

АЛЕКСАНДР ВЛАДИМИРОВИЧ РЫБАКОВ: «Нам нужно консолидироваться с производителями и торговлей, чтобы выжить в этот сложный период...»



ВЫСТАВКА «ЮВЕЛИР» В СОКОЛЬНИКАХ НЕ НУЖДАЕТСЯ В ПРЕДСТАВЛЕНИИ. ВОТ УЖЕ МНОГО ЛЕТ ПОДРЯД ЧЕТЫРЕ РАЗА В ГОД ВЕДУЩИЕ ЮВЕЛИРНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ РОССИИ ПРИВОЗЯТ СЮДА СВОЮ ЛУЧШУЮ ПРОДУКЦИЮ. СЕГОДНЯ ЭТО МЕРОПРИЯТИЕ – ОТРАСЛЕВОЙ БРЕНД. А У РУЛЯ ВЫСТАВКИ ВСЕ ЭТИ ГОДЫ СТОИТ ЕЕ НЕИЗМЕННЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ, ТАЛАНТЛИВЫЙ И ВОЛЕВОЙ ЧЕЛОВЕК – АЛЕКСАНДР РЫБАКОВ, ПРЕЗИДЕНТ КОМПАНИИ «РОСЮВЕЛИРЭКСПО».

Александр Владимирович, расскажите, когда прошла первая выставка «ЮВЕЛИР»? Какой она была?

Выставке «ЮВЕЛИР» в этом году исполняется уже 58 лет. Сначала это была фондовая ярмарка, на которую съезжались со своей продукцией все имеющиеся в Советском Союзе ювелирные заводы. Затем прошла перестройка, начались сложные 90-е. В 1993 году выставка стала работать как коммерческое предприятие. Впервые мы провели ее в Манеже, а с 1994 года «ЮВЕЛИР» обосновался в Сокольниках. Ювелирные выставки тех лет проходили весело: в павильонах играли гармошки, исполнялись песни, устраивались застолья. Но с годами экспоненты, к счастью, стали понимать, что на подобных мероприятиях надо не гулять, а работать. Тогда еще не существовало правильно выстроенных взаимоотношений между производителями и оптовиками – все было достаточно хаотично. Отсутствовала и культура проведения выставок. Потребовалось как минимум пять лет, чтобы все упорядочилось и достигло должного уровня.

на которых, как коробейники, раскладывали свои товары. Люди не понимали, зачем тратить дополнительные деньги на красивый стенд. А сейчас другое дело. Если вы придете на выставку, то увидите невероятно интересные ювелирные экспозиции с профессиональным светом, с грамотной выкладкой продукции. Те, кто имеет дело с бриллиантами, работают в белых перчатках – и это так красиво выглядит! На каждом стенде – компьютер, кассовый аппарат, терминал для приема кредитных карт. Прогресс налицо! То есть произошла естественная европеизация бизнеса, внедрение культуры презентации ювелирных изделий перед покупателями.

Сегодня выставка «ЮВЕЛИР» в Сокольниках – ведущая в России. Как складывалась традиция ее проведения, где лично Вы черпали идеи?

Я много ездил по миру, посещал все престижные экспозиции – в Виченце, Базеле, Мюнхене, Париже... С руководителями компаний – организаторов этих выставок мы обменивались и сейчас обмениваемся опытом, у нас очень дружеские и теплые взаимоотношения. Когда едешь и видишь, что и как делают другие, то стараешься быть не хуже, привнести что-то свое и стать лучшим. Вместе со



ЗАО «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
Москва, ул. Ивана Франко, 48
Тел.: +8 (495) 517-66-73
e-mail: jeweir2@rambler.ru

Вы сказали: не было культуры проведения выставок. Что Вы имеете в виду?

Раньше многие участники не обращали внимания на рабочее место – привозили столики,

мной всегда ездит моя супруга Елена. Она – профессиональный дизайнер, и во многом благодаря ей мы стали стимулировать наших экспонентов строить стильные стенды и помогать им в этом. Постепенно наши ювелиры начали выезжать на зарубежные выставочные мероприятия, перенимать опыт, интересоваться тенденциями оформления, заимствовать интересные приемы и т.д. Люди сами пришли к тому, что все должно быть красиво и профессионально. Иногда доходит даже до того, что цена места, которое они арендуют у нас, оказывается в несколько раз дешевле, чем стенд, который они затем строят. Красивый стенд – это визитная карточка компании. Сегодня люди хотят показать себя с лучшей стороны, быть ярче конкурентов. И это нормально. Недаром есть поговорка: «Встречают по одежке, а провожают по уму!» Приятно сознавать, что благодаря современным стендам выставку «ЮВЕЛИР» в Сокольниках ставят в один ряд с ведущими международными выставками – такими как BaselWorld, например.

Вначале мы устраивали церемонии открытия и закрытия выставки с фуршетом, шампанским, даже организовывали концерты с участием популярных звезд эстрады. А потом сочли, что это только мешает делу. Людей интересует работа, им жаль тратить свое время на торжественные речи и тосты. Любой бизнесмен понимает: время – деньги. Поэтому отсутствие церемоний открытия и закрытия – это наша отличительная черта. Выставка «ЮВЕЛИР» в Сокольниках – это исключительно деловое мероприятие, на котором люди зарабатывают деньги.

Расскажите, пожалуйста, подробнее о международном сотрудничестве в рамках выставки «ЮВЕЛИР».

Количество иностранных участников зависит от того, когда именно проходит мероприятие. На наши сентябрьские выставки съезжается максимальное количество зарубежных партнеров – до 120 компаний. На «ЮВЕЛИР-2» в мае мы принимали тайскую делегацию. У них было два больших стенда – 40 и 100 квадратных метров, – на которых зарегистрировались три компании. На самом же деле там разместились около 60 фирм из Таиланда. Некоторые посетители приезжают неофициально, не регистрируясь, и работают на выставке самостоятельно. В общем, зарубежным ювелирам российский рынок очень интересен. И я уверен, если бы они имели возможность здесь торговать в розницу, их было бы вдвое больше. Мы со своей стороны стараемся способствовать тому, чтобы и наши предприятия тоже выходили на зарубежный ювелирный рынок. И результаты в этом плане есть. К примеру, у компании «Алмазхолдинг» экспорт занимает 30% от всей выручки.

У нас сложились хорошие партнерские отношения со многими выставочными компаниями в Италии, Германии, Японии, Таиланде, Турции... Представителям, которые приезжают к нам, мы



создаем комфортные условия для проведения конференций и переговоров. Я почти всегда присутствую на этих встречах. Наша задача как организаторов выставки – обеспечить все условия для того, чтобы российские и зарубежные партнеры успешно работали друг с другом. Однако хочу подчеркнуть, что при этом все предпочтения мы отдаем все-таки российским производителям: они и платят меньше, и стоят в лучших местах.

Какие основные изменения экспозиция претерпела за последние годы? Как менялся состав участников и посетителей?

Я уже упомянул, что с годами выставки стали «культурнее» и профессиональнее, а потому и вся экспозиция изменялась в лучшую сторону. Экспоненты стали строить красивые стенды, делать профессиональные выкладки товара – серьезно подходить к вопросу презентации своей продукции. Состав участников тоже менялся. Ведь каждый год создаются новые фирмы, а некоторые прекращают свое существование по тем или иным причинам. Но, безусловно, есть компании, которые на протяжении многих лет являются неизменными участниками выставок в Сокольниках. И таких много: это и «Петрозолото», и «Бронницкий ювелир», и компания «Адамас», которая даже располагается «испокон веков» на одном и том же месте, и многие другие.

Наши читатели в основном не участники, а посетители выставок – это владельцы и руководители розничных предприятий ювелирной отрасли. Как вы работаете с посетителями?

Многие считают, что посетителям обязательно нужна культурная программа. Я думаю, что это не так. Люди приезжают на выставку работать! Их интересует только одно: обойти как можно больше стендов, все как следует посмотреть и заключить выгодные контракты.



Всерьез говорить о том, что участникам и посетителям нужны какие-то развлечения, с моей точки зрения, — глупо. Людям необходимы отличные условия для работы, и мы их обеспечиваем.

Другое дело — сервис. В этом плане мы, безусловно, проявляем максимальную заботу об экспонентах и посетителях. На территории нашего выставочного комплекса расположены зоны отдыха для участников, там стоят диваны и столики, где можно в комфортной атмосфере пообщаться с коллегами и партнерами. До 11 часов утра для экспонентов проходит кофе-брейк. Всем зарегистрированным посетителям в кафе бесплатно предлагают кофе или чай. И, кстати, только на наших выставках до места назначения всех доставляют бесплатные автобусы.

Как давно в рамках выставки стали организовываться деловые программы? Чем они интересны и полезны участникам отрасли?

Деловые программы — неотъемлемая часть каждой выставки «ЮВЕЛИР» на протяжении многих лет. В их рамках участники и гости имеют возможность посещать интересные семинары, круглые столы, консультации, тренинги и мастер-классы, на которых освещаются все актуальные вопросы ювелирного производства, торговли, налогового законодательства, правового обеспечения. В качестве экспертов здесь часто выступают зарубежные специалисты, консультанты международного класса. Подробную программу деловых мероприятий к каждой выставке можно посмотреть на нашем официальном сайте www.rosyuvellirexpo.ru.

Расскажите об итогах последних выставок «ЮВЕЛИР». Вы остались удовлетворены? Что принципиально нового на них было?

Две последние выставки проходили уже в кризисное время. Естественно, это сказалось на их результатах. Многим экспонентам при-

шлось сократить площади экспозиций. Производители сегодня вынуждены затянуть пояса: они напрямую зависят от продаж оптовых компаний и розничных магазинов, а поскольку эти продажи упали на 40–50%, то... Сами понимаете, проблемы сегодня есть у всех. Хочу сказать, что мы во многом шли навстречу нашим экспонентам, делали более приемлемыми условия участия в выставках, находили компромиссы. На сегодняшний день у нас самая дешевая для участников стоимость выставочного дня. Кроме того, мы всегда даем широкомащтабную рекламу выставок в Сокольниках (столько рекламы нет ни у одной отраслевой выставки!) и стараемся всеми возможными способами привлекать сюда посетителей. Например, уже несколько лет действует акция, по которой можно пройти на выставку бесплатно, скачав билет с нашего официального сайта. По таким флаерам к нам в Сокольники приходят десятки тысяч человек. Финансовыми показателями продаж на выставке «ЮВЕЛИР-2» все участники остались довольны. Несмотря ни на что, мы, да и наши партнеры, смотрим в будущее довольно оптимистично.

Каковы ваши планы по организации очередной выставки «ЮВЕЛИР»? Чем она будет отличаться от предыдущих?

Проведение следующей выставки «ЮВЕЛИР» в Сокольниках попадает на самый пик кризиса — время, когда производители выкладывают свои последние ресурсы и средства, чтобы участвовать и представить себя на достойном уровне. Опт и розница крайне осторожно подходят к закупкам. Предприятия боятся давать товары на реализацию, поскольку не уверены в возврате. Сегодня вообще никто ни в чем не уверен. Поэтому, я думаю, эта новая выставка будет не тяжелой, а именно «осторожная». И она пройдет для всех участников отрасли с надеждой, что дела все-таки выровняются и к концу года работа пойдет как прежде.

Что касается посетителей, то мы, понимая кризисную ситуацию, планируем предпринять несколько дополнительных шагов по их привлечению: так, например, для оптовых организаций хотим сделать посещение бесплатным. Я уверен, что, несмотря ни на что, к нам приедут все представители оптового и розничного сектора ювелирной торговли. Ведь сентябрьские выставки в Сокольниках — это уже добрая традиция, а для многих — практически неотъемлемая часть ювелирного бизнеса, без которой его сложно представить.

Какова, на ваш взгляд, сегодня роль выставочного бизнеса в ювелирной отрасли?

В жизни мне приходилось слышать от представителей тех или иных ювелирных компаний такую фразу: «Зачем нам выставка — мы уже



такие раскрученные!» Я считаю, так говорят люди недалекие, или же в их компании дела идут настолько плохо, что они просто не могут позволить себе участие в экспозиции. Отраслевая выставка есть и всегда будет двигателем торговли и лучшей рекламой. Кроме того, подобное мероприятие – это показатель достижений компании: что она сегодня может предоставить клиентам, какие у нее перспективы. Стенд на выставке – эта та «одежка», по которой тебя встречают и принимают партнеры. Плюс живой контакт с потребителями твоей продукции. Не многие имеют возможность ездить по всей России в офисы потенциальных партнеров. А на выставке можно сразу поработать с сотнями фирм! Поэтому, уверен, выставки будут жить всегда, и роль их очевидна. А в кризис эта роль усиливается во много раз: у ювелиров есть возможность пообщаться, понять друг друга и помочь друг другу выжить.

Дайте, пожалуйста, несколько рекомендаций экспонентам по эффективной организации участия в выставках.

С большим удовольствием!

1. Подбирайте на стенды профессиональных продавцов, умеющих грамотно и эффективно общаться с клиентами. Не секрет, что 50% продаж зависит от персонала. Крайне важно, кто представляет вашу продукцию: или продавец активно работает с людьми, или он сидит за прилавком и пьет чай. По сути, это не мое дело, но несколько раз я все же не смог пройти мимо нерадивых менеджеров, которые стояли, не обращая никакого внимания на потенциальных покупателей. Приходилось делать им замечания.

2. Серьезно подготовьтесь по количеству и ассортименту изделий. Ошибка многих, особенно начинающих, компаний в том, что они неправильно рассчитывают свои силы и уже через пару дней остаются без товара – и на выставке им нечего продавать.

3. Грамотно соизмеряйте ассортимент и ценовую политику. Потребитель сейчас «ученый»: он не бросается на первое попавшееся, разбирается в качестве золота, происхождении камней и имеет представление о том, сколько все это должно стоить. Если вы думаете, что, поставив на выставке цены, близкие к розничным, получите больше прибыли, – вы ошибаетесь.

4. Не экономьте на оформлении стендов. Часто эта ненужная экономия напрямую влияет на количество продаж. Ювелирная выставка – это ведь не Черкизовский рынок, здесь продаются художественные изделия. Ваш стенд – это «лицо», по которому судят о вашей компании.

5. Приходите на свои стенды вовремя. Для посетителей выставка открывается в 10 часов утра, но, к сожалению, некоторые стенды в это время еще опечатаны. И охрана, вместо того чтобы следить за порядком, вынуждена их охранять. На мой взгляд, подобное поведение участников говорит о неува-



жения к себе, к нам как к организаторам, к покупателям... То же самое хочется сказать и о закрытии выставки, когда некоторые фирмы начинают сворачиваться в тот момент, когда в павильоне еще полно посетителей.

А каковы типичные ошибки посетителей? Посоветуйте, как их избежать.

Типичную ошибку совершают в основном молодые оптовые и розничные компании, которые идут по старому пути – «по брендам». Мой первый совет: не спешите! Сейчас появилось много интересных небольших фирм с прекрасным ассортиментом и отличными конкурентными преимуществами. Не бегите сразу к стендам именитых предприятий, пройдите всю выставку от начала до конца: присмотритесь, сравните, выберите. Опытные игроки так и делают. Это особенно актуально сейчас, в кризис, когда на счету каждая копейка. А второй совет: приходите на выставку в самом ее начале – в первые три дня, когда у участников в наличии полный ассортимент продукции, когда они располагают всеми возможностями, чтобы выполнить условия заключенных с вами договоров.

Что Вы можете сказать о дальнейшем развитии кризиса? Каковы в этой связи ваши планы?

Наша основная задача – консолидироваться с производителями и торговлей, чтобы выжить в этот сложный период. Я думаю, следующий год будет не менее тяжелым для ювелиров. Многие компании резко снизили оборотные средства и уменьшили запасы, выпустили новые коллекции не в том количестве, в каком хотелось бы. Поэтому, естественно, в следующем году будет непросто наверстать упущенное. Но мы оптимисты по жизни и всегда поддержим наших партнеров, наших экспонентов. Как говорится, прорвемся! ■

Беседовала **Ксения БАРАННИКОВА**, редактор журнала «Навигатор ювелирной торговли».

