

ВЕСЕННИЙ «СПАД» ЗАТЯГИВАЕТСЯ...

КТО ВИНОВАТ И ЧТО ДЕЛАТЬ?



Ювелиропт

В УРАЛЬСКОМ РЕГИОНЕ СЛОЖИЛАСЬ НЕ СОВСЕМ СТАНДАРТНАЯ ДЛЯ НАЧАЛА ЛЕТА СИТУАЦИЯ. ВЕСЕННИЙ СПАД ПРОДАЖ, КОТОРЫЙ, КАК ОБЫЧНО, НАЧАЛСЯ В АПРЕЛЕ, В МАЕ НЕ СКОРРЕКТИРОВАЛСЯ. НАПРОТИВ, СОКРАЩЕНИЕ ОБЪЕМОВ ПРОДОЛЖИЛОСЬ. С ЧЕМ ЭТО СВЯЗАНО? КОГДА СИТУАЦИЯ УЛУЧШИТСЯ? КАК МАГАЗИНЫ МОГУТ НИВЕЛИРОВАТЬ ПАДЕНИЕ? КАКУЮ ПОМОЩЬ ИМ ОКАЗЫВАЕТ ООО «ЮВЕЛИР-ОПТ»? МЫ БЕСЕДУЕМ С УЧРЕДИТЕЛЕМ И ДИРЕКТОРОМ КОМПАНИИ ЛЮДМИЛОЙ НОВОСЕЛОВОЙ.

С чем Вы связываете затянувшийся спад продаж в ювелирной отрасли?

С моей точки зрения, одна из основных причин следующая: люди стали более тщательно и детально планировать семейный бюджет. Стали подходить к тратам более жестко. А поскольку ювелирные изделия не входят в пятерку предметов первой необходимости, покупка новых украшений откладывается. Выбирая между, например, летним отдыхом на море и ювелирным гарнитуром, большинство предпочитает первое...

Чтобы потенциальные покупатели опять начали тратить деньги на удовольствия, должна стабилизироваться экономическая ситуация в стране. Пока же мы находимся в состоянии стагнации: нет предпосылок к улучшению обстановки, но и ухудшения ситуации не наблюдается. При этом люди не чувствуют стабильности, уверенности в завтрашнем дне. А без этого, увы, мало кто может себе позволить «лишние» траты.

Так что нынешний затянувшийся спад – из разряда экономических проблем не конкретных потребителей, а страны в целом.

Когда можно ожидать улучшения ситуации?

Думаю, к середине лета. Но причины стабилизации будут, скорее, психологического плана, нежели экономического. Зима была холодная, все ждали тепла. Жаркое лето предполагает более открытые одежды, желание украсить себя, выглядеть более ярко... И, как следствие, – повышение спроса на ювелирные изделия. Не стоит отчаиваться. Давайте дождемся июля–августа – традиционного для ювелирной отрасли высокого сезона. В этом году динамика продаж не должна измениться.

На какие изделия рекомендуете обратить внимание при формировании летнего ассортимента?

Одна из самых интересных новинок – коллекция Красноярского завода цветных металлов – «Красберри». В ее основе – полудрагоценные цветные камни, выполненные в виде ограненных шариков. В центре шариков просверлены отверстия, благодаря которым они свободно перемещаются по тончайшей цепочке или браслету. Невысокая цена, эффектный дизайн, широчайшая цветовая гамма (украшения можно подобрать под

«Алмаз-Холдинг»



ОАО «Красцветмет»
Обручальные кольца. Платина 950°,
бриллианты

любую одежду, любой цвет глаз) делают эту коллекцию хитом летних продаж.

Что еще помимо грамотного подбора ассортимента может помочь магазину удержаться на плаву?

Тесное сотрудничество с компаниями других сфер бизнеса, но ориентированных на одну с ювелирными магазинами целевую аудиторию, с взаимовостребованными услугами. Согласитесь, покупка путевки не предполагает непременно пополнения шкатулки с драгоценностями...

Приведу пример удачной акции, которая проходит в Екатеринбурге. Организатор – ювелирные салоны «Ринго». Поскольку весна-лето – сезон свадеб, акция ориентирована на молодоженов. Помимо ювелирных магазинов, которые представляют обручальные кольца и свадебные подарки, участвуют фирмы, предоставляющие услуги по прокату лимузинов, оформлению букетов, организации свадебных путешествий, кафе и рестораны... Причем компании, работающие в средней ценовой категории и готовые предоставлять скидки в рамках этой акции – то есть на сегодняшний день самые востребованные.

Как Вы участвуете в подобных мероприятиях? Какую помощь оказываете магазинам?

Мы отвечаем за подготовку ассортимента ювелирных изделий для таких акции. Являясь посредником между производителем и розницей, представляя интересы и тех, и других, наша



задача – сделать максимально выгодное предложение магазину и предельно широко представить изделия производителей. В частности, в рамках подготовки екатеринбургской акции мы представляем в салонах «Ринго» обручальные кольца ведущих российских производителей.

Что из свадебных новинок представляете в рамках акции?

Комбинированные трехкомпонентные кольца из розового, белого и желтого золота. Изделия со вставками из фианитов и бриллиантов.

Большого внимания заслуживают новые коллекции Красноярского завода цветных металлов из платины и палладия. А также кольца из розового и белого золота от «Алмаз-Холдинга», выполненные по новой технологии – диффузионная спайка.

Любую, даже самую интересную коллекцию нужно грамотно представить покупателям. На чем стоит сделать акцент при подготовке рекламных баннеров?

По моим наблюдениям, сегодня людям, чтобы принять решение зайти в этот магазин или нет, важно знать: какие изделия предлагаются и сколько они стоят.

Эту информацию и следует размещать на рекламных баннерах: не только показать изделия (фото), но и непременно указать цену.

Но хочу предостеречь магазины от распространенной ошибки. В прошлом году тюменские ювелирные магазины устроили своеобразное соревнование: у кого золото дешевле. В результате на рекламном плакате одного салона появилась рекордная цена: 890 рублей за грамм. При этом в магазине были представлены изделия средней ценовой категории. Покупатели, которые интересовались, где же украшения по рекордно низкой цене, слышали ответ: «Они закончились». Стоит ли говорить, что благодаря сарафанному радио уже через неделю магазин вообще лишился посетителей.

Еще один важный нюанс оформления рекламы – нельзя забывать о брендах. Раньше покупателей не очень интересовало, кто произвел то или иное изделие. Сегодня качество украшений, а следовательно – его производитель выходят на первый план. Поэтому на рекламных баннерах стоит найти место для имени производителя. Тем более производители сейчас принимают самое активное участие в совместных рекламных акциях с магазинами-партнерами.

Но «заманить» покупателя в магазин недостаточно – нужно еще суметь грамотно облужить его. И тут встает вопрос подготовки продавцов. Чем Вы можете в этом помочь?

Поскольку для покупателей важно качество изделий, имя производителя, особенности мате-



ОАО «Красцветмет».
Коллекция «Красберри»

риалов, от продавцов требуется немалая осведомленность в этих вопросах. Мы проводим выездные занятия, где предоставляем исчерпывающую информацию о товаре, которым они торгуют, производителе, о том, какие технологии применяются, чем они интересны.

Чем лучше продавец знает историю развития производства, какие люди стоят за его достижениями и наградами, сколько тепла и труда вложено в изделия, тем тоньше он чувствует товар, лучше входит в контакт с покупателем, с большей отдачей работает и соответственно получает лучший результат (растут объемы продаж).

Какие вопросы Вы затрагиваете на семинарах?

Выкладки товара, технологии производства, особенности производителей. Особое внимание уделяем разрешению конфликтных ситуаций. Случается, что покупатели обращаются в магазины с претензиями на «качество» изделий – приносят испорченные украшения. Между тем зачастую неприятности происходят не по вине производителя, а из-за нарушений правил эксплуатации изделий.

Например, есть цепи хрупкие: в них нельзя спать, заниматься спортом. Эту информацию продавец должен донести до покупателя, тогда претензий будет значительно меньше. Более того: при таком подходе у покупателя возникает ощущение надежности, защищенности... Но чтобы так работать с клиентом, продавцу самому необходимо быть в курсе производственных нюансов.

Еще один важный момент: сегодня производители активно и охотно работают с розничными покупателями. Оперативно решают такие вопросы, как экспертиза и ремонт украшений (во-первых, от скрытых дефектов никто не застрахован, во-вторых, даже если изделие сломалось по вине покупателя, производитель может качественно и за небольшие деньги отремонтировать свое изделие). И продавцы должны знать, какие услуги готов оказать производитель. Понимать, что они не остались один на один с клиентом: у них за спиной надежный партнер – производственная компания.

Что нужно предпринять магазину, чтобы Вы провели для его сотрудников семинар?

Работать с нами и заявить о своем желании прослушать семинар. Мы всегда открыты для сотрудничества! ■

Беседовала Ольга ЗАРЖЕЦКАЯ

ООО «Ювелир-опт»

Екатеринбург, ул. Хохрякова, 74, 15-й этаж
Тел. (343) 379-99-92
info@j-opt.ru; www.j-opt.ru