

Z GALÉRIE TVORCOV

Rozhovor s Ing. Martinou Dudovou, PhD., zakladateľkou kozmetickej značky Kvitok®

Ing. Martina Dudová, PhD., zakladateľka kozmetickej značky Kvitok®, nám odhalila zaujímavý príbeh, ktorý sa stal dôležitým medzníkom v jej podnikaní. Po náročnom období, v ktorom kvôli nesprávnej ochrane duševného vlastníctva čelila problémom, sa spolu s tímom rozhodla pre rebranding svojej značky. Dnes je firma Kvitok® v oblasti duševného vlastníctva príkladom a inšpiráciou pre mnohých začínajúcich podnikateľov.

Vybudovať úspešnú značku je náročný proces. Opíšte nám, kde a kedy sa zrodila myšlienka vytvoriť prírodnú kozmetiku šitú na mieru?

Všetko to začalo popri doktorandskom štúdiu chémie, kedy sme sa s manželom Matúšom začali viac zaujímať o zloženia potravín, ktoré nakupujeme, a s tým ruka v ruku išla aj kozmetika. Predtým som používala dobre známe katalógové značky a nevedela som, ako sa poriadne starať o pleť. V tom čase som už mala rozbehnutý obchodík na sashe.sk (handmade portál), kde som predávala vlastnoručne vyrábané šperky a dekoračné krabičky, a k tomu aj materiál na ďalšiu tvorbu. U dodávateľov som objavila aj suroviny na výrobu kozmetiky a krátko nato vznikol môj prvý balzam na pery. Resp. bolo ich viac, tak som ich rozdala kamarátkam a rodine, lebo vyrobiť jeden malý balzam sa prakticky nedá a viac som spotrebovať nedokázala.

Môj podnikavý duch dostal novú dávku inšpirácie práve vtedy, keď sa na sashe.sk rozmohol predaj domácej kozmetiky. Nebolo to vtedy regulované, ani som nerozmýšľala nad tým, že by legislatívne malo byť a nechala som sa uniesť pri nákupe. Domov mi však prišli výrobky bez uvedeného zloženia a dokonca aj dátumu spotreby. Vtedy som sa na seba veľmi hnevala. Keďže som mala z môjho okolia pozitívnu spätnú väzbu, rozhodla som sa vyskúšať vývoj a výrobu pod vlastnou značkou. A najmä so zložením, ktoré by vyhovovalo mne, bez zbytočných farbív či parfumovania, ktoré pre pokožku nemajú žiadne benefity. Na trhu bolo takýchto produktov veľmi málo – všetko bolo zbytočne príliš farebné a prevoňané, a to mi nevyhovovalo. Zisťovala som si postupne, čo všetko je potrebné splniť, aby som mohla produkty vyrábať a predávať. Vzdelanie v oblasti chémie som mala, takže v podstate hneď na začiatku som bola o krok vpred. To ma povzbudilo. Vzápätí ma však ďalšie





legislatívne požiadavky takmer odradili. Okrem certifikácie výrobkov, ktorá nebola práve lacnou záležitosťou, som potrebovala priestory schválené hygienou. Len zriadenie výroby mi trvalo tri štvrté roka. Medzitým sa nabalovali ďalšie povinnosti a priznám sa, že keby som vedela hneď na začiatku, čo všetko ma čaká a koľko to bude stáť, veľmi rýchlo by som si to rozmyslela a Kvitok® by dnes nebol.

Čím sa pri tvorbe inšpirujete, ako tvoríte nové zloženia produktov?

Prvé produkty boli naozaj zložením jednoduchšie, tvorili základ toho, čo sme sami používali a s menšími obmenami ich máme v ponuke dodnes. No časom som sa samozrejme vzdelávala stále viac a viac, a s novými vedomosťami a skúsenosťami pribúdali aj komplexnejšie produkty, najmä také, ktoré sa zameriavali na riešenie, prípadne aspoň elimináciu problémov našich zákazníkov. Inšpiráciou sú mi väčšinou práve oni, pretože ma často kontaktujú so žiadosťou o radu. Pri detskej kolekcii produktov nám zase bola inšpiráciou naša dcérka – vytvorili sme základné produkty, ktoré sme potrebovali a dennodenne používali. Niekedy vzniká nový produkt aj na základe zaujímavej suroviny, na ktorú narazím.

Predstavte nám váš tím.

Momentálne tvorím základ tímu ja s manželom Matúšom, ktorý sa ku mne pridal v čase, keď už práce pribúdala a ja som popri štúdiu sama nestíhala. Matúš teda začal zvažovať odchod z pozície manažéra v hoteli. Táto práca ho veľmi bavila, no bolo to aj dosť stresujúce. Rozhodnutie nebolo pre neho jednoduché, podnikanie je neisté – je to risk, a nie vždy aj zisk. V tom čase som však otehotnela, štúdium som prerušila a bolo v podstate rozhodnuté. Dal výpoveď, pridal sa ku mne a teraz by veru nemenil. Tím sa postupne rozširoval o ďalších kolegov a teraz je nás už osem.

V oblasti prírodných produktov patríte medzi špičku na slovenskom trhu. Čo stojí za týmto úspechom?

Niežeby som nebola rada za toto ohodnotenie, ale priznám sa, že nepovažujem samu seba ani našu značku za špičku, pretože stále je na čom pracovať. Ešte je toho veľa, v čom sa môžem zlepšiť, a to ma ženie vpred. Úspech stojí najmä na kvalitných surovinách, z ktorých vznikajú kvalitné produkty. A keď sa k tomu pridá láska k práci a skvelý tím ľudí, ktorí ma vždy podporujú, a niekedy o tom ani sami nevedia ako veľmi, tak je úspech zaručený.

Téma duševného vlastníctva je pre mnohých malých a stredných podnikateľov na okraji záujmu. Prečo je to tak?

Neviem, ako je to u ostatných, ale ja za seba môžem povedať, že som nemala vôbec poňatia, že to môže byť také dôležité. Príliš som sa sústredila na legislatívu ohľadom výroby kozmetiky, a to bola chyba. Svoju úlohu v tom zohral aj fakt, že som do podnikania nešla s tým, že dobijem svet. Vlastne práve naopak. Len som chcela robiť to, čo ma baví,



a mať možno nejaký bočný príjem popri štúdiu a počas obdobia materskej a rodičovskej dovolenky. Vnímam však ako problém aj to, že v tom čase sa nehovorilo o ochrane duševného vlastníctva toľko, ako by to asi bolo potrebné a vzhľadom na množstvo povinností pre začínajúceho podnikateľa, ktoré prichádzali z každej strany, tak ostávala táto problematika na okraji záujmu. Rozumiem, že neznalosť zákona neospravedlňuje, ale zároveň je doslova nemožné, aby jeden človek dokázal obsiahnuť všetky zo zákona vyplývajúce povinnosti aj so všetkými aktualizáciami. Aj v škole každý učiteľ chcel, aby sme jeho predmet ovládali, ale to sa nie vždy darilo...

Vaša firma si prešla náročným obdobím, kedy vás práve nesprávne zvolená stratégia ochrany duševného vlastníctva takmer položila takpovediac na kolená. Povedzte nám o tom viac.

Bolo to pre nás náročné obdobie, tak po pracovnej stránke, ako aj po osobnej stránke. Chceli sme pozdvihnúť produkty na vyššiu úroveň a vytvorili sme samostatnú kolekciu

produktov na báze patentovaných aktívnych látok s kliniky overenými účinkami – Solution by Kvitok®. Niečo také v oblasti slovenskej prírodnej kozmetiky na trhu ešte nebolo k dispozícii. Dali sme si natlačiť 17 tisíc obalov na mieru, aby to pôsobilo profesionálne a začali sme uvažovať aj nad formou ochrany. Podali sme žiadosť o zápis ochrannej známky v Európskej únii a vtedy si nás všimli právnici istej celosvetovo pôsobiacej kozmetickej značky. Vyzvali nás na zmenu nášho názvu, pretože sa údajne foneticky a vizuálne zhoduje s ich názvom a logom, čím porušujeme práva ich ochrannej známky. V tom čase sme mali náročnejšie obdobie, bola som v nemocnici s dcérou a bol to pre nás naozaj šok. Najprv sme nevedeli, ako reagovať. Či skončiť úplne, či vyhovieť danej značke a zmeniť názov, alebo „ísť do boja“. Po porade s odborníkmi na ochranu duševného vlastníctva sme sa rozhodli, že zmena názvu bude pre nás najlepším riešením. Nechceli sme sa ťahať po súdoch možno roky a nakoniec prísť o to, čo sme budovali. Rozhodli sme sa pre rebranding a slušne sme sa dohodli na deviatich mesiacoch, počas ktorých sme mohli dopredávať produkty v natlačených krabičkách a etiketách so starým názvom. Pustili sme sa do hľadania nového názvu, ktorý samozrejme musel



byť taký, aby ho bolo možné registrovať v rámci ochrany duševného vlastníctva v celej Európskej únii. Zároveň sme však nechceli meniť identitu, náš grafický dizajn a celkový charakter obalov sa nám veľmi páčil a nechceli sme ho meniť. Hľadali sme názov, ktorý by sa nám zместil do krúžku na obaloch a nebol by to len nejaký neforemný zhluk písmen. Aj keď sa to zdalo doslova nemožné, nakoniec vyhral jeden z prvých návrhov, a ten nás aj najviac vystihuje. Kvitok® je totiž východniarske pomenovanie kvetu. Práve bylinky a kvety tvoria súčasť našich obalov zvonku a nájdete ich aj vnútri ako súčasť našich produktov.

Čo pre vás dnes po týchto skúsenostiach predstavuje ochrana duševného vlastníctva?

Po všetkých skúsenostiach už dnes vieme, že je to dôležité, aby sme sa vyhli zničeniu toho, čo roky budujeme. Ochranná známka dokáže značku odlíšiť od konkurencie a prispieva k budovaniu reputácie danej značky v očiach zákazníkov.

Váš príbeh dnes slúži ako inšpirácia pre mnohých začínajúcich podnikateľov a práve tým, že o ňom otvorene rozprávate, širíte význam potreby ochrany značky. Bolo pre vás náročné „ísť s kožou na trh“?

Určite áno, pretože sme sa hanbili za svoju nevedomosť a hlúposť. Zároveň sme si ale povedali, že nechceme, aby si zákazníci mysleli, že skrývame nejaké naše pochybenie voči nim, keď meníme názov. Preto sme sa rozhodli priznať sa s tým, čo sa stalo, boli sme úprimní a transparentní. Na základe toho nás potom kontaktovali ďalšie značky, ktorým sa stalo niečo podobné a mohli sme im poradiť, ako postupovať a zároveň ich povzbudiť. Má zmysel o tom hovoriť a verím, že ostatným budeme dobrým príkladom a poučia sa z našej skúsenosti.

Bol pre vás rebranding náročný? A čo zákazníci, zvykli si rýchlo na nové označenie? Pociťovali ste ich úbytok?

Bolo to náročné psychicky, ale najmä finančne. Zmeny si vyžiadali nové investície a zároveň sme prišli o desiatky tisíc eur, keďže sme si dali natlačiť veľké množstvo krabičiek a etikiet, a dokonca v rámci kolekcie Solution by Kvitok® aj priamo obalov. Kolekcia mala od uvedenia na trh veľkú smolu – chceli sme pôsobiť profesionálnejšie a namiesto toho sme museli ešte dlho prelepovať etikety. Z chyby sme sa poučili a našťastie nás to posunulo vpred. Zdieľali sme svoj príbeh, podržali nás naši verní zákazníci a prišlo ich aj mnoho nových. Ľuďom sa nový názov páčil viac, a to nás potešilo. Báli sme sa, že nastane úbytok zákaziek aj od obchodných partnerov, no nestalo sa tak. Už vtedy sme ich mali okolo 100. Všetci nás našťastie podržali a zákazníkom našu neľahkú situáciu vysvetlili. Nemali sme s tým žiadne problémy, až na jedného obchodného partnera, ktorý bol úplne rozhorčený a ukončil s nami spoluprácu.



Čo pre vás dnes znamená značka Kvitok?

Kvitok nie je len naša práca, je to náš život. Podnikanie je samo osebe náročné, berie veľa času z osobného života a my sme vybudovali značku, ktorá je nášmu srdcu veľmi blízka. Už sa to nedá oddeliť od osobného života. Momentálne si neviem, a ani nechcem, predstaviť, že by som robila niečo iné.

Aké sú vaše plány do budúcnosti? Pripravujete nové produkty?

Stále pracujeme na tom, aby sme vylepšili, čo sa dá – od surovín cez samotný produkt či obaly až po naše vzdelanie. Neustále inovujeme, vyvíjame nové produkty a občas aj vylepšujeme produkty, ktoré sú už v ponuke dlhšie. Zákazníci stále čakajú nejaké novinky a my ich veru nesklameme. Postupne plníme aj ich želania a najbližšie nás čakajú produkty s obsahom veľmi žiadaného retinolu, aj rebranding doplnkov výživy, kde pribudnú tiež nejaké novinky. A na čo sa najviac tešíme, je dlhoočakávaný rebranding kolekcie parfémov Senses by Kvitok®, ktorá bude doplnená o nové vône a nové výrobky.

Napište nám motto, ktorým sa riadite pri svojej práci.

Len človek, ktorý má svoju prácu rád, ju môže robiť dobre a kvalitne. A vďaka tomu môžu naši zákazníci rozkvitnúť do krásy.