

PARTNERSTWA, KTÓRE WZMACNIAJĄ MARKĘ I BUDUJĄ RELACJE

Lokalne inicjatywy to świetny sposób na integrację społeczności oraz budowanie relacji z mieszkańcami. Dla salonów optycznych zaangażowanie w życie miasta to nie tylko kwestia wizerunku, ale realna szansa na dotarcie do nowych klientów i umacnianie więzi z obecnymi.

Przykładem takiej działalności jest ITALOOPTICA z Głowna. Salon od lat wspiera Festiwal Kolej na Kobiety – wydarzenie promujące rozwój, motywację i autentyczność kobiet poprzez warsztaty, spotkania i pokazy mody. Festiwal tworzy przestrzeń, w której uczestniczki mogą wzmacniać swoje poczucie wartości, przeciwstawiając się nierealnym kanonom piękna kreowanym przez media. Jak wygląda taka współpraca w praktyce? O tym opowiada Piotr Marcjanik, właściciel ITALOOPTICA.

Salon ITALOOPTICA działa w Głownie od ponad 10 lat. Jaką rolę pełni w lokalnej społeczności?

Piotr Marcjanik: Od początku zależało mi, aby mój salon był nie tylko miejscem poprawy widzenia, ale też częścią życia miasta. Dobre relacje z mieszkańcami to coś więcej niż biznes – to budowanie wzajemnego zaufania. Mój salon angażuje się w różne inicjatywy, od tych dużych, jak Festiwal Kolej na Kobiety, przez współpracę z innymi przedsiębiorcami, po wsparcie lokalnego schroniska dla zwierząt. Wierzę, że jeśli chcemy, by klienci do nas wracali, musimy być obecni tam, gdzie toczy się ich codzienne życie.

Jak zaczęła się współpraca z Festiwalem Kolej na Kobiety?

PM: Na początku organizatorzy nie myśleli o współpracy z salonem optycznym, co jest dość typowe – wiele inicjatyw kulturalnych czy społecznych nie zdaje sobie sprawy, jak branża optyczna może się w nie wpisać. Dlatego sam wyszedłem z inicjatywą i zaproponowałem kilka pomysłów. Festiwal promuje rozwój kobiet, a dobrze dobrane okulary są częścią wizerunku i budują

pewność siebie, dlatego od razu znaleźliśmy wspólny język.

W jaki sposób ITALOOPTICA zaangażowała się w festiwal?

PM: Przede wszystkim oferowaliśmy uczestniczkom konsultacje przy doborze okularów, co nie tylko pomagało im w wyborze, ale też umacniało naszą pozycję jako ekspertów. Zapewniliśmy również okulary do pokazów mody, dzięki czemu ITALOOPTICA była regularnie wspominana i pojawiała się w materiałach festiwalu. Dodatkowo udostępniliśmy festiwalowi nasz baner w widocznym punkcie Głowna, podkreślając nasze zaangażowanie w lokalne inicjatywy. Wszystkie te działania przełożyły się na większą rozpoznawalność salonu i lepsze relacje z klientkami.

Widzi Pan efekty tej współpracy w kontekście rozpoznawalności salonu i liczby klientów?

PM: Zdecydowanie tak. Festiwal stał się dla nas okazją do wsparcia ważnej inicjatywy, ale także do nawiązania bezpośredniego kontaktu z nowymi klientkami. Wiele uczestniczek, które skorzystały z konsultacji lub zobaczyły nasze okulary na pokazie, później odwiedziło salon. Z każdą kolejną edycją rośnie świadomość, że ITALOOPTICA to nie tylko salon optyczny, ale firma, która aktywnie wspiera lokalną społeczność.

Jakie rady ma Pan dla właścicieli salonów optycznych, którzy chcieliby pójść w Pana ślady?

PM: Przede wszystkim warto myśleć nieszablono i nie bać się nowych wyzwań. Wiele wydarzeń kulturalnych czy społecznych nie bierze pod uwagę salonów



Piotr Marcjanik

Właściciel salonu optycznego ITALOOPTICA w Głownie, członek Struktury EKSPERT OPTYK. Od lat łączy prowadzenie biznesu ze wspieraniem lokalnych inicjatyw, wierząc, że salon optyczny może być ważną częścią życia społeczności.

optycznych jako potencjalnych partnerów, dlatego dobrze jest samemu wychodzić z inicjatywą i proponować konkretne formy współpracy. Może to być wsparcie w postaci konsultacji, ufundowania nagród w konkursach, a nawet współtworzenie wydarzeń. Kluczowe jest, aby nie traktować tego jedynie jako promocji, ale jako realne zaangażowanie w życie miasta – to właśnie buduje długofalowe relacje i sprawia, że ludzie chętniej wracają do salonu.

Takie przedsięwzięcia wymagają sporego zaangażowania. Skąd czerpie Pan wsparcie do realizacji takich inicjatyw?

PM: To prawda, organizacja i skuteczna promocja takich działań to duże wyzwanie. Kluczowe jest zaplecze merytoryczne, materiały oraz odpowiednia strategia. W tym zakresie ogromnym wsparciem jest dla mnie Struktura EKSPERT OPTYK, która dostarcza gotowe rozwiązania i know-how, ale także pomaga spojrzeć na takie inicjatywy w szerszym kontekście – jako część długofalowej strategii budowania relacji z klientami i społecznością. Dzięki temu możemy działać skuteczniej i na większą skalę.

Dziękujemy za rozmowę.

