



## Amanda Wakeley

Det er let at opbygge et premium-brand, når forholdene er gunstige. Det er først, når man skal fastholde det under pres fra investorer, økonomiske omvæltninger og en udhuling af det oprindelige koncept, at de fleste grundlæggers visioner går i stykker. Ledere inden for luksus- og premium-sektorerne står over for en særlig udfordring: Den særpræg, der skabte brandets værdi, er netop det, som kommerciel skalering har en tendens til at udhule – og når det anker går tabt, kan ingen distributionsstrategi genoprette det.

Amanda Wakeley OBE opbyggede et britisk luksusmærke inden for dametøj fra et atelier i Chelsea til en global distribution gennem mere end 50 internationale forhandlere, styrede virksomheden gennem en konkursperiode under COVID-pandemien og taler nu med direkte førstehåndserfaring om, hvad der virkelig kræves for at skabe, beskytte og genopfinde en markant brandidentitet under vedvarende kommercielt pres.

### Amanda Wakeley's 2026 biografi

#### Hvorfor virksomheder samarbejder med Amanda Wakeley

- Hun har gennemgået hele grundlæggerens forløb – fra en selvfinansieret lancering i Chelsea i 1990 til international detaildistribution, et tilbagekøb på 1 million pund fra investorer i 2009 for at genvinde den kreative kontrol og til sidst konkurs i 2021. Den fulde sekvens, som hun fortæller om med ærlighed, er en forretningscasestudie, der ikke kan fremstilles.
- Hendes kundeliste – der blandt andet tæller Diana, prinsesse af Wales, dronning Rania af Jordan, Meghan Markle, Beyoncé og Michelle Obama – er et direkte, ubestrideligt bevis på en positionering som premium-brand. Det giver hende autoritet til at diskutere luksusambitioner på en måde, som ingen hvidbog eller casestudie kan matche.
- Hun tilbyder et sjældent dobbeltperspektiv på dynamikken mellem grundlægger og investor: tilbagekøbet i 2009 og administrationen i 2021 er to tydelige eksempler på, hvad der sker, når en grundlæggers vision og de kommercielle strukturer divergerer. For bestyrelser og investorer i forbrugerbrands er dette usædvanligt lærerigt.
- Tre British Fashion Awards og en OBE for tjenester inden for mode giver en uafhængigt verificerbar bekræftelse af hendes status – hvilket er relevant, når publikum har brug for sikkerhed for, at talerens autoritet anerkendes ud over selvreklame.
- Efter at have genopbygget sin professionelle identitet gennem podcasting, tv-udsendelser og foredrag efter brandets lukning, bringer hun en troværdig og konkret beretning om fornyelse, der giver

#### TILGÆNGELIG FOR

- Eventvært
- Gæsteoptræden
- Moderering og konferencier
- Paneldeltagelse
- Prisuddeling
- Tal
- TV og medier

#### AMANDA'S TALENDE TEMAER

- Forretningsstrategi og vækst
- Iværksætter
- Kreativitet
- Markedsføring og branding

#### SPROG: Engelsk

genklang hos ledere, der navigerer i deres egne omstillinger – professionelle, organisatoriske eller strategiske.

## Højdepunkter i biografien

- Grundlagde sit eget luksusmærke for dametøj i 1990; opbyggede international distribution gennem Harvey Nichols, Harrods og mere end 50 forhandlere i Europa, Amerika og Mellemøsten
- Tre gange vinder af British Fashion Award for Glamour
- OBE, 2010, for indsatsen for modebranchen
- Medformand for Fashion Targets Breast Cancer siden 1996; kampagnen har indsamlet mere end 16 millioner pund til Breast Cancer Now
- Kommentator på Sky News, live-dækning af det kongelige bryllup mellem prins Harry og Meghan Markle i 2018
- Vært for Style DNA-podcasten (Apple Podcasts, Spotify, British Airways' underholdning om bord); 4,5 millioner lyttere i de første fire sæsoner, nu i sin niende sæson

## Biografi

Et luksusbrand er kun så holdbart som det koncept, der holder det sammen. Amanda Wakeley lancerede sit dametøjsmærke i 1990 med et lån på 20.000 pund fra sin far, efter at hun havde lært sig selv at designe, mens hun arbejdede for en forhandler i New York. Hun byggede virksomheden op til en flagskibsbutik i Mayfair og en tilstedeværelse i Harvey Nichols, Harrods og mere end 50 forhandlere i Europa, Amerika og Mellemøsten. Der fulgte tre British Fashion Awards og en OBE for indsatsen inden for mode. Hendes kundekreds – Diana, prinsesse af Wales, dronning Rania af Jordan, Meghan Markle, Beyoncé, Michelle Obama – var i sig selv et argument for, hvad en premium-positionering kan opnå.

Virksomheden stødte på alle de udfordringer, en grundlægger kan stå over for. Wakeley blev opkøbt af eksterne investorer i 2000 og kæmpede for at bevare den kreative kontrol, inden hun købte mærket tilbage for 1 million pund i 2009. COVID-19 ødelagde markedet for festtøj, som mærket var afhængigt af. I maj 2021 gik virksomheden i konkurs; likvidationen blev afsluttet i december 2023. Wakeley har talt med usædvanlig åbenhed om den oplevelse – hvad hun gjorde rigtigt, hvad hun ville ændre, og hvad det afslører om forholdet mellem en grundlæggers vision og de kommercielle strukturer, der er bygget op omkring den.

Siden da har hun genopbygget sin platform gennem radio, tv og medier. Hendes podcast, Style DNA, blev lanceret i 2022 og nåede 4,5 millioner lyttere inden for de første fire sæsoner, hvilket sikrede den en plads i British Airways' underholdningsudbud om bord. Hun er fortsat medformand for Fashion Targets Breast Cancer, den kampagne, hun var med til at stifte i 1996, og som har indsamlet mere end 16 millioner pund til Breast Cancer Now.

Det, organisationer får fra Wakeley, er noget, der ikke kan læres gennem en ramme: tre årtier med opbygning af et premium-brand under reelle kommercielle forhold, den fulde vægt af, hvad det koster at bevare den kreative kontrol, og en ærlig beretning om, hvad der sker, når eksterne kræfter overvælder selv en veletableret brandidentitet. Den fornyelse, der fulgte, er en del af argumentet.

## Vigtigste foredragstemaer

- Opbygning af luksus- og premium-brands
- Dynamikken mellem grundlægger og investor og kreativ kontrol
- Iværksætter og selvfinansieret vækst
- Genopfindelse af mærket og genopretning efter tilbageslag
- Personlig branding og kreativ identitet
- Kvindeligt iværksætter og lederskab
- Udviklingen i den britiske modeindustri

## Ideel for

- Grundlæggere, iværksættere og brandledere inden for luksus-, premium- eller livsstilssektorerne, der står over for beslutninger om vækst, investeringer eller identitet
- Ledende marketing- og forretningsledere, hvor branddifferentiering er en strategisk prioritet
- Publikum ved fora for kvindeligt lederskab, konferencer om kvindeligt iværksætter og topmøder om mangfoldighed
- Ledelsesteam og bestyrelser i forbrugerbrands, der står over for fornyelse, omstrukturering eller genopretning

## Resultater for publikum

- En klarere forståelse af afvejningen mellem at skalere et brand og bevare den grundlæggende særpræg, der giver det værdi
- Førstehåndsindblik i dynamikken mellem grundlægger og investor – de beslutningspunkter, Wakeley stod over for, hvad hun gjorde, og hvad hun ville gøre anderledes
- En konkret og ærlig beretning om at håndtere forretningsmæssig fiasko og professionel fornyelse, baseret på konkrete beslutninger frem for generelle budskaber om modstandsdygtighed
- Praktisk indsigt i, hvordan en positionering inden for luksussegmentet opbygges og opretholdes gennem valg vedrørende distribution, kundekreds og produktsortiment
- En forståelse af, hvordan personlig identitet og professionelt brand krydser hinanden, og hvordan man bevidst kan håndtere dette krydsfelt under pres

## Amanda Wakeley's 2026 talks & topics

### Opbygningen af en succesfuld modevirksomhed

En førstehåndsberetning om opbygningen af et luksusbrand fra bunden – de indledende beslutninger, presset for vækst og de øjeblikke, hvor kreativ integritet og kommerciel logik kom i direkte konflikt med hinanden.

### Vigtige pointer:

- Hvordan de første år med selvfinansieret brandopbygning rent faktisk ser ud, og de beslutninger, der fastlagde kursen
- Hvordan en grundlægger navigerer i skiftet fra kreativt arbejde til at drive en virksomhed i stor

skala

- De specifikke punkter, hvor væksten truer den oprindelige vision – og hvad man kan gøre ved det

---

### Sådan opbygger du et luksusbrand

En praktisk undersøgelse af, hvad der adskiller en luksuspositionering fra en premium-positionering, baseret på tre årtier med opbygning af et mærke, der bæres af kongelige og førsteklasses kunder på fire kontinenter.

#### Hovedpunkter:

- Begrænsningers, kurateringens og kundekredsens rolle i opbygningen af en ægte luksusopfattelse
- Hvorfor distributionsbeslutninger er brandbeslutninger – og konsekvenserne af at træffe forkerte beslutninger
- Hvordan et luksusbrand opretholder sin positionering gennem økonomiske konjunkturer og ejerskift

---

### Sådan bringer du din virksomhed op på et succesfuldt internationalt niveau

En førstehåndsberetning om de operationelle og strategiske udfordringer ved at udvide en grundlæggerledet virksomhed til internationale markeder, baseret på Wakeleys egen ekspansion i Europa, Amerika og Mellemøsten.

#### Hovedpunkter:

- Forskellen mellem international tilstedeværelse og ægte international brandværdi
- Hvordan man sikrer brandkonsistens på tværs af markeder med forskellige detailkulturer og kundeforventninger
- Risikoen ved at strække sig for langt og den disciplin, der kræves for at skalere uden at udvande kerneværdien

## Amanda Wakeley's Videos



## Hvad Amanda Wakeley klienter siger

Amanda var helt fantastisk. Vores forventninger blev ikke blot indfriet, men overgået. Tak!

*Yurekli A/S*

## Amanda Wakeley's 2026 speaking fees

Specifikke gebyrer falder inden for de viste intervaller. De er kun vejledende og kan ændres uden varsel.

	<b>EUR</b>	<b>GBP</b>	<b>USD</b>
<b>Hjemland</b>	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
<b>Asien og Stillehavsområdet</b>	Please enquire	Please enquire	Please enquire
<b>Europa</b>	Please enquire	Please enquire	Please enquire
<b>Mellemøsten og Afrika</b>	Please enquire	Please enquire	Please enquire
<b>Sydamerika</b>	Please enquire	Please enquire	Please enquire
<b>Storbritannien</b>	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
<b>USA's østkyst</b>	Please enquire	Please enquire	Please enquire
<b>USA's vestkyst</b>	Please enquire	Please enquire	Please enquire
<b>Virtuel</b>	Please enquire	Please enquire	Please enquire