

GymBeam překonal v minulém roce obrát 4 miliardy korun. V 2024 se plánuje věnovat hlavně logistice

9.1.2024 - | PROTEXT

Rok 2023 byl pro největší fitness e-shop v našem regionu jednoznačně nejúspěšnější. Dokládají to i jednotlivé milníky, které se GymBeam podařilo překonat. Jedním z největších byl rozhodně Black Friday. Při tom se společnosti podařilo prodat rekordní milion kusů produktů a tím dosáhnout meziročního nárůstu o 76 %. Gymbeam neroste jen v číslech, ale také v počtu zaměstnanců. Ke konci roku 2023 společnost čítala přes 500 zaměstnanců a neustále hledá nové posily. Zároveň také se svou pražskou pobočkou v Karlíně vyhrála "michelinskou hvězdu" mezi prodejny - Visa Czech Top Shop.

S novým rokem ale přicházejí nové vize a cíle, které je třeba překonat. Těch má Dalibor Cicman, CEO GymBeamu, v rukávu hned několik. Společnost se chce soustředit především na upevňování pozice na již existujících trzích, s důrazem na nejnovější trh v Itálii a DACH region (Německo, Rakousko a Švýcarsko). Český trh je ale nadále společně s tím slovenským nejsilnější. *"V růstu napříč trhy nám pomáhají data z Google, Meta platform a také sociální síť TikTok, plus naše vlastní data,"* popisuje.

Největší změny ale chystá v oblasti logistiky. V roce 2024 by měl GymBeam disponovat nejen 5 logistickými centry, ale také novým unikátním autostorem v Košicích. S touto investicí za bezmála 147 milionů korun si slibuje automatizaci až 80 % objednávek. To povede nejen ke zrychlení výdeje objednávek, ale také ke zvýšení kapacity logistického centra, které sídlí v Košicích. Zároveň bude Gymbeam soustředit více pracovní síly na sofistikovanější práci, než je expedice. Otevření skladu v Itálii, od čehož si slibuje také zrychlení dodání produktů v daném regionu, je již pomyslnou třešničkou na dortu roku 2024.

Společnost i nadále zůstává konzistentní ve svém primárním zájmu o uspokojení potřeb zákazníka. Přestože v současné době je přes 80 % produktů dostupných na GymBeam tvořeno vlastními značkami a navýšení tohoto procenta se tak nabízí, CEO GymBeamu Dalibor to nevnímá jako prioritu. *"Jsme schopni přirozeně zvyšovat podíl našich vlastních produktů. Zákazníci se k nám vrací a my můžeme nejen predikovat, jaké produkty si vyberou, ale hlavně upravovat produkty přímo podle jejich potřeb. Jako strategickou prioritou tak stále vnímáme spokojenost zákazníků, ta je pro nás vždy na prvním místě,"* dodává na závěr Dalibor Cicman.

O GymBeam

GymBeam je s obratem 105 milionů eur za rok 2022 největším fitness e-shopem v regionu CEE. Zaměřuje se na prodej výživy pro sport a zdraví, zdravých potravin, sportovního oblečení a příslušenství. Ve svém portfoliu má více než 120 značek a tisíce produktů. Velkou část jeho tržeb tvoří vlastní výroba pod značkami GymBeam, VanaVita, BeastPink, STRIX a XBEAM.

Společnost GymBeam od vzniku expandovala do dalších krajín Evropy. Momentálně působí na 15 trzích, mezi které kromě Slovenska a Česka patří například Maďarsko, Rumunsko, Chorvatsko, Bulharsko, Ukrajina, Slovinsko, Polsko, Německo či Itálie.

<https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/gymbeam-prekonal-v-minulem-roce-obrat-4-miliardy-koru>

[n-v-2024-se-planuje-venovat-hlavne-logistice/2463506](#)