

**НОВИКОВА Юлия, главный редактор журнала
«Навигатор ювелирной торговли»:**

«В БИЗНЕСЕ ВАМ ТОЖЕ НУЖЕН НАВИГАТОР!»



Сегодня практически у всех есть навигаторы – в машинах, в планшетах, в телефонах... Это устройство, которое сильно облегчает нашу жизнь. Ведь так трудно быстро сориентироваться, особенно когда встречаешься с чем-то новым. А от скорости в наше время зависит очень многое. Особенно много от быстроты реакции и умения моментально принять правильное решение зависит в бизнесе. Значит, здесь, как и в обычной жизни, нужен НАВИГАТОР. У вас его еще нет? Это не проблема! Уже 13 лет таким навигатором в мире ювелирного бизнеса является журнал «НАВИГАТОР ЮВЕЛИРНОЙ ТОРГОВЛИ».

Мы делаем все, чтобы наш журнал был не только интересным, но и максимально полезным для вас. Практически все материалы мы формируем таким образом, чтобы их можно было использовать в обучении и повышении квалификации как самого владельца или руководителя бизнеса, так и персонала компании. У большинства собственников и топ-менеджеров эффективно работающих предприятий ювелирной отрасли наш журнал является настольной книгой, консультантом и... НАВИГАТОРОМ, помогающим успешно развивать бизнес и опережать конкурентов.

Подписная кампания на журнал «НАВИГАТОР ЮВЕЛИРНОЙ ТОРГОВЛИ» на 2014 год в самом разгаре. Мы очень рады, что все те, кто был рядом предыдущие 13 лет, остаются с нами. Если вы по каким-то причинам еще не успели стать нашим читателем – подписывайтесь! После первого же прочитанного номера вы почувствуете, что в бизнесе у вас теперь тоже есть НАВИГАТОР».

ЧИТАЙТЕ В 2014 ГОДУ СЕРИИ СТАТЕЙ В НОВЫХ РУБРИКАХ

МАРКЕТИНГ В ЦИФРАХ

Финансовое планирование различных акций и программ и оценка их эффективности, примеры расчетов

ЭФФЕКТИВНОСТЬ БИЗНЕСА

Современные способы повышения эффективности работы компании на разных этапах ее развития

МЕРЧАНДАЙЗИНГ

Новейшее оборудование и способы представления товара в торговом зале ювелирного магазина

ЧАСЫ В ЮВЕЛИРНОМ МАГАЗИНЕ

Эксклюзивные материалы: как организовать продажи часов в ювелирном магазине и эффективно ими торговать

ЮВЕЛИРНАЯ АНАЛИТИКА

Анализ ситуации на ювелирных рынках России и мира, прогнозы экспертов, исследования и данные Пробирной палаты РФ

БИЗНЕС-КЕЙС

Примеры удачной реализации современных бизнес-решений предприятиями ювелирной отрасли России и мира

ЛИЧНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Специально для руководителей – советы практикующего бизнес-тренера

МЕТОДИКИ ПРОДАЖ МУЖСКИХ И ДЕТСКИХ УКРАШЕНИЙ

Методы и приемы эффективных продаж, алгоритмы успешной работы с покупателями

**Подписчики журнала имеют бесплатный доступ к архиву
всех материалов «Навигатора» на сайте www.njt.ru!**

ОФОРМЛЕННАЯ ПОДПИСКА – ЭТО:

- гарантированное получение,
- своевременная доставка,
- бесплатная рассылка приложений,
- новостная интернет-рассылка.

ПОДПИСКА В РОССИИ:

Тел./факс: +7 (499) 922-11-88

ПОДПИСКА В УКРАИНЕ:

Тел.: +38 (050) 990-35-79

ПОДПИСКА В КАЗАХСТАНЕ:

Тел.: +7 (727) 313-76-28,
+7 (727) 250-75-19

www.njt.ru

e-mail: mail@njt.ru

САМЫЕ ЧИТАЕМЫЕ



ПОСТРОЕНИЕ СЕТЕЙ

Статья 6. Ассортиментная политика и поставщики

Не стоит бояться обидеть старого и надежного партнера своим решением перераспределить объемы заказов в пользу нового поставщика. Бизнес есть бизнес, и вам придется выбирать: что важнее – потерять клиентов и понести убытки, но продемонстрировать верность старому поставщику, или грамотно перераспределить объем заказов, введя в круг партнеров новые компании, сохранив при этом своих клиентов и увеличив прибыль...

Бич каждого розничного магазина в частности и сети в целом – остатки. Они тянут на дно, повисая нераспроданным грузом и негативно влияя на финансовые показатели работы компании. Какая судьба постигнет остатки, напрямую связано с тем, как выстроена работа с поставщиком...



ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Статья 5. Как войти в блогосферу

Вопрос первостепенной важности: как правильно выбрать того, кто начнет продвигать ваш бренд в блогах? Если новость будет размещена в правильном блоге, дальше она начнет быстро распространяться. Поэтому в блогосфере, как и при планировании любой рекламной кампании, нужно выделять лишь тех, с кем действительно выгодно иметь дело...

Разрабатывая стратегию выхода в блогосферу, вы обязательно задумаетесь о количестве публикаций. Как не переборщить с постами? Что лучше: один-два топовых блогера или много мелких? Наши эксперты уверяют, все зависит от ваших целей и задач...



УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Статья 9. Анализ ассортимента с помощью матриц БКГ

Как сформировать оптимальный ассортимент ювелирного магазина? С помощью матриц БКГ (матрица БКГ (англ. BCG matrix) — инструмент для стратегического анализа и планирования в маркетинге) можно определить актуальные для компании товарные группы – как с высоким потенциалом роста, требующие вложения денежных средств, так и с низким потенциалом роста, поставляющие денежные средства. В качестве показателей для анализа мы берем: рост (падение) показателя продаж в стоимостном выражении за рассматриваемый период продаж и долю показателя продаж в общем объеме. Построим матрицу – аналог матрицы БКГ. На матрице по осям отображены: рост продаж (вертикальная ось) и доля каждой товарной группы (горизонтальная ось). Сочетание оценок этих двух показателей дает возможность классифицировать ассортимент по группам, выделив четыре возможные роли товара для компании...

СТАТЬИ 2013 ГОДА*



ЗАКОН И ПРАВО

Статья 7. Трудовые риски. Работник в роли истца: как этого не допустить

Не секрет, что законодательная практика в нашей стране построена таким образом, что в случае возникновения трудовых споров между работником и работодателем суд встает на сторону первого в абсолютном большинстве случаев, даже если ситуация 50 на 50. Что происходит, когда работник превращается из лояльного сотрудника в непримиримого истца? Для начала он начинает жаловаться во все доступные ему инстанции. Как правило, их список выглядит следующим образом...

Что нужно делать, чтобы не попасть в неприятную ситуацию?



ПРАКТИКУМ

Статья 4. Презентация ювелирных украшений

Презентация или демонстрация украшения – самый любимый этап продавца. Он может долго и красочно рассказывать про то, какой чудесный у него товар. Этап презентации – ответ на этап выяснения потребностей, его логическое продолжение. Продавец демонстрирует не только свой товар, но и то, как хорошо он понял покупателя, насколько внимательно слушал и насколько высоко его желание удовлетворить потребности покупателя. На этапе презентации продавец показывает свой профессионализм не только демонстрацией своих познаний о драгоценных камнях и металлах, но и умением подбирать украшения для каждого конкретного человека. Главное – не продать, а удачно подобрать именно то, что больше всего подойдет покупателю.

Презентация должна сочетать в себе...



ПСИХОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ

Статья 8. Управление конфликтом в организации

Управленцу любого уровня неизбежно приходится сталкиваться с конфликтами в рабочем процессе, и по мере накопления личного опыта каждый руководитель методом проб и ошибок, зачастую ценой серьезных потерь (здоровья, трудовых ресурсов, прибыли, своего авторитета) вырабатывает собственную тактику разрешения противоречивых ситуаций. Но есть другой путь, более эффективный – использовать приемы и методы практической конфликтологии...

***ПО ДАННЫМ САЙТА NJT.RU**

ПОВЫШАЙТЕ КВАЛИФИКАЦИЮ

ЧИТАЙТЕ СПРАВОЧНИКИ!

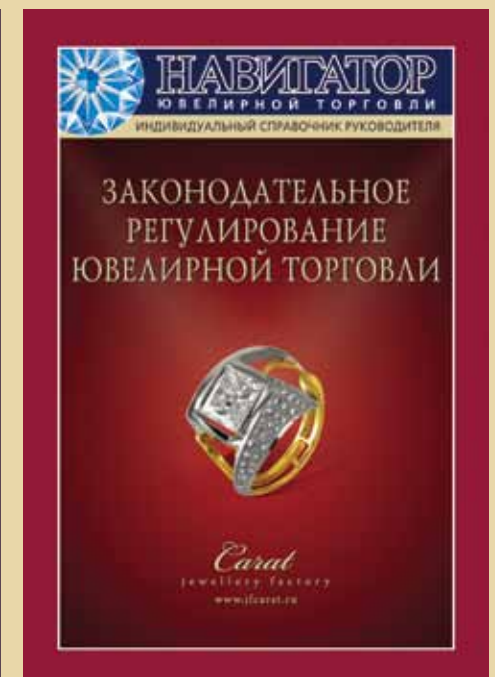
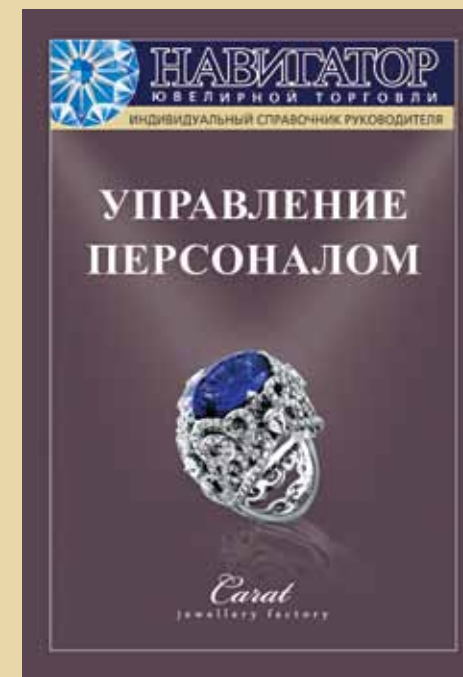


КАК ПРИОБРЕСТИ СПРАВОЧНИКИ В РОССИИ:

- перечислить деньги по указанным реквизитам;
 - в платежном поручении указать:
- «Ювелирные камни»
«Психология продаж украшений» в 2 томах
«Справочник продавца жемчуга»
«Технологии продаж украшений» в 2 томах
«Товароведение ювелирных изделий»
«Бриллианты: классификация, стандарты качества»
«Управление персоналом»
«Законодательное регулирование ювелирной торговли»

Журнал «Навигатор ювелирной торговли» представляет серию справочников, в которых собраны теоретические и практические материалы, необходимые для обучения и самообучения продавцов, для повышения квалификации персонала ювелирных магазинов.

Справочники дают руководителям возможность более эффективно управлять персоналом, наладить взаимодействие между сотрудниками, повысить их профессиональный уровень.



Получатель: 000 «Ювелирный дом «Россия»
г. Москва ОАО Банк «ВТБ»
Р/с 40702810200080000408
К/с 30101810700000000187
БИК 044525187 ИНН 7710568016
КПП 771001001
Т./ф.: 8 (499) 922-11-88
mail@njt.ru

В Украине: представитель
Руденко Любовь Григорьевна г. Киев
Тел: +38 (050) 990-35-79 rudenko.lg_utfc@mail.ru
В Казахстане: ТОО «МВК КАЗЭКСПО»,
г. Алматы, ул. Казыбекби, 50, офис 52-54
Тел.: +7 (7272) 50-75-19, +7 (7272) 72-95-31

Цена **500 руб.** (НДС не облагается). Доставка бесплатно.

www.njt.ru

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ И ЧИТАЙТЕ!
ЖУРНАЛ «НАВИГАТОР ЮВЕЛИРНОЙ ТОРГОВЛИ» -
первое профессиональное издание о технологиях и культуре продаж ювелирных изделий

Наш журнал для тех, кто не любит штампов и всегда ищет новые идеи и оригинальные решения. "Навигатор ювелирной торговли" - это интересное и полезное с практической точки зрения издание о розничном бизнесе. В каждой статье вы найдете актуальные рекомендации специалистов и комментарии участников отрасли. Среди экспертов «Навигатора» - первые лица ювелирных компаний страны, ведущие специалисты предприятий, ювелиры, геммологи, юристы, аналитики, бизнес-консультанты и др.

Чтобы получать «Навигатор ювелирной торговли» в 2014 году, необходимо оплатить счет, выслать по факсу (499)238 27-77 или электронной почте mail@nit.ru ТОЧНЫЙ АДРЕС ДОСТАВКИ с индексом.

Поставщик ООО «Ювелирный дом «Россия»
Юр. адрес 125009, г. Москва, Брюсов пер., д. 8-10, стр. 2
Факт. адрес 119049, г. Москва, ул. Большая Якиманка, д. 38 А
ИНН 7710568016 КПП 771001001

Платежные реквизиты:

Расч. Счет 40702810200080000408 в ОАО Банк «ВТБ» г. Москва
Корр. Счет 30101810700000000187 **БИК** 044525187

СЧЕТ № 325 от 25.10.2013

Предмет счета	Количество	Цена	Сумма
Подписка на журнал «Навигатор ювелирной торговли» на 2014 год	10	559,00	5590,00
	В т.ч.	Итого:	5590,00
		Без НДС	
		Всего:	5590,00

Всего к оплате: Пять тысяч пятьсот девяносто рублей, 00 коп.
Без налога НДС

Генеральный директор



Сенаторова О.В.