



Елена ВАЩЕНКО, владелица ювелирных салонов в городе Славянск-на-Кубани: «ЖИТЬ И РАБОТАТЬ НУЖНО С УДОВОЛЬСТВИЕМ. ТОЛЬКО В ЭТОМ СЛУЧАЕ МОЖНО РАССЧИТЫВАТЬ НА УСПЕХ»

Очень эффектная, порой эпатажная женщина. Требовательный, иногда жесткий, но всегда справедливый руководитель. Легкий, с прекрасным чувством юмора собеседник. Оптимистичный и очень доброжелательный человек. Экономист по образованию. Художник по образу мышления. Любитель и ценитель всего прекрасного в жизни. Это – Елена ВАЩЕНКО, владелица популярных ювелирных салонов в городе Славянск-на-Кубани.

Ваши магазины не спутаешь ни с какими другими. Фрески, лепнина, роскошная мебель... Оформленные в стиле барокко, они, можно сказать, бросают вызов всеобщей минимализации...

Поскольку дизайн интерьеров разрабатывала я сама, в первую очередь он отражает мое

отношение к окружающему миру. Не скрою: я люблю все красивое. Одежду, прически, мебель, мысли, чувства, поступки... Люблю меха, бриллианты. Красивых людей. И верю, что человек, попадая в красивую располагающую обстановку, проще раскрывает свои лучшие внутренние качества. Не говоря уже о том, что

красивые вещи (в частности, украшения) приятнее выбирать и покупать в соответствующей атмосфере.

Что же касается интерьера именно в стиле барокко, то он, с моей точки зрения, оптимальным образом соответствует товару, в нем представленному. Барокко – это дворцовый стиль. Символ роскоши, блеска, богатства. Как и ювелирные изделия. Сколько бы мы ни говорили о доступности ювелирки, она навсегда останется в сознании людей символом достатка, а каждое новое украшение – событием. Особенно если учитывать значительное подорожание золота и бриллиантов в последнее время.

Отдельно подчеркну: фрески на стенах – не дешевая подделка. Это оригинальные авторские работы художника, который в свое время расписывал Свято-Воскресенский храм в Тимашевском районе Краснодарского края. Освещают помещение итальянские люстры. Мебель также выписана из-за рубежа.

Так что если обобщить вышесказанное, то я приверженец эффектного оформления – и не так важно чего именно: интерьера или личности.

Итак, внутренний дизайн ваших салонов вне конкуренции, а ассортимент?

Если сравнивать с магазинами нашего города, то ассортимент тоже вне конкуренции.

И по количеству позиций, и по качеству. Начну с того, что ассортимент чрезвычайно обши-

ШТРИХИ К ПОРТРЕТУ

Елена ВАЩЕНКО. Владелица двух ювелирных салонов в городе Славянск-на-Кубани.

Первый был открыт семь лет назад в ТЦ «ВЕНЕРА» (здание торгового центра, расположенное в центральной торговой части города, – собственность предпринимателя).

Второй – в ТЦ «ЛИДЕР» (ему 4 года), на пересечении главных транспортных магистралей региона.

Интерьер салонов выдержан в едином стиле – барокко.

Ассортимент – ювелирные украшения из золота (от массовой до эксклюзива), изделия на религиозную тематику, сувениры и интерьерные украшения.

рен. Мы представляем и недорогую массовку, и комплекты стоимостью под миллион. Есть и бриллиантовые коллекции, и жемчуг, и популярные сегодня полудраги. В наличии всегда все, что пользуется спросом, – за этим следят директора магазинов. Они каждый день общаются с покупателями и четко знают, что кому нужно (к слову: я тоже нередко встаю за прилавком – чтобы держать руку на пульсе).

Абсолютное большинство моделей – из золота (второй наш дифференциальный признак). Дешевыми серебряными цепочками/крестиками мы не торгуем – это наша принципиальная позиция. Она остается неизменной на протяжении всего времени работы.





В результате люди прекрасно знают, к кому нужно идти за золотом, и проблем с покупателями у нас нет.

И, наконец, последнее, чем мы принципиально отличаемся от конкурентов (если говорить об ассортименте), – качество товара. Гарантом выступают имена наших партнеров-производителей. Это только крупные надежные компании. В частности, «Топаз», «Лунный свет», «Алькор», «Мастер Бриллиант», «Прима эксклюзив», «Платина», «Ника», «Дом Кабаровских», «Эстет», «Оникс». Надо сказать, с «Ониксом» нас связывают не просто длительные партнерские, но эксклюзивные отношения. Еще на заре нашего сотрудничества руководство «Оникса» пообещало работать в городе только с нашим магазином и держит слово.

Времена, когда покупателей интересовала «просто ювелирка», прошли. Сегодня изделия мелких производителей по-прежнему не котируются. И клиенты стали грамотнее, и телевизионная «реклама» фальсифицированной ювелирной продукции «помогла». Хорошо читаемая проба на изделиях; опечатанные, а не написанные от руки бирки; надежная закрепка; разнообразный регулярно обновляемый модельный ряд... Все это важнейшие составляющие успешной работы ювелирного магазина.

Насколько я поняла из отзывов покупателей, ваши магазины еще славятся нестандартным набором бесплатных дополнительных услуг...

Дополнительные услуги – это, с моей точки зрения, обязательная составляющая работы

магазина. Конечно, в том случае, если владелец хочет иметь обширную постоянную клиентуру. Почему? Проведем параллель с другими предприятиями сферы услуг. Например, с автозаправочными станциями. На какую автозаправку вы приедете? Я, например, постоянный клиент бензозаправки, где во всех помещениях чисто, прекрасное обслуживание, постоянно работающее кафе, вкусный кофе... Мне приятно там бывать, поэтому я выбрала «свою» заправку раз и навсегда. А бензин – он по большому счету везде одинаковый. В случае с ювелирным магазином все точно так же. Покупатели выбирают магазин не только по ассортименту. Но и по уровню обслуживания, и по количеству бесплатных бонусов, которые им предлагают.

Поэтому сервис у нас – на самом высоком уровне. В торговых залах установлены всевозможные «ювелирные девайсы» – разумеется, бесплатные. И ультразвуковая чистка украшений – ею может воспользоваться любой посетитель, независимо от того, у нас было куплено украшение или нет. Аппараты, определяющие пробу золота. Не так давно их рекламировали как новинку – у нас они работают уже год. Детектор бриллиантов, фианитов и полудрагов. Проверить можно любое украшение – в том числе приобретенное не в наших магазинах. Электронный измеритель пальца – для точного определения размера. Не говоря уже о кредитах на покупку, пластиковых картах, подарочных сертификатах.

В народе говорят об индивидуальном подходе к начислению скидок, работе с клиентами... Расскажите, как вы это реализуете на практике, имея постоянный поток покупателей?

Это к вопросу об отношении к покупателям. Как уже говорила, я абсолютно убеждена, что доброе отношение, забота и искреннее внимание ничуть не менее важны, чем обширный ассортимент. Приведу примеры.

Среди наших постоянных покупателей есть удивительная пара: ему – чуть за 80, ей – чуть меньше. Как трепетно и нежно они заботятся друг о друге! И каждый год он непременно преподносит даме своего сердца в подарок украшение. Разумеется, мы не можем отказать себе в удовольствии поучаствовать в этом презенте – предоставляем индивидуальную скидку помимо стандартных.

Вот еще пример – пожилая женщина выбирает подарок внучке. Вся ее наличность – 5 тысяч рублей, отложенные с пенсий. А понравившееся кольцо с учетом всех возможных скидок стоит 5,5 тысячи. Мы с удовольствием помогаем пожилому человеку, закрывая глаза на недостающую сумму. Внучка получает подарок, бабушка счастлива. И это не единичные случаи в нашей практике.



Во всех магазинах есть акции для именинников – скидки в день рождения или по схеме «день до – день после». У нас уже много лет работает акция «Именинник месяца». Это, с моей точки зрения, оптимальный вариант. Согласитесь, немногие соберутся в собственный день рождения сбегать в магазин за украшениями. Накануне и после – тоже проблематично. Зато в течение месяца вполне можно выбрать время для шопинга. И праздничное настроение еще остается в силе.

Круглый год у нас работает барная стойка. Покупателей-мужчин, переступивших порог нашего магазина, сразу приглашаем в бар: после хорошего коньяка время, проведенное в ювелирном салоне, не тянется так медленно. Да и настроение сразу повышается, и молодецкая удаль просыпается – хочется сделать достойный подарок даме сердца...

Очень любим принимать гостей в праздники. При входе организуем фуршет, всем посетителям предлагаем закуски и напитки. Надо сказать, хороший алкоголь прекрасно сочетается с ювелирными украшениями и способствует росту продаж.

Чем еще привлекаете посетителей? Если проанализировать статистику продаж, число постоянных клиентов стабильно растет...

У нас комфортно, уютно, вкусно. Звучит приятная музыка: классика или инструментальная – оптимальные для презентации ювелирных изделий. Пользуемся возможностями аромамаркетинга – посетителей встречают запахи ванили, шоколада, кофе... В комнате релаксации можно отдохнуть за чашечкой хорошего кофе, неторопливо рассмотреть коллекции, помузицировать (у многих наших клиентов есть музыкальное образование, для них – электронное пианино Yamaha, ноты).

Особого упоминания заслуживают сотрудники. Высшее образование, приятная внешность, грамотная речь, умение самообразовываться и самосовершенствоваться – обязательные качества и директоров, и продавцов магазинов. Я принципиально не провожу тренинги для персонала. Убеждена: существует такое понятие, как талант, способность работать с людьми. Если обладатель этого таланта имеет еще и мозги, он в состоянии сам прочесть специальную литературу (ею я снабжаю своих сотрудников – у нас есть собственная библиотека), осознать и применить прочитанное на практике. У светлого позитивного человека (именно такие люди работаю со мной) и покупки делать приятно.

Беседовала Ольга ЗАРЖЕЦКАЯ

**ЮВЕЛИРНЫЙ САЛОН «ВЕНЕРА»
353567, Краснодарский край,
г. Славянск-на-Кубани,
ул. Дзержинского, 263
Тел.: 8 (86146) 2-19-48**

