

Majitelka značky Biorythme píše na svých stránkách www.biorythme.cz blog o zajímavých kosmetických tématech z pohledu chemika



Biorythme

ANETA ADAMČÍKOVÁ

INŽENÝRKA CHEMIE O SVÉ ZNAČCE BIORYTHME ŘÍKÁ, ŽE JE TO TAKOVÉ JEJÍ DÍTĚ, KTERÉ SI VYSNILA A VYPIPLALA OD ÚPLNÉ NULY. V ZAČÁTCÍCH PODNIKÁNÍ BÝVALA PRŮY HODNĚ STYDLIVÁ A JÍT S KŮŽÍ NA TRH PRO NI BYLO TĚŽKÉ. DÍKY EMPATICKÝM ZÁKAZNICÍM SE ALE STRACH POSTUPNĚ ZMĚNIL NA RADOST. KROMĚ VÝROBY KOSMETIKY JI TĚŠÍ TAKÉ CESTOVÁNÍ, JÓGA A JÍDLO.

Kolem kosmetiky se pohybuji dlouho, už jako malá jsem si místo s panenkami hrála na to, že vyrábím a prodávám kosmetické výrobky. Tahle záliba se v pubertě spojila s tím, že jsem přestala jíst maso a začala se do hloubky zajímat také o složení pečujících přípravků. I vysokou školu jsem si vybírala tak, abych se o tom dozvěděla co nejvíc. A tak se ze mě stala chemička," vypráví Aneta Adamčíková a vysvětluje, že ač je slovo "chemie" dnes používáno spíše v negativním kontextu, ona sama považuje lidi a přírodu okolo nás za takovou malou (bio)chemickou továrnu:

"Já si vybrala chemii „zelenou“ – pracuji s přírodními složkami." Mezi její favority prý patří dvě rostlinná másla, kakaové a bambucké: "Obě jsou to poměrně drahé suroviny, které se v kosmetice používají spíše jako „luxusní“ ingredience, já ale na sobě i svých zákaznicích nerada šetřím, třeba naše deodoranty jsou založené právě na kakaovém máslu," vypráví zakladatelka značky, kterou těší, že právě deodoranty jsou nejoblíbenější v celém jejím sortimentu. Nabízí je ve dvou velikostech: "Je mi ctí, že většina zákazníků, kteří si koupí pro začátek malou verzi, se později vrátí pro velkou," popisuje podnikatelka, která za značkou Biorythme stojí sama.

Na začátku neměla moc finančních prostředků a musela se naučit mnoho nového - kromě vývoje receptur a „vaření“ kosmetiky se stará i o grafiku výrobků i webových stránek, produkty fotí, komunikuje se zákazníky a balí pro ně objednávky ze svého e-shopu. Tím nejhezčím je pro ni prý zpětná vazba od lidí, kteří u ní nakupují, ať už osobně na trzích nebo přes mail a sociální sítě: "Cítím hlubokou vděčnost za každou pochvalu a nejvíce hrdá jsem na to, že se mohu sama postavit za svůj stánek a poslouchat názory zákazníků na své produkty bez toho, abych se musela stydět," uzavírá Aneta.