



SUKCES WARMIŃSKICH „OWOCOW”

Odzież w magazynie mają tyle, że mogliby ubrać mieszkańców stolicy. Zgłaszają się po nie światowe marki i organizacje. Kto by pomyślał, że firma IES Polska z Olsztyna, lider rynku odzieży reklamowej, zaczął 15 lat temu w garażu.

W pracy, na treningu, w hotelu, w gabinecie kosmetycznym, w szkole, w domu czy na ulicy. W ich asortymencie jest odzież dla każdego: od wielkich korporacji po klienta detalicznego. Robocza, pracownicza, reklamowa, sportowa i na co dzień. Klienci doceniają ich świadomość produktową jak nietoksyczność, ekologię, a także humanitarne warunki produkcji. Ubiierają zespoły firm, ujednolicają wizerunek, realizują zlecenia odzieżowe związane z dużymi eventami. A ich klientami są znani projektanci mody, influencerzy czy największe światowe brandy. Jak firma Ies Polska Sp. z o.o. z Olsztyna weszła na światowy poziom biznesowy?

– Na początku po prostu trzeba chcieć, następnie konsekwentnie dążyć do celu – tłumaczy Tomasz Bylczyński, założyciel i właściciel firmy Ies Polska. – W Indiach poznałem

chłopaka, który miał na imię Sky, pierwsze co mu powiedziałem to „sky is the limit” a on na to że „there is no limit”. Z takim nastawieniem można osiągnąć wszystko, i tylko nasz własny umysł może być ograniczeniem.

Droga do zdobycia pierwszoligowych klientów nie była prosta. Kiedy Tomek skończył studia ekonomiczne, po nieudanych próbach znalezienia wymarzonej pracy w 2005 roku założył firmę Instalacje Elektryczne Serwis. Siedziba: rodzinny dom na Dajtkach. Przygoda z elektryką nie trwała zbyt długo, chociaż zrobili kilka znanych lokali w mieście. Robocze ciuchy, które zamawiał dla siebie i swoich pracowników uzmysłowiły mu, jaki potencjał drzemie w rynku odzieży reklamowej i roboczej. – Zaczęłem próbować sił w handlu i sprowadzałem próbki odzieży z różnych stron świata: z Chin, Indii – wspomina Tom-

mek. – Okazało się, że właściwy partner biznesowy i dostawca – to jest klucz w dystrybucji. Fruit Of The Loom jako bardzo dobrze rozpoznawalna marka z wysoką jakością produktów praktycznie nie istniała w tamtym czasie na polskim rynku. Te argumenty skłoniły mnie do kontaktu z FOTL International GmbH. W tym samym momencie przedstawiciel marki myślał o otwarciu się na polski oraz wschodnioeuropejski rynek. Tak w 2007 roku narodziła się Ies Polska z dystrybucją Fruit Of The Loom w Olsztynie.

Pierwszego tira z ich odzieżą, który ledwo zmieścił się na wąskiej uliczce pod siedzibą na Dajtkach, Tomek rozładował sam. – Na pierwszym spotkaniu z reprezentantem FOTL padły słowa „I like lucky people”. To był początek „owocowej” przygody oraz wypłynięcia na głębokie wody. Właścicielem naszych głównych marek jest Berkshire Hathaway INC, którego CEO jest Warren Buffett. Znana światowa korporacja pochodząca z USA kierowana jest przez jednego z najmajętniejszych inwestorów na ziemi – tłumaczy Tomasz. – Nasza strategia mono brand jako oficjalnego reprezentanta Fruit of The Loom w Polsce oraz konkurencja rynkowa wymagają partnerskiej współpracy, konsekwencji oraz lojalności. Dzięki naszemu głównemu dostawcy możemy z Olsztyna „Importować Owoce Twojego Sukcesu”.

Przełomem oraz wyzwaniem dla firmy była restrukturyzacja organizacji w Ies Polska sp. z o.o. oraz nawiązanie współpracy z doświadczonym menadżerem Krzysztofem Ruszczyńskim. – Przez trzy lata odbyliśmy wiele spotkań, dojrzewaliśmy do współpracy – przyznaje Tomasz. – Synergia naszych relacji ma zaowocować maksymalną automatyzacją procesów. A także wykorzystaniem nowych technologii takich jak AI, uruchomieniem nowych kanałów sprzedażowych w przestrzeni B2B, B2C, e-commerce czy wdrożeniem nowych systemów zarządzania oraz systemów analizy wydajności.

– Jako dyrektor operacyjny chcę przekuć moje startupowe i korporacyjne doświadczenie w przekształcenie Ies Polska w dojrzałą organizację na miarę naszych czasów – dodaje Krzysztof. – Brałem udział w tworzeniu portalu Nasza Klasa, stworzyłem dział obsługi klienta biznesowego oraz zarządzałem sprzedażą międzynarodową w Zortrax S.A. Miałem również okazję realizować wielomilionowe kontrakty w zakresie automatyzacji przemysłu dla takich marek jak IKEA, Mlekpol czy BRUSS – podwykonawcy koncernu BMW.

W tym roku Ies Polska osiągnęła pełnoletność, organizacja ma 18 lat. Jest solidnym partnerem dla dostawców i odbiorców, tworzy przyjazne środowisko pracy, współpracuje z profesjonalistami.



A zleceń na personalizowaną odzież reklamową i roboczą szybko zaczęło przybywać – poprzez marketing szepcany klienci polecali olsztyńską firmę kolejnym kontrahentom. Ich ubrania, a później także bawełniane torby stały się nośnikami logotypów, haseł, znaków graficznych. Wśród metod branding: od druku po wyszukane hafty. Dzisiaj Ies Polska to zespół 20 pracowników i olbrzymi magazyn z ponad 1,5 mln sztuk odzieży różnych marek.

– Jako niewielka firma mamy możliwość szybkiego podejmowania decyzji. Jesteśmy elastyczni, łatwo dostosujemy się do zmieniającego się rynku, tworzymy partnerskie relacje z klientami – tłumaczy Tomasz. – To daje nam często przewagę nad dużymi korporacjami, w których sposób działania jest autorytarny, a proces decyzyjny długi.

– Lubimy ze sobą przebywać i ciągle siebie rozwijamy – przyznaje Tomek. – Jesteśmy liderami w branży o ugruntowanej pozycji rynkowej w Polsce. Mamy wiele marzeń, a ubrań w magazynie w Olsztynie tyle, że jesteśmy w stanie ubrać wszystkich mieszkańców Warszawy.

– Chcemy sprzedać jednorazowo milion sztuk odzieży oraz pracujemy nad autoryzacją na rynki ONZ – podsumowuje Krzysztof.

Tekst: Beata Waś

Ies Polska
iespolska.pl

ies polska