



Сара Соломоновна АВШАЛУМОВА, директор магазина «Золотой Русский стиль»

«ЗОЛОТОЙ РУССКИЙ СТИЛЬ»

Фирме «Русский стиль», которую основал Роман Михайлович Авшалумов, уже 13 лет (в 2007 г. переименована в «Золотой Русский стиль»). В 1995 г Роман Михайлович открыл в г. Ставрополе свой первый ювелирный магазин. Начало работы на ювелирном рынке было успешным: с 1995 по 1997 г. фирма создала целую сеть магазинов. Добиться этого удалось благодаря системному изучению рынка и потребительского спроса, а также продуманной ценовой политике и учёту современных тенденций моды на украшения.

В 1998 г., после скоропостижной кончины Романа Михайловича, фирму возглавила его жена – Сара Соломоновна Авшалумова. Однако вначале, без знаний особенностей торговли ювелирными изделиями, ей было нелегко. Но с помощью коллег – наиболее опытных сотрудников ООО «Золотой Русский стиль» – она, имея высшее музыкальное образование и диплом геммологического центра МГУ, справилась со всеми трудностями и стала достойным продолжателем традиций фирмы.

«В первую очередь, мне помогла моя мама. Если бы не её поддержка и любовь, то у меня, вообще, ничего бы не получилось. Мама и дети дали мне силу справиться со всеми трудностями, которых было немало. До того, как начать заниматься золотом, я ведь ничего об этом не знала, многое было непонятно», – говорит Сара Соломоновна.



«Золотой русский стиль»
Россия, 355006,
г. Ставрополь,
пр-т К. Маркса, д. 63,
ТЦ «Аврора», 2 эт.
Тел.: 8 (8652)
26-66-99, 56-75-03,
E-mail: russtil@mail.stv.ru

Сегодня с компанией «Золотой Русский стиль» тесно сотрудничают десятки ювелирных заводов, в том числе ведущие предприятия отрасли – «Адамас», «Лукас», «Ника», «Анлина», «Вальтера». Отношения с поставщиками складывались на протяжении многих лет и всегда, с самого начала были не только партнёрскими, но и дружескими. Благодаря регулярному посещению ювелирных выставок руководство фирмы хорошо ориентируется в предлагаемом рынке товаре – как в массовых изделиях, так и в эксклюзиве или новинках. Сара Соломоновна отлично умеет формировать ассортимент изделий, отвечающих последним тенденциям моды, который рассчитан на покупателей с разным уровнем доходов и способен удовлетворить самый взыскательный вкус. Во всех магазинах действует гибкая система скидок, есть фирменные подарочные сертификаты, производится продажа в кредит и регулярно проводятся акции по привлечению покупателей и продвижению товаров.

Давно прошли времена, когда единственным предприятием ювелирной торговли в Ставрополе был «Ювелирторг». Однако, несмотря на серьезную конкуренцию со стороны других ювелирных фирм, число клиентов ООО «Золотой Русский стиль» неуклонно растёт, а в сентябре прошлого года фирма открыла в ТД «Аврора» новый магазин.

Одна из причин такого успеха – серьёзная работа по привлечению покупателей. Сара Соломоновна Авшалумова считает, что в борьбе за клиента не может быть мелочей – учитывать нужно буквально всё. Перефразируя Станиславского, можно сказать, что «магазин начинается с витрины», и от её оформления зависит, войдёт ли потенциальный покупатель внутрь или пройдёт мимо. Чем лучше оформлена витрина, тем больше посетителей и выше уровень продаж. Необходимо, с одной стороны, учесть психологию покупателя, на которую влияет множество факторов, а с другой – выделиться среди других ритейлеров, создать собственный образ.

Этих же принципов следует придерживаться и при оформлении торгового зала,



стараясь продемонстрировать преимущества товара и при этом показать клиенту, что магазин рассчитан на его кошелек. Очень важную роль играет освещение: правильно расставленные световые акценты привлекают внимание посетителей к товару. В дизайне торгового зала должна прослеживаться общая линия, и отдельные элементы интерьера должны гармонично сочетаться между собой, создавая приятную атмосферу, располагающую клиента к тому, чтобы сделать покупку.

Посещение магазина и приобретение ювелирных изделий должно быть настоящим праздником для клиента. А сделать этот праздник незабываемым – задача персонала. Ведь если продавец-консультант неприветлив или невнимателен к клиенту, ювелирное изделие, каким бы превосходным оно ни было, не покинет магазин. Продавец-консультант должен уметь в любой ситуации владеть собой, быть доброжелательным, находить индивидуальный подход к каждому покупателю. Кроме того, он должен быть для покупателя проводником в многообразном мире ювелирных украшений, а для этого ему необходимы глубокие знания о драгоценных камнях и металлах. Большое значение имеют также привлекательная внешность и культура речи. Можно сказать, что продавец – это лицо салона, поэтому успех торговли во мно-



гом зависит от того, насколько удачно подобран персонал.

В фирме «Золотой Русский стиль» персонал подбирают в основном по рекомендациям, причём отдают предпочтение претендентам, имеющим педагогическое образование, и стараются не брать на работу слишком молодых сотрудников. Но всё же главные критерии – желание претендента работать и его нацеленность на результат. Руководство фирмы также уделяет большое внимание укреплению дружеских отношений между сотрудниками, чтобы коллектив жил по принципу «добрая семья – добрые дела». Ведь хороший, слаженный коллектив – это залог успеха фирмы и основа для устойчивого движения вперёд.

Сегодня ООО «Золотой Русский стиль» – это гарантия качества, профессионализм, приятная атмосфера и индивидуальный подход к каждому клиенту.

Сара Соломоновна Авшалумова обращается ко всем читателям журнала: «Дорогие коллеги, давайте дарить праздник людям!». ■

Марина ПЕТЕЛИНА

