

Izkoristi, kar ponujajo družbeni mediji!

Nathalie Lameri
Švedska



*Ta zgodba je bila razvita v okviru projekta
„SkillsXcellerate: Opolnomočenje mladih na poti do samostojnosti s pomočjo podjetništva“
Pričujoče gradivo je bilo razvito v sklopu drugega delovnega paketa, druge aktivnosti, Najboljše prakse*

KAKO IN KDAJ JE NATHALIE ZAČELA SVOJO PODJETNIŠKO POT

Nathalie je bila stara dobrih 23 let, ko je skupaj z možem ustanovila komunikacijsko agencijo Creative People, ki je specializirana za družbene medije in pomaga drugim podjetjem pri navezovanju stikov s strankami na platformah družbenih medijev. Nathalie pravi: „Oba sva zelo zagnana in uživava v snovanju novih idej; mož je po poklicu industrijski oblikovalec. Vedno razmišlja in se pogovarjava o tem, kaj želiva narediti in kaj lahko narediva. Želela sva narediti nekaj drugačnega. Pred tem sva oba delala v maloprodaji.“

Poleg podjetja Creative people, vodita skupaj z možem še eno podjetje, imenovano Boostefeid. Razvila sta platformo Boostefeide, na kateri lahko uporabniki iščejo možnosti za sodelovanje z drugimi podjetniki, pridobivajo ocene in ustvarjajo stike. Platforma predstavlja mesto, kjer je na enem mestu zbrano vse v povezavi s sodelovanjem.

Preden sta ustanovila ti dve uspešni podjetji, sta Nathalie in njen mož najprej poskušala uspeli s poslom s prenosnimi trgovinami. Prisotna sta bila na različnih letališčih, vendar je posel zahteval več denarja in trajal dlje, kot sta sprva mislila. Njun cilj je bil ustvariti prve trgovine brez osebja. Zamisel je bila, da bi v teh majhnih trgovinah brez osebja lahko kupili zobne ščetke, zobno pasto, majice, bele srajce, spodnje perilo itd., torej najnujnejše stvari, ki bi jih potrebovali, v primeru izgubljene prtljage. Uspelo jim je odpreti nekaj trgovin brez osebja na letališčih Arlanda v Stockholmu in Heathrow v Londonu. Vendar sta s svojo zamisljivo prehitela čas, prodaja pa je bila počasna, zato sta podjetje prodala.

Čeprav njun prvi posel ni bil uspešen, sta prav prek njega dobila povpraševanje od mlekarne Skåne, velikega mlekarskega podjetja na jugu Švedske. Prodala sta svoje prvo podjetje in izkoristila to priložnost, saj jima je zagotovila takojšen zaslužek, kar je privedlo do ustanovitve podjetja Creative People.

KAKO JE NATHALIE RAZVIJALA SVOJE PODJETJE

Glede razvoja svojega podjetja Nathalie pravi, da z možem nenehno sodelujeta. Njen mož je ustvarjalen, sledi trendom in raziskuje področje, medtem ko je Nathalijno področje že od nekdaj trženje. Včasih sta veliko delala z družbenimi mediji, da bi bila vidna, sodelovala sta z znanimi blogerji in vplivneži.

Na začetku sta sledila klasični poti zagonskih podjetij. Začela sta pri Drivhusetu (Drivhuset podpira generatorje idej, podjetnike, občine, zagnane posameznike, študente in druge navdušence na njihovi razvojni poti), nato sta se preselila v Minc (vodilna skupnost startupov v Malmöju, ki ponuja mentorstvo, mreženje in finančno podporo podjetnikom), kjer sta ostala tri leta, ki sta jim sledile še dodatni dve leti. V stiku sta bila tudi z Almijem (namen Almijevega delovanja je okrepiti razvoj švedskih podjetij in spodbujati trajnostno rast, programi naj bi bile namenjene predvsem podjetnikom in podjetjem z donosnostjo in potencialom rasti) in drugimi podpornimi organizacijami.

Nathalie izpostavlja dva glavna izziva. Prvi izziv je bil vedno financiranje. Zagotavljanje zagonskih subvencij in financiranja je bilo težko. Drugi izziv je bil trg. Trg se spreminja, prav tako pa tudi stranke. Nathalie deluje v tradicionalni panogi in na začetku je bilo veliko dvomov, kar je otežilo začetno prodajo. Na trgu so že obstajala uveljavljena podjetja, Nathalie in njen mož pa sta delala drugače kot običajno.

Danes ima njeno podjetje Creative People štiri zaposlene, Boostiefied pa deset.



KAKŠNI SO NJENI NAČRTI ZA PRIHODNOST

Nathalie in njen mož sta vedno polna novih idej. Pravkar sta na primer ustanovila novo podjetje, ki ima povsem drugačno usmeritev od dveh že obstoječih. Nathalie pravi: „Vemo, kam hočemo iti, na poti pa si postavljamo nove cilje.“

Z razvojem podjetja Creative People je zelo zadovoljna. Pravi, da je uspeh v veliki meri odvisen od timskega dela in da je z ekipo, ki jo imajo, zelo zadovoljna.

Podjetje Boostified ima po drugi strani zunanje vlagatelje, zato so stvari popolnoma drugačne glede zahtev po doseganju rezultatov in rasti. Tu se nameravata Nathalie in njen mož osredotočiti na rast in širitev, saj to želijo zunanji vlagatelji.

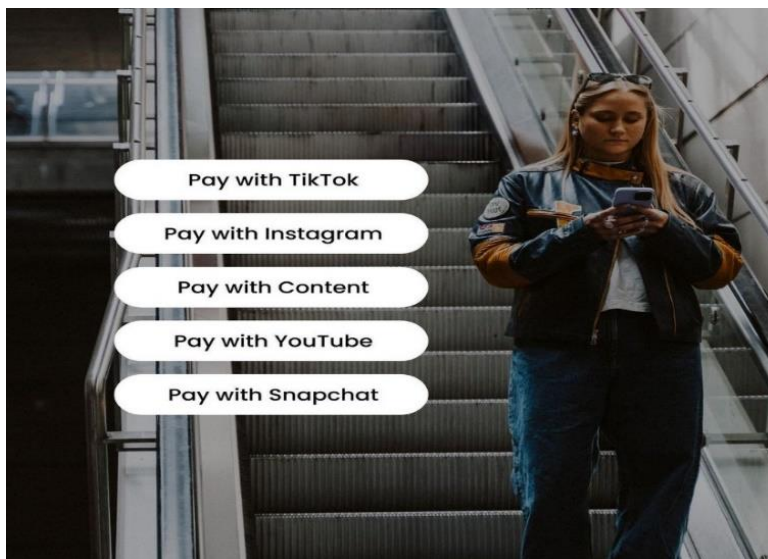
KAKŠNI SO NJENI NASVETI ZA MLADE, KI SE ODLOČAJO ZA PODJETNIŠKO POT

Nathalie vsem, ki dvomijo o ustanovitvi podjetja, sporoča, naj verjamejo vase in poskusijo. Kaj lahko izgubite, če poskusite, se sprašuje? Še posebej, če še vedno študirate, lahko preprosto poskusite. Poslovanje je način življenja, zato morate biti pripravljeni vložiti potreben čas.

Če se ukvarjaš s podjetništvom, lahko to tudi zelo pozitivno vpliva na osebnostno rast posameznika. Veliko se naučiš - prodaje, trženja, vodenja, kako se pogovarjati z ljudmi, kako se prilagajati, razviješ veščine ravnanja z ljudmi. Ko ti gre vse dobro od rok, rasteš kot oseba, kar je še posebej zabavno. Neuspehi so koristni - ves čas se učiš. To je dobro vložen čas. Pomembno je, da si vztrajen.

Najpomembnejša stvar, ki se je Nathalie naučila kot podjetnica, je, da traja dlje, kot si misliš, zato je vztrajnost ključnega pomena. Preden se je vključila v poslovni svet, je bila Nathalie bolj zaprta oseba, a ker je vedno izpostavljena ljudem, se je morala odpreti.

Nathalijin zadnji nasvet je, da ohranite zagon, nikoli ne obupajte in se še naprej borite. Drznost je bistvenega pomena. Vsakdo ima lahko ideje in je ustvarjalen, vendar si mora upati te ideje prenesti v dejanja.



Vir: vse fotografije uporabljene v tej zgodbi prihajajo iz Nathalijinega osebnega arhiva.

Srečno **NATHALIE!**

Če vas zanima več o Nathalijinem podjetju, jo lahko kontaktirate preko naslednjih kanalov:

Email: nathalie@creativepeoples.se

Instagram: <https://www.instagram.com/creativepeoples/>

Instagram: <https://www.instagram.com/boostified/>



Uporaba vsebin pod licencami CC BY-ND-SA 4.0