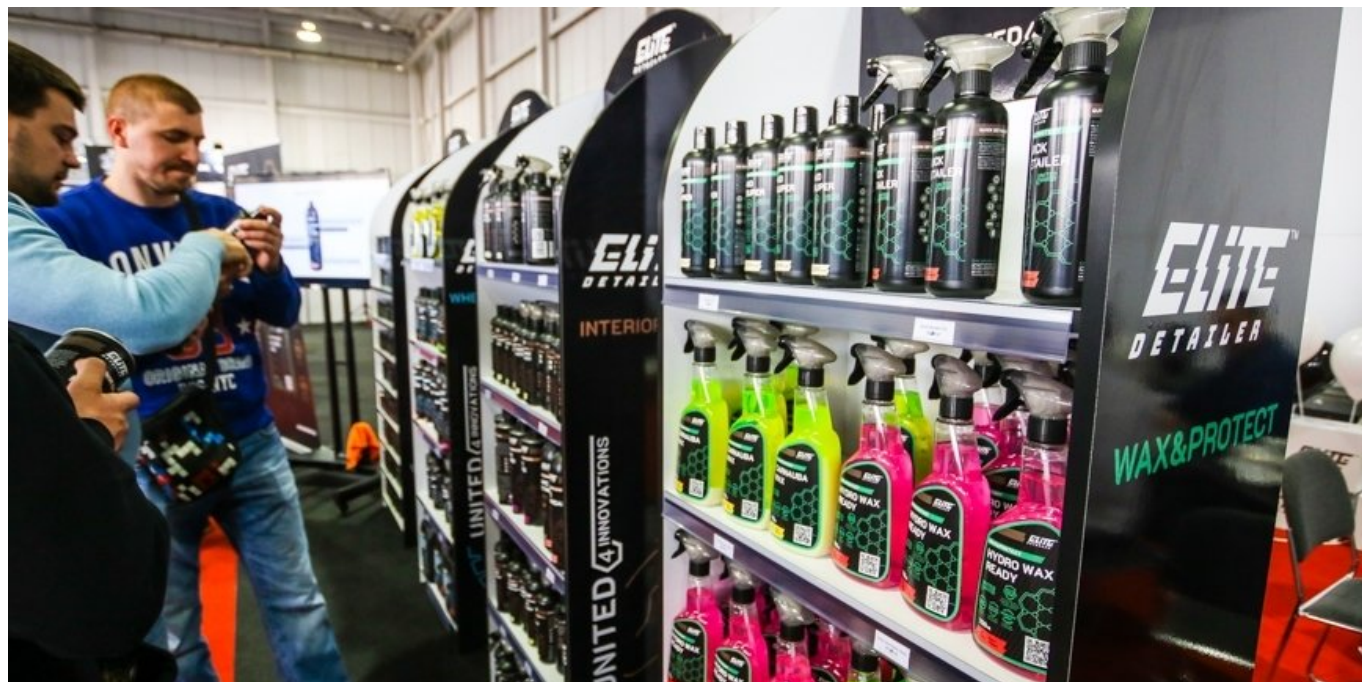


Detailing wreszcie wyszedł do ludzi [FOTO]

data aktualizacji: 2019.04.03



fot. Bartłomiej Rys

Do tej pory szczegółowe i rozbudowane dbanie o samochody, ich lakier oraz wnętrze było (przynajmniej teoretycznie) zarezerwowane wyłącznie dla dość wąskiej grupy zainteresowanych, swoistych pasjonatów motoryzacji. Stworzony podczas Poznań Motor Show 2019 Salon Detailingowy pokazał coś zupełnie innego. Każdy z wystawców zanotował rekordową wręcz frekwencję i sprzedaż na swoich stoiskach. Kto więc interesuje się detailingiem?

Mówiąc krótko - wszyscy. Dla wielu osób odwiedzających tego typu targi samochód (lub inny pojazd) nie jest tylko narzędziem, za pomocą którego poruszamy się z punktu A do B. To pasja, hobby, sposób na wolny weekend. Na hali w całości poświęconej detailingowi było to doskonale widać. Stoiska takich firm jak ADBL (współorganizator salonu i jeden z największych producentów kosmetyków samochodowych) były oblegane przez każdy dzień targów. Kupującymi były nie tylko młode osoby, pasjonaci tzw. „tuningu”, ale też „zwykły Kowalski”, który chce zadbać o swoje auto bardziej aniżeli tylko umyć je na myjni automatycznej/bezdotykowej.

Detailing „urodził się” w Internecie. Studia detailingowe i firmy zajmujące się sprzedażą choćby wcześniej wspomnianych kosmetyków są reprezentowane przez młode osoby, którym nieobca jest promocja poprzez najnowsze kanały social media jak Facebook czy Instagram. Mam wrażenie, że prasa motoryzacyjna i organizatorzy targów nieco „przespali” moment prawdziwego „boomu” na detailing. Dość powiedzieć, że tego typu salon został stworzony w Polsce po raz pierwszy. Osoby wcześniej nieznające tematu mogły zobaczyć, że kosmetyków do pielęgnacji samochodów jest więcej niż w niejednej drogerii.

Co więcej, na osobne wyróżnienie zasługują sami sprzedawcy i stoiska. Tym pierwszym po prostu się „chciało”. Nawet w niedzielę, kiedy wszyscy są już naprawdę zmęczeni, marki takie jak RR Customs czy wspomniany ADBL dowoziły kolejne produkty i prowadziły aktywną sprzedaż. Co trzeba

zaznaczyć, sprzedaż dość ciężką, ponieważ wielu klientów potrzebowało wytłumaczenia czym jest „quick detailer” czy „aktywna piana”. Pytania pokroju „czy potrzebuję pianownicy do mojej myjki” nikogo nie dziwiły. Detailing po raz pierwszy „wyszedł do ludzi”.

A stoiska? Były świetnie przygotowane. Detailing to dbanie o szczegóły i wiedzą o tym wszyscy wystawcy. Prócz produktów, można było otrzymać darmowe upominki, posłuchać muzyki, podziwiać 13-letniego detailera (to akurat stoisko LARE), zrobić sobie zdjęcie ze ślicznymi hostessami i samodzielnie spróbować wypolerować maskę. Mało? Dość powiedzieć, że na salonie samochodowym niektóre auta były po prostu zamknięte co automatycznie odrzucało zwiedzających. A tu? Pełny profesjonalizm, otwartość i chęci.

Kogo (i co) można było zobaczyć?

ADBL był współtwórcą całego salonu detailingowego. W ich ofercie znajdziemy praktycznie wszystko, czego potrzebujemy do pracy w studio i na codzień. Szampony, syntetyczne woski, aktywne piany, przeróżne preparaty do felg - to dopiero przedsmak. Mikrofibry, rękawice do mycia, polerki i perfumy - każdy z tych produktów cieszył się dużym zainteresowaniem.

Kolejnym wystawcą była firma LARE, która pokazała swoje polerki z serii LITE (tanie, do użytku domowego) i PRO (wcale nie tak drogie, przeznaczone do studiów detailingowych) oraz całą gamę akcesoriów do nich. Zainteresowanie było tak duże, że podczas targów wysprzedano praktycznie cały zapas towaru.

Nie sposób nie wspomnieć o RR Customs, jednym z największych producentów kosmetyków samochodowych. Liczba ponad 124 tysiące fanów na FB mówi wszystko. Kolejki? Ogromne! Sprzedaż? Również. Podobnie jak na innych stoiskach, tutaj również mogliśmy zakupić kosmetyki w wersjach przeznaczonych dla „zwykłego” Kowalskiego (mniejsze butelki) oraz dla profesjonalistów (5-litrowe bańki).

Całą serię swoich produktów pokazała również marka Elite Detailer, która dodatkowo prezentowała ich działanie na „żywym” organizmie, czyli samochodach, o których śmiało można powiedzieć „motoryzacyjne perełki”. Wśród produktów można wymienić chociażby dressingi do opon czy cała seria produktów „pre-wash” przeznaczona do wstępnego mycia pojazdu.

Shiny Garage natomiast pokazał nową linię zapachów do samochodów. Wystarczy kilka psików, aby utrzymać piękny, nieduszący zapach nawet przez kilka dni. Testowaliśmy - pachną świetnie.

Skóra w samochodzie? To nie problem, jeżeli posiadasz kosmetyki Colourlock. Doceniają je wszyscy, którzy mieli z nimi styczność.

A może powłoki ceramiczne? Ich skuteczność można było ocenić podczas pokazów „na żywo”. Poza tym, przygotowano również wiele promocji targowych, więc istniała możliwość ich nałożenia na nasze auto w rozsądnej cenie. Super!

Czy to wszyscy? Absolutnie nie. Wystawców było dużo, hala została w pełni zapełniona. Oby salon detailingowy ponownie pojawił się za rok na Motor Show 2020. To był prawdziwy hit tych targów.

Źródło: