



Giedrė Jasienė. Asmeninio albumo nuotr.

**Iš Anykščių kilusi Giedrė Jasienė (44) aistrą audiniams pajuto dar tada, kai specialiai jai buvo pasiūtos pirmosios kelnės iš mamos spintoje gulėjusio audinio. O tai, kaip ji pati sako, buvo daugiau nei prieš 20 metų. Visgi susižavėjimas audiniais niekur nedingo ir moteris išpildė savo svajonę, šį rudenį įkūrusi nuosavą audinių studiją „[dress2dress.lt](http://dress2dress.lt)“.**

### **Kūrė drabužius sau**

Pradėjusi domėtis audiniais, G. Jasienė vis rečiau pirkdavo jau pagamintus drabužius ir iniciatyvos imdavosi pati. „Audinius pirkdavau parduotuvėse ir veždavau siuvėjoms, kurios dažniausiai siūdavo pagal mano pačios sugalvotus modelius ir pageidavimus“, – pasakoja pašnekovė. Tačiau ji prisimena, kad net tada, kai pati kūrė sau drabužius, dažnai pasigesdavo įdomesnių audinių variantų, jų pasirinkimas nebuvo labai didelis, o ir patarimo paklausti nebūdavo ko.

„Taip ir kilo idėja įkurti audinių studiją, kur mano klientas gautų išskirtinį dėmesį bei rastų didelį audinių pasirinkimą, kurio anksčiau nerasdavau aš pati, – sako G. Jasienė ir priduria, kad savo studijoje kiekvienam klientui rodo išskirtinį dėmesį, su juo bendrauja asmeniškai ir net pasiūlo siuvėjų sąrašą,

kad jis greičiau gautų norimus drabužius. – Tiesiog stengiuosi elgtis taip, kad studijos klientai išeitų su kokybiška paslauga ir gera emocija.“

## **Konkuruoti sveika**

Moteris atvira – naujo verslo kūrimas visada kelia nerimą. „Žinoma, baisu, neišvengiamos bemiegės naktys, nuolatinės mintys apie tai, ar elgiesi teisingai, ar neteisingai, neaplenkė ir manęs. Tačiau kai aplinkui visi taip stipriai palaikė, baimė greitai dingo ir liko tik didžiulis noras versti naują gyvenimo puslapį ir pradėti kuo greičiau“, – prisimena „dress2dress.lt“ įkūrėja.

G. Jasienė didžiuojasi tuo, kad audinių studiją pavyko įrengti vos per vieną savaitgalį, mat ji jau seniai turėjo aiškia viziją, kaip ji turėtų atrodyti ir kaip viską suplanuoti pagal savo pageidavimus. Tačiau kuriant verslą kilo ir iššūkių. „Reikėjo labai daug laiko, kad išsiaiškinčiau ir išsigryninčiau, kas bus mano klientas, kam reikės mano paslaugų. Žinoma, užtruko ir kokybiškų audinių tiekėjų paieška“, – patirtimi dalijasi verslininkė.

**„Konkurencija yra naudingas dalykas, kuris visada verčia pasitempti ir judėti į priekį.“**

**G. Jasienė.**

Ji pripažįsta, kad buvo nelengva ir rasti tokią vietą bei patalpas, kurios tenkintų klientus ir jiems būtų patogų studiją pasiekti. „Tačiau atrodo, kad pataikėme, bent jau taip sako patys klientai“, – šypsosi pašnekovė.

Paklausta, ar lengva audinių salonui konkuruoti su kitomis parduotuvėmis, G. Jasienė sako, kad konkurencija ją tik įkvepia, o ne gąsdina. Pasak moters, tai skatina nuolat vystyti naujas idėjas, improvizuoti ir strateguoti. „Konkurencija yra naudingas dalykas, kuris visada verčia pasitempti ir judėti į priekį, dėl to verslas tik gyvybingesnis ir įdomesnis. Tai stimulus daryti ne taip pat, o ieškoti būdų padaryti geriau“, – teigia ji.

Anot pašnekovės, vos per kelis gyvavimo mėnesius jau pavyko įgyti klientų pasitikėjimą, todėl ji bendradarbiauja ir su individualiais asmenimis, ir su siuvelyklomis bei dizaineriais. „Labai juos vertinu ir džiaugiuosi, kad jiems patinka tai, ką jie randa mano studijoje, o svarbiausia – jie sugrįžta!“ – džiaugiasi verslininkė.

## **Svarbu išeiti iš komforto zonos**

G. Jasienė neslepia, kad didžiąją dalį klientų naujam verslui padeda pritraukti socialiniai tinklai, tačiau labiausiai ji vertina vadinamąjį principą „iš lūpų į lūpas“, kai žmonės vieni kitiems rekomenduoja kokybiškas paslaugas. „Tačiau tokių rekomendacijų reikia nusipelnyti“, – pripažįsta pašnekovė.

Nors savo studijoje dirba viena, moteris sako, kad jos komanda yra patys klientai. „Jie dažnai pateikia naujų idėjų ir duoda man patarimų. Artimiausiu metu su keliais pažįstamais bandysime įgyvendinti ir vieną edukacinį projektą“, – ateities planus atskleidžia G. Jasienė.

Pašnekovė yra įsitikinusi, kad pirmieji metai verslininkui visada būna nelengvi ir reikia daugiau investicijų bei pastangų. Ji pati sako į verslą investavusi tiek, kad jos prekės patenkintų visus klientų poreikius. „Laikausi principo, kad, neinvestavęs į kliento gerovę, savosios nesusikursi, tačiau emociškai verslas jau atsipirko“, – šypsosi G. Jasienė.

Tiems, kurie norėtų imtis savo verslo, tačiau dar nedrįsta, studijos „dress2dress.lt“ kūrėja siūlo tiesiog prisėsti ir ant balto lapo surašyti aiškiai savo verslo idėją, o tada ieškoti, kuo tas verslas išskirtinis ir ypatingas, galvoti apie pridėtinę vertę klientui. Ne mažiau svarbu, pasak G. Jasienės, nebijoti išeiti iš komforto zonos ir natūraliai tikėti tuo, ką darote. „Jei visiems šiems punkтамs turite aiškius atsakymus, tada pirmyn, jūs pasiruošę pradėti savo verslą!“ – tikina pašnekovė.