

Warto było zaryzykować

► **Z wykształcenia jest tłumaczką niemieckiego**

► **Teraz pomaga kobietom dobrać biustonosze**

Aleksandra Buba

Niezależnie od tego, czy duże, czy małe, że świeczką by szukać kobiety, która byłaby zadowolona z rozmiaru swoich piersi. Sprawy nie ułatwiają gwiazdy, które idą pod nóż chirurga plastycznego, ani billboardy, z których patrzą na nas modelki o idealnych proporcjach. A to wszystko, niestety, ma wpływ na wybór bielizny.

– Nas, czyli kobiety, gubią wyobrażenia o bieliźnie, bo wybieramy przede wszystkim to, co nam się podoba pod względem estetycznym, albo to, co wydaje się być seksowne. Dlatego większość kobiet w Polsce nosi zły rozmiar, czyli 75 B, bo wybiera to, co ładne i czego mamy najwięcej w sklepach – zaznacza Agnieszka Socha, właścicielka salonu z bielizną Onlyher; przed nią damski biust nie ma tajemnic.

Biustonosz zamiast chirurga

– Wśród wszystkich kobiet, które spotkałam, od kiedy prowadzę sklep, zdarzyły mi się może dwie, które rzeczywiście noszą rozmiar 75 B, a wielu klientkom prawidłowe określenie rozmiaru biustu i wybór właściwego biustonosza nie tylko poprawił wygląd i samopoczucie, ale także zmienił decyzję o operacji biustu – mówi bra-fitterka. Nie były to wcale plany zwiększenia piersi, a przeciwnie – chirurgicznego pomniejszenia, bo choć wydawałoby się, że duże piersi to marzenie każdej kobiety (nie wspominając o ich mężczyznach), to spory biust może powodować problemy z kręgosłupem, nie mówiąc już o ramiączkach wrzynających się w ciało i problemie ze znalezieniem właściwej bielizny....

Bo stanik warto wybrać pod okiem doświadczony ekspedientki, która dobrać nam idealną miseczkę i obwód, czyli właśnie bra-fitterki. Dlatego panowie w salonie z bielizną nie kupią biustonosza swojej wybrane, mogą jedynie wybrać kartę upominkową, bo stanik to zbyt ważna rzecz, aby kupować go w ciemno, bez co najmniej kilku przymiarek i określenia właściwego rozmiaru biustu. – Ale zdarza się też, że panowie przyprowadzają swoje partnerki do nas, raz nawet zdarzyła się sytuacja, kiedy chłopak przyszedł z dziewczyną i na wejściu powiedział nam, że jesteśmy jego ostatnią deską ratunku, bo zakupy bielizny były dla jego wybranki koszmarem. Dziewczyna była bardzo szczupła, ale miała spory biust i każdy biustonosz z dobrą miseczką był na nią

po prostu za luźny. Oczywiście, sytuację udało się „uratować” – opowiada Agnieszka Socha.

Do Wrocławia z miłości

Cały interes z biustem zaczął się, jak mówi Agnieszka Socha, przez przypadek, chociaż później w rozmowie przyznaje, że ekskluzywny sklep z bielizną marzył się jej od zawsze; jednak droga do własnej firmy była dostojska.

Z wykształcenia jest tłumaczką języka niemieckiego i już miała gotowe plany wyjazdu do Brukseli, kiedy okazało się, że jest w ciąży. – Wybrałam więc bezpieczniejszą opcję i postanowiłam zostać w Polsce, konkretnie w Poznaniu – wspomina właścicielka salonu. Kiedy pytam, skąd pochodzi, śmieje się, że właściwie nie wie, bo urodziła się w Tychach, mieszkała na Mazurach, studiowała w Poznaniu, aż w końcu trafiła do Wrocławia. Do stolicy Dolnego Śląska sprowadziła ją... miłość. Swojego obecnego partnera poznała przez internet, a przez sieć zaiskrzyło tak mocno, że postanowiła przeprowadzić się do miasta stu mostów. – Właściwie wszystko zaczynałam tu od nowa, bo w Poznaniu miałam pracę, którą bardzo lubiłam – wspomina. We Wrocławiu znalazła inną, ale już nie tak satysfakcjonującą. – Pracowałam w korporacji, ale była to praca, która nie do końca mi odpowiadała, a w tym czasie po raz drugi zaszłam w ciążę i wtedy zaczęły się problemy – opowiada Agnieszka Socha. – Ciąża była trudna, a dojazd do pracy zajmował mi godzinę w jedną stronę, co było bardzo niewskazane, więc lekarz skierował mnie na zwolnienie. Wtedy zaczęłam się zastanawiać, co robić dalej – czy zostać w firmie, czy zacząć robić coś na własny rachunek – podsumowuje właścicielka salonu.

Co lubię? Bieliznę!

– Pamiętam, jak usiadłszy z moim partnerem i zaczęliśmy się zastanawiać, co zrobić. Zadałam więc sobie pytanie, co lubię. Odpowiedź brzmiała – bieliznę – wspomina Agnieszka Socha. – Zaczęłam wtedy przeglądać strony poświęcone bieliźnie, kontaktować się z producentami, udzielać się na forach internetowych, ale z perspektywą niemowlaka, który miał się wkrótce pojawić, realny sklep nie wchodził w grę, więc założyłam sklep internetowy – mówi bra-fitterka. I tak postawiła wszystko na jedną kartę.

Najlepszą reklamą dla sklepu okazała się wtedy obecność na forach internetowych. – Moje klientki znały mnie najpierw jako osobę, wiedziały, że mogą na mnie liczyć, że o każdej porze odpowiem na ich pytanie, dzięki temu nie byłam sklepem, ale osobą, którą znały. Z czasem także stałam się dla niektórych przyjaciółką i swego rodzaju powierniczką – wyjaśnia. Zanim rok temu sklep z rzeczywistości



W swoim salonie z bielizną Agnieszka Socha dobrać biustonosz każdej kobiecie

wirtualnej przeniósł się do realnej, prowadziła go z domu, a nawet ze szpitala, bo na porodówce towarzyszył jej, niezbędny w pracy, laptop. Rzesze kobiet odwiedziły jej mieszkanie, a zwłaszcza łazienkę, gdzie odbywały się przymiarki, aż w końcu doszło do tego, że jej partner zadzwonił do niej z dru-

Przy wyborze bielizny gubią nas wyobrażenia o tym, co jest seksowne

giego pokoju z pytaniem, czy klientki już poszły, bo chciałby wyjść. Wtedy nastąpił moment, w którym lokal dla firmy stał się niezbędny.

– Było to, poza tym, już bardzo niewygodne, bo nie tylko sprzedaję bieliznę, ale także jestem dystrybutorką czterech marek, i kiedy przychodziły dostawy, nasz salon zmieniał się w magazyn. Przy dwójce małych dzieci było to dość uciążliwe – opowiada Agnieszka Socha.

– Najtrudniejsza w posiadaniu własnego biznesu jest odpowiedzialność i świadomość, że muszę nad wszystkim czuwać. Czasem dochodzi do tego, że człowiek myśli, że jak nie będzie na okrągło pilnował firmy, to wszystko się posypie – nie

kryje właścicielka salonu z bielizną.

– To prawda – przyznaje Justyna, przyjaciółka i prawa ręka Agnieszki. – Nawet kiedy była na wakacjach, musiałyśmy jej napisać, żeby wreszcie odeszła od komputera, bo ciągle rozmawialiśmy o firmie przez Gadu-Gadu – mówi ze śmiechem.

– Z drugiej strony, codziennie idę do pracy i wiem, że ją kocham, nie mam już takich myśli, jakie zapewne ma wiele osób, że po obudzeniu mówią: „Znów muszę tam iść”. Przeciwnie, idę do salonu z przyjemnością, mam świetny zespół, wiem, że nikt mnie nie zwolni i nikt nie będzie mi robił wyrzutów. Mam też olbrzymią satysfakcję, kiedy pomogę innej kobiecie dobrać biustonosz, bo to nie tylko bielizna, to też sposób, w jaki wygląda jej biust, jej figura, komfort, zdrowie i, co za tym idzie, samopoczucie – mówi o zaletach własnej firmy bra-fitterka.

Wiedza, którą warto się dzielić

Agnieszka Socha nie tylko kocha swoją pracę, ale też nie ma nic przeciwko dzieleniu się swoją wiedzą i doświadczeniem.

– We wrześniu w Fizjo-Medicum na Partynicach rusza kurs bra-fittingu, który będzie się kończył egzaminem z certyfikatem. Oprócz umiejętności dobierania stanika będziemy też doradzać, jak prowadzić własny

sklep i radzić sobie z trudnymi klientkami, bo w tym zawodzie trzeba być też psychologiem – zapowiada właścicielka salonu. Pytam z ciekawości, czy nie boi się, że w ten sposób stworzy dla siebie konkurencję. – To bardzo zaściankowe myślenie. Ja wyznaję zasadę, że im bardziej świadome będą ekspedientki, tym bardziej świadome będą też klientki. Można nawet powiedzieć, że jesteśmy misjonarkami, bo jeśli ktoś trafia do naszego salonu, to chętnie udzielimy mu porady, niezależnie od tego, czy zamierza kupić biustonosz, czy nie. Być może, jeśli do sklepów znacznie więcej biustonoszy w innych rozmiarach niż 75 B, producenci zorientują się, że warto je produkować – wyjaśnia specjalistka od biustu.

– Polki mają też już większą świadomość tego, że o mężczyźnię nie walczy się wcale bielizną, ale wnętrzem, tym, co jest w głowie. A przy wyborze biustonosza kobiety powinny patrzeć przede wszystkim na swój komfort, bo kobieta, która dba o siebie, wypada lepiej niż ta,

która za wszelką cenę chce być seksowna – podkreśla.

Ale, z drugiej strony, nie każda kobieta chce uwierzyć w to, że nie nosi rozmiaru 75 B. Jedna z klientek, kiedy usłyszała, że to nie jej rozmiar, wyszła ze sklepu trzaskając drzwiami, zanim zdążyła cokolwiek przymierzyć.

– Na kobiety trzeba mieć po prostu sposób, nie mówić z miejsca, jaki mają rozmiar, ale np. powiedzieć, że mamy brytyjskie biustonosze, które mają inną rozmiarówkę i wśród nich nie ma 75 B, ale można spróbować czegoś podobnego – opowiada z uśmiechem wrocławska bra-fitterka.

Bez wsparcia rodziny ani rusz

Jak godzi życie rodzinne z firmą? – Mam swojego partnera, dzieci i bardzo dużo wsparcia, a moje klientki żartowały, że mój synek Krzysiek będzie pierwszym bra-fitterem w Polsce, bo jako niemowlak zawsze towarzyszył w trakcie mierzenia – żartuje Agnieszka Socha.

A córka? Czy ma już zacięcie do bra-fittingu? – Jeszcze nie, ale ostatnio spytała mnie: „Mamo, co będę robić, jak dorosnę?”. Odpowiedziałam jej: „Co będziesz chciała, córeczko, jeśli będziesz w tym dobra”. I wtedy spytała mnie, czy może pomagać dobrać biustonosze i uszczęśliwiać inne panie, tak jak ja? Powiedziałam jej: „Oczywiście”. Mam nadzieję, że jej się to uda, bo ja sama długo szłam ścieżką wyznaczoną przez rodziców, zwłaszcza mamę, która bardzo ceniła bezpieczny etat. Teraz, gdy mam otworzyć sklep w Zabrzu, przyznała, że niepotrzebnie odwoziła mnie od własnej firmy – opowiada Agnieszka Socha.

Ambitne plany

Jakie „kobieta na swoim” ma plany na przyszłość? Wkrótce otworzy kolejny salon w Zabrzu. Jeśli się uda, być może za rok, pojawi się w Poznaniu i, kto wie, może też w Niemczech – w końcu właścicielka płynnie zna język naszych sąsiadów.

Ale to wcale nie koniec planów Agnieszki Sochy. Wkrótce na rynku pojawi się jej własna linia biustonoszy, pod marką Onlyher.

– Kobiety z dużym biustem mają teraz niemały wybór, tymczasem dla tych mniej biuściastych wybór stanika wcale nie jest łatwiejszy, a możliwości jest zdecydowanie mniej. Dlatego postanowiłam stworzyć własną markę, żeby kobiety z mniejszymi piersiami również mogły nosić komfortową bieliznę i ładnie eksponować biust – wyjaśnia Agnieszka Socha.

Zgłoś kobietę na swoim

● **Czy Twoja znajoma prowadzi z powodzeniem własny biznes?**

Jeśli tak, zgłoś kandydaturę,

opiszemy ją w gazecie. Zgłoszenia przyjmujemy pod nr. tel. 71-374-81-76, e-mail: r.zabinski@gazeta.wroc.pl.