



ORGANIZATORKA PODRÓŻY ŻYCIA

SYLWIA SADOCH Z BRANŻĄ INCENTIVE ZWIĄZANA JEST OD PONAD 20 LAT. ZAŁOŻONE RAZEM ZE WSPÓLNICZKĄ BIURO TRAVEL CONCIERGE PROWADZI ZGODNIE Z MAKSYMĄ „ZNAJDŹ PRACĘ, KTÓRA BĘDZIE TWOJĄ PASJĄ, A NIE PRZEPRACUJESZ ANI JEDNEGO DNIA WIĘCEJ”. I CHOĆ ZORGANIZOWAŁA JUŻ SETKI WYJAZDÓW, SWOIM KLIENTOM ZAWSZE POWTARZA, ŻE PODRÓŻ ŻYCIA JEST JESZCZE PRZED NIMI.

Pierwsze kroki w turystyce Sylwia Sadoch stawiała w Orbisie, do którego trafiła podczas studiów w Wyższej Szkole Handlu i Finansów Międzynarodowych. Kierunek wybrała marketingowy, chociaż początkowo myślała o karierze w hotelarstwie. Uczęszczała do prywatnego technikum hotelarskiego w Warszawie, gdzie zdobywała wiedzę, ale i doświadczenie. Odbyła praktyki m.in. w hotelach Marriott i Mercure. Wspomina, że po kilku dniach wracała do domu tak wyczerpana, że praktycznie od razu zasypiała. Pierwsze praktyki odbyła w dziale housekeepingu, przez co przez długi czas miała też wstręt do ścielenia łóżek... Na trzecim roku studiów – znów w ramach praktyk – trafiła jednak do wspomnianego działu marketingu w Orbisie. – Pomyślałam, że będzie to świetne połączenie – trochę marketingu, trochę hotelarstwa i turystyki – przyznaje.

Droga do incentive

Jej mama, wychowująca ją sama, już w szkole podstawowej stawiała nacisk na naukę języków. Koleżanka z podwórka niedawno wspomniała, że kiedy większość dzieci bawiła się na trzepaku, mama Sylwii wołała ją by nie zapomniiała o dodatkowych lekcjach angielskiego. I choć z ubolewaniem stwierdza, że nie wykorzystwała z różnych powodów tego potencjału, w technikum uczyła się jeszcze niemieckiego i rosyjskiego, a na studiach hiszpańskiego. W Orbisie zajmowała się głównie współpracą z agentami, przygotowaniem katalogów i udzielaniem odpowiedzi na reklamacje klientów. Była w tym naprawdę dobra, bo już po dwóch tygodniach zaproponowano jej zatrudnienie na stałe. Co więcej, kierownictwo poszło jej na rękę, ustalając grafik pozwalający łączyć obowiązki zawodowe ze studiami dziennymi.

Chociaż praca w marketingu przyszłej właścicielce Travel Concierge bardzo odpowiadała, zaledwie po roku przeniesiono ją do działu in-

centive. – Nawet nie wiedziałam, co to jest. Miałam zajmować się organizacją wyjazdów dla firm, korporacji i instytucji, o czym nie miałam pojęcia. To nie był wielki dział – dwóch pracowników i kierowniczką, pani Emilia Kominek, od której uczyłam się wszystkiego – z sympatią wspomina Sylwia Sadoch. W Orbisie spędziła w sumie dwa lata. Na zakończenie przygotowała i poprowadziła wyjazd dla agentów na Sri Lankę i Malediwy, a trzeba pamiętać, że w 2001 roku nie był to jeszcze rozpoznany kierunek. Musiała zmierzyć się z – jak sama określa – „starymi wygami” turystycznymi, ale przy okazji poznała też właścicielkę jednego z warszawskich biur podróży, w którym wkrótce podjęła pracę. W odróżnieniu od Orbisu, zajmowała się tam wszystkim co dzieje się w biurze podróży: od sprzedaży wycieczek po organizację wyjazdów incentive, w tym również pilotażem, rozliczeniami, fakturowaniem etc. W ciągu czterech lat przeszła całą ścieżkę kariery – od referenta po dyrektora biura. W międzyczasie zdążyła urodzić dziecko.

W poszukiwaniu swojego miejsca

Dzięki pracy w kolejnych biurach podróży nasza bohaterka dogłębnie poznała specyfikę incentive. – Miałam kontakt i z kasą lotniczą, i ze sprzedażą wycieczek, z organizacją wyjazdów, zarządzaniem biurem, zatrudnianiem pracowników. Zdałam sobie sprawę, że więcej się już nie nauczę, więc zaczęłam rozglądać się za nowymi możliwościami – tłumaczy. Inspiracji szukała także poza turystyką – jeszcze będąc w Orbisie podjęła studia w Wyższej Szkole Ubezpieczeń i Bankowości. Tamtejszy promotor zachęcił ją zresztą do założenia firmy. – Profesor zaproponował mi spółkę – on i jeszcze jeden wspólnik mieli wyłożyć pieniądze, ja dawałam know-how. Tak powstało Elite Club Travel Polska. Prawdę mówiąc, byłam przerażona, ale jednocześnie bardzo zmotywowana – przyznaje Sylwia. W Elite Club, w wieku niespełna 29 lat,

objęła stanowisko prezesa zarządu i poświęciła się rozwijaniu firmy w segmencie wyjazdów luksusowych. Niestety po kilku latach wysiłek włożony w pracę zaczął odbijać się na zdrowiu. Postanowiła odpocząć i złożyła rezygnację.

Przerwa nie trwała zbyt długo. Wkrótce do Sylwii Sadoch zgłosiła się firma Sun&Fun, w której – jakżeby inaczej – zajęła się rozwijaniem działu grup i incentive. I chociaż Sun&Fun do dziś specjalizuje się w krajach arabskich, wyjazdy odbywały się na całym świecie. W tym czasie nasza bohaterka spodziewała się drugiego dziecka. Mimo zwolnienia wciąż pomagała jednak stałym klientom organizować luksusowe wakacje. Powoli zaczęła też dojrzywać do myśli o rozpoczęciu własnej działalności..., choć w zasadzie ziarenko to zasiał śp. dr Wojciech Pawłowski, korzystający od lat z jej usług oraz mąż, który bardzo ją dopingował.

Pod własnym szyldem

Do współpracy zaprosiła koleżankę ze studiów Igę Charlińską, wtedy mamę trójki małych dzieci. – Proszę wyobrazić sobie dwie młode kobiety – jedna z malutkim dzieckiem na ręku, druga w zaawansowanej ciąży, szukające lokalu na firmę – wspomina Sylwia. Na szczęście klienci szybko dowiedzieli się, że wróciła na rynek. Z niektórymi współpracuje naprawdę długo, do dzisiaj. W tym roku zorganizowała np. wyjazd do Czarnogóry dla klienta, z którym związana jest od 22 lat! – Ktoś powiedział, że biura incentive są niesprzedawalne, bo to my jesteśmy markami. Rzeczywiście tak jest. Nasi klienci polecają nas nawet konkurencji, bo ufają w naszą lojalność i przekonali się o jakości naszych usług – mówi Sylwia Sadoch. Travel Concierge działa już od 12 lat. Zajmuje się głównie wyjazdami korporacyjnymi, choć organizuje też luksusowe podróże dla osób prywatnych. Zdaniem właścicielki, przełomowym momentem w początkowej fazie rozwoju było wygranie przetargu dla jednego z największych towarzystw ubezpieczeniowych na wyjazd dla multiagentów. Dzięki temu udało się mocno wejść na rynek. Travel Concierge obsługuje też klientów m.in. z branży biurowo-papierniczej, budowlanej, ogrodniczej czy FMCG. W tej chwili organizuje po kilkadziesiąt wyjazdów w ciągu roku.

Innym przełomowym momentem, niestety tym razem w negatywnym znaczeniu, było doświadczenie z 2014 roku, kiedy właścicielki Travel Concierge zostały oszukane przez zagranicznego kontrahenta. Na dwa tygodnie przed realizacją wyjazdu do USA zniknął on razem

z kilkudziesięcioma tysiącami dolarów. Nie były wtedy jedynym poszkodowanym biurem, ale jako jedyne nie „odpuściły”. Wyjazd doszedł do skutku i zakończył się sukcesem, chociaż wynikającą z niego stratę odrabiała długo. Sprawa znalazła swój finał dopiero po dziewięciu latach: wygrały w sądzie, a nieuczciwy kontrahent musiał wszystko spłacić, w dodatku z nawiązką.

Sposób na pandemię

Nietypowo Travel Concierge zareagował też na wybuch pandemii. Największym wyzwaniem było oczywiście odzyskanie od zagranicznych kontrahentów zaliczek klientów, które biuro miało obowiązek – zgodnie z ustawą – zwrócić. Rok 2020 zapowiadał się rekordowo dobrze, w związku z czym za granicą zamrożonych było kilkaset tysięcy dolarów. Większość biur godziła się na opóźnienie zwrotu zaliczek, ale Sylwia Sadoch, jako jedna z niewielu w branży, stała na stanowisku, że wpłaty należy odzyskać jak najszybciej. – Mielśmy akurat zaplanowane trzy duże rejsy, pieniądze zamrożone w Kostaryce, Stanach Zjednoczonych – mówi. Na szczęście Travel Concierge odzyskało

95 proc. środków. Sytuacja nie była łatwa, tym bardziej że firma nie została uwzględniona w pierwszej transzy pomocy z PFR. – Przetrwaliśmy, bo mieliśmy bardzo dobry poprzedni rok, poza tym zawsze rozważnie wydawałyśmy pieniądze, a do marca 2020 roku udało nam się jeszcze zrealizować kilka fajnych wyjazdów. Z ostatnią grupą wracaliśmy 11 marca, dwa dni przed wprowadzeniem lockdownu – wspomina. Podczas pandemii Sylwia nie siedziała zresztą z założonymi rękoma – w ramach dywersyfikacji założyła wraz z mężem i współpracowniczką firmę Ale Okna, specjalizującą się w montażu i sprzedaży okien. Jak powiedział producent, z którym nawią-

zała wtedy współpracę: „Jeśli ktoś ma zdolności sprzedażowe, to sprzeda wszystko. Naucz się o oknach, to je sprzedasz”. Uważa, że wszystko w życiu jest po coś, szczególnie doświadczenia negatywne, choć byłoby super gdyby było ich jak najmniej. Z pandemii wyszła silniejsza i pewniejsza siebie, wierząc, iż na wszystko można znaleźć rozwiązanie, trzeba tylko chcieć.

Nowe kierunki i oczekiwania

Z perspektywy ponad 20 lat w branży Sylwia Sadoch ma świetne rozeznanie w zmianach, jakie zachodziły w świecie incentive. I tak, o ile kiedyś synonimem luksusowego wyjazdu motywacyjnego był

SYLWIA SADOCH

Inicjatorka, założycielka i współwłaścicielka firmy Travel Concierge, członkini SOIT. Z turystyką związana od 1999 roku. Absolwentka technikum hotelarskiego, ukończyła studia w Wyższej Szkole Handlu i Finansów Międzynarodowych na kierunku marketing oraz w Wyższej Szkole Ubezpieczeń i Bankowości na kierunku ubezpieczeń. Pierwsze doświadczenia zawodowe zdobywała w Orbisie, następnie przez 10 lat zarządzała biurami podróży z rynku incentive. Od 2011 roku, razem ze współpracowniczką, prowadzi firmę Travel Concierge zajmującą się organizacją wyjazdów incentive. Jest też współwłaścicielką firmy Ale Okna. Prywatnie żona i matka dwóch córek.

Dubaj, dziś patrzy się na ten kierunek raczej jak na tańszą alternatywę dla Europy. W segmencie wyjazdów incentive Travel Concierge coraz częściej zdarzają się wyjazdy dłuższe, na 11–12 dni, takie jak chociażby zrealizowana w tym roku wyprawa po parkach narodowych USA i zaplanowana na przyszły rok eskapada do Kanady. Zmienia się też podejście do Azji – po pandemii mniej popularnej ze względu na utrzymujące się restrykcje covidowe, wracającej jednak w planach na przyszły rok, z ogromnie popularną Koreą Południową. Póki co, ponad 80 proc. zaplanowanych wyjazdów na rok 2024 jest właśnie do Azji.

Jak podkreśla nasza bohaterka, inne są poza tym oczekiwania klientów co do charakteru podróży, która musi dostarczać wyjątkowych przeżyć, z naciskiem na personalizację obsługi. Z tego powodu w trakcie jednego z wyjazdów na Teneryfę, zaledwie w ciągu pięciu dni trzeba było wymyślić nietypową oprawę pożegnalnej kolacji. Sylwia przeprowadziła więc casting na zespół muzyczny, a logo klienta pojawiło się w przeróżnych odsłonach na budynku hotelowym. Elementem wzbogacającym doświadczenia mogą być też personalizowane podziękowania czy... kupione w Gruzji arbuzy, do czego inspiracją były wspomnienia jednej z uczestniczek. Większego znaczenia nabrało kreowanie unikalnej atmosfery, zapewnianie niecodziennych przeżyć, niż sam kierunek wyjazdu. Warto zwrócić też uwagę na fakt, że z jednej strony na rynek wchodzi nowe pokolenie, ale w niektórych branżach średnia wieku biorących udział w incentive rośnie. Niedawno Sylwia Sadoch organizowała wyjazd na Mauritius, gdzie sporą grupę stanowiły osoby powyżej 60-tki. A jak mówi – program był raczej dla aktywnych. Okazało się jednak, że to nie problem. Największą frajdę miały właśnie osoby starsze. – Dla większości był to wyjazd „pierwszych razów” – po raz pierwszy zeszli pod wodę, pływali z delfinami, przejechali się tyrolką. Mieli najlepsze doświadczenia – mówi.

Obie współniczki dbają o utrzymanie najwyższych standardów, dlatego – mimo że mają dużą grupę stałych, sprawdzonych współpracowników – często towarzyszą grupom podczas podróży. U pilotów szukają podobnego podejścia do klienta i pracy z sercem. W tej chwili ich firma zatrudnia sześć osób (łącznie z siostrzaną spółką obsługującą korporacje w zakresie podróży służbowych), incentive zajmują się trzy, choć w najbliższych miesiącach zespół znów się powiększy.

Razem silniejsi

Firma Travel Concierge i jej właścicielka aktywnie działają w Stowarzyszeniu Organizatorów Incentive Travel (SOIT). – Zrzeszone są tam świetne firmy, każda jest inna, na swój sposób wyjątkowa. Wszyscy robimy bardzo dobre jakościowo wyjazdy, jesteśmy cenieni przez klientów i... konkurujemy ze sobą – jakością, cenami, pomysłami. Spieramy się, ale możemy też liczyć na poradę – mówi Sylwia Sadoch. Dużym atutem jest możliwość dzielenia się wiedzą, jak chociażby w przypadku ostatniego kryzysu w Izraelu, gdzie członkowie SOIT radzili się w sprawie odwoływania imprez do Jordanii. Bliska współ-



praca zwiększa też siłę w negocjacjach z klientami czy władzami, co dobitnie pokazała pandemia.

Oczywiście wiele pozostaje do zrobienia, jak chociażby kwestia regulacji prawnych. Zdaniem Sylwii Sadoch obowiązująca ustawa nakłada na organizatorów wyjazdów podwójne obciążenia w postaci Turystycznego Funduszu Gwarancyjnego (TFG) i Pomocowego (TFP), które de facto dublują gwarancje ubezpieczeniowe. Wątpliwości budzi też przeznaczenie środków z TFP, które np. nie zostały uruchomione w przypadku ostatnich pożarów w Grecji. Z punktu widzenia Travel Concierge największym problemem jest to, że ustawa odnosi się do klientów biura podróży, a nie klienta grupowego, który w związku z tym nie może skorzystać z pewnych rozwiązań, jak chociażby uzyskać odszkodowania za opóźnienie samolotu. – Na poziomie legislacyjnym przed nami jest jeszcze sporo pracy – podkreśla Sylwia Sadoch.

Mimo różnych bolączek nasza bohaterka nie wyobraża sobie siebie w innej branży. Wielkim wsparciem służy jej mąż. Dzięki temu, że również jest z turystyką, zawsze mogła liczyć na jego pomoc i możliwość zasięgnięcia opinii u osoby, która zawsze we wszystkim szuka dobrych stron. Podobnie jak ze współniczką. – Cieszę się, że firmę prowadzimy razem z Igą. Kiedy wszystko się układa, miło jest zbierać laury, ale w chwilach kryzysu dobrze jest mieć przy sobie kogoś zaufanego, z kim można podzielić odpowiedzialność, przedyskutować trudną decyzję – podkreśla Sylwia Sadoch. Stara się spędzać coraz więcej czasu z rodziną – kilka lat temu odkryła Bieszczady i często tam szuka wytchnienia i odpoczynku. Wyjeżdżając w poszukiwaniu pomysłów czy też sprawdzając warunki pod wyjazdy grupowe, stara się zabierać córki, przez co chyba udało się zarazić je bakcylem podróżowania. Starsza studiuje obecnie w Amsterdamie na kierunku łączącym w sobie prawo, ekonomię, psychologię i politykę, na który dostała się dzięki determinacji i ciężkiej pracy, co mamę napawa wielką dumą. Młodsza to artystka – maluje, lepi, szyje, szydełkuje i oczywiście kocha podróżować.