje izposojevalnicam vodnih skuterjev ter tri- in štirikolesnikov,« pojasnjuje Ksenija Povše. Kot dodaja, letos podjetje odpira tudi salon na slovenski obali, v Luciji, da bo lahko bolje poskrbelo za slovenske kupce.

Uporablja jih tudi vojska, policija...

Prednosti zabavnih, predvsem pa robustnih in zmogljivih vozil so prepoznali tudi najzahtevnejši uporabniki. Zato je **Slovenska vojska** lani kupila tri motorne sani ski-doo. Motorne sani in štirikolesnike za vožnjo po najzahtevnejših terenih pa še več uporabljajo obmejna policija, reševalne službe, **Rdeči križ**, smučišča in vojska na Hrvaškem, v Bosni, Srbiji in v Albaniji.

Rabljenih preprosto ni

Še ena zanimivost. Pri prodaji morajo avtomobilski trgovci vselej računati na prodajo staro za novo. V Ski & Sea pa rabljene sani, tri- ali štirokolesniki sploh ne pridejo. »Kupci, ki jih več ne želijo, jih brez posebnega truda prodajo prijateljem, sosedom, zato klasičnega trade-**ina**, menjave staro za novi, v praksi sploh ne poznamo,« pravi Povšetova.

Kakšen je recept za uspeh?

In kaj je recept za uspeh v tako nenavadni panogi? »Rada delam, kar delam, in to se pozna tudi pri poslu. S partnerjem sva vseskozi vpeta v posel, veliko sva v stiku s strankami ne le v procesu prodaje, ampak tudi pozneje, ko potrebujejo servis, nadomestno vozilo in predvsem, ko spoznavajo svoj vodni skuter, motorne sani ter tri- ali štirikolesnik, zato zanje organiziramo kopico dogodkov, ki so prave avanture,« razlaga Povšetova.

Izkušnja, neprimerljiva z avtotrgovci

Če njeno politiko primerjamo s klasičnimi avtomobilskimi saloni, kjer kupcu prodajalec ponudi cenik in nasvet, pomaga pri konfiguraciji avta in ga motivira še s testno vožnjo, je njen pristop precej drugačen. »Pri nas ne prodajamo izdelkov, ampak izkušnjo. Naši kupci se nam lahko pridružijo na enodnevni ali večdnevni dogodkih, ki jih organiziramo po vsej regiji. Verjamem namreč, da šele ko spoznajo svoje vozilo, tri- ali štirikolesnik, vodni skuter ali kaj drugega, lahko začnejo uživati v vožnji. Zato ni dovolj, da jim izdelke le prodava,« je prepričana Povšetova.

Moški svet, kje pa...

»Kaj pa ženske, so tudi med kupci?« »Več, kot si, kot kaže, mislite. Ženske močno vplivajo na nakupno odločitev, tudi če so le sopotnice na tri- ali štirikolesniku, motornih saneh in vodnih plovilih. Vse bolj pa se tudi same odločajo za nakup. Zato moj svet nikakor ni le moški,« odrezavo odvrne sogovornica.