*Pranešimas spaudai, spalis, 2025*

**Verslininkė Lauryna Glicienė parduoda sėkmingą ir populiarų „Lovely Mess“ verslą: atskleidė priežastį ir kainą**

Prieš devynerius metus sostinėje duris atvėrusi unikali interjero studija vaikams „Lovely Mess“ akimirksniu pagavo populiarumo bangą ir įgavo tautiečių pripažinimą. Ir visgi šios vietos įkūrėja, gerai žinoma verslininkė Lauryna Glicienė vaikiškų baldų, žaislų ir rūbų butiką nutarė perleisti kitiems – parduotuvei ieškomi nauji šeimininkai.

„Lovely Mess“ visus šiuos metus buvo stilingos vaikystes ambasadoriais, nuolat pildėsi pačiais populiariausiais skandinaviškais prekių ženklais, net kelis kartus plėtėsi į didesnes erdves. Tai buvo pirmasis L.Glicienės puoselėjamas verslas, kuris įkvėpė dar keliems įdomiems projektams: paskatino žaidimų ir gimtadienių erdvės „Zuikių miestas“ įkūrimą, – kurio prekių ženklas neseniai sėkmingai parduotas šiauliečiams, – bei mamos ir kūdikio erdvės „Ośia tyla“ atidarymą. Galiausiai verslininkė nutarė visą dėmesį skirti pastarojo projekto vystymui.

„Anuomet buvome kone pirmieji šalyje, pristatę užsienyje garsių vaikiškų prekių butiką, todėl save drąsiai vadinu šios srities parduotuvių pradininke Lietuvoje, uždavusia toną kitų panašių butikų atsiradimui. Sukūrėme gražią ir lojalią bendruomenę, bet atėjo metas šį sėkmingai veikiantį verslą perleisti į kitos, – tokios pat užsidegusios mamos, kokia buvau ir aš, – rankas. Noriu susikoncentruoti ir visas jėgas atiduoti naujausiam savo projektui „Ośia tyla“, o likusį laiką skirti šeimai. Visgi suderinti kelis verslus ir spėti tinkamai pasirūpinti vaikais – sunku. Neretai nutikdavo taip, jog verslo reikalai imdavo viršų, todėl sūnūs kiek stokojo kokybiško laiko su manimi. Kol berniukai dar neužaugo, noriu jiems skirti pakankamai dėmesio, ir kiek įmanoma labiau pasimėgauti mamos vaidmeniu“, – atvirauja L.Glicienė.

Prekių ženklą „Lovely Mess“ verslininkė parduoda kartu su veikiančia elektronine parduotuve, galiojančiomis sutartimis su prekių tiekėjais, skaitmeniniais kanalais: „Instagram“ ir ,„Facebook“ paskyromis, kuriose daugiau nei 45 tūkst. sekėjų. Pardavimas apima ir šio prekių ženklo vizualinę tapatybę. Prie „Lovely Mess“ projekto dirbo profesionali rinkodaros komanda, turinti savo išskirtinį braižą ir aiškią strategiją, todėl naujiems verslo savininkams yra galimybė kartu tęsti jau pradėtus darbus. Verslininkė pasidžiaugė, kad per visą šį laiką susibūrė stipri socialinė bendruomenė, o prekių ženklo žinomumas buvo didinimas per galybę labdaros ir gerumo akcijų, renginių žiniasklaidai. Sukurtas ir „Lovely Mess Naughty Popcorn“ kvapas namams. Pagal poreikį gali būti perleidžiama ir patalpų nuomos sutartis sostinės Paupio rajone.

„Šis prekių ženklas turi visus pamatus augimui – aktyvią auditoriją, vardą, SEO matomumą ir emocinį kapitalą. Tai – puiki galimybė tiek patyrusiam verslui, tiek naujam kūrėjui, norinčiam perimti tvirtu pamatu grįstą verslą”, – patikina L.Glicienė.

Verslininkė teigia, kad galutinė pardavimo kaina priklausys nuo perleidžiamų elementų ir bendradarbiavimo sąlygų. Preliminari pardavimo kaina – 60 tūkstančių eurų.