



**Михаил ПОТАПЕНКО, генеральный директор
ООО «Арт-Ювелир»:**

«САМОЕ ГЛАВНОЕ ДЛЯ РОЗНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ – ПРАВИЛЬНЫЙ ВЫБОР ПОСТАВЩИКОВ!»



Телевизионные передачи и статьи в СМИ о поддельных и некачественных украшениях подорвали репутацию всей ювелирной отрасли, можно даже сказать – поставили под угрозу ее нормальную работу. Что в этой ситуации могут сделать добросовестные ювелирные предприятия? На этот вопрос отвечает Михаил ПОТАПЕНКО, генеральный директор ООО «Арт-Ювелир».

Самое главное для предприятия – работать так, как оно работало раньше: каждым своим шагом, каждым своим решением способствовать доверию потребителя. Потому что это доверие завоевывалось не в течение одного дня, оно формировалось годами и даже десятилетиями. И компании, которые такую политику проводили на протяжении многих лет, меньше всего столкнулись с недоверием покупателей. Хотя, безусловно, нужно быть готовым к тому, что люди придут и зададут вопросы. И на них все сотрудники ювелирных компаний – от директора до стажера – должны отвечать как профессионалы, как эксперты.

Что касается розничных предприятий, то для них очень важным является правильное позиционирование. Ювелирный магазин в глазах потребителей должен выглядеть так: это предприятие, которое среди множества предложений от участников ювелирного рынка (производителей, оптовиков, импортеров) произвело отборку лучших коллекций по соотношению цена-качество и радуется этой продукцией своих потребителей. И за качество продаваемых товаров розничная точка отвечает своим брендом. Это работа не одного дня, это работа всего коллектива – и если к настоящему времени она правильно выполнена, то предприятие пожнет ее плоды. А вот если в угоду каким-то конъюнктурным целям магазин закупал изделия сомнительного качества, то и его перспективы на сегодняшний день сомнительны. Следует быть честным по отношению к своим покупателям. Необходимо подстраховываться и даже перестраховываться: тщательно мониторить своих поставщиков и отбирать только лучших. Тогда имидж магазина не только не пострадает, а наоборот – укрепится. В общем, самое главное

для розничного предприятия – правильный выбор партнеров. **Работайте с проверенными поставщиками, которые дорожат своей репутацией, за которых вам потом не придется краснеть.** Это мой первый совет.

Второй совет – **ведите разъяснительную работу среди своих покупателей.** Уровень профессиональной подготовки персонала ювелирного магазина должен позволять ему давать квалифицированные профессиональные советы, быть экспертами, а не просто произносить заученные банальные фразы и речевые штампы.

Еще одна рекомендация – **вступайте в профессиональные сообщества (ассоциации, гильдии и т.п.) и участвуйте в отраслевых мероприятиях (конкурсах, рейтингах, проектах и т.д.).** Если говорить о конкурсах, например, то это независимая оценка предприятий торговли ведущими экспертами ювелирного рынка. Ведь есть государственное регулирование, ограниченное определенными рамками, а есть профессиональное признание, дающее большие конкурентные преимущества.

Что касается производителей, то они находятся в более жестких условиях – ведь всю их продукцию проверяют органы пробирного надзора. Все изделия проходят процедуру обязательного опробования и клеймения. Поэтому здесь и так все отстроено и отрегулировано. Отечественным заводам, наоборот, можно посочувствовать, ведь они работают в условиях неравноправной конкуренции со многими зарубежными предприятиями, зачастую находящимися в более благоприятных условиях. Наше государство, как следует из передачи, недостаточно эффективно осуществляет контролирующие и регулирующие функции, будь то таможня, которая должна пресекать контрабанду, или силовые структуры, которые должны с ней бороться. В результате мы, профессиональные участники ювелирного рынка, утратили или продолжаем утрачивать доверие потребителей и сами должны нести ответственность за все происходящее. Это доверие нужно восстанавливать, но данные процессы должны проходить в совершенно иной плоскости, на государственном уровне. Я думаю, нужно совершенствовать как законодательную базу, так и правоприменительную практику и усиливать контрольные мероприятия. Закон должен быть одинаков для всех. Закон суров, но это закон. **И**

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