

Uspešna priča Aura – Najbolje iz Srbije

Domaća kozmetika u svetskom vrhu



Potrebno je mnogo hrabrosti i odvažnosti za ostvarivanje preduzetničkih ideja i razvijanje uspešnog biznisa. U tome je uspeo domaći kozmetički brend „Aura“ koji je našao svoje mesto među visokokonkurentnim kompanijama u tom sektoru.

Mila Litvinjenko, osnivač i vlasnica kozmetičke kuće Aura, pre više od dvadeset godina, verujući sopstvenoj preduzetničkoj ideji, smelo je pokrenula biznis. Pokretanje sopstvene kozmetičke linije nesumnjivo je bio pravi potez, vođen posvećenošću i ljubavlju, u vreme kada u Srbiji prilike za poslovanje nisu bile baš povoljne.

Danas je AURA prepoznatljiva na tržištu kao kvalitetan i pouzdan kozmetički brend, o čemu svedoče mnogobrojne nagrade i priznanja.

„Od samog osnivanja težimo jedinstvenom cilju da damama pružimo proizvode vrhunskog kvaliteta usklađene sa savremenim trendovima, potrebama, težnjom tržišta, a sve to uz cenu prilagođenu njihovim mogućnostima. Počeli smo skromnim i sigurnim koracima da bi danas mogli ponosno da predstavimo moderan industrijski kompleks koji raspolaže najnovijim tehnologijama“, kaže Mila Litvinjenko.

Prema njenim rečima, prilagodljivost i brzina u osvajanju novih trendova bitni su za postizanje prednosti na tržištu. „Jasno nam je da, zbog specifičnosti naših proizvoda, u želji da što uspešnije širimo asortiman, uporedo sa proizvodnjom, moramo dodatno da ulažemo i razvijamo sopstvenu distributivnu mrežu koja predstavlja našu veliku snagu i apsolutnu podršku plasmanu proizvoda. Zahvaljujući modernoj proizvodnji,

kao i velikom stručnom znanju, neprestano radimo na inovacijama koje nas učvršćuju, pa smo tako, u nekoliko navrata, proglašeni i ovenčani priznanjem lidera u prodaji kozmetike u regionu. Međutim, ono čemu težimo je probijanje na svetsko tržište, rame uz rame sa ostalim kozmetičkim kompanijama, a energija je trenutno usmerena u proširenje poslovanja u zemljama Persijskog zaliva“, kaže Litvinjenko.

Srećna i zadovoljna žena za ovu kompaniju je jedino oličenje uspeha, a ujedno i najbolja reklama. Uporan rad na viskom kvalitetu proizvoda doneo je poverenje klijenata. Marketinške aktivnosti oblikuju prema potrebama brenda, posebno uzimajući u obzir specifičnosti tržišta. „Pozicije postojećih proizvoda ojačavamo, a nove predstavljamo na najbolji mogući način. Osnovno polazište našeg marketinga je neposredna komunikacija sa krajnjim kupcima. Upravo iz tog razloga, na različite kreativne načine, kroz promociju i radionice podižemo opštu informisanost kupaca o oblasti nege i kozmetike, koji pronalaze rešenje upravo u proizvodima Aure“, kaže Litvinjenko.

„U današnje vreme društvene mreže izmenile su način života, ali i poslovanja. Ukoliko niste prisutni na društvenim mrežama to je kao da ne postojite i zato ogroman trud, rad i energiju usmeravamo na održavanje onlajn kontakata sa potrošačima. Prateći najnovije trendove, promovišemo sve novitete u šminkanju, što nas izdvaja kao brend koji diktira trendove u svetu šminke.

Kvalitet, kako proizvoda, tako i svih drugih segmenata poslovanja, Auri je na prvom mestu. Zaposleni su deo tima koji razvija poslovnu viziju i misiju kompanije i zato su srce naše kompanije. Poslovna filozofija zasniva se na stalnom unapređenju veština zaposlenih i stalno ulaganje u ljudske resurse što, uz istrajnost, daje vrhunske rezultate, poručila je Litvinjenko.