



AMARA: REDEFINIREA LUXULUI, PORNIND DINTR-UN COTEȚ

SOȚ ȘI SOȚIE, SAM ȘI ANDREW HOOD, AU PĂTRUNS PE PIAȚA MAGAZINELOR ONLINE DE LUX – ȘI AU CÂȘTIGAT



ANDREW HOOD ESTE UN TIP FOARTE REALIST: “SUNTEM UN MAGAZIN ONLINE. EXISTĂ MILIOANE DE MAGAZINE ONLINE ÎN PIAȚĂ.” EL ESTE DE ASEMENEA CONȘTIENT DE CE MAGAZINUL ONLINE DE PRODUSE DE LUX PENTRU CASĂ PE CARE L-A ÎNFIINȚAT – AMARA – A DEVENIT UN SUCCES DE RENAME INTERNAȚIONAL: “SUNTEM MÂNAȚI DE DORINȚA ȘI AMBIȚIA DE A FI MAI BUNI. DACĂ ÎNTR-ADEVĂR NU SUNTEM MAI BUNI DECÂT COMPETITORII NOȘTRI, NU VOM REUȘI.”

În mod ironic, această companie foarte ambițioasă din Marea Britanie s-a înființat într-o perioadă cu relative incertitudini. Andrew tocmai renunțase la poziția sa importantă dintr-o bancă de investiții și se bucura de ceea ce el numește “anul său de pauză”. Dar care nu a durat prea mult. “Am primit un ultimatum de la doamna Hood că fie mă întorc la serviciu, fie își va lua ea o slujbă. Aparent îi deranjem stilul de viață și mai rău eram sub papuc.”

Doamna Hood, cunoscută sub numele de Sam, a avut o idee. După ce a reamenajat propria casă, precum și casele prietenilor, Sam și-a dat seama că există o piață a serviciilor de design interior de primă clasă în afara Londrei, care să ofere cele mai exclusiviste mărci din lume în domeniu, insuficient dezvoltată. Ea a decis să deschidă un astfel de magazin în orașul ei natal, Chelmsford, Essex.

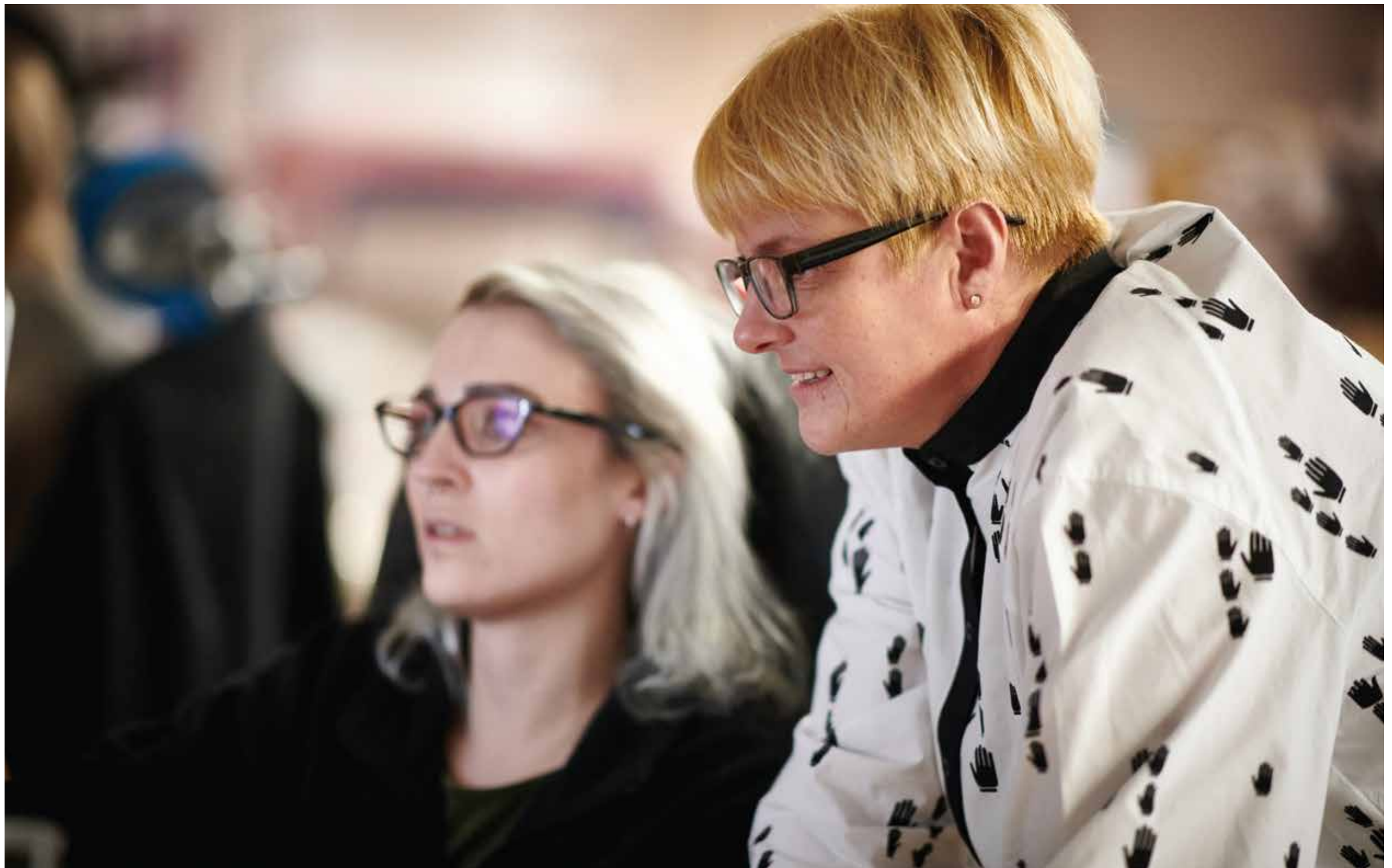
PARTENERI ÎN STIL

Sam a început să colecționeze unele piese exclusiviste de mobilier, iar afacerea Amara a început să prindă contur: “Prima mea slujbă din carieră a fost aceea de consultant de modă. Însă am descoperit că pasiunea mea o reprezintă cu adevărat interioarele și design-ul interior.”

Din fericire, nici partenerul său nu a fost departe, după cum explică chiar Andrew: “I-am spus că sunt mai mult decât bucuros să o ajut să finanțeze afacerea și să punem pe hârtie un plan de afaceri. Sfatul meu a fost: “Ne trebuie neaparat un website” Astfel, la începutul lui 2005 Amara lua contur – Sam se ocupa de magazin, iar Andrew, împreună cu singurul angajat “s-au așezat la o masă și au încercat să își dea seama cum să construiască și să conducă o afacere din domeniul comerțului electronic”.

DE PE RAION, LA UN CLICK DISTANȚĂ

“Magazinul fizic a fost extrem de important,” a declarat Andrew, “pentru că magazinul era frumos și își câștigase o credibilitate uriașă.” Selecția de produse și atenția spre interioare a ajutat Amara să își construiască o bază de clienți și parteneriate cu nume mari precum Missoni Home sau William Yeoward Crystal. Piața de lux a început să se extindă din ce în ce mai mult în mediul online. În 2006, amara.com a cunoscut o ascensiune rapidă și s-a mutat într-o nouă locație – o fostă crescătorie de pui. Magazinul și-a închis porțile și s-a axat doar pe online începând cu 2008, iar Andrew crede că “magazinul a permis Amara să demonstreze furnizorilor de lux că suntem serioși și nu vom deveni niciodată tipul de afacere bazată pe reduceri”. O strategie care a dat roade și a fost răsplătită, încă din 2015 Amara sărbătorind un volum de 11,3 milioane anual.



CUM AM CONSTRUIT O ECHIPĂ PREMIANTĂ

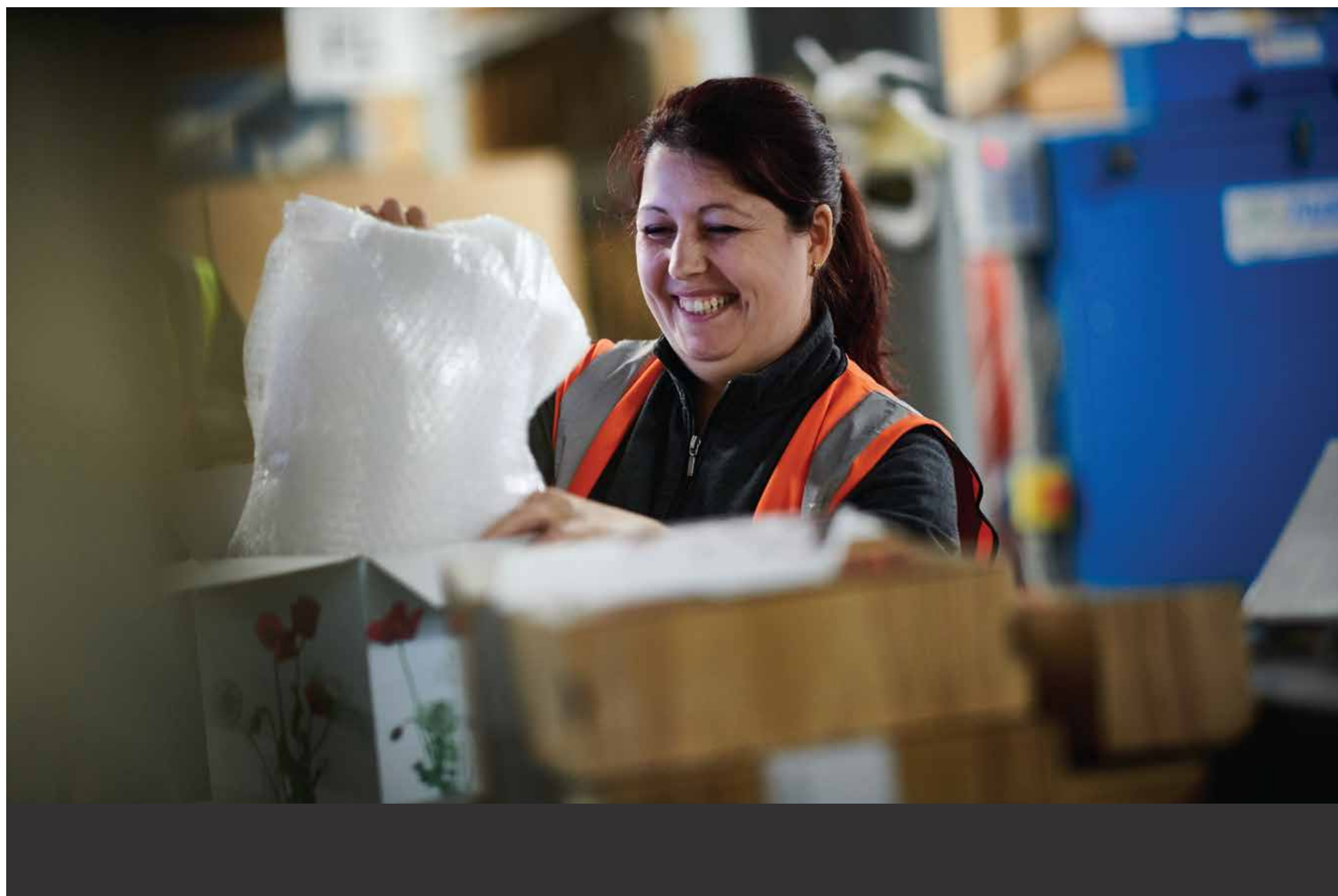
Deci cum ajungi de la o idee de afaceri și 2 oameni la o echipa de 85 de oameni care lucrează pentru unul dintre magazinele online cu cea mai rapidă dezvoltare în domeniul de design-ului interior? Andrew are un răspuns: “Cultura oamenilor care lucrează aici, cu noi nu se poate compara cu nimic din ceea ce am mai întâlnit vreodată. Anul trecut de Crăciun, șeful departamentului de relații cu clienții a lucrat 14 – 15 ore zilnic, astfel încât să ne asigurăm că ne menținem angajamentul de a răspunde mesajelor primite în maximum 24 de ore.

DHL.RO Amara: redefinirea luxului, pornind dintr-un cotet

Toate drepturile rezervate. Acest articol nu poate fi reprodus sau transmis sub nicio formă electronic sau mecanic, inclusiv ca fotocopie, înregistrare sau cu ajutorul oricărui mediu de stocare fără permisiunea prealabilă a editorului.

Copyright © Deutsche Post DHL 2018.

”Și, în timp ce alte companii plătesc bani grei pentru a investi în tinere talente, la Amara: “Până în ultimii doi ani, întreaga noastră forță de muncă avea între 20 – 22 ani. Alegeți oameni care au etica muncii, acea dedicare și pasiune care să îi angreneze.” Pasiunea celor de la Amara nu a trecut neobservată – în 2015 au câștigat premiul Feefo Gold Trusted Merchant pentru relații remarcabile cu clienții, al treilea an consecutiv.



LUXUL ESTE O STARE DE SPIRIT

Nu aveți cum să reușiți să deveniți distribuitor online pentru linia de design interior a lui Ralph Lauren fără să înțelegeți publicul țintă al pieței dedicate luxului. Andrew Hood are o viziune clară în legătură cu ce îi face pe aceștia să “adauge în coș”: “Distribuitorii de produse de top în domeniul modei și al designului se pricep de minune să își facă clienții să se simtă de un million de dolari. Când sunt livrate produsele, întreaga experiență, de la deschisul ambalajului și până la descoperirea produsului este de excepție și îl face pe cumpărător să se simtă foarte important și incredibil de apreciat. Așa că ne-am propus să facem asta pentru afacerea noastră.”

LIVRAREA UNEI EXPERIENȚE FABULOASE

Întrebată care a fost cea mai importantă provocare pentru Amara, Sam Hood a mărturisit: “Externalizarea procesului logistic a fost cea mai mare provocare. Să oferi încredere totală în ceea ce privește experiența de cumpărare a clienților Amara.” Din fericire, relația lor cu DHL pare că a funcționat. “La începutul afacerii noastre am luat decizia să folosim drept furnizori pe aceia pe care îi percepem a fi cei mai buni în domeniul lor.

DHL sunt foarte demni de încredere și ușor de identificat.”, a declarat Andrew. Desigur, testul oricărui parteneriat are loc atunci când se întâmplă ceva în neregulă: “Ne pricepem destul de bine să abordăm un client nemulțumit. Asta trebuie să se extindă dincolo de echipa mea, către cineva de la celălalt capăt al unui telefon sau al unui e-mail, care se ocupă de problema mea. Iar voi faceți asta.” Și apoi, ca și când această laudă nu era suficientă, “Nici nu mai știu la ce cifră de afaceri eram când am început să lucrăm cu voi, dar acum bănuiesc că este de șase, șapte sau chiar opt ori mai mare. Deci ați făcut parte din călătoria noastră și ne-ați ajutat să creștem de la an la an.”

LUCRURILE BUNE SE ÎNTÂMPLĂ ACELORA CARE AU RĂBDARE

Nu a fost ușor să devenim un magazin online internațional. Și cu siguranță nu s-a întâmplat peste noapte. Deși alegerea unui partener logistic internațional a fost simplă, am avut nevoie de o adresă “.com” pentru a ne extinde cu adevărat dincolo de granițe. Din păcate, domeniul amara.com era deținut de un om de știință leton, care nu dorea să îl înstrăineze. După zece ani de negocieri Amara a obținut domeniul și s-au poziționat la nivel internațional, dar și local, în câteva sedii alese cu grijă.



DHL.RO Amara: redefinirea luxului, pornind dintr-un coteț

Toate drepturile rezervate. Acest articol nu poate fi reprodus sau transmis sub nicio formă electronică sau mecanică, inclusiv ca fotocopy, înregistrare sau cu ajutorul oricărui mediu de stocare fără permisiunea prealabilă a editorului.

CU GÂNDUL LA VIITOR

După 12 ani petrecuți ca reprezentanți ai celor mai de prestigiu nume în designul interior din lume, Amara a devenit o marcă în sine. În 2016 și-au lansat prima colecție intitulată Amara Own Label. Amara a găsit, de asemenea, o modalitate unică de a sărbători persoanele cărora le datorează fiecare status din social media – comunitatea de blogging. În 2015 s-au lansat premiile Amara Interior Blog, un eveniment care a adunat bloggerii de top specializați pe industria de design interior, sponsori de marcă și un juriu de elită. Cât despre viitor, Andrew nu a exclus ideea unui alt magazin Amara cu uși din sticlă: “Dacă ar apărea această oportunitate cu siguranță am alege un magazin în Londra și unul în New York. Da, probabil am face-o.”

Dintr-o fostă crescătorie de găini din Essex pe Madison Avenue? S-au întâmplat lucruri inedite în universul Amara.

ÎN CONTINUARE:

Citiți articolul [Regulile de aur în e-commerce](#)

Înregistrați-vă pe [Discover.DHL](#) pentru a avea acces la recomandările [Dos and Don'ts](#).
O să vă ajute să ajungeți la următorul nivel.

Solicitați oferta DHL pentru magazinele online acum.

Contactați Departamentul de [Relații cu Clienții DHL](#) pentru a discuta pe seama acestui subiect

DHL.RO Amara: redefinirea luxului, pornind dintr-un cotet

Toate drepturile rezervate. Acest articol nu poate fi reprodus sau transmis sub nicio formă electronică sau mecanică, inclusiv ca fotocopy, înregistrare sau cu ajutorul oricărui mediu de stocare fără permisiunea prealabilă a editorului.