



Czarno na białym

Firma White & Black z Gdańska udowadnia, że oferowane przez nią akcesoria w monochromatycznych barwach sprzyjają rozwojowi noworodków. O pomysł na wypełnienie niszy rynkowej opowiada Julia Bąkowska, inicjatorka biznesu.

Inspiracją do stworzenia marki White & Black była Zuzia, córka Julii Bąkowskiej. – Kiedy zaszłam w ciążę, trafiłam na wykład w szkole rodzenia o stymulacji rozwoju psychoruchowego dziecka poprzez barwy kontrastowe – opowiada. Zgodnie z założeniami teorii psychologii rozwojowej noworodek tuż po narodzinach koncentruje swoją uwagę w głównej mierze na czarno-białych przedmiotach i wzorach wyrażonych w prostej formie. Julia Bąkowska uznała, że skoro na rynku artykułów dla dzieci do szóstego miesiąca życia brakuje czarno-białych propozycji, to pioniersko przetrze szlaki w tym zakresie. Jej zdaniem produkty w kolorach pastelowych podobają się rodzicom, ale nie mają większego znaczenia dla dziecka. Do współpracy biznesowej zaprosiła swoją znajomą Patrycję Szymichowską. Współniczką z wykształcenia jest psychologiem, dlatego długo nie trzeba było jej namawiać.

Droga do celu

Wcześniej obie panie zajmowały się zupełnie innymi branżami. – Zanim ruszyłyśmy z tworzeniem projektu White & Black, Patrycja była menedżerem klubu i restauracji, a ja zajmowałam się szkoleniami miękkimi z zakresu sprzedaży, tworzenia wizerunku oraz zarządzania personelem – mówi Julia Bąkowska. Przyznaje, że obie miały doświadczenie w budowaniu strategii marketingowej firm. Łącząc swoje wykształcenie i zdobyte kwalifikacje zawodowe, postanowiły od podstaw stworzyć własną markę.

Kapitał potrzebny na start, czyli około 100 tys. zł, pocho-



Zanim ruszyłyśmy z tym projektem, Patrycja była menedżerem klubu i restauracji, a ja zajmowałam się szkoleniami miękkimi z zakresu sprzedaży, tworzenia wizerunku oraz zarządzania personelem – Julia Bąkowska



dził z oszczędności Patrycji Szymichowskiej. – Cały projekt powstawał od marca 2010 r. Trzeba było zadbać o dobór materiałów, konsultacje ze specjalistami czy nawiązywanie współpracy ze szwalniami, producentami i projektantami – wylicza Bąkowska. Propozycje wzorów na tkaninach pochodziły od zaprzyjaźnionej projektantki Mai Ratyńskiej. Większość z motywów graficznych konsultowana była także ze specjalistami, głównie z psychologiem dr Magdaleną Chrzan-Detkoś.

Roller, czyli wąż

W asortymencie można znaleźć typową wyprawkę dla dziecka: pościel, pled, rożek, kocyki czy osłonki na łóżeczko. – Topowym produktem jest pled do użytku w wielu formach, np. jako pikowana narzuta do łóżeczka malucha, a także wygodna mata do codziennej zabawy – przekonuje pomysłodawczyni biznesu. Nowością stanowi roller, czyli miękki walek z hypoalergiczną bawełny pełniący kilka funkcji. Może być poduszką do karmienia, kojcem lub skuteczną asekuracją

Kapitał potrzebny na start wyniósł 100 tys. zł, a cały projekt powstawał od marca 2010 r.

przez niebezpiecznym upadkiem dziecka położonego na łóżku u rodziców. Jak wszystkie akcesoria zawiera wzór stymulujący prawidłowy rozwój malucha, odpowiadający kolorystyce całej kolekcji. Systematycznie poszerzana jest oferta produktowa. – W tym miesiącu doszły zabawki, wkrótce planujemy wejście z matą edukacyjną, baldachimem i karuzelą – wylicza właścicielka.

Pomysł na zaistnienie

W początkowej fazie działań promocyjnych strategia zakładała koncentrację na telewizji i e-marketingu. Dla wielu mediów to był i jest ciekawy temat. – Miałymy to szczęście, że zostaliśmy zaproszone do programów śniadaniowych takich jak: „Dzień Dobry TVN”, „Pytanie na śniadanie” i „Kawa czy herbata?”. Bizneswoman nie ukrywa, że sporym wyróżnieniem okazał się dla niej wywiad na łamach „Wysokich obcasów”. Od lutego br. funkcjonuje sklep internetowy (www.sklep.whiteandblack.pl), gdzie można wybierać spośród całej gamy produktów. Odwiedzający firmowy fanpage <http://www.facebook.com/yourGENIUS> mają szansę skorzystać z innowacyjnego rozwiązania, polegającego na zapoznaniu się ze sposobem patrzenia dziecka w pierwszych tygodniach po narodzinach. Przedsiębiorcze właścicielki nie zapominają również o udzielaniu się na blogach oraz portalach branżowych. Osoby zainteresowane dystrybucją akcesoriów White & Black mogą kontaktować się z prowadzącymi biznes telefonicznie (666 240 240, 693 191 203) lub za pośrednictwem poczty elektronicznej (j.bakowska@whiteandblack.pl), p.szymichowska@whiteandblack.pl). – Współpracujemy z różnymi kanałami sprzedaży: z sieciami sklepów dziecięcych, internetowych, specjalistycznych czy concept store'ami – podsumowuje Julia Bąkowska.

Agnieszka Bałazy-Gazda