



Кто для нас
икона стиля?
Кто гламурней
будет всех?
«Золотая галерея»,
так держать
вперед и вверх.

Не нужна
мне Третьяковка,
мне не нужен
Эрмитаж,
«Золотая Галерея» –
настоящий эпатаж.

Частушки, присланные
на Новогодний
конкурс частушек

Управляющие партнеры сети ювелирных магазинов «Золотая галерея»
Елена Васильевна КАРДОНОВА и **Анжела Владимировна СТОГОВА**

ИСКУССТВО УДИВЛЯТЬ

КОГДА СОЗДАНИЕ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ СЛУЖАТ УКРАШЕНИЕМ ВЫСТАВОК И ЧАСТНЫХ КОЛЛЕКЦИЙ, КОГДА СО ВСЕГО ГОРОДА ПРИХОДЯТ ПОСМОТРЕТЬ НА ИНТЕРЬЕР ЮВЕЛИРНЫХ МАГАЗИНОВ, КОГДА ОБ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЯХ ГОРОЖАНЕ СЛАГАЮТ ПЕСНИ, ЭТО НЕ ПРОСТО ЮВЕЛИРНЫЙ БИЗНЕС. ЭТО СТАНОВИТСЯ НАСТОЯЩИМ ИСКУССТВОМ. ИСКУССТВОМ УДИВЛЯТЬ СВОИМИ ТАЛАНТАМИ. ВСЁ, ЧТО ДЕЛАЕТСЯ В СЕТИ НЕОБЫКНОВЕННЫХ ЮВЕЛИРНЫХ МАГАЗИНОВ «ЗОЛОТАЯ ГАЛЕРЕЯ» В ГОРОДЕ АНГАРСКЕ, ОТ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ ДО РЕКЛАМНЫХ АКЦИЙ, ПОДЧИНЕНО ОСНОВНОЙ ИДЕЕ – ЭПАТИРОВАТЬ ПУБЛИКУ. И ВСЕ ВЫШЕПЕРЕЧИСЛЕННОЕ НЕМЫСЛИМО БЕЗ ЭНЕРГИИ ОСНОВАТЕЛЕЙ БИЗНЕСА, ВДОХНОВЛЁННЫХ ЛЮБИМЫМ ДЕЛОМ

Редкие штучки

Елена Васильевна Кордонова и Анжела Владимировна Стогова свою трудовую деятельность в компании начинали с самых низов. Елена Васильевна пришла работать технологом литейного производства, а Анжела Владимировна продавцом-консультантом. Они росли и развивались вместе с компанией и на сегодняшний день являются уважаемыми ценными сотрудниками.

Что вы знаете о временах года? Не так давно прославленные музыкальные произведения Вивальди и Чайковского дополнились ювелирным шедевром, выполненным мастерами компании «Центр-Ювелир». В 2000 году поступил заказ – сделать дорогой подарок для уважаемого человека из Москвы. Из 1 килограмма золота изготовили четыре рамки под фотографии

«Времена года»: зима со снежинками из бриллиантов, весна с яблоневыми цветами, лето с букетом цветов, осень с осенними травами. Над проектом трудились 9 месяцев всей мастерской. Получилась потрясающая вещь! Подарок очень понравился – вскоре последовал звонок из Москвы от юбиляра с просьбой сделать нечто подобное. Так у компании «Центр-Ювелир» стали появляться регулярные заказы подобного уровня. Трудно поверить, ведь еще 11 лет назад это было обычное предприятие бытовых услуг на грани банкротства. Здесь в мастерской простыми ювелирами работали будущие учредители прославленной ювелирной компании Дмитрий Коршенбойм и Олег Селиванчук.

В первое время создания собственной компании они буквально жили на работе: сами ремонтировали помещение, тут же изготавлива-

Россия, Иркутская обл.,
г. Ангарск,
22-й микрорайон, д. 5
Тел.: 8 (3955) 550-044
e-mail:secretar_uvelir@mail.ru



ли и ремонтировали ювелирные изделия. Приступили к формированию своей команды. Изучили новые технологии и последние тенденции в отрасли на выставках Москвы. Закупили самое современное оборудование.

После успеха «Времен года» одним из направлений компании – Kirshenbaum jeweler`s design – стало создание штучных работ: интерьерных изделий и ювелирных украшений. Сотрудничество с ведущими питерскими и иркутскими камнерезами оказалось очень плодотворным. Корона для самой красивой девушки Иркутска, победительницы конкурса «МИСС Иркутск» – тоже дело рук мастеров «Центр-Ювелира». Она выполнена из белого золота 585 пробы и инкрустирована жёлтыми сапфирами канареечного цвета, топазами и бриллиантами. Самый крупный камень в короне марки Kirshenbaum – топаз в 80 карат, с уникальной огранкой. Эксклюзивное украшение, которое оценивается в 100 000\$, сделали в рекордные сроки, всего за 45 дней.

Или вот ещё пример. Четыре года назад на открытии федеральной трассы «Амур» первым лицам государства вручали необычные золотые значки. В виде карты России, на которой проложена эта трасса. Все ключевые города были изготовлены из брильянтов, Москва – из рубинового камня. Разумеется, такую красоту могли сделать только в «Центр-Ювелир». Изготовление корпоративной символики из драгоценных материалов – ещё одно успешное направление деятельности компании, получившее название «GOLD знак». Что и говорить, изделия «Центр-Ювелир» удивительны по красоте и необычны по авторской задумке: недаром они попали в частные коллекции России и Зарубежья.

Завоевание рынка

В 2003 году компания вышла на рынок розничной торговли ювелирными изделиями – открылся первый магазин «Золотая га-



лерея». После всестороннего анализа рынка и изучения конкурентов было решено позиционировать предприятие как лидера в области использования инновационных решений: в торговом зале, в рекламе, в продажах. Впервые в городе «Золотая галерея» стала применять такие маркетинговые методы, как торговля украшениями в кредит, обмен старого золота на новое, бесплатное сервисное обслуживание ювелирных украшение для своих клиентов, а также использование подарочных сертификатов. Эти конкурентные преимущества позволили магазину сразу же завоевать ведущие позиции в ювелирной торговле города. Конкурентам оставалось только догонять «Золотую галерею» и копировать эти программы.

Темп роста компании составлял 40–50% в месяц, рос товарооборот. Через полгода провели реконструкцию помещения и увеличили площадь торгового зала до 100 кв. м:



1

«Золотая галерея» стала самым большим ювелирным магазином в Ангарске.

Знать в лицо

«Дед Мороз – черный нос, родом с острова Кокос и Снегурочка – Вампирка, мечта любого цирка!». Под Новый 2004-й год нельзя было найти в Ангарске человека, который не обсуждал бы беспрецедентную акцию в «Золотой галерее». В торговом зале магазина 10 предновогодних дней находилась странная компания – нигериец Дед Мороз в сопровождении такого же чернокожего охранника в камуфляже с пластмассовым пистолетом и миниатюрной Снегурочки (в карнавальных костюмах оказались дочь директора магазина и её друзья). Посетители наперебой фотографировались с заморскими гостями и получали фотографию на память.

На следующее утро «Золотая галерея» стала узнаваемой и знаменитой. В магазине было не протолкнуться. Так, опытным путём, была выбрана стратегия дальнейшего покорения рынка – эпатировать публику!

Каждая акция в магазине – настоящее театральное действие и обязательно сюрприз. Это и необычное оформление витрин – например, выкладка украшений прямо... на битый кирпич и бутылочные осколки. И миллион оранжевых апельсинов – на полу, витринах, стендах магазина под Новый год. И пантомима в окнах. И необычный конкурс детского рисунка «Украшение для моей мамы», по итогам которого мама победителя получила в подарок драгоценное изделие на основе эскиза своего сына. И воскресные сюрпризы в виде дополнительной скидки или лотерейного билета, торта, музыкального диска или пригласительного билета в кино. Это и конкурс «Новогодних частушек от «Золотой галереи»,



1. Кулон «Стрекоза». Белые и оранжевые бриллианты, сапфиры, золото 750 проба. Частная коллекция г. Москва.

2. Кольцо. Белые и желтые бриллианты. Золото 750 проба.

3. Камнерезная скульптура «Банник». Витимский нефрит, окаменевшее дерево, золото, бриллианты, турмалины.

4. Кольцо. Аквамарин 60 карат, сапфиры, черное золото.



4



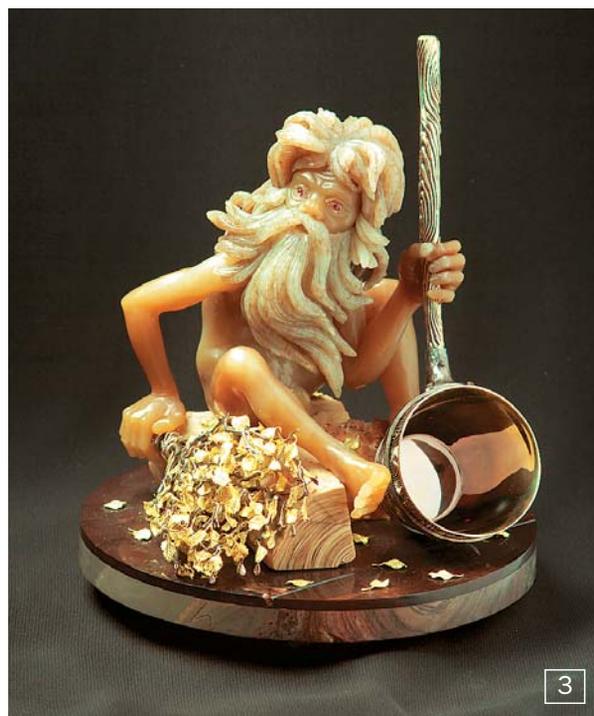
2

проводимый совместно с радио. Из более 500 присланных вариантов предпочтение отдали этому:

Из-за скидки в Галерее подрались хохол с евреем, хоть хохол и был сильней, все равно купил еврей.

Новая эра

Открытие еще одного ювелирного магазина «Золотая галерея» в собственном помещении стало событием 2006 года для всех горожан. Во-первых, само здание напоминает



3

экспонат из будущего. В просторном магазине площадью 220 кв. м на первом этаже располагается серебро, на втором – золото. В магазинах представлена и самая полная коллекция изделий с полудрагоценными камнями. В интерьере – всё ультрасовременное.



Стальное оформление с заклёпками, самовыкатывающиеся витрины на магнитных ключах, в центре зала – парящая витрина на тросах. Используются различные системы подсветки ювелирных украшений (галогеновые, металлогалогеновые, люминисцентные) в зависимости от типа изделия и его расположения в витрине. Вход в магазин украшает стилизованное металлическое дерево – символ роста и стремления вверх.

С первых же дней здесь проходили массовые народные гулянья. Перед магазином организовали фестиваль ледяных скульптур с участием 4 профессиональных и 7 детско-юношеских команд из художественных школ и училищ. Получился потрясающий ледяной городок с ледяной горкой и ёлкой. Состоялся большой детский праздник с полевой кухней и всеобщим чаепитием.

В борьбе за драгоценное внимание

Однако удивительные акции вовсе не подменяют собой качество услуг сети необычных ювелирных магазинов «Золотая галерея». Имея собственную производственную базу, зная все тонкости ювелирного дела, компания формирует ассортимент из изделий лучших заводов-производителей и поставщиков России.

Каждого посетителя встречают как дорогого гостя. Вежливые консультанты помогают определиться с выбором. Для удобства покупателей в торговом зале оборудован детский уголок, где транслируют мультфильмы. Работает программа лояльности «Семейные ценности», по которой чествуют клиентов. В сети необыкновенных ювелирных магазинов «Золотая галерея» действует дисконтная программа: клиенты получают скидки, которые увеличиваются при следующих покупках.

Не все желающие могут надеть стильный металлический бейджик продавца-консультанта «Золотой галереи». Только самые



талантливые, артистичные, душевные люди. Ежегодно они повышают квалификацию, сдавая настоящий профессиональный экзамен. Зато победителей корпоративных конкурсов ждут щедрые вознаграждения руководства. Лучший продавец-консультант 2008 года, Елена Иванова, награждена корпоративным золотым значком «Золотой галереи», инкрустированным рубином. Однако самая большая награда для всего персонала – работать в самой творческой, оригинальной и успешной ювелирной компании Ангарска.



Новогодний конкурс частушек от «Золотой галереи»

Заботу и внимание «Золотой галереи» оценили не только постоянные клиенты, но и многие организации города, которым компания оказывает спонсорскую поддержку. На одной из центральных площадей для удобства жителей Ангарска установлены неоновые часы с логотипом «Золотой галереи». Компания стала неотъемлемой частью жизни родного города. ■