

Cele Trei Vârste ale Imperiului „Anastasia”

Transpusă într-un film de Hollywood, povestea Anastasiei Soare ar fi o trilogie de succes. Asta pentru că în spatele celui mai faimos brand românesc din America se află trei viziuni de business diferite: deprinse la 30, 50 și 70 de ani.

DE DIANA-FLORINA COSMIN

Anastasia Soare își butonează smartphone-ul în căutarea unui scurt filmuleț animat, o combinație între „Femeia Fantastică” și „Eroina care salvează lumea cu...penseta”, conceput de fiica ei, Claudia, ca o surpriză de aniversare. „Trebuie să-l vezi, l-a botezat Super Anastasia și e foarte amuzant”, râde cea supranumită „Regina Sprâncenelor de la Hollywood”, legându-și centura de siguranță și afundându-se mai comod în scaunul Business Class. La începutul lunii octombrie, după Paris Fashion Week, româncea era gata să zboare spre București pentru lansarea primului salon „Anastasia”. Fiica sa rămăsese în L.A., cartierul general al companiei, pentru că businessul nu poate funcționa fără unul dintre cei doi „parteneri” de bază.

Ultimatum în Familie

Parteneriatul care durează deja de 13 ani a început, însă, cu poticneli. Când avea 18 ani, Claudia (acum în vârstă de 32 de ani) a fost concediată de propria sa mamă din slujba de recepționistă la salon. Motivul: întârziase de trei

ori consecutiv. Și-a găsit alt job, dar după două săptămâni s-a întors la salon pentru a-i cere mamei bani cu împrumut pentru chiria apartamentului în care se mutase.

„Atunci i-am spus: «Ai vrut să fii independentă? Să fii independent înseamnă să-ți plătești singur chiria»”, își amintește Anastasia, zâmbind. Nu i-a dat bani, ci un al doilea job, cu o condiție categorică: „Dacă mai întârzie o singură dată, nu vei mai lucra niciodată cu mine”.

În prezent, Claudia este vicepreședinte și se ocupă de funcționarea și dezvoltarea brandului. De la adolescența timidă, care se chinuia să nu se piardă cu firea în fața clienților-vedetă, a ajuns o adevărată businesswoman capabilă să vorbească și două ore despre un singur produs, doar pentru a convinge un partener de afaceri. Aceasta este, de altfel, filosofia de viață a familiei Soare și secretul din spatele brandului Anastasia: orice ocazie trebuie valorificată. Până să ajungă să facă ședințe de strategie cu departamentele de marketing, vânzări sau design, cum se întâmplă în prezent, Claudia a avut

Lecțiile Anastasiei

NU ACCEPTA UN REFUZ!

La începutul carierei, Claudia s-a lovit de prima respingere din partea unui retailer pe care îl sunase pentru a vinde produsele Anastasia. Ulterior, mama ei i-a dat o listă de nume: „Sună-i și găsește pe cineva care să spună «da»”. Și ideea a funcționat. Trebuie doar să încerci până când cineva spune „da”.

NICIUN ȚEL NU E IMPOSIBIL!

Condiția este să-ți folosești bine timpul și energia. Pe Claudia o amuză tinerele care îi povestesc cum vor lansa o linie de haine care se va transforma într-un imperiu: „În funcție de cât timp îți petrec muncind și nu doar povestindu-și planurile, îmi dau seama dacă vor avea succes sau nu”.

CEL MAI BINE PREGĂTIT CĂȘTIGĂ

O întâlnire de afaceri se pregătește ca un joc de șah. Trebuie să anticipezi eventualele comentarii sau întrebări, începând cu cele negative. Apoi să-ți elaborezi răspunsurile și să evaluezi posibilele reacții. Dacă-ți faci „temele”, o întâlnire devine un „joc de ping pong” în care nu poți fi luat prin surprindere.

de îndeplinit, de-a lungul celor 13 ani în companie, sarcini dintre cele mai diverse: de la sunat celebrițăți sau găsit decoruri pentru prezentări până la discuții cu președinții de companii. Dacă Anastasiei i se face o propunere



Victoria Babu
(75 de ani)

Claudia Soare
(32 de ani)

Anastasia Soare
(52 de ani)

interesantă, Claudia o preia și dezvoltă planul de afaceri. Piatra de încercare a fost încheierea unui „deal“ în Japonia. Tânăra care avea pe-atunci 24 de ani a intrat într-o încăpere plină de manageri japonezi, îmbrăcați la costum, și a negociat de una singură „un contract absolut uimitor, după cum a fost toată lumea de acord“.

Astfel de momente au făcut-o să aprecieze faptul că mama sa a silit-o mereu să-și depășească limitele și, mai ales, spaimele. O singură „reduță“ a rămas necucerită: arta sprâncenelor. „A încercat să penseze, dar nu e o fire artistică“, explică Anastasia. „Claudia este omul meu de bază pe business: îi dau ideea, iar ea o dezvoltă“.

Diplomația Croielilor

În 13 ani, Claudia a ajuns mâna dreaptă a Anastasiei, la fel cum, în urmă cu 40, actuala „Regină a Sprâncenelor“ devenise, prin forța împrejurărilor, „omul de bază“ în businessul familiei. Tatăl Anastasiei a murit când ea avea 12 ani. „Mama mi-a spus atunci «Draga mea, tu mă vei ajuta să ținem atelierul de croitorie»“. Deși în familiile macedonene tradiționale femeia este protejată și se implică mai puțin în afaceri, mama Anastasiei, Victoria, a fost o excepție. În anii '70, micul său business primea în jur de zece clientele pe zi, iar Anastasia își făcea temele printre mașinile de cusut, în timp ce supraveghea pe cele șase fete care lucrau în

atelier. Primele lecții de business s-au derulat pe podiumul de lemn pe care se urca fiecare clientă pentru ca Victoria să-i ia măsurile. Pe lângă teoria proporțiilor, care i-a servit ulterior la conce-

Nu e loc de ego și nu contează cine are dreptate. Important e brandul „Anastasia“.

peria formelor ideale de sprânceană, Anastasia a deprins atunci conceptul de „customer service“, dar și lecția diplomației. „La început le spuneam pe

șleau clientelor că o anumită rochie nu le stă bine pentru că au fundul prea mare sau picioarele prea groase“, își amintește ea, râzând. Filosofia de viață a Victoriei, care a luat viața în piept de una singură, cu un copil de crescut și o afacere de ținut, a ajutat-o pe Anastasia și în SUA, când a fost nevoită să-și pună în cui diplomele de facultate pentru a se apuca de epilat și pensat. „În business trebuie să ai tăria să începi de jos, fără orgolii. Nimic nu trebuie să te doboare“, crede româncea. Și-a deschis primul salon în L.A. cu 50.000 de dolari dar, după experiența din atelierul mamei, conducerea businessului a părut floare la ureche. Indiferent de domeniu, clienții și angajații sunt la fel peste tot.

Și flerul de businessmen rămâne același, imun la trecerea timpului. La vârsta de 75 de ani, Victoria are vivacitatea de la 40, aceeași pasiune pentru tocuri și o plăcere nebună a comerțului. „Dacă vede vreo rochie pe care am purtat-o doar o dată și am abandonat-o în dulap, mă întrebă dacă nu vreau să i-o dau să mi-o vândă“, râde Claudia. Deși nu mai lucrează de șapte ani, Victoria încă mai croiește haine pentru fiica și nepoata ei, dar a cusut și două cămăși pentru... Oprah Winfrey. „Pe care Oprah chiar le poartă foarte des“, întărește Claudia, cu mândrie de nepoată.

Implicată în Toate Detaliile

Deși o viață petrecută între două avioane pare obositoare, pentru Anastasia orele petrecute în avion reprezintă, de fapt, partea plăcută a businessului: „Sunt singurele



Brandul „Anastasia“ include două saloane în SUA (Beverly Hills și Brentwood), 850 de magazine în care se vând produsele pentru sprâncene și 75 de „studiouri de sprâncene“ în cadrul magazinelor Nordstrom. În Japonia, Anastasia Soare are 18 saloane, iar Australia și Mexic sunt două zone de creștere puternică. În 2011, accentul se va pune pe extinderea în Europa.

momente în care nu trebuie să fiu «în priză» pentru nimeni și nu pot primi apeluri urgente“. Zborul de la Paris la București a făcut excepție prin interviu „la înălțime“, însă Anastasia vorbește cu pasiune, dar și cu relaxarea tipică stilului californian. După 21 de ani în L.A., româncea este un antreprenor „self-made“ pentru care businessul a devenit un mod de viață. „Știi, lumea are impresia că eu doar aranjez sprâncene, dau interviuri și fac poze“, rostește ea, cu un zâmbet. Puțini pricep că, indiferent la ce nivel a ajuns, un om de afaceri trebuie să fie implicat în toate detaliile: „Chiar dacă deleg activitățile, fiecare căpăcel și literă trebuie să fie, în final, aprobate de mine“.

Secretul Claudiei

Privind înapoi la ziua interviului din avion, filmulețul cu „Super Anastasia“ nu mai pare doar un amuzament între mamă și fiică, ci un mod de exprimare a unei stări de spirit care i se potrivește Anastasiei ca o mânășă. Spiritul „Orice e posibil, nimic nu e prea greu“, cum l-ar rezuma fiica ei.

„Anastasia nu înțelege de ce bunica se laudă atât de mult cu ea peste tot“, îmi mărturisește Claudia. „Eu știu de ce“, rostește ea încet, ca și cum ar fi deținătoarea unui mare secret, pe care mama ei nu l-a aflat încă. „E mândră că, în sfârșit, întreaga lume vede în fata ei exact ceea ce a văzut ea dintotdeauna“. O învingătoare. **F**

Lecțiile Victoriei către Claudia

Cucerește-i pe Toți!

Trebuie să fii sociabil și, la intrarea într-o încăpere, să știi să te apropii de toată lumea înainte de a te apuca să discuți subiecte de business. Astfel, în momentul în care începi, situația va fi mai relaxată. „Aș vrea să am și eu acest dar înnăscut“, recunoaște Claudia.

Nu Lăsa să se Vadă că te Străduiești!

Nu trebuie să lași niciodată să se vadă că nu ai 100% controlul unei situații. Păstrându-ți calmul și afișând o mimică neutră, „adversarul“ va fi derutat și va tinde să se explice din nou și să abordeze diferit problema, iar tu vei câștiga timp prețios pentru a identifica punctul vulnerabil al strategiei lui.

Fii Organizat!

„Bunica e un sergent de armată când vine vorba de curățenie“, glumește Claudia. Această disciplină are și beneficii pentru business: mintea omului devine la fel de organizată ca și locul în care acesta își desfășoară activitatea. Astfel, uită mai greu lucrurile și, în caz că se întâmplă, poate face, mental, câțiva pași înapoi.