



Amara: išskirtinė prabanga iš Esekso kaimo

VYRO IR ŽMONOS KOMANDA, SAM IR ANDREW HOOD'AI, IŠMĖGINO SĖKMĘ PRABANGOS PREKIŲ E-KOMERCIJOS RINKOJE IR JIEMS PAVYKO

ANDREW HOOD'AS YRA TIKRŲ TIKRIAUSIAS REALISTAS: „MES ESAME E-KOMERCIJOS VERSLININKAI IR PASAULYJE YRA MILIJONAI TOKIŲ PAČIŲ VERSLŲ.“ TAČIAU JIS KUO PUIKIAUSIAI SUVOKIA, KODĖL PRABANGIŲ NAMŲ DEKORO PREKIŲ ŽENKLAS „AMARA“, KURĮ JIE ĮKŪRĖ YRA TOKS SĖKMINGAS: „MES TURIME TĄ TROŠKIMĄ, RYŽTĄ IR AMBICIJŲ BŪTI GERESNI. JEI MES NEBŪSIME GERESNI NEI MŪSŲ KONKURENTAI, MUMS TIESIOG NEPAVYKS“.

Ironiška, tačiau ši itin motyvuota britų įmonė gimė iš dykinėjimo. Andrew metė savo aukštas pareigas investicijų banke ir mėgavosi, kaip jis pats vadina, “pertrauka”. Tačiau tai ilgai netruko. “Gavau ultimatumą iš savo ponios Hood: arba grįžtu atgal į darbą, arba ji pati pradės dirbti. Akivaizdžiai buvau suvaržytas jos būdo ir lindau po padu”.

P. Hood, vardu Sam, kilo idėja. Pati dekoravusi savo ir draugų namus, ji suprato, kad rinkoje yra niša aukščiausios klasės namų dekoravimui už Londono ribų, kur būtų galima siūlyti pasaulyje žinomų išskirtinių prekių ženklų gaminius. Ji nusprendė atidaryti interjero dekoruotojų savo gimtajame Chelmsford miestelyje Esekse.

Stilingi partneriai

Sam rinko išskirtinių baldų kolekciją ir “Amara” svajonė pradėjo įgauti formą: “Mano pirmasis darbas buvo susijęs su prekyba mados kūriniais. Ilgainiui supratau, kad mane itin traukia interjeras ir jo dekoras.” Laimei, finansus išmanantis verslo partneris buvo visiškai šalia, kaip Andrew pasakoja: “Pasakiau, kad mielai padėsiu finansuodamas ir parašydamas verslo planą. Tačiau



mano pagrindinis patarimas buvo, kad būtinais reikės kurti internetinį tinklą.” Taigi, 2005 metų pradžioje gimė “Amara”. Sam atidarė fizinę parduotuvę, o Andrew ir dar vienas darbuotojas pradėjo sukti galvą, kaip pradėti ir valdyti e-komercijos verslą.

Nuo fizinės iki elektroninės parduotuvės

“Fizinė parduotuvė buvo nepaprastai svarbi”, - sakė Andrew. “Parduotuvė buvo itin graži ir turėjo didžiulį patikimumo lygį.” Nepaprastai atidžiai surinktos dekoracijos detalės ir “būtina turėti” prekės interjerui fizinėje parduotuvėje, “Amarai” padėjo suformuoti klientų ratą, taip pat darė įtaką partnerystei su tokiais vardais kaip “Missoni Home” ir “William Yeoward Crystal”. Tačiau “prabangos” rinka vis labiau sukosi aplink elektroninę prekybą. 2006 metais sparčiai besiplėčianti amara.com svetainė persikėlė į naujus namus Esekso kaime. Nors fizinė parduotuvė klientams duris uždarė ir 2008 metais liko tik internetinė prekyba, Andrew tiki, jog fizinė parduotuvė “Amarai” padėjo pademonstruoti prabangiems prekių ženklams, kad yra rimtai nusiteikę ir kad nesiruošia tapti eiliniu nuolaidų besivaikančiu verslu. Strategija galų gale atsipirko 2015 metais ir “Amara” užbaigė metus su 8,8 milijonų svarų sterlingų apyvarta.



Apdovanojimus pelniusios komandos sukūrimas

Tai kaipgi iš 2 žmonių su verslo idėja tapti daugiau nei 85 žmonių komanda, kuri valdo vieną greičiausiai besiplėčiančių namų dekoracijos elektroninių parduotuvių Jungtinėje Karalystėje? Andrew turi paruošęs atsakymą: “Mums dirbančių žmonių kultūra yra tokia, kokios dar niekada nesu matęs. Per šias Kalėdas mūsų klientų aptarnavimo padalinio vadovė kasdien dirbo po 14-15 valandų, kad mūsų įsipareigojimas klientams el. paštu atsakyti per 24val. būtų išlaikytas.” Kol kitos kompanijos tik kalba apie galimybes investuoti į jaunos talentus, “Amara” jau tai daro: “Per pastaruosius du metus mūsų didžioji dalis darbuotojų yra 20-22 metų amžiaus. Tiesiog renkiš žmones, kurie turi darbo etiką, kuriems rūpi, jaučia aistrą ir tu juos moki”. “Amaros” atsivadavimas neliko nepastebėtas: 2015 metais trečiąkart iš eilės gavo apdovanojimą už išskirtinį klientų aptarnavimą, kurį įsteigė Feefo Gold Trusted Merchant.



Prabanga – proto būsena

Jūs netapsite išimtinis Ralph Lauren Home prekės ženklo prekiautojas internetu, nebent suprasite “prabangos” pirkėjų auditorijos mąstyseną. Andrew Hood’as turi aiškų požiūrį, kodėl jie atitinka: “Aukštosios mados atstovų prekės yra išskirtinai geros ir suteikia klientui jausmą lyg milijonas dolerių. Kai tokie produktai jums pristatomi, jūs liekate priblokšti pačios dėžutės atidarymo, o visas procesas, kol išpakuojate prekes, neišdildoma patirtis. Tai leidžia klientui pasijusti nepaprastai svarbiam ir vertingam. Tad mes darome tą patį, tik namams.”

Suteikti nuostabią patirtį

Paklausta, kas buvo “Amaros” didžiausias iššūkis, Sam Hood sakė: “Didžiausias iššūkis buvo perduoti logistiką trečiai šaliai. Visiškai jais pasitikėti, kad klientai gautą tą pačią patirtį, kurią gauna iš “Amara”.” Laimė, bendradarbiavimas su DHL pavyko. Andrew pridėjo: “Nusprendėme dirbti su šios srities geriausiais. DHL itin patikimas prekės ženklas, be to, puikiai atpažįstamas.” Be abejo, didžiausias išbandymas verslo santykiams, kai kažkas nepavyksta: “Mums puikiai pavyksta nuraminti susierzinusius klientus. Taip pat tai turi persiduoti ir už mano komandos ribų tam žmogui, kuris sprendžia mano bėdą kitam telefono laido gale ar el. paštu. Ir jūs, DHL, puikiai su tuo susitvarkote.” Andrew ir toliau giria: “Mūsų apyvarta išaugo 12 kartų nuo tada, kai pradėjome su jumis dirbti. Taigi, jūs esate mūsų kelionės dalis ir padėjote kasmet augti.”

Gerai dalykai aplanko tuos, kurie laukia

Tapti pasauliniu prekės ženklu nebuvo lengva. Ir, be abejo, tai neįvyko pernakt. Nors globalaus logistikos partnerio pasirinkimas buvo paprastas sprendimas, tačiau, kad galėtų plėstis į užsienio rinkas, jiems reikėjo internetinės svetainės adreso, besibaigiančio “.com”. Po 10 metų trukusių derybų su latvių mokslininku, kuris iki tol buvo URL adreso Amara.com savininkas, Amara.com turėjo naujus šeiminkus. Tokiu būdu “Amara” galėjo įsitvirtinti ne tik vietinėje rinkoje, bet ir kruopščiai atrinktose pasaulinėse vietose.



Žvilgsnis į ateitį

Po 12 metų, praleistų atstovaujant kai kuriuos prestižiškiausius prabangos prekių pavadinimus, "Amara" tapo savarankišku prekės ženklu. 2016 metais buvo išleista jų pačių kolekcija "A by Amara". "Amara" taip pat rado unikalų būdą, kaip pasveikinti žmones, kurie prisidėjo ir daug padarė dėl kiekvieno šio prekės ženklo socialinio statuso. 2015 metais buvo pirmą kartą įteiktas "Amara Interior Blog Award" apdovanojimas. Renginyje dalyvavo geriausi šios industrijos tinklaraštininkai, didžiausi rėmėjai ir, žinoma, elitinė teisėjų komisija.

Ateityje Andrew neišsižada minties apie kitą fizinę parduotuvę: "Jei atsirastų tokia galimybė, ar mane sugebėtų įtikintų atidaryti parduotuves Londone ir Niujorke? Taip, tikriausiai pavyktų įtikinti."

Iš Esekso kaimo į Madison'o aveniu? Na, "Amaros" visatoje buvo ir keistesnių dalykų.