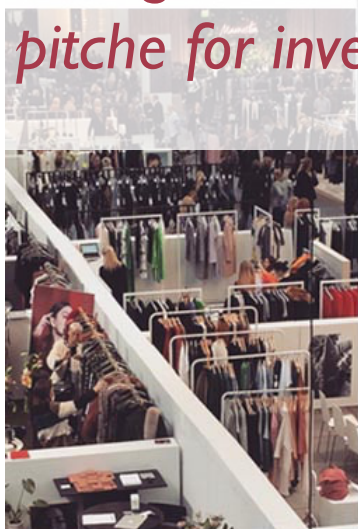


FAVES THE APP

– Kvindelig iværksætter fra Nordic Buzz-programmet skal pitche for investorer i USA



Modemessen brager af sted. Over alt er der indkøbere med smartphones, lookbooks, håndskrevne noter og regneark med overblik over indkøbene til de næste sæsoner.

Ovenstående scenarie bliver snart en saga blot, hvis det står til Ulla Hald, medstifter af FAVES, the app. Den 53-årige fashion-tech iværksætter med et CV, der blandt andet siger Apple i Cupertino, Californien, har nemlig skabt en app, der vil gøre indkøb for multibrand-retailers "meget nemmere".

Sådan fungerer FAVES

FAVES er et planlægningsværktøj for de små og mellemstore virksomheder, mens det for de store firmaer kan fungere som et "kurateringsværktøj", som Ulla Hald forklarer det.

– Det kan sagtens være, man som indkøber har udset sig nogle grå sweatre, man gerne vil købe, men finder en tilsvarende vare, der også er interessant. Så er det nemmere at veje dem op mod hinanden.

“

“FAVES gør alt meget nemmere for indkøberne. Det giver et overblik, vi hører, at folk mangler.”

Ulla Hald,
medstifter af FAVES, the app

– FAVES gør alt meget nemmere for indkøberne. Det giver et overblik, vi hører, at folk mangler. De starter seks måneder før, varerne kommer ind til butikkerne – rejser rundt og udvælger, besøger showrooms, messer og agenter. Og så skal de huske det, de har set, ved at skrive noter, lægge budget i separate programmer og kigge på billeder, der roder rundt med feriebillederne. Det er alt for besværligt, siger Ulla Hald.

Når billederne er taget, tagger man dem med forskellige informationer. For eksempel brand, farve, pris, leveringsdato og anden brugbar information, hvorefter disse lagres i brugerens katalog. Der er dog et lag mere i FAVES, der gør appen interessant for brands samtidig.

– Brands kan uploade deres lookbooks, hvor al deres info forefindes. På denne måde kan retailers opdage nye brands. Som brand kan man selv vælge, om en ”profil” skal være åben eller lukket, da FAVES beskytter brands design. Vi ønsker på ingen måde, at store brands skal have lov at gå ind og stjæle de unge brands designs. På denne måde afgør brands selv, hvem de ønsker at connecte med – og kan på den måde også lede efter retailers specifikke steder med et specifikt udvalg, som de finder interessant. I øjeblikket tester FAVES stadig appen yderligere i samarbejde med 12 brands.

Globalt pres på detailbranchen

Man skal være noget nært blind for ikke at kunne se, at detailhandlen overalt er presset af store webshops, der kan tilbyde det hele til den halve pris. Netop dét er også en af gevinsterne ved FAVES, forklarer Ulla Hald.

– Lokale butikker er under globalt pres, så det har aldrig været vigtigere, at de gør tingene smart og gør tingene på den rigtige måde. Nogle større virksomheder har ERP-systemer, der kan tackle dette, men det er få. Ingen har leveret en løsning til indkøberne fra de små og mellemstore butikker, som vi gør.

Samtidig mener Ulla Hald, at FAVES kan være med til at afhjælpe den ærgerlige tendens med mindre, selvstændige butikker, der må dreje nøglen om.

– De små retailers er dem, der først får øje på de små, upcoming brands, og hvis ingen gør noget for at forsvare både designerne og de små butikker, mister vi både den kant, dansk design er kendt ude i verden for, arbejdspladser i butikker og andre brancher og vores byliv.

Gennem nåleøjet og charmeoffensiv i USA

I skrivende stund sætter Ulla Hald sig i et fly mod Californien og det, der potentielt kan give hende og hendes app et gedigent rygstød mod at slå igennem på den internationale scene, som Ulla Hald flere gange understreger er målet.

– i Europa er der 160.000 retailers inden for modebranchen, i USA er der 140.000. De er alle potentielt i målgruppen. Får vi bare ti procent af den masse til at benytte FAVES, så ligger vi om fem år på en omsætning omkring de 30 millioner dollars.

Under den californiske sol skal hun pitche sin FAVES app for Jason Calacanis, der er kendt som en såkaldt ”angel investor”, der investerer i start ups. Det er ham, der har udvalgt Ulla Hald og FAVES til at pitche for ham og andre investorer som et led i en pitchrunde udelukkende for kvinder.

Og for Ulla Hald er målet klart:

– Calacanis har investeret i mange unicorns (firmaer, der har en anslået værdi på en milliard dollars, red.), men det kan sagtens være, der er andre investorer, der giver bedre mening. Jeg er selvfølgelig på jagt efter penge, men mindst lige så meget efter ”kloge penge”, der har erfaring med retail og har en naturlig interesse i at styrke dette.

– Og så er det bare en vild, vild, vild mulighed! Det er virkelig svært at komme gennem nåleøjet, så det er en succes i sig selv, siger Ulla Hald.

– Jeg vil gerne have etableret dialog med tre gode investorer, som har interesse i at følge os. Hvis de helt rigtige investorer siger ”det der, det lyder sgu spændende, giv mig traction-resultater de næste par måneder”, så er det virkelig værdifuldt, slutter Ulla Hald.

Vi har hos Lifestyle & Design Cluster lokket Ulla Hald til at sende løbende statusopdateringer hjem fra USA, som vi selvfølgelig deler på de sociale medier. Hop endelig ind og følg med på Facebook og Instagram.