



Z pasji do Piękna

ANNA PIKURA

Rozmowa z Anną Pikurą
– prezesem firmy
AP Ltd. Sp. z o.o. Sp. k.
www.annapikura.com

ANNA PIKURA to unikatowa marka na polskim rynku kosmetycznym. Jej twórczyni mówi o swoim poszukiwaniu idealnych produktów kosmetycznych i o budowie marki przyjaznej klientowi.

Jak to się stało, że jako socjolog z wykształcenia wylansowała Pani tak silną markę kosmetyczną?

AP: Dziedziną urody interesowałam się od najmłodszych lat. Studia socjologiczne pomogły ukierunkować tę pasję. Pracę magisterską napisałam o kanonach piękna na przestrzeni dziejów, w jakimś więc sensie przygotowywałam się do wkroczenia w świat urody. Mam jednak również wykształcenie menadżerskie, a podczas studiów pracując w innych firmach zbierałam doświadczenia w zakresie sprzedaży produktów z wysokiej półki.

Po studiach zajęła się Pani dystrybucją kolagenu aktywnego biologicznie.

AP: Przeczuwałam wówczas, że może to być odkrycie na miarę XXI wieku. I nie pomyliłam się. Choć rozpoczęłam działalność jako jednoosobowa firma, po roku miałam tak dobre wyniki, że zaproponowano mi rolę dystrybutora generalnego. Kolagen aktywny biologicznie zachęcił mnie do poszukiwania nowatorskich rozwiązań w kosmetyce, zwrócił mi też uwagę na ogromne znaczenie wysokiej jakości naturalnych składników.

Dziś jest Pani twarzą własnego kolagenu i własnych kosmetyków. Co jest tajemnicą tak szybkiego sukcesu?

AP: Moja twarz i moje nazwisko mają być dla klien-

tów sygnałem, że wierzę w rezultaty swojej pracy i że mogą mieć do nich zaufanie. Co do tajemnicy sukcesu, to trudno wygłaszać recepty, jedno jednak mogę powiedzieć: pochodzę z pasją do wszystkiego, co robię. Bez pasji nie osiągnie się wiele.

Jakie linie obejmuje marka ANNA PIKURA?

AP: Linia AP BIOAKTIV to preparaty kolagenu aktywnego biologicznie, sześć produktów przeznaczonych do różnych partii twarzy i ciała. Linie uzupełniają kapsułki piękności z kolagenem – suplement diety – oraz pielęgnujące zestawy botaniczne dla dłoni i stóp, obejmujące też kolagen. Natomiast linia biokremów botanicznych ANNA PIKURA narodziła się jako dopełnienie kuracji kolagenowej.

Czy kolagen aktywny biologicznie potrzebuje uzupełnienia?

AP: Oczywiście, że nie, zarówno kolagen jak i biokremy można stosować niezależnie ze znakomitym skutkiem. Jednak walorem ich łącznego używania jest potęgowanie siły substancji czynnych w kremie. Otrzymujemy więc jeszcze lepszy i szybszy rezultat. W tej chwili mamy dziesięć biokremów. Są dostosowane do potrzeb różnych typów skóry – mamy kremy działające wszechstronnie, jak odmładzająca Poetica czy nawilżający Hydrology, są preparaty adresowane do konkretnych problemów, jak Douxmatique dla skóry suchej czy Sensilogy dla naczyńkowej. Naszym najnowszym dziełem jest ekskluzywny Sacrum, produkt klasy prestige, które nazwaliśmy niewyczerpanym źródłem młodości. Kierowaliśmy się tu zasadą naśladowania skóry, przekonaniem, że to my możemy się od niej uczyć, a nie na odwrót.

Czym wyróżniają się kremy ANNA PIKURA?

AP: Łączymy najnowszą biotechnologię z bezkompromisowością pod względem składu surowcowego. Stosujemy wyłącznie najwyższej jakości składniki naturalne, większość komponentów pochodzi z certyfikowanych upraw ekologicznych. Chcę mieć pewność, że moje produkty będą bezpieczne nawet dla najwrażliwszej skóry, a z drugiej strony da-



dzą możliwie szybko konkretne, widoczne rezultaty. Nasi klienci potwierdzają, że tak się dzieje. Są zdumieni i zachwyceni.

Są to jednak produkty z wysokiej półki, co na to klienci?

AP: Choć nasze kosmetyki nie zaliczają się do tanich, wielu klientów wręcz odkłada na nie pieniądze. Przekonali się o ich skuteczności i łagodności i wolą dziś kupić choćby jeden produkt ANNA PIKURA niż kilka innych. Taką markę wyrobił sobie już wcześniej kolagen aktywny biologicznie, który rozwiązuje wiele problemów z urodą, a od roku zbieramy analogiczne opinie o naszych biokremach.

Kolagen i biokremy ANNA PIKURA debiutowały na ubiegłorocznych targach kosmetycznych w Bolonii. Jaka jest ich recepcja na świecie?

AP: W Bolonii, na największych targach kosmetycznych świata, zainteresowanie było duże. W tej chwili nasze produkty są obecne w najdalszych zakątkach świata. Cieszą się uznaniem w Europie,

w Stanach Zjednoczonych, w Kanadzie. Klienci komplementują nie tylko koncepcję naszych biopreparatów i ich działanie, ale i oprawę. Przywiązują zresztą do tego ogromną wagę. Cenna zawartość musi być zaprezentowana i podana w ekskluzywnej formie i opakowaniu.

Oferta Pani firmy obejmuje szersze spektrum związane z kosmetologią. Stworzyła Pani sieć salonów piękności.

AP: Rozwijamy ją od sześciu lat, nie tylko jako salony należące do naszej firmy, ale i w ramach franczyzy. Cenię sobie współpracę z osobami, które dzielają moją pasję dla urody. Nasze instytuty są dla mnie nie tylko wizytówką marki, ale i możliwością bezpośredniego kontaktu z klientem. Dzięki bogatym doświadczeniom w zakresie prowadzenia salonów piękności rozszerzyliśmy ostatnio ofertę o wysokiej klasy urządzenia kosmetyczne. Nasz asortyment obejmuje najbardziej zaawansowaną technologię kosmetyczną, w tym aparaturę do takich zabiegów jak liposukcja kawitacyjna czy odmładzające fale radiowe.

Domyślam się, że na tym Pani nie poprzestanie?

AP: Oczywiście, że nie. Pasja dla świata urody na pewno nie pozwoli mi spocząć na laurach. Bardzo lubię sprawiać klientom miłe niespodzianki!

Zainteresowanych współpracą na zasadach franczyzingu prosimy o kontakt pod nr tel. 509 040 467

Fot. 1 Sacrum
(poj. 50 ml, cena 1500 zł)

