



«АГАТ» ОТКРЫЛ ФИРМЕННЫЙ САЛОН В ЦЕНТРЕ МОСКВЫ

В Москве, на Кутузовском проспекте, в непосредственной близости от станции метро «Кутузовская» открылся фирменный салон «АГАТ». Точный адрес магазина «Фамильные драгоценности» – Кутузовский проспект, дом 35. Чем интересен этот магазин? Как его открытие отразится на сотрудничестве компании с розничными партнерами? Мы беседуем с генеральным директором ТД «АГАТ» Натальей ПЕТРЕНКО.

Еще полгода назад вы говорили об открытии собственного салона в Москве как о весьма отдаленной перспективе, объясняя это неготовностью к подобному шагу. Что изменилось? Откуда появилась уверенность в успехе проекта?

Чтобы розничный проект был успешен, нужно чтобы товар, в салоне представленный, был востребован. К этому состоянию востребованности можно идти двумя путями. Первый – открываться и потом, как говорится, по факту, продвигать сам магазин, товар, бренд. Ждать, когда тебя узнают, убеждать людей в том, что твоя продукция им нужна... Второй – сначала обеспечить узнаваемость бренда, гарантировать востребованность товара, и после этого уже открывать магазин и продвигать его. Я сторонник второго подхода: он требует большей подготовительной работы, зато беспроблемный в плане будущих продаж. Последний год мы активно сотрудничали с московскими ювелирными салонами – поставляли им коллекции на реализацию. Немало вложили в продвижение своих изделий. Как показал опыт взаимодействия, наша продукция востребована, у нее есть свой покупатель, который уже знаком с брендом «АГАТ», ценит наши работы, коллекционирует их и готов пополнять свои коллекции. Таким образом, мы вы-

ходим с новым салоном на уже подготовленный рынок, где нас ждут клиенты.

С открытием магазина изменится ли ваша политика в отношении столичных салонов?

Нет, ничего не изменится. Мы по-прежнему заинтересованы в расширении партнерства. По-прежнему будем поддерживать магазины рекламой, проводить для их сотрудников обучающие семинары. Как и раньше, будем идти навстречу партнерам в решении всех вопросов, оперативно реагировать на заявки...

А цена изделий? Если в вашем фирменном салоне цены будут ниже, магазины просто потеряют клиентуру...

Цены в новом салоне будут такими же, как у розничных московских партнеров, – это наша прин-



ципиальная позиция. Так что магазинам не стоит переживать: клиентуру мы у них перетягивать не собираемся. Разумеется, будут у нас и преимущества. Например, ассортимент шире – ведь в нашем салоне представлены только работы «АГАТ». И складские возможности, думаю, у нас больше, чем у обычного ювелирного салона или магазина подарков (в одном доме с салоном находится новое помещение нашего офиса – так что с площадями и хранением коллекции проблем нет).

Какие изделия можно купить у вас?

Все наши хиты: «Царская коллекция», «Золотая осень», набор для крепких спиртных напитков «Восточный», «Скифия», «Греческая мифология»... Посуда для детей. И, конечно, коллекция «Духовные ценности», которая объединяет изделия на православную тему. Разумеется, все интересные новинки, которые будет выпускать завод «АГАТ», тут же появятся в нашем салоне.

Московский салон оформлен так же, как киевский?

Общая концепция похожа – поскольку дизайн разрабатывался с учетом изделий, представленных в салоне. Но если салон в Киеве оформлен в стиле ампира, то наш московский магазин объединил элементы модерна и ампира. Все-таки московская аудитория и ее видение прекрасного отличается от киевской. А пренебрегать интересами целевой аудитории нельзя.

Весь интерьер – два зала – оформлен натуральным деревом в светлых тонах. Много света, воздуха, зеркал. Немного лепнины и колонн. Для разработки дизайн-проекта и оформления интерьера мы пригласили французского дизайнера. На первых порах он руководил процессом из Парижа, но на этапе отделки прилетел в Москву и до самого открытия магазина находился здесь.

Какими вы видите продавцов-консультантов нового салона? Сотрудников подбираете сами или поручили кадровому агентству?

Поскольку это первый наш магазин в Москве, набором продавцов я занимаюсь лично. В моем представлении это должны быть образованные женщины от 30 лет, поскольку наш основной покупатель именно такого возраста – 30 лет и старше. Спокойные, ненавязчивые, хорошо воспитанные. Умеющие слушать и слышать, чувствующие собеседника. С грамотной речью, негромким голосом, аккуратной прической и неброским макияжем. Располагающие к себе, к общению... Суетливость и легковесность – это не про них. Излишняя самоуверенность и убежденность в собственной непогрешимости – тоже. Этим женщинам предстоит играть роль хранительниц фамильных ценностей, исторических реликвий.

Опыт работы в ювелирной отрасли, думаю, необязателен. Главное – желание познавать новое. А уж научить такого человека, ввести в курс дела, мне кажется, не составит труда.

Вы сказали, что это первый магазин в Москве. Значит ли это, что в планах – открытие сети?

Планов у нас – громадьё! Но делиться ими, если позволите, пока не буду.

ОКСАНА ЛЕСНИЧАЯ:

Музыкальное оформление – важная составляющая маркетинговой политики магазина. Еще в начале XX века американские ученые доказали, что музыка способна повлиять на продолжительность пребывания посетителей в магазине, скорость их передвижения вдоль прилавков, и даже способствует увеличению продаж на 20–60%! Основное назначение музыки

в торговом зале – создать комфортную для посетителей атмосферу, расположить их к товару. При поиске оптимальных музыкальных произведений мы исходили из ощущений, которые дарят нам работы «АГАТ». С помощью музыки посетители салона должны приблизиться к серебряным шедеврам, почувствовать их, понять психологию, внутренний мир бренда...

Для музыкального оформления салона я использовала вечную и непревзойденную классику, способную придать салону и окраске посещения ощущение радости солнечного дня, уюта, а ещё чего-то необычного – сказки и стремления к новым ощущениям. Вот они наши любимые авторы: Иоганн Штраус – его знаменитые вальсы и польки. «Венгерские танцы» Иоганнеса Брамса и «Славянские танцы» Антонина Дворжака. Вдохновенные сюиты из балетов Чайковского. Танец с саблями из балета «Спартак» Арама Хачатуряна и сюита из балета «Гаяне». Музыка к балету «Шехерезада» Римского-Корсакова – реверанс в сторону восточных коллекций...



Я слышала, у вас открывается не только новый салон, но еще и новое интернет-представительство...

К открытию салона мы подготовили новый сайт – аналогов ему нет на российском бизнес-поле. Это сайт ручной работы, если можно так выразиться, – как, собственно, и все наши коллекции. Оформление занимается известный художник (его имя указано на ресурсе). Городские пейзажи, которыми любят посетители, прорисованы вручную – это не компьютерная графика. Эксклюзивность, интеллигентность, удобная, интуитивно понятная навигация, оригинальный контент – вот основные черты нашего нового веб-ресурса.

Какие новомодные опции вы использовали при оформлении салона?

Применили секреты аромадизайна: покупателей встречает запах дорогого натурального кофе (все-таки основу коллекции составляет столовое серебро и посуда). Далее по мере продвижения по салону ароматы меняются и смешиваются – миксы нам составили специалисты в области аромадизайна. Каким образом – рассказывать не буду. Просто приглашаю всех испытать их действие на себе.

Еще мы активно используем наработки в области аудиобрендинга – в торговых залах звучит музыка. Все вопросы, связанные с музыкальной программой, курирует оперная певица Оксана Лесничая. *(Мы представляли Оксану – лицо бренда «АГАТ» – в мартовском номере журнала. – Прим. ред.)*

Беседовала Ольга ЗАРЖЕЦКАЯ

ТД «АГАТ»

г. Москва, Кутузовский проспект, дом 35,
Тел.: +7 (495) 649-17-23, +7 (495) 961-46-89
info@agat-zavod.ru; www.agat-zavod.ru