



За коллаборациями – будущее!

Главные выводы

из выставки-конгресса J-1

Ювелирная выставка – всегда особое событие. Она может сказать многое о состоянии индустрии в целом. Организаторы Международной ювелирной выставки-конгресса J-1 Константин ЗАКИРОВ и Дина НАСЫРОВА поделились с редакцией «Навигатора ювелирной торговли» выводами, которые они сделали по итогам прошедшего в конце сентября мероприятия.



1. Не надо бояться коллабораций – за ними будущее! Этот тезис прошел красной нитью через все разделы нашего события. Мы говорили об этом на конгрессе, в частности, Юрий Якушев, сооснователь бренда ANCHOR, прочитал интереснейшую лекцию на эту тему. Мы убедились в этом даже на конкурсе – в номинации «Лучшее ювелирное изделие» победила работа, созданная творческим тандемом Сергея Шиманского и Михаила Милютинина.

Надо понять одно: вы не столько делитесь, сколько приобретаете. Наш опыт тому подтверждение. Во-первых, мы работаем не в одиночку – только совместными усилиями реально за такой короткий срок с нуля вывести наш амбициозный проект на международный уровень. Во-вторых, этот путь мы прошли не по отдельности, а с нашими партнерами. Именно благодаря им на выходе мы получили не

просто выставку, а событие с совершенно уникальной насыщенной программой.

Так, например, в рамках J-1 в этом году прошла 20-я церемония легендарной премии «Лучший ювелирный магазин», которая собрала лучших из лучших ритейлеров страны. Мы от всей души поздравляем издание «Навигатор ювелирной торговли» с этим знаменательным событием и благодарим за сотрудничество.

Партнерство с Натальей Перфиловой позволило нам открыть на базе J-1 школу для ритейла, с International Jewellery School – организовать первый в истории ювелирных выставок воркшоп для профессионалов J-1 Masters. Резюмируем: ищите тех, кто может быть вам полезен, расскажите, чем вы можете быть полезны им, и вместе идите к своим целям. Уверены, вы гарантированно обнаружите новые точки роста.

2. К коллаборациям должны прибегать не только компании, но и страны. И это уже наше настоящее. В июле этого года на базе Международного финансового центра «Астана» было учреждено Евразийское ювелирное экспортное бюро, а J-1 стала официальной выставкой ЕАЭС.

В планах – объединение Европы и Азии: мы собираемся вести активную работу с представителями ювелирных сообществ 90 стран. Казахстан – локация, удобная для торговли, – станет точкой для ведения бизнеса на двух фундаментальных материках. Нет сомнений, что как только удастся наладить бесперебойное взаимодействие между государствами, фактически в индустрии случится революция – скачок в развитии отрасли.

3. Нужно воспитывать покупателей. Упомянутая ранее школа для ритейла – это отличный старт, пото-

му что производство, креативная часть и ювелирная индустрия в целом не имеют смысла без работы с конечным потребителем. И в нашем случае ритейл, магазины – это те самые амбассадоры отрасли, которые способны грамотно направить покупателя, сформировать его вкус, сориентировать в многообразии стилей.

4. Дизайн выходит на первый план. Представители заводов все чаще привлекают к работе современных дизайнеров и умело внедряют свежие идеи в производство, а ритейл все чаще обращается к небольшим креативным брендам, расширяя ассортимент. В этом году «Улица дизайнеров» выросла в 4 раза по сравнению с J-1 2020 года, а тема креативности был полностью посвящен один из дней образовательного и делового конгресса. Мы в очередной раз оценили, как много в стране талантливых рук и каков на самом деле их потенциал.

5. Личные встречи – самые полезные и самые желанные. Несмотря на то что ограничения, связанные с пандемией, уже не такие жесткие, как в прошлом году, мы все равно видим, что многие до сих пор испытывают дефицит живого общения. Этот факт только повышает эффективность личных встреч и надежность новых рабочих отношений. В этом году у нас было несколько дизайнеров, которые принимали участие в ювелирной выставке впервые – до этого продавали изделия только через соцсети и сайт. Все они остались довольны форматом, новым для них, но традиционным для индустрии.

6. Офлайн и онлайн должны работать вместе. Продвигая одно, мы не должны забывать про другое. Несмотря на то что по своей сути выставка – мероприятие очное, большая часть программы дублировалась. Результат был позитивно предсказуемым: мы получили большое число благодарностей как от очных участников, которые могли напрямую задать свои вопросы экспертам на конгрессе или воркшопе, так и от онлайн-зрителей, у которых не было возможности посетить событие в Москве, но это не помешало им общаться с нами дистанционно все эти дни.

Нельзя не сказать отдельно о J-1 Masters – абсолютной новинке года: у нас реально случился аншлаг. Зал был заполнен все дни, а трансляции смотрел весь мир: регистрации совершались из Новой Зеландии, Австралии, США, Канады, Великобритании, Швейцарии, Венгрии, Болгарии и других стран. И так работает сейчас все: онлайн должен обязательно поддерживать офлайн и наоборот, чтобы обеспечить гарантированный результат.

7. Государственные структуры не так далеко от нас, как мы думаем. Они многое делают, слушают и слышат – надо только правильно к ним обращаться. И они готовы идти навстречу. Это показал наш так называемый госдень, который прошел в рамках конгресса. В этом году у всех желающих была возможность задать свои вопросы представителям Минфина и Федеральной пробирной палаты. И если в прошлом году на мероприятии присутствовало только руководство, то в этом на вопросы отвечали люди, ответственные за техническое обеспечение. Это крайне важно и о многом говорит.

8. Нам нельзя останавливаться. Такие мероприятия нужны, мы снова в этом убедились. У нашей выставки есть огромное преимущество: J-1 – это не просто площадка для купли-продажи, а место, которое позволяет каждому найти способы решения своих задач.

Для ритейла это уникальная возможность посмотреть на новинки вживую, подержать в руках, примерить. Практика показывает, что дистанционно невозможно оценить изделие – его вес, дизайн, эргономичность.

Для производителя это возможность напрямую пообщаться с покупателем, представить свои коллекции, обсудить условия сотрудничества, найти новых клиентов. И это прекрасная возможность получить обратную связь от конечных потребителей. Это очень важно, так как немногие производители имеют розничные сети и прямой контакт с покупателем. В этом году мы можем констатировать очень высокую проходимость. Не сомневаемся, что на предновогодней выставке J-1 Christmas, которая тоже пройдет в Гостином Дворе с 10 по 12 декабря, посетителей будет не меньше.

Мы искренне гордимся тем, что нам удалось создать площадку, которая дает возможность общения с ведущими экспертами, обучения, обмена опытом. Все четыре составляющие J-1 – выставка, конгресс, конкурс и воркшоп – пользовались равным интересом. Мы видим, что представителям индустрии интересны смежные проекты, им важно развиваться не только в той сфере, в которой они непосредственно работают, но и в целом понимать, куда движется индустрия. И это нас очень мотивирует. 