

NIE ZAŁUJĘ żadnej decyzji

„Raz na jakiś czas słyszałem taką radę, że Statim powinien się czymś wyróżniać, w czymś wyspecjalizować, bo inaczej przestaniemy się rozwijać i nie będziemy konkurencyjni. Długo nad tym myślałem, a w podjęciu ostatecznej decyzji pomógł nam przypadek” - mówi **Piotr Wypijewski, prezes Statim Integrator.**



CRN Jesteś jednym ze „złotych dzieci” warszawskiej giełdy komputerowej na Grzybowskiej, obok Piotra Bielińskiego, Marcina Iwińskiego czy Michała Kicińskiego. Każdy z was zaczynał karierę biznesową w warunkach polowych, jeszcze w „paździerzowej” Polsce Ludowej, a teraz wszyscy robicie interesy niemal z całym światem. I chociaż Statim obchodzi właśnie jubileusz 25-lecia, to twoje początki w branży sięgają polowy lat 80.

Piotr Wypijewski Kupiłem wtedy pierwszy komputer, na który zresztą musiałem sam zarobić, bo pochodzę z rodziny, która dała mi wykształcenie, ale na wydatki ekstra musiałem sobie zapracować. Poświęcałem na to jeden miesiąc wakacji i dzięki temu mogłem sobie na przykład kupić ZX Spectrum 48. Pamiętam, że zapłaciłem za niego 98 tysięcy starych złotych, nawet bez sprawdzania czy działa. W drodze powrotnej do domu, siedząc w tramwaju bałem się, że to może tylko pusta obudowa.

Ale nie, miałem szczęście i wszystko było w porządku.

A potem zabawa zamieniła się w biznes i zostałeś legalnym piratem komputerowym. Jeden z dziennikarzy określił kiedyś takich jak ty, giełdowych sprzedawców, nieciekawym mianem „zlepka cwaniactwa i umiejętności”...

Przecież wtedy obrót pirackimi programami nie był jeszcze karalny, a ja zgromadziłem ich tak dużo na własne potrzeby, że w końcu postanowiłem nimi handlować. Zacząłem kopiować, głównie gry na ZX Spectrum i Commodore’a, i sprzedawać je na Grzybowskiej. Po jakimś czasie ze współnikiem, Darkiem Kłodosem, mieliśmy już kilka stolików i kilka samochodów firmowych do transportu towaru...

...i pierwsze kontakty zagraniczne.

Tak, zaczęliśmy jeździć do Niemiec, po Commodore’y i Amigi, którymi oczywiście handlowaliśmy na giełdzie. Wtedy

też nawiązaliśmy współpracę z założycielami JTT Computer - Tomaszem Czechowiczem, Tomaszem Gomulkiewiczem, Januszem Krasnopolskim i Piotrem Michalczykiem. Trzy razy w tygodniu jeździłem samochodem do Wrocławia z gotówką po towar i następnego dnia sprzedawałem go firmom z Warszawy z całej wschodniej ściany Polski. Towar trzymaliśmy w hurtowni na ul. Bartyckiej.

To były jeszcze pionierskie czasy i wszystko odbywało się „na gębę”. Dla młodszych czytelników to może być nieco szokujące.

Tak było. Nie mieliśmy żadnej umowy z chłopakami z Wrocławia, chociaż promowaliśmy się jako JTT Warszawa, a więc jakby ich tutejszy oddział. W końcu jednak JTT zmieniło się w spółkę, a ja miałem tam nawet kilka procent udziałów. Także w końcu sformalizowaliśmy naszą współpracę. Byłem zresztą na tyle zaangażowany w ten biznes, że założyłem i przez trzy lata

prowadziłem JTT Gdańsk, a w tym czasie oddziałem warszawskim zarządzał Darek Kłodos. Do Warszawy wróciłem z postanowieniem, że otworzę Statim i zacznę budować własną markę, chociaż nadal sprzedawaliśmy komputery JTT i serwisowaliśmy ich sprzęt.

Statim obsługiwał wtedy użytkowników domowych, a na rynek MŚP weszliście dopiero z czasem. To był ważny krok milowy w waszej historii, który zdaje się wręcz zadecydował o przetrwaniu firmy.

Musielismy przejść z modelu B2C na B2B żeby przetrwać. To były lata, kiedy szybko rozwijali się duzi retailerzy i e-tailerzy z wielkim kapitałem, z którymi nie mieliśmy żadnych szans. Dlatego postawiłem na klientów biznesowych i budowanie długofalowych relacji z nimi.

Mniej więcej w tym czasie uruchomiliśmy w CRN-ie dział „Tylko dla VAR-ów”, w którym pisaliśmy o konieczności transformacji w stronę modelu B2B. Wiemy, że wiele firm to jednak przerosło i zniknęły z rynku.

Nam też nie było ani łatwo, ani nie poszło to szybko. Zanim staliśmy się doradcą klienta z silną grupą fachowców na pokładzie, rozwijaliśmy kompetencje we współpracy z Compaqiem, HP, IBM-em i innymi producentami. Z czasem staliśmy się ich partnerem o wysokim statusie. Kolejnym krokiem milowym było przeniesienie się do 300-metrowego domu na ul. Głogowskiej, gdzie zaczęliśmy rozwijać dział digital signage.

Dlaczego akurat ten kierunek?

Raz na jakiś czas słyszałem taką radę, że Statim powinien się czymś wyróżniać, w czymś wyspecjalizować, bo inaczej przestaniemy się rozwijać i nie będziemy konkurencyjni. Długo nad tym myślałem, a w podjęciu ostatecznej decyzji pomógł nam przypadek. Spółka LPP, a więc jeden z naszych dobrych klientów, szukała 160 ścian digital signage, ale takich z prawdziwego zdarzenia, centralnie zarządzanych, z pełną obsługą IT. Krótko mówiąc, udało nam się zdobyć to zamówienie i w sumie zrobiliśmy dla nich tych ścian ponad 200, nie tylko zresztą w Pol-

sce, ale też w wybranych salonach LPP w Europie.

A jak zdobyliście know-how w tak krótkim czasie?

Zatrudniliśmy wtedy Cypriana Dominiaka, doświadczonego specjalistę, który dostał zadanie, żeby zbudować dział digital signage. Dałem mu wolną rękę i teraz, po tych siedmiu latach, mamy świetny zespół pre-sales'ów, instalatorów i wszystkie wdrożenia systemów DS robimy własnymi siłami, nie korzystając z usług innych firm.

Sądząc po wynikach to było siedem tłustych lat, ale teraz nastał trudny czas dla dostawców takich systemów. Jak sobie radzicie?

Retail przysiadł, ale mamy bardzo dużo projektów digital signage w innych sektorach, a poza tym siłę w czasie kryzysu daje nam ta pierwsza noga działalności, a więc szeroko rozumiane IT, także w segmencie enterprise. To zabrzmi dziwnie, ale mamy teraz tyle projektów, ilu nie mieliśmy przez ostatnie pięć lat.

Jak to możliwe?

Wprawdzie dużo firm straciło w czasie pandemii, ale około 30 proc. na odwrót – zyskało, i to czasem bardzo dużo. A my mamy w ofercie produkt własnej marki xLEDpro, technicznie znakomity, łatwy w montażu, obsłudze i atrakcyjny cenowo. Naszym atutem jest też banalny wręcz serwis, bo nawet amatorzy mogą od ręki wymienić zepsuty moduł w naszym ekranie. Co zresztą zdarza się rzadko, a my dajemy 5 lat gwarancji. Dobrze też idzie nasz biznes IT, między innymi dzięki usługom Dell Financial Services, czyli leasingowi za 0 proc. To był genialny ruch Michaela Della, taka piąta tarcza antykryzysowa. Klient płaci za sprzęt w 36 ratach, bez oprocentowania. Z taką ofertą można wychodzić do firm nawet w trudnych czasach.

W ciągu tych 25 lat dokonaliście wielu wdrożeń, w Polsce, innych krajach europejskich, w Afryce, na Bliskim Wschodzie, w Ameryce Południowej.

Z którego jesteście najbardziej dumni?

Ostatnio z takiego, które zrobiliśmy w małej miejscowości, jakieś 100 km od Warszawy. Klientem była pralnia przemysłowa, która miała na to budżet na poziomie 180 tysięcy złotych. Nasz handlowiec uznał, że trzeba do klienta pojechać, poznać jego potrzeby i możliwości. Zabrał ze sobą inżyniera wsparcia i po wgrzyzieniu się w temat zaproponował rozwiązanie optymalne dla klienta nie tylko na ten moment, ale też przyszłościowe. W sumie zrealizowaliśmy projekt wraz z usługami za około 380 tys. zł. Ale za to jaki! Na przykład każdy egzemplarz czyszczonej odzieży szpitalnej jest kodowany, dzięki czemu wiadomo, do kogo należy i nikt nie dostanie po wypraniu cudzego fartucha czy piżamy. I z takich właśnie projektów jestem bardzo dumny, bo pokazują naszą kreatywność, zaangażowanie i siłę jako doradcy klienta.

Przez te 25 lat Statimu podjąłeś niezliczoną ilość decyzji biznesowych. Które z nich byś cofnął?

Nie żałuję żadnej podjętej w tym czasie decyzji. Nawet te problematyczne, w różnych trudnych sytuacjach, traktowałem zawsze jako naukę. Wszyscy się mylimy i sztuka polega na wyciąganiu wniosków.

A jak wygląda teraz dzień roboczy Piotra Wypijewskiego?

Od pewnego czasu wstaję bardzo wcześnie, o piątej rano. Od siódmej trzydzieści do dziewiętej mam zajęcia z jogi. W firmie pojawiają się około dziesiątej i najczęściej wychodzę ostatni. Dzięki jodze mam dużo energii i nawet spać

nie muszę tyle, co kiedyś.

Jaki będzie Statim za kilka kolejnych lat?

Będziemy się dalej rozwijać, między innymi planujemy budowę nowej siedziby na styku tras S2 i S8. Oczywiście z pięknym showrooomem, gdzie będziemy prezentować nasze rozwiązania digital signage, ale też wielką instalacją LED-ową, którą będą oglądać codziennie dziesiątki tysięcy kierowców.

Rozmawiał
Tomasz Gołębiowski