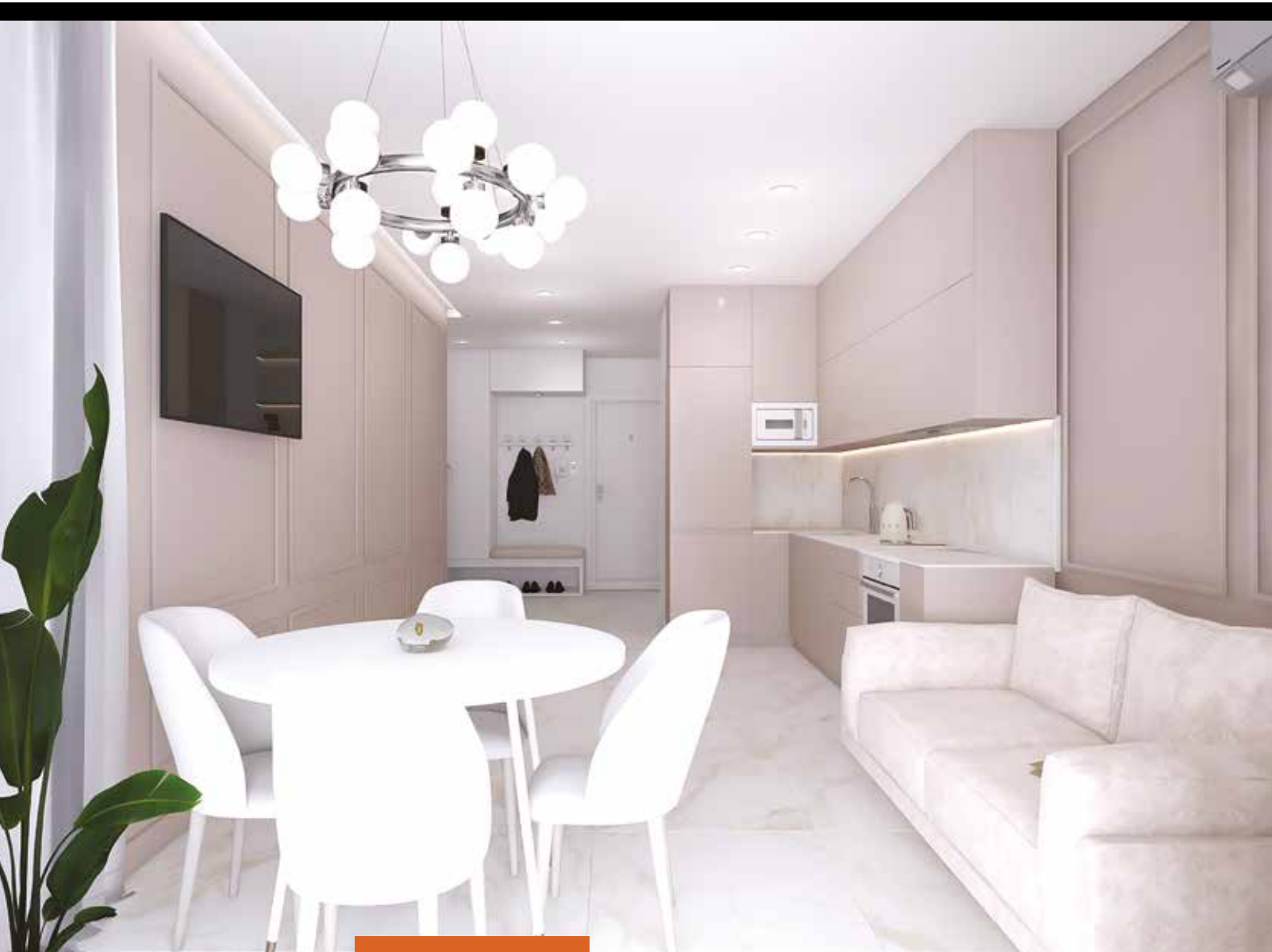


«Дизайн для кожного, а не для безликої маси»:

«Design for a person, not for the great faceless mass»:

«THE ZLENKO»



Юліє, розкажіть про дизайн-студію «THE ZLENKO». Що надихнуло вас на її створення?

За все своє життя я змінила багато квартир і будинків і кожен раз робила там ремонт на свій смак. Згодом, друзі й родичі почали консультуватися зі мною щодо дизайну інтер'єру. Бюджет був завжди різний, іноді не дуже великий. Ми виходили з положення підбираючи цікаві речі, незвичайні речі, які підходили б до задуманого проєкту.

Одного разу я усвідомила, що не погано було б підкріпити свій досвід ще й теоретичними знаннями. Врешті-решт, я закінчила одну з найбільш авторитарних шкіл дизайну інтер'єрів. Відкриття дизайн-студії було логічним продовженням єднання знань і практичного досвіду. Натхнення для своєї творчості я черпаю в подорожах і на міжнародних виставках з дизайну.

Ми знаємо, що ви відкрили дизайн-студію безпосередньо перед початком пандемії. Чи продовжуєте ви працювати зараз, і як вплинув карантин на ваш бізнес?

Перші 2 місяці пандемії далися нелегко. Карантин серйозно вдарив по всіх сферах бізнесу, і ми тому не виключення.

Однак у всьому цьому є і позитивні моменти. Вже в середині травня наші клієнти почали, так би мовити, прокидатися.

Julia, tell us about «THE ZLENKO» design studio. What inspired you for its foundation?

Throughout my life, I have changed many apartments and houses, and each time I made repairs there to my liking. Over time, friends and family started consulting with me regarding interior design. The budget was always different, sometimes not very big. We solved the situation by choosing interesting things, unusual things that would fit the conceived project.

Once I realized that it was not a bad thing to back up my experience with theoretical knowledge. I graduated from one of the most authoritarian interior design schools. The opening of the design studio was a logical continuation of the union of knowledge and practical experience. I draw inspiration for my creativity from travel and international design exhibitions.

We know that you opened a design studio just before the outbreak of the pandemic. Are you still working now, and how has the quarantine affected your business?

The first 2 months of the pandemic were not easy. Quarantine has hit all spheres of business seriously, and we are no exception.

Відкриття дизайн-студії було логічним продовженням єднання знань і практичного досвіду. Натхнення для своєї творчості я черпаю в подорожах і на міжнародних виставках з дизайну.

The opening of the design studio was a logical continuation of the union of knowledge and practical experience. I draw inspiration for my creativity from travel and international design exhibitions.



Інтерв'ю з засновницею дизайн-студії «THE ZLENKO» Юлією Бородуліною

Interview with Julia Borodulina, founder of «THE ZLENKO» design studio

Розмовляла: **ОЛЕНА КОНЬКОВА**

Interviewed by **ELENA KONKOVA**

Багато з них вирішили скористатися «затишшям» і оновити інтер'єр своїх будинків і квартир. Наразі ми продовжуємо працювати, і всі проекти ведемо дистанційно.

Чи часто до вас звертаються клієнти, які «самі не знають, чого хочуть»? Як ви з ними працюєте?

Так, досить часто багато клієнтів не знають, чого хочуть або хочуть всього й відразу. Кожна людина унікальна, має свої звички та власний життєвий уклад. Тому, ми спочатку намагаємося пізнати клієнта, його побажання і бачення.

Після першої бесіди з замовником я складаю дошку натхнення або mood board. Цей прийом допомагає визначити настрій, атмосферу, колірну гамму, бажання та емоції. Далі я пропоную клієнтові варіанти вирішення, будь то перепланування об'єкта, підбір меблів або будь-які інші процеси. Таким чином, крок за кроком, ми приходимо до завершення - до гармонійного проєкту.

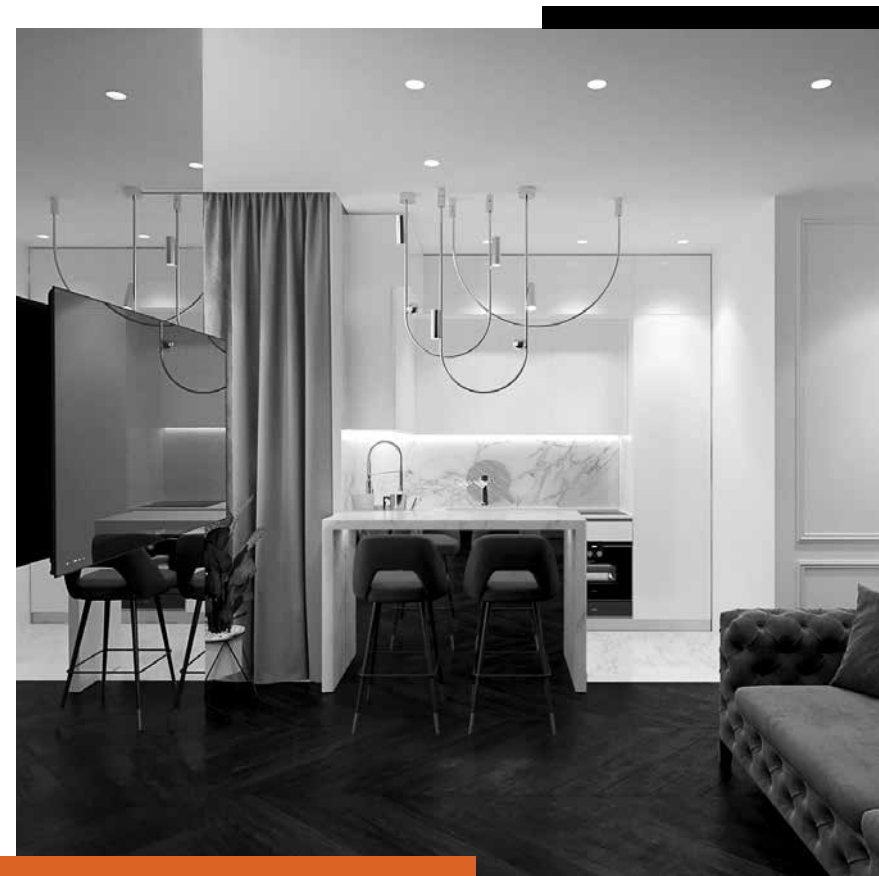
Ви працюєте тільки на ринку України? Чи бували у вас клієнти з закордону?

Так, ми працюємо по всій території України. Найближчим часом плануємо вихід на європейський ринок. Іноземці часто звертаються до нас, коли купують нерухомість у Києві. Ми завжди враховуємо їх побажання і намагаємося адаптувати їх до місцевих трендів.

Розкажіть про найцікавіший дизайн-проєкт над яким вам доводилося працювати?

Думаю, найцікавішим проєктом було перепланування будинку 30-го року побудови з високими стелями, виконаного в класичному стилі. І, згідно з побажанням власника, ми створили більш сучасний проєкт з елементами мінімалізму. На жаль, не можу розповісти вам усі деталі, оскільки замовник досить відома особа і ця інформація конфіденційна.

However, there are positive aspects to all this. Already in mid-May, our clients began to wake up, so to speak. Many of them decided to take advantage of the «lull» and update the interior of their houses and apartments. At the moment, we continue to work, conducting all projects remotely.



How often do clients who «don't know what they exactly want» come to you? How do you work with them?

Yes, quite often many clients don't know what they want or want everything at once. Each person is unique, have their own habits, and their own way of life. Therefore, we first try to get to know the client, their wishes, and their vision.

After the first conversation with the client, I draw up a mood board. This technique helps to determine the mood, atmosphere, colors, desires, and emotions. Further, I offer the client solution options, whether it's a redevelopment of an object, selection of furniture, or any other processes. And so, step by step, we come to the end - to a harmonious project.

Do you work only in the Ukrainian market? Have you had clients from abroad?

Yes, we work throughout Ukraine. In the near future, we are planning to enter the European market. Foreigners often contact us when they buy real estate in Kyiv. We always take into account their wishes and try to adapt them to local trends.

Tell us about the most interesting design project you have ever worked on?

I think the most interesting project was the redevelopment of a house from 30th with high ceilings, built in a classic style.



Що, на ваш погляд, відрізняє «THE ZLENKO» від конкурентів?

Основна відмінність «THE ZLENKO» полягає в тому, що ми не беремо участі в тендерах серед дизайнерів. Крім того, ми не будемо сліпо слідувати всім примхам клієнта, а завжди запропонуємо найбільш раціональні, стильні та зручні варіанти.

Чи часто буває так, що побажання клієнта з приводу дизайну розходяться зі здоровим глуздом і реальністю їх втілення у життя? Що ви робите в таких випадках? Переконуюте?

Так, звичайно, ми періодично стикаємося з подібними ситуаціями. Все залежить від того, наскільки побажання замовника можна втілити. Якщо на стадії проєктування ми бачимо, що ідея абсурдна і не підлягає нереалізації, ми намагаємося переконати: робимо 3D Max візуалізацію, показуємо на кресленнях і схемах. Однак сучасні технології дозволяють втілити в життя практично будь-який задум.

Чи були серед ваших клієнтів знаменитості? Якщо так, то хто, якщо не секрет?

Так, звичайно, серед наших клієнтів бувають знаменитості. Більшість наших замовників не хотіли б бачити свої квартири й будинки в ЗМІ. Тому конфіденційність - одне з головних кредо, що характеризують «THE ZLENKO».

Розкажіть про світові тенденції в галузі дизайну інтер'єрів.

Основний тренд сьогодні, я вважаю, це масова індивідуалізація. Тобто, дизайн для кожного, а не для безликої маси. Зараз дуже популярний мікс стилів. Тренд звучить так: ігноруйте тенденції, персоналізуйте інтер'єр і проявляйте свої емоції.

Технологічні новації задають тон сучасному інтер'єру, і багатофункціональні пристрої - домашні роботи, побутова техніка з виходом в інтернет - все це не тільки спрощує життя, а й може стати відмінним доповненням в інтер'єрі. Кухні в сучасних будинках нагадують професійні майданчики шеф-кухарів як рівнем техніки, так і якістю страв на них приготованих.

Фальшивий industrial chic і стиль **loft**, сумнівний **urban country** і блискучий готельний **glamour** давно канули в небуття. Бежеві інтер'єри відійшли на другий план, поступившись місцем кольорам і орнаментам.

And, according to the owner's wishes, we have created a more modern project with elements of minimalism. Unfortunately, I cannot tell you all the details, since the customer is a rather well-known person and this information is confidential.

What marketing tools do you use when looking for clients? Or do customers find you on their own?

As practice shows, word of mouth is the most effective tool. In combination with the promotion in social networks, participation in partner programs, our reputation works for us perfectly.

What, in your opinion, distinguishes «THE ZLENKO» from its competitors?

The main distinctive feature of «THE ZLENKO» is that we don't participate in tenders among designers. Besides, we never indulge all the client's whims blindly, but will always offer the most rational, stylish, and suitable options.

How often does it happen that the client's wishes about the design are at odds with common sense and the reality of their implementation? What do you do in such cases? Do you convince?

Yes, of course, sometimes we encounter such situations. It all depends on how realistic the customer's wishes are. If at the design stage we see that the idea is absurd and unrealizable, we try to convince: create 3D Max visualization, show it in drawings and diagrams. However, modern technologies make it possible to bring to life almost any idea.

Have any celebrities been among your clients? If so, who, if not a secret?

Yes, of course, there are celebrities among our clients. Most of our clients would not like to see their apartments and houses in the media. Therefore, confidentiality is one of the main credos that characterize «THE ZLENKO».

Tell us about global trends in the interior design industry.

The main trend today, I believe, is mass individualization. That is, the design is for everyone, and not for the faceless mass. A mix of styles is very popular now. The trend sounds like this: ignore trends, personalize the interior, and show your emotions.

Technological innovations set the tone for the modern interior, and multifunctional devices - home robots, household appliances with Internet access - all this not only simplifies life but can also be an excellent addition to the interior. Kitchens in modern homes remind professional chefs' platforms both in terms of technology, and the quality of food cooked on them.

Fake industrial chic and loft styles, dubious urban-country, and brilliant hotel glamor have long since sunk into oblivion. Beige interiors faded into the background, giving way to color and ornaments.



Якими маркетинговими інструментами ви користуєтесь під час пошуку клієнтів? Або клієнти самі знаходять вас?

Як показує практика, найефективнішим інструментом є сарафанне радіо. У комплексі з просуванням у соцмережах, участю в партнерських програмах, наша репутація працює на нас вельми чудово.

Contacts: **Julia Borodulina-Zlenko**

Tel.: **+38 067 4666 880**

Address: **Kyiv, 7, Lesya Ukrainka Blvd. Jack House**

Instagram: **@thez_interiordesign_**