

ПЛАГИАТ ИЛИ ПРИЗНАНИЕ МАСТЕРСТВА?

У «АГАТА» «УКРАЛИ» ЦАРСКУЮ КОЛЛЕКЦИЮ

В ОКТЯБРЕ ПРИНЯТО ПОДВОДИТЬ ИТОГИ ВЕДУЩЕЙ РОССИЙСКОЙ ЮВЕЛИРНОЙ ВЫСТАВКИ – «JUNWEX МОСКВА». ХВАЛИТЬСЯ ЗАКЛЮЧЕННЫМИ ДОГОВОРАМИ, «ОТРАБАТЫВАТЬ» НОВЫЕ ДЕЛОВЫЕ КОНТАКТЫ И АКТИВНО ГОТОВИТЬСЯ К НОВОГОДНИМ ПРОДАЖАМ. «АГАТ» – КРУПНЕЙШИЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ СТОЛОВОГО СЕРЕБРА – ДОВОЛЕН ВЫСТАВКОЙ: ОНА ПРОШЛА ЖИВО И ЭФФЕКТИВНО. ИНТЕРЕС К ЕГО РАБОТАМ НЕИЗМЕННО РАСТЕТ, КОЛИЧЕСТВО КОНТРАКТОВ – ТОЖЕ. ПРАВДА, НА ВЫСТАВКЕ 2010 ГОДА ОБНАРУЖИЛСЯ ОДИН ИНТЕРЕСНЫЙ ФАКТ: ОБРАЗЫ, СОЗДАННЫЕ «АГАТОМ», СКОПИРОВАЛИ (ПРОЩЕ СКАЗАТЬ, УКРАЛИ) ПРЕДПРИИМЧИВЫЕ КОЛЛЕГИ ПО ЦЕХУ. КАК ОТНОСИТСЯ «АГАТ» К ПОДОБНЫМ «НЕПАРЛАМЕНТСКИМ» СПОСОБАМ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА, ЧТО НАМЕРЕН В СВЯЗИ С ЭТИМ ПРЕДПРИНЯТЬ И КАКИЕ ПЛАНЫ НА БЛИЖАЙШЕЕ БУДУЩЕЕ?



Александр Николаевич РАК, генеральный директор ювелирного завода «Агат»

«О ВРЕМЕНА. О НРАВЫ» (Н.В. ГОГОЛЬ, «РЕВИЗОР»)

Первыми неладное заметили магазины – многие приехали к открытию форума и сразу же «пробежались» по стендам. Заметили и – к «Агату»: вы представляете, на N-ском стенде работы по дизайну – один в один ваша «Царская коллекция». Но качество, конечно, не в пример ниже. И обработка поверхностей не та, и закрепка камней, и позолота... Зато и цена почти в два раза ниже, чем у вас... «Мы, конечно, тоже сходили – полюбовались на «художества» конкурентов, – рассказывает Наталья Петренко, генеральный директор компании «Агат». – Что тут скажешь? Будем считать, что это признание нас и нашего мастерства российскими коллегами. Если с этой стороны посмотреть на случившееся, то можно только порадоваться нашему успеху и популярности коллекций на российском рынке. К тому же мы и наши коллекции, сами того не желая, на некоторое время оказались в центре всеобщего внимания. Кому помешает дополнительный PR? Помните известное выражение: если бы эта история не произошла на самом деле, ее надо было бы придумать. Думаю, это про нас».



Наталья ПЕТРЕНКО, генеральный директор Торгового дома «Агат»

Хорошо, что «Агат» с юмором воспринимает все происшедшее! Что же касается компании, которая пошла на такой сомнительный шаг, то ее можно от души пожалеть. Несмотря на то что ее изделие дешевле, чем оригинал «АГАТА», цена все равно остается высокой. Как ни крути, это вещи премиум сегмента. Но качество, увы, «тянет» только на эконом. Так что шансы быть проданными у «ворованной» коллекции стремятся к нулю.

«Это не первый подобный инцидент, – говорит Наталья Петренко. – Пару лет назад другая компания скопировала наши работы. И что? Они до сих пор не продались (пылятся на полках в магазине), хотя уценивались уже неоднократно. И цена сегодня – ниже закупочной в два

раза. Состоятельные люди, которые могут позволить себе подобные покупки, не привыкли бросать деньги на ветер. Они вкладывают большие суммы, но только в достойные вещи, которые стоят своих денег и не потеряют в цене со временем. У нас крупное производство, отлаженные технологии; новое дорогое оборудование, обученный персонал... И качество наших изделий безукоризненно. Это – одна из основных составляющих нашего успеха. В сегменте столового серебра нам трудно противостоять».

Александр РАК, генеральный директор завода «Агат»:

«Мы понимаем, что для успеха производства и увеличения продаж нужно постоянно придумывать что-то новое. И очень печально, что наши ювелиры ходят за идеями друг к другу! Перед нами тоже часто возникает проблема, где взять идею? Когда мне нужно вдохновение, я иду в музей и дизайнеров с собой беру! Например, в Москве в Исторический музей на Красной площади или в Санкт-Петербурге в Эрмитаж, по адресу Дворцовая площадь, дом 2».

А В ОСТАЛЬНОМ, ПРЕКРАСНАЯ МАРКИЗА...

Если не брать во внимание этот неприятный инцидент, во всем остальном выставка для «Агата» прошла на ура. Число партнеров компании (и соответственно договоров) выросло в несколько раз: вернулись старые клиенты, которые «затихали» на время кризиса. Появились новые. К слову: 1/3 контрактов «Агат» заключил с компаниями, с которыми увиделись впервые именно на выставке.

«Приносим свои извинения магазинам за то, что не успеваем отгрузить товар в срок. Мы уже увеличили рабочий день и трудимся без выходных. Очень просим тех, кто еще не получил

свои заказы, немного подождать. До конца октября постараемся выполнить все свои обязательства», – уверяет Наталья Петренко.

О ДОБРОМ И ВЕЧНОМ. ТО ЕСТЬ О РАБОТЕ С МАГАЗИНАМИ

Раз уж речь зашла о работе с магазинами, стоит упомянуть, что «Агату» удалось возродить традицию взаимоотношений производитель-поставщик, характерную именно для ювелирной отрасли. А именно – работа под заказ.

«Начиная сотрудничать с новыми магазинами, мы детально оговариваем возможности нашего производства и ориентировочные сроки выполнения будущих заказов, – делится практикой Наталья Петренко. – Магазины оформляют под нас индивидуальную витрину, выставляют отдельные вещи из коллекций, демонстрируют покупателям каталоги: «Посмотрите: вот изделия из этой коллекции, а другие работы вы можете заказать по каталогу...» Вместе с партнерами-магазинами мы приучаем покупателя, что перед ним – не массовка, а изделия для избранных. И знаете, это работает! У нас налажена работа под заказ с Тюменью, Махачкалой, Благовещенском... Люди начинают формировать домашние коллекции. И мы уже можем прогнозировать, в какой последовательности в каком регионе пойдут заказы.

Большой интерес у магазинов вызвала практика салона «Занзибар» (Саратов) – проведение выставки-продажи наших работ. По опыту: резонанс такие выставки дают колоссальный, спрос на изделия превысил все даже самые оптимистичные прогнозы. На сегодняшний день в Саратове раскуплены все наши работы: готовим новые поставки.

Остается в силе и активно развивается рекламная поддержка и образовательно-просветительская работа с магазинами. В ближайшее время рекламные баннеры «поедут» в Тюмень и Сургут. В Москве же пройдет грандиозная PR-акция: посуда от «Агата» будет «работать» декорацией во время концертов «Итальянские арии» солистов Большого театра. Концерты пройдут в Малом зале Консерватории и в Концертном зале имени Гнесиных. В фойе будет размещена реклама с указанием ювелирных салонов, где можно приобрести изделия «Агата». ■

Беседовала Ольга ЗАРЖЕЦКАЯ



Торговый дом «Агат»

125040, Москва, Ленинградский пр-т, 8,
офис 315

Тел. 495-649-17-23; факс 499 257-02-72
www.agat-zavod.ru
info@agat-zavod.ru

Блиц-интервью

Александр ПАК,

директор завода «Агат», о фаворитах и будущих хитах

Как «Агат» – украинская компания – чувствует себя на российском рынке?

Мы на российском рынке уже 6 лет, и в этом году почувствовали, что наконец стали своими. Как показала сентябрьская выставка, нас хорошо знают и оптовые, и розничные покупатели (можно сказать, что на нашем стенде их было примерно поровну). Приятно, что посетители подходили с полным сознанием дела: демонстрировали знание старых коллекций, интересовались новинками...

Весной следующего года планируем принять участие в ювелирном конкурсе. В Украине из пяти номинаций мы, как правило, получаем три первые награды. Думаю, в России на две вполне можем рассчитывать.

Среди Ваших работ есть явные фавориты?

Внимание всегда притягивают новинки. В этот раз на выставке мы презентовали новую коллекцию «Греческая мифология». Она была продана в первый же день форума. Очень интересная работа с применением множества техник: литье, накладки, эмаль, закрепка камней. Каждый фужер – в индивидуальной деревянной упаковке. Среди известных коллекций явный фаворит – коллекция «Золотая осень». Все наши коллекции классифицируются по направлениям: ценности семейные, национальные и духовные. «Золотая осень», безусловно, относится к национальным ценностям. Она была создана в память великого классика Александра Сергеевича Пушкина. В коллекцию помимо бокалов для шампанского и вазы для фруктов с недавних пор входят чашки, заварной чайник... – все, что нужно для полной сервировки стола. А также памятная доска с барельефом поэта в лавровом венце и знаменитым четверостишьем: «Унылая пора, очей очарованье...» Подумать только: четыре строчки, а какой смысл в них вложен!

Если порассуждать и повспоминать немного на тему Пушкина, то можно найти гениальные стихи, воспевающие все времена года: и лето, и весну, и зиму...

Появятся ли у Вас летне-весенне-зимние «пушкинские» коллекции?

Непременно будут и лето, и весна. Но начнем мы с зимы. Правда, в отличие от «Золотой осени», которая географически ни к чему не «привязана» – только к явлениям природы (листопад, природные золотистые орнаменты...), зима у нас ассоциируется с севером: именно здесь можно прочувствовать настоящую русскую зиму. Олени, сани, снега... И эта северная тема будет прослеживаться в дизайне новой зимней коллекции. На весенней выставке в Москве состоится ее презентация. Уверен, это будущий хит продаж.

