

„TOR SŁUŻEWIEC TO MIEJSCE NIE TYLKO DLA GRACZY”

– rozmowa z dyrektorem TWKS,
Pawłem Rabantkiem

Kinga Marchela

Zdjęcie: Łukasz Kowalski / Tor Służewiec

Za Panem pierwsze miesiące pracy na Torze Służewiec. Czy wyobrażenia o tym miejscu okazały się słuszne, czy może coś Pana zaskoczyło?

Niezmiennie pozostaje, że to piękny obiekt, uroczy teren, a w samych wyścigach jest dużo magii. To, co mnie pozytywnie zaskoczyło, to zaangażowany, zdedeterminowany, świetnie przygotowany merytorycznie zespół, który tu pracuje. Z drugiej strony dużym zaskoczeniem była mnogość projektów i spraw administracyjnych, inwestycyjnych oraz remontowych, które są krytyczne dla funkcjonowania obiektu i samych wyścigów. Trzeba poświęcić na to bardzo dużo czasu i energii, tym bardziej, że infrastruktura jest po prostu stara i z biegiem czasu wymaga coraz więcej uwagi.

Wcześniej przez wiele lat przychodził Pan na wyścigi prywatnie. Czy ta perspektywa wpływa na sposób podejmowania decyzji?

Oczywiście. To duża wartość, że od kilkunastu lat przychodziłem tu jako widz i gracz. Dzięki temu znam *experience* osób odwiedzających Tor Służewiec, całą *customer journey*. Wiem, czego można się spodziewać przy kołowrotkach, czego w strefie gastronomicznej, czego przy tzw. akwarium. Wiem, co mi, jako widzowi, się tam podobało i czego brakowało. Dzięki temu, że bywałem tu wiele lat, proces wdrożenia był łatwiejszy. Znam też specyfikę zakładów na Torze Służewiec i łatwiej mi odnaleźć się w dyskusjach temu poświęconych.

Czy ta wyjątkowość Służewca to atut czy wyzwanie w codziennej pracy?

Bez wątpienia atut. Budowanie działań wokół unikatowego produktu jest zawsze wyzwaniem, ale jest też zwyczajnie łatwiejsze. Nie trzeba szukać tzw. USP (unikalna propozycja sprzedaży – przyp. red.), bo samo

miejsce takie jest. A mówiąc półzartem, w związku z tym, że jest to miejsce tak unikatowe, każdy ma wobec niego bardzo duże oczekiwania. Każdy ma dużo rad i pomysłów – wiele z nich bardzo cennych – ale nie wszystko jest możliwe do wprowadzenia w krótkim czasie, a czasami nawet też w tym dłuższym okresie.

Ma Pan wieloletnie doświadczenie w budowaniu marki bukmacherskiej. Czy to kierunek, w którym rozwijany będzie w najbliższych latach Tor Służewiec?

Jestem przekonany, że to jeden z kierunków bardzo istotnych dla rozwoju Służewca – uczynienie go maksymalnie przyjaznym miejscem do zwiększenia obrotu w zakładach, także tych offline, ale przede wszystkim online. W przypadku działań online są bardzo duże możliwości, ale musimy także pamiętać, że to zadanie czasochłonne, a sam rynek jest konkurencyjny. Jestem z prezesem Traf-Zakłady Wzajemne w bieżącym kontakcie i wierzę, że ten projekt się uda. W tym wszystkim musimy pamiętać, że Tor Służewiec to miejsce nie tylko dla graczy. Ta grupa często nadaje wyjątkowy klimat miejscu, ale wbrew pozorom wcale nie jest to typowy profil gościa na Torze.

Służewiec staje się coraz bardziej atrakcyjny dla Warszawiaków otwartych na ciekawe aktywności poza domem. Jako społeczeństwo szukamy nowych sposobów na rekreację. Tor Służewiec jest świetnym miejscem na spotkanie z rodziną, ze znajomymi i alternatywnie spędzone popołudnie. Mieszkańcy stolicy zaczynają częściej przebywać w weekendy na Torze i grono sympatyków wyścigów konnych rośnie. Z naszych badań wynika, że ponad 60% odwiedzających to osoby do 40. roku życia, a ponad 40% to osoby do 30. roku życia. Ta druga grupa rośnie najszybciej.



Łatwo będzie połączyć zapotrzebowanie grup, które tak się od siebie różnią?

Nawet jeśli celem konkretnych działań będą poszczególne grupy odbiorców, to i tak będą one docelowo wpływać pozytywnie na wszystkie pozostałe grupy. Jeśli weźmiemy za cel zbudowanie wizerunku miejsca przyjaznego Warszawiakom, gdzie warto przyjść w weekend, to przełoży się to na podwyższenie frekwencji, co automatycznie zwiększy obroty w Trafie. Przełoży się to też na łatwiejsze pozyskiwanie biznesu i sponsorów. To może w konsekwencji prowadzić do tego, że więcej osób będzie chciało posiadać konie wyścigowe. O środowisku wyścigowym także nie zapominamy i dlatego planowane są inwestycje i remonty. W najbliższych miesiącach skupimy się na wodociągach i remontach wnętrz stajni. Szukamy także firmy, która wykona rewitalizację naszego padoku pokazowego. Poza wymianą podłoża, po którym chodzą konie, zamierzamy postawić też myjki, na które środowisko zgłaszało zapotrzebowanie. Tak więc mimo tego, że działania będą nakierowane na konkretne grupy, to w jakimś stopniu beneficjentami staną się wszyscy.

Co musi się zmienić na Torze Służewiec, żeby był on konkurencyjny dla najpopularniejszych atrakcji stolicy?

Potrzebujemy silnej komunikacji tego, co tu jest. Przygotowanie odpowiednich treści i kreacji oraz nakładów finansowych na zbudowanie zasięgu komunikacji. Oczywiście, musimy też odpowiedzieć na potrzeby

Warszawiaków w zakresie tego, co oferujemy. W to wchodzi sam dojazd, atrakcje, gastronomia.

Czy plany dotyczące zmian Toru Służewiec zakładają otwarcie go do szerszej publiczności poza dniami wyścigowymi? Jako miejsce spacerowe, parkowe?

Tak, chcielibyśmy otworzyć bramy na Tor i pokazać Warszawiakom, że warto przychodzić tutaj na spacer, także poza dniami wyścigowymi. Jednak by to zrobić, musimy zapewnić atrakcje i „magnesy”, które zachęcą ich do przyścia. To nie jest szybki proces. Szczególnie że dochodzi do tego kwestia zadbania o bezpieczeństwo, żeby spacerowicze nie przeszkadzali w żaden sposób w treningu i życiu koni. Na razie priorytetem są dni wyścigowe i to, co dzieje się poza nimi, ale też wpływa na wyścigi. W drugiej kolejności będzie to uatrakcyjnienie okresów między wyścigami.

Czego możemy spodziewać się w najbliższym sezonie? Jest coś, co chciałby Pan przekazać środowisku?

Planujemy znacznie urozmaicić dzień wyścigowy, otworzyć go także na nowych odwiedzających. Wprowadzimy nie tylko nowe atrakcje i więcej tematycznych dni, ale także dodatkowe udogodnienia mające na celu zbudowanie lepszego doświadczenia. Dobrym przykładem może być uatrakcyjnienie telewizji służewieckiej oraz wprowadzenie uproszczonego programu gonitw, nad którym obecnie pracujemy. Liczymy na znaczny wzrost frekwencji względem lat ubiegłych, na czym skorzystają całe wyścigi.