

10 ЛЕТ БЕЗ ОШИБОК!

Рубрика «Тема номера» в этот раз посвящена десятилетнему юбилею любимого журнала «Навигатор ювелирной торговли». На этих страницах мы расскажем о том, какими были прошедшие десять лет для нас, как менялся журнал и его контент, какие люди становились участниками публикаций и событий журнала. Открывает ретроспективу интервью Оксаны Сенаторовой, издателя журнала «Навигатор ювелирной торговли», о том, как все начиналось...



Оксана Валериевна, расскажите, как обстояли дела в российской ювелирной отрасли 10 лет назад, когда появился «Навигатор»?

Все помнят, что в то время бизнес в России только начал выходить из кризиса 1998 года. Ювелирная торговля сильно пострадала, и предприятиям понадобилось два-три года, чтобы выбраться из «комы». К 2001 году наступила «оттепель»: наблюдался бурный рост торговли, открывались новые ювелирные компании и магазины. Покупатели тоже активизировались, они вновь стали тратить деньги на украшения. Тогда в России еще не было богатого рынка бытовой техники, мобильных телефонов, MP3-плееров – словом, всего того, что сегодня составляет жесткую конкуренцию ювелирным украшениям. К тому же у людей в подсознании прочно сидела установка, что ювелирные украшения – надежное средство вложения и сохранения денег. Поэтому торговля шла хорошо. Именно тогда стали популярны ювелирные выставки, например «Новый русский стиль», а «Сокольнические» выставки тогда просто «гремели»... Что касается СМИ, то в

ходу был журнал «Ювелир» – прообраз современных отраслевых изданий формата B2B.

Как и почему Вам пришла идея создания своего журнала?

В 2001 году мы начали делать журнал как хобби, в дополнение к уже имеющемуся ювелирному бизнесу и производству. Было понимание, что ювелирная продукция на российском ювелирном рынке по большей части продается неправильно. Многие работали по наитию, как придется, считали, что если заполнить прилавок «ювелиркой» до отказа, то все пойдет как по маслу. Оказалось, что это не так. Здесь нам не нужно было изобретать велосипед, ведь существовали уже известные законы бизнеса, которые стоило применять в ювелирной торговле – и все было бы гораздо лучше. Но никаких конкретных материалов о том, как продавать ювелирные украшения, не было. Поэтому можно сказать, что «Навигатор» стал учить торговлю продавать свой собственный товар. Создателем журнала и автором всех статей был Сергей Леонидович Федоров. Мы впервые стали исследовать ювелирный рынок, делали первые самостоятельные попытки маркетингового анализа, ведь тогда еще никто не слышал о программах учета. Видя на страницах «Навигатора» статистику продаж по разным регионам, отрасль получала зеркало, в котором могла увидеть свое отражение. «Навигатор» предлагал ювелирам актуальную статистику по торговле, календарь полезных выставок. В тематике материалов мы отталкивались, как и сегодня, от потребностей торговли, собирали информацию о том, что интересно людям. Мы поняли, что нужно учить продавцов, и нужно учить руководителей – так в журнале появилась регулярная рубрика «Справочник продавца» с обучающими материалами.

Конечно, сначала журнал был похож на «боевой листок», методичку из двух-трех практических статей. Но статьи эти были толковыми, грамотными, с пошаговыми инструкциями о том, как нужно работать. Распространялся журнал бесплатно по базе магазинов, тираж составлял 1000 экземпляров.

Изменились ли с течением времени цели журнала, его формат, контент, целевая аудитория?

Сильная сторона «Навигатора», на мой взгляд, заключается в том, что концепция журнала не менялась на протяжении 10 лет. Целью издания изначально была информационная поддержка в повышении объемов продаж и культуры потребления ювелирных изделий. И сегодня мы следуем своей линии – учим грамотно продавать, а все остальное нанизывается на этот стержень. Наша целевая аудитория также осталась неизменной: это товаровед, директор, собственник ювелирного магазина. Я считаю, замечательно, что у «Навигатора» есть устойчивый базис, который позволяет не кидаться из стороны в сторону, а следовать своему курсу и изначально выбранной концепции.

Что было самым сложным?

Наверное, самым сложным было завоевать доверие аудитории. Поверьте, нет ничего трудного в том, чтобы найти бюджет, сделать журнал с достойным контентом и разослать его адресатам. Но очень трудно «приучить» аудиторию к тому, что журнал есть, что он достойный, полезный и его стоит выписывать! Еще один непростой и ответственный момент – привлечение первых рекламодателей, завоевание их доверия.

Быть лидером в своем сегменте – мы не расцениваем это как трудность, это скорее данность. Когда изначально ставишь себе высокую планку, то, бывает, регулярно сталкиваешься так или иначе с подражанием – все, что мы придумываем, в итоге копируется. Но это хорошо. Если копируется, значит, расценивается как качественное и принимается к тиражированию. Для нас это азарт: те, кто нас копирует, подстегивают и стимулируют к тому, чтобы придумать что-то еще. У «Навигатора» всегда есть несколько идей, а какую из них мы реализуем в данный момент, зависит только от потребностей рынка.

Какова сегодня география охвата целевой аудитории журнала?

Сегодня «Навигатор ювелирной торговли» ежемесячно получают около 10 000 подписчиков практически во всех регионах нашей страны, а также в Казахстане и Украине (подробную карту подписки можно посмотреть на сайте NJT.RU).

Какова политика журнала в отношении участия в российских и международных выставках?

Отраслевые ювелирные выставки – это очень хороший рабочий инструмент не только для экспонентов, представителей ювелирной торговли, но и для нас как «информационного оружия» всех вышеуказанных. Поэтому «Навигатор ювелирной торговли» участвует во всех центральных выставках Москвы и Санкт-Петербурга, Киева и Казахстана, а также в престижных региональных выставках (Екатеринбург, Ростов, Казань и др.). Для нас помимо сугубо деловых задач это


хороший способ встретиться с представителями ювелирного бизнеса, пообщаться, обменяться новостями, идеями и получить обратную связь, которая нам – ведущему отраслевому СМИ – так необходима.

Сайт журнала в последнее время претерпел кардинальные изменения. Какую функцию он призван выполнять?

В прошлом году мы действительно расширили функциональные возможности привычного сайта «Навигатор ювелирной торговли», который раньше служил зеркалом журнала, дублируя его публикации. Сегодня мы делаем независимый полноценный информационный портал NJT.RU. Его глобальная задача – быть реальным навигатором, путеводителем в области всего, что касается ювелирной торговли. Я хочу, чтобы портал NJT.RU стал коммуникативной площадкой для представителей ювелирной отрасли разных регионов страны, других стран. Я призываю всех активизироваться и использовать портал NJT.RU: обмениваться новостями, мнениями, идеями, задавать и обсуждать актуальные вопросы, оставлять комментарии – реагировать на ту информацию, которую прочитали, и т.д. Это ново, интересно, при этом такие вещи становятся необходимым атрибутом современного бизнеса.

Что ждет «Навигатор» и его читателей в новом десятилетии?

Обновление контента и дизайна журнала, новые рубрики, интересные информационно-практические материалы, отчеты о нашей международной деятельности, новые справочники и иные полезные информационные продукты, и, конечно, охват новых территорий! Буквально в ближайшие месяцы мы открываем представительство «Навигатора» в Южном федеральном округе, и это не случайный выбор. Безусловно, там много интересных ювелирных магазинов, с которыми мы хотим знакомиться напрямую и привлекать к сотрудничеству и дружбе, тем самым расширяя базу адресов своей подписки (и потребителей отраслевой рекламы!).

А вообще сейчас идет юбилейный год «Навигатора», и он по традиции обещает быть богатым на интересные события. Одним из них, безусловно, станет десятая, юбилейная церемония награждения победителей конкурса «Лучший ювелирный магазин года». Обещаем: это будет нечто грандиозное. Будьте с нами в этом году и всегда! Я хочу поблагодарить всех читателей и партнеров журнала за верность и доверие, за то, что все 10 лет вместе с вами мы растем и совершенствуемся, за то, что мы вместе делаем этот мир лучше. 

**Беседовала Ксения Баранникова,
заместитель главного редактора журнала
«Навигатор ювелирной торговли»**