



” *Dzięki Enterprise Europe Network
przetrwałyśmy pandemię
i zwiększyłyśmy zatrudnienie*

– wywiad z pracownią projektowania mody
„Ewa Stepaniuk Fashion Designer” – ESFD.



Wrocławska pracownia projektowania mody „Ewa Stepaniuk Fashion Designer” istnieje na rynku modowym od 2014 r. Od tego czasu firma prężnie rozwija swoją działalność na arenie światowej.

Ewa Stepaniuk i Marta Adamska z pracowni projektowania mody „Ewa Stepaniuk Fashion Designer” – ESFD opowiadają o tym, jak sieć Enterprise Europe Network pomogła im przetrwać najgorsze czasy związane z pandemią COVID-19, zdefiniować kierunki ekspansji zagranicznej i nawiązać nowe partnerstwa biznesowe, a także z sukcesem otrzymać dofinansowanie z „Go to Brand” i zwiększyć zatrudnienie.



Enterprise Europe Network: Kiedy wystartowałyście z Waszą pracownią i jak to się stało, że weszłyście w biznes modowy?

Ewa Stepaniuk (projektantka mody, współzałożycielka ESFD): Firma rozpoczęła swoją działalność w 2014 roku, kiedy skończyłam studia na Akademii Sztuk Pięknych w Łodzi, gdzie obroniłam dyplom na wydziale Projektowanie Ubioru. Za swoją pracę otrzymałam nagrodę w kategorii „Projektant mody”. Z Martą Adamską, która już wtedy miała kilkunastoletnie doświadczenie w zarządzaniu projektami, postanowiłyśmy na bazie wspólnych doświadczeń, założyć pracownię projektowania mody. Tak powstała nasza pracownia ESFD.

Na początku skupiliśmy się na zdobyciu klientów krajowych, a głównym kierunkiem rozwoju była moda ślubna i wieczorowa. Uzupełniona o usługę „wedding planner”. Budowanie marki i jej rozpoznawalności w tym zakresie trwało kilka lat. Z czasem jednak skoncentrowaliśmy się wyłącznie na branży modowej.

EEN: Jaki moment można uznać za przełomowy w przypadku działalności ESFD?

E.S.: Pierwszą wyróżniającą się realizacją pracowni były bogato zdobione płaszcze. Z tym właśnie projektem, po raz pierwszy wzięliśmy udział w zagranicznych pokazach mody i zaprezentowałyśmy ▶

▶ naszą kolekcję na Fashion Week w Paryżu, odnosząc pierwszy międzynarodowy sukces. Było to w 2017 roku. Próba dalszej ekspansji nie przyniosła niestety wymiernych skutków. Nie miałyśmy odpowiednich kontaktów i środków finansowych. Dodatkowym powodem, dla którego plany umocnienia marki na rynku europejskim nie powiodły się, był brak przedstawiciela zamiejscowego, co szczególnie utrudniało kontakty z francuskimi kontrahentami. Po samodzielnym przeprowadzeniu analiz rynku postanowiłyśmy jednak wejść z kolekcją płaszczy na rynek Zatoki Perskiej. Firma zdobyła dofinansowanie na wyjazd w ramach Polskich Mostów Technologicznych i w 2018 r. w wyniku realizacji tego projektu ESFD pojawiła się z kolekcją w Dubaju na Arab Fashion Week.

EEN: *Celujecie głównie w autorskie kolekcje. Na czym polega ich oryginalność?*

Marta Adamska (dyrektorka zarządzająca, współzałożycielka EFSD): Nasze projekty są unikatowe pod względem ich wykonania. Każdy płaszcz posiada własnoręcznie wyszywany wzór, wykonany przy użyciu kryształów lub kamieni szlachetnych. Proces tworzenia wzoru jest niezwykle pracochłonny i trwa około tygodnia. Efekt jest spektakularny, a dzięki włożonej pracy, dbałości o każdy szczegół i zaangażowaniu projektantki - każdy egzemplarz jest niepowtarzalny. Kolekcje są szyte z najwyższej jakości tkanin. Ponadto na indywidualne zlecenie możemy wykonać tkaninę dedykowaną, z konkretnym motywem. Mamy szeroką wiedzę i doświadczenie w konstruowaniu ubioru dopasowania kreacji przy użyciu autorskich narzędzi, żeby współgrały z sylwetkami osób, dla których są tworzone.

EEN: *W jaki sposób trafiłyście pod skrzydła Sieci?*

M.A.: Nasze działania w zakresie znalezienia kontrahentów na zachodnich rynkach nie przynosiły wymiernych efektów. Z uwagi na specyfikę branży modowej, trudno było nam znaleźć zaufanego partnera do współpracy za granicą. Podczas poszukiwania nowych możliwości ekspansji w Internecie, natrafiliśmy na ofertę Sieci. Był to rok 2020. Nawiązałyśmy stałą współpracę z dr Marcin Jabłońskim, konsultantem z wrocławskiego oddziału Enterprise Europe Network, działającego w ramach Wrocławskiego Centrum Transferu Technologii Politechniki Wrocławskiej.



EEN: *Czy Covid-19 miał negatywny wpływ na rozwój Waszego biznesu i dotarcie na rynki zagraniczne?*

M.A.: Czas podjęcia współpracy z EEN zbiegł się z wybuchem pandemii Covid-19. Pandemia bardzo negatywnie wpłynęła na rozwój już istniejących kontaktów ze stroną niemiecką. Pomimo trwającej współpracy od 2018 r. i opracowanej strategii rozwoju nowej kolekcji dla sklepu internetowego, firma niemiecka wycofała się ze współpracy.

” W obecnej chwili, mogę stwierdzić, że gdyby nie pomoc Enterprise Europe Network, musiałybyśmy zawiesić naszą działalność. - Marta Adamska

EEN: Jak wyglądała strategia pomocy ze strony Sieci?

Marcin Jabłoński (konsultant Enterprise Europe Network z Wrocławskiego Centrum Transferu Technologii Politechniki Wrocławskiej, opiekun ESFD): Pomoc przebiegała dwutorowo. Po pierwsze doprecyzowaliśmy kierunki ekspansji - rynki docelowe (wybrane kraje Europy Zachodniej, Bliski Wschód). Następnie opracowaliśmy ofertę firmy do bazy EEN oraz robota (Automatic Matching Tool) przesyłającego oferty pasujące do zadanych przez firmę kryteriów współpracy. Te działania bardzo szybko przyniosły wymierny efekt. Przedstawicielki ESFD spotkały się z potencjalnym partnerem z Lipska – właścicielką salonu ślubnego działającego w Saksonii. Firma niemiecka była zainteresowana opracowaniem nowego modelu biznesowego opartego na stałej współpracy w ramach rozwoju oferty sklepu internetowego w kolekcje autorskie Ewy Stepaniuk. Rezultatem ►

► tych działań było stworzenie przez projektantkę pokazowych projektów sukien, które miały być sprzedawane drogą internetową. Nowatorstwo tego rodzaju sprzedaży polegało na możliwości elastycznego dopasowania modelu kreacji do indywidualnego, antropometrycznego typu kobiecej sylwetki.

Przy tej okazji firma skupiła się na rozwoju innowacji. Usługa Sieci polegała na badaniu rynku pod kątem narzędzi, a dokładniej analizy tzw. asystentów sprzedaży na przykładzie wybranych sklepów internetowych działających na rynkach niemieckim i polskim. Istotne tu było wskazanie różnic w działaniu tychże asystentów na obu rynkach. Taka analiza stanowiła dużą wartość (wykazała nisze) podczas rozmów z potencjalnymi inwestorami, dla których stopień zaawansowania pracy własnej uwiarygadniał ambicje finansowe ESFD. Obecnie koncepcja precyzyjnego pomiaru „wirtualnego klienta” jest nadal w fazie rozwojowej, a samo rozwiązanie można uznać za prekursorskie na rynku modowym.

” Dla nas współpraca z Siecią Enterprise Europe Network to uwiarygodnienie tej drugiej strony (czyt. potencjalnego kontrahenta). - Marta Adamska

EEN: Jaki rodzaj usług o wartości dodanej wyświadczyła dla Was Sieć?

M.A.: Już sam fakt przystąpienia do współpracy z Siecią, na chwilę przed pandemią Covid-19, był dla nas ogromną wartością dodaną. Ostatnie dwa lata wspólnej pracy z Enterprise Europe Network pozwoliły na szeroki rozwój działalności pracowni. Zaproponowany plan działania dopasował zakres usług do ówczesnego poziomu zaangażowania firmy na rynkach międzynarodowych. Ta współpraca zapewniła pomoc w ciągu całego okresu współpracy, dostosowaną do indywidualnych potrzeb, która z powodzeniem jest nadal kontynuowana. W tym momencie należy wymienić usługi m.in. takie jak opracowanie profilu firmy, badanie rynku, usługę EIMC (enhancing innovation management capacities) trwającą rok.





” *Kooperacja z Siecią EEN ugruntowała wizerunek naszej marki jako godnego europejskiego partnera przy współpracy na rynkach zagranicznych.* - Marta Adamska

EEN: *Jak oceniacie wsparcie otrzymane od Enterprise Europe Network?*

M.A.: Współpraca z Siecią była również istotnym elementem wspierającym wyjazd na wystawę światową EXPO 2020 w Dubaju. Zaprezentowałyśmy tam autorską kolekcję mody podczas tygodniowej wystawy na dolnośląskim stoisku oraz zorganizowała pokaz mody projektów Ewy Stepaniuk. Ponadto, bardzo ważnym elementem współpracy ze strony Sieci było wsparcie w rozwoju innowacji i pozyskiwaniu funduszy. Konsultant Enterprise Europe Network pomógł nam przygotować wniosek o dofinansowanie w ramach „Go To Brand EXPO 2020 - Środki na promowanie Marki” na rynek zatoki perskiej, konkursu organizowanego przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP). Dzięki wsparciu Sieci otrzymaliśmy ten grant i mogliśmy brać udział w wydarzeniach, targach oraz spotkaniach z kontrahentami z Zatoki Perskiej. Ich efektem jest podpisany 1 czerwca 2022 kontakt z firmą, która będzie produkowała mundurki służbowe m.in. dla branży hotelarskiej w oparciu o projekty Ewy Stepaniuk. Pomimo tego, że działania firmy koncentrują się głównie na ekspansji zagranicznej to dzięki zwiększeniu promocji projektów, widzimy również wymierne ▶

▶ skutki współpracy przy okazji kilku krajowych przedsięwzięć branżowych. Mowa tu m.in. o przygotowaniu strojów do konkursu Miss Polonia Województwa Dolnośląskiego 2021 r. lub udziale w charytatywnym pokazie mody na rzecz „Kliniki Budzik” Ewy Błaszczuk. Dokonania firmy doceniły również media – pisano o nas w lokalnej prasie i przeprowadzono wywiad w telewizji publicznej. Rozwój firmy nastąpił także w zakresie zatrudnienia. Do zespołu dołączyły 2 krawcowe, specjalista ds. sprzedaży oraz specjalista od social mediów, jednak duża część pracy nadal zlecana jest podwykonawcom.

EEN: *Jakie są Wasze najbliższe plany na przyszłość?*

M.A.: Priorytetem jest rozwinięcie firmy w wymiarze globalnym. Zaczęłyśmy od współpracy na rynku niemieckim. Stopniowo udało nam się zaistnieć na kolejnych rynkach zagranicznych, przede wszystkim na Bliskim Wschodzie – np. Emiratach Arabskich.

” *Sieć Enterprise Europe Network umożliwiła nam pozyskanie szerokiego grona bliskowschodnich kontaktów.* - Marta Adamska

Bazując na pozyskanych podczas EXPO 2020 kontaktach, chcemy skorzystać ze wszystkich możliwości, wynikających z budowanych już relacji. Naszym celem jest wypromowanie marki poprzez współpracę z ekskluzywnymi butikami. Przykładem tego są działania, które realizujemy wspólnie z partnerami z Kataru i Dubaju. Na ich prośbę stworzyliśmy kilka kolekcji mody damskiej wg konkretnej specyfikacji i wytycznych. Obecnie planujemy nawiązanie kontaktów biznesowych z kontrahentami z Włoch. Będziemy się również starały o uzyskanie ochrony patentowej dla naszego innowacyjnego rozwiązania – nowego typu zapięcia do odzieży – oraz finansowania na innowacyjne rozwiązanie informatyczne w branży modowej. Pomimo niestabilnej sytuacji geopolitycznej, związanej z wojną na Ukrainie i pandemią Covid-19, współpraca z Siecią Enterprise Europe Network ugruntowała pozycję naszej firmy na tyle, że możemy ją promować na globalnych rynkach.

ROZMAWIAŁA: Magdalena Kasza