



ЗОЛОТЫЕ ГОЛОВЫ

Юлия ЧУМАКОВА



Отечественный ювелирный рынок становится все более цивилизованным. Некоторым для успеха достаточно вооружиться знаниями по маркетингу, другим – лояльными протекторами. Вот и директор сети «Золотая лавина» Игорь Ракша из Тюмени не просто использовал современные стратегии развития бизнеса, но и в чем-то нарушал установленные «правила игры», каждый раз привнося нечто свое, неповторимое в традиции отрасли.

ВЕТЕР ПЕРЕМЕН

Энергичный, обаятельный, уверенный в своих силах... Кажется, для Игоря Ракши, директора ювелирной сети «Золотая лавина», нет большего удовольствия, чем жить и работать в эпоху перемен. Между тем, для многих это – непосильное испытание. И дело здесь не только в оптимизме и выносливости И. Ракши, главное – в его таланте предпринимателя, в желании и умении действовать смело, эффектно, оригинально. У него тысячи идей, ему тесно в рамках одного бизнеса. За что бы ни брался Игорь Рафаэлевич, добивался успеха и максимальной эффективности.

К середине 90-х годов под руководством бизнесмена сложилась и успешно развивалась торговая компания «Техно-



Игорь Ракша

мир», которая объединяла торговлю аппаратурой, одеждой и часовой бизнес. Однако бизнес – это постоянное развитие. После тщательного анализа существующего рынка и оценки вектора потребительского спроса Ракша открывает ювелирный бизнес.

При освоении нового сегмента рынка важно было грамотно организовать дело. По мнению Игоря Рафаэлевича, не важно, каким бизнесом заниматься, главное – уметь управлять, придерживаться определенных правил. Именно поэтому открытию его ювелирного бизнеса предшествовал анализ спроса и потребительских предпочтений, сравнительная оценка конкурентов, после чего и последовало уникальное товарное предложение.



ЗАКОНОДАТЕЛИ МОДЫ

Перво-наперво талантливый предприниматель решил в своем регионе ввести моду на золотые изделия. Не только богатым ассортиментом разной ценовой категории, но и массивной рекламой и громкими акциями боролся с общественным стереотипом будто бы золото доступно только избранным. На сегодня эта цель достигнута. В магазины «Золотая лавина» приходят студенты и пенсионеры за недорогим подарком, состоятельные горожане за редкими украшениями и даже школьники – за памятными сувенирами. Безусловно, эта ювелирная сеть пользуется популярностью у земляков и гостей Тюменской области.

Вложения в ювелирную отрасль оправ-

дывают себя. Сейчас рынок золота на подъеме, поскольку ценовая категория сравнялась со сходными товарами (субститутами). К примеру, можно купить ювелирию дороже золотых украшений, однако пользы от драгоценных металлов больше: они и хранятся дольше, и для здоровья полезны (целительные свойства золота, серебра и других «даров природы» известны испокон века).

Успех ювелирного бизнеса Ракши – результат многих составляющих: благоприятной атмосферы рынка, удачной ассортиментной политики, продуманной



мозги». Такие ребята способны придумать идеи, продвигающие бизнес. А мы высоко ценим умные головы и свежие мысли.

И действительно, существование сети – сплошь яркие акции, которые на слуху у жителей Тюменской области. Горожане помнят ювелирный марафон «Кто быстрее добежит до наших магазинов». Живой рекламой в витринах магазинов служат красавицы в изящных одеяниях и золотых украшениях. Кстати, Мисс Тюмень и Мисс Россия – 2007 вышли из окон «Золотой лавины». А сколько красавиц таким замысловатым образом на-



стратегии развития и целого арсенала маркетинговых средств, стимулирующих продажи. «Сейчас не проблема найти деньги на развитие бизнеса. Рынок и без того переполнен, – считает Игорь Ракша. – Гораздо важнее уметь предложить товар. И здесь нельзя переоценить значение новых идей. Именно поэтому при подборе персонала мы отдаем предпочтение молодым специалистам с современным образованием, у которых «не запудрены

шли свою вторую половину и не считать! Не случайно эту ювелирную сеть считают друзьями девушек. То и дело в магазины заходят дети за нехитрыми призами (блокноты, канцелярия), но как приятно их заслужить за «пятерки» и получить из рук взрослых в красивых магазинах. Самая последняя акция – вручение школьникам золотых медальонов «Золотые головы» за отличные оценки в конце учебного года. По просьбе счастливых родителей, чьи чада стали заметно лучше учиться, акция продолжается по сей день.

Так что название сети «Золотая лавина» вполне себя оправдывает – на обилие золотых украшений стекается масса людей, чтобы выбрать что-то своё. По расчетам директора, название должно было, как магнит, притягивать покупателей и служить обещанием успеха: «Своим коллегам из ювелирной отрасли, задумывающим начать или оптимизировать бизнес, я бы посоветовал начать с выбора названия. Мне кажется, время «Алмазов», «Янтарей» уже ушло. Подобное название навеивает скуку советского периода. Другое дело – яркое, выдающееся название, которое показывает концепцию, задает ритм торговли и служит своеобразным амулетом бизнеса».



ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА



«НАРУШИТЕЛИ» ПРАВИЛ

И всё-таки такого успеха не было бы, если бы Игорь Ракша вел бизнес, как все. Собственная неординарность толкает его на новшества в ведении бизнеса. Он не любит галстук и костюм, как не приемлет все однообразное и скучное. Один бизнес для него – слишком мало. Строгость и единство политики ювелирной сети – слишком скучно. Отсюда – выдающиеся результаты.

Одно из достижений – самый крупный в Уральском федеральном округе юве-

лирный гипермаркет, где прекрасно сочетаются не только ювелирный, часовой, ресторанный и другие бизнесы с фэшн-индустрией, свадебным салоном. Идея такова, что, гуляя по гипермаркету всей семьей (благо, можно подкрепиться в ресторане), выбирая вещи на все случаи жизни, обязательно вспомнишь о ювелирных подарках. Потому что драгоценности и часы – лучшее дополнение и в праздничные моменты (например, на свадьбу), и в повседневной жизни. Они способны преобразить человека, вырази-

ть его индивидуальность и создать настроение.

Концепция сети магазинов «Золотая лавина» – с тем же индивидуальным подходом. Безусловно, в 17 магазинах присутствуют признаки единой сети, однако все они разные по ассортименту и дизайну. По мнению директора сети, скучно делать магазины в одном стиле: «Да и невыгодно это – если покупатели будут думать, что все наши магазины одинаковы, то они не станут посещать их все, а так остается интрига». Именно





поэтому в сети «Золотая лавина» нет доминанты: директор каждого магазина имеет право выбирать ассортимент и создавать дизайн интерьера на свой вкус. Таким образом, в самой ювелирной сети магазины начинают конкурировать между собой и становятся лучше, в каждом из них – свой ассортимент и своя аура.

Поклонников ювелирных изделий ожидает ещё один подарок от Игоря Ракши – в ближайшее время открывается шестизэтажный ювелирный центр, оборудованный по последнему слову техники с бассейном на шестом этаже. И это ещё не всё: рядом заливают бетон котлован, где будут возводить развлекательный комплекс с клубной гостиницей для клиентов, уставших от созерцания бриллиантовой феерии.

МИССИЯ ВЫПОЛНИМА

Глядя на стиль руководства г-на Ракши, приходишь к выводу, что еще одним залогом процветания ювелирного бизнеса, является человеческая щедрость, доброта, доброжелательность и порядочность во всех делах к коллегам, к покупателям, к землякам, просто к людям. По убеждению Игоря Рафаэлевича, золото – абсолютно энергетический металл, который произведен с любовью мастерами-ювелирами, а не холодными



машинами, он помнит тепло человеческих рук. Поэтому когда имеешь дело с таким товаром, и самому хочется быть лучше, распространять дальше позитивную энергию металла. Может быть, поэтому деятельность создателя «Золотой лавины» не ограничивается только бизнесом и не оценивается только выгодой. Когда на работе хочешь жить одной большой ювелирной семьей, с добрыми традициями, преемственностью, здоровой конкуренцией, это ведь не только бизнес. «Самое страшное в капитализме, что люди

стали враждебны друг другу, – говорит Игорь. – Нам бы хотелось, чтобы сотрудники держались друг за друга и ценили друг друга, как хорошие родственники. Чтобы относились к клиентам и партнерам по бизнесу с искренней добротой, честностью и добропорядочностью, стремясь при этом быть лучшими». Не случайно в ювелирном сообществе «Золотая лавина» вырастают корпоративные звезды, которые талантливо общаются с покупателями. Когда веришь в талант российских

мастеров и при выборе ассортимента отдаешь предпочтение их изделиям, это уже поддержка отечественного производителя. Когда создаешь несколько видов бизнеса, новые рабочие места, это и есть реализация национального проекта о предпринимательстве. Когда поддерживаешь детей и способствуешь их развитию, это забота о будущем здоровом поколении. Это касается не только поощрения отличников в салонах магазинов, но и обеспечение бесплатного образования для медалистов-выпускников, которых по соглашению с местным вузом без конкурса принимают на учёбу. Благодаря этому в Тюменской области стало модно хорошо учиться. Когда продвигаешь товары, которые поднимают настроение, как ювелирные украшения, то делаешь жизнь красивее и счастливее. Это и есть особый талант – преумножать красоту.

«Счастья вам, добрые люди» – это древнее русское пожелание прижилось в компании «Техномир» и стало основой отношения её сотрудников ко всем без исключения партнерам, клиентам и покупателям.

г. Тюмень, ул. Республики, 46
«Золотая лавина»
Тел.: 8 (??) ????

