



---

ЮВЕЛИРНАЯ КОМПАНИЯ CHORON DIAMOND ОТМЕЧАЕТ ЮБИЛЕЙ. 10 ЛЕТ – ЭТО БОЛЬШОЙ РУБЕЖ, ПОДВОДЯЩИЙ ЧЕРТУ ПОД УЖЕ ИМЕЮЩИМИСЯ ДОСТИЖЕНИЯМИ И ДАЮЩИЙ ПРАВО НА ПОКОРЕНИЕ НОВЫХ ВЕРШИН. ЗА 10 ЛЕТ КОМПАНИЯ CHORON DIAMOND ДОБИЛАСЬ НЕВЕРОЯТНЫХ УСПЕХОВ, СТАВ ШИРОКО ИЗВЕСТНЫМ ЮВЕЛИРНЫМ БРЕНДОМ И ВЕДУЩИМ ПРЕДПРИЯТИЕМ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ. НАКАНУНЕ ЮБИЛЕЯ МЫ ВСТРЕТИЛИСЬ И ПОБЕСЕДОВАЛИ С ГЕНЕРАЛЬНЫМ ДИРЕКТОРОМ КОМПАНИИ CHORON DIAMOND РАДЖЕШЕМ ГАНДИ.

---

## CHORON DIAMOND: 10 ЛЕТ В РОССИИ!

**Раджеш, этот год уже стал знаковым для Вашей компании. В сентябре ей исполняется 10 лет, а в июне Вам присудили титул Лучшего российского экспортера 2008 года отрасли «Драгоценные и полудрагоценные камни, драгоценные металлы и изделия из них». От лица всей редакции поздравляем Вас с этим. Что означает для Вас эта награда?**

Спасибо за поздравления! Да, действительно, 30 июня мы получили эту награду на специальной церемонии, организованной

Министерством промышленности и торговли РФ. Не скрою, это стало для нас приятным сюрпризом. Этот титул является своеобразным подведением итогов десятилетней работы компании в России.

**Чем определяется успешность Вашей компании на российском рынке? Что отличает ее от других российских компаний?**

Инновации и современные технологии. Основа успеха нашей продукции – тот факт,

---

ООО «Чорон Даймонд»  
Адрес: 125252,  
Москва, проезд  
Березовой рощи, 6  
Тел. +7(495) 617 11 11  
Факс +7(495) 647 15 54  
[www.choron.ru](http://www.choron.ru)

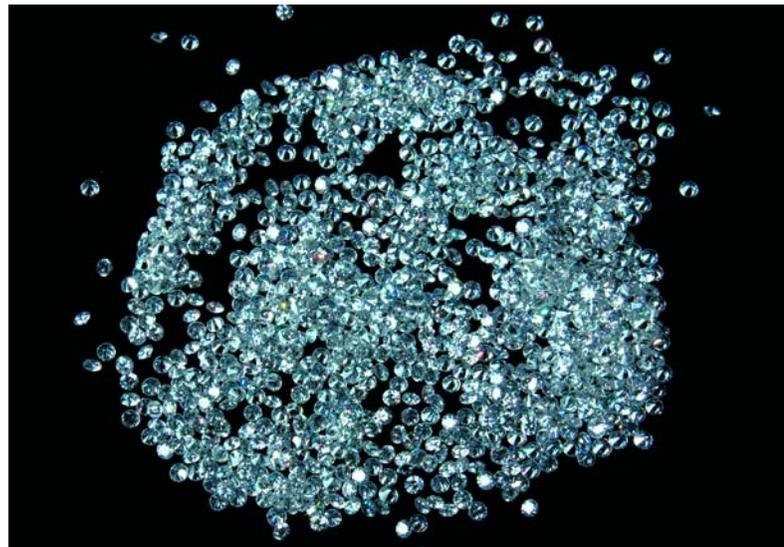
что она является результатом работы специалистов по всему миру. Несмотря на то, что у компании есть собственные заводы в Индии в Мумбае, мы активно сотрудничаем с партнерами в Китае, Таиланде, Италии и других странах. Мы хотим быть в курсе всех изменений в настроениях покупателей, чтобы иметь возможность предложить им ювелирные украшения, которые будут выполнены в соответствии с новейшими технологиями и последними веяниями моды.

### **Как сегодня формируется основной ассортимент ювелирной продукции Вашей компании?**

Мы в первую очередь ориентируемся на потребности наших покупателей, о которых узнаем путем анализа показателей своих продаж. Мы стараемся отследить то, какие ювелирные украшения нужны потребителям на данном конкретном этапе. К примеру, мы знаем, что сочетание черных и белых бриллиантов пришлось по душе российским покупателям, равно как и изделия с уникальной закрежкой Touch of Love, позволяющей нескольким бриллиантам сиять как один большой.

### **Ваша компания начинала свою деятельность в России как предприятие, специализирующееся на оранке и продаже бриллиантов. Как функционирует данное направление?**

Мы по-прежнему продаем бриллианты, которые гранятся на собственном заводе компании в Якуске. Мы предлагаем производителям широкий ассортимент бриллиантов различных характеристик. В нашей ком-



пании можно приобрести и крупные камни размером до 3 карат.

### **На что Вы ориентируетесь при изменении своего ассортимента ювелирных изделий?**

Регулярно менять ассортимент крайне необходимо. При нынешней конкуренции на рынке выход в новый сезон со старым товаром означает неминуемый провал. Я верю в то, что успеха могут добиться люди, которые стараются удивить. Поэтому мы стремимся привезти в Россию самые интересные ювелирные новинки со всего света. Так возникла идея сотрудничества с проектом Gold Expressions. Италия была и остается





**Говоря о сегодняшней ситуации, нельзя не упомянуть пресловутый кризис. Как Вам видится современное состояние отрасли и как Ваша компания адаптируется к нынешним экономическим условиям?**

Безусловно, события в экономике, произошедшие за последний год, сильно подорвали «здоровье» алмазной и ювелирной отраслей во всем мире, в том числе и в России. Ювелирные изделия не являются товарами первой необходимости, что приводит к падению цифр продаж. В этой связи приходится пересматривать приоритеты маркетинговой политики. Не секрет, что значимость рекламы в кризисной ситуации увеличивается, именно поэтому мы предпочли масштабную рекламную кампанию в прессе участию во всех выставках. Мы решили, что интересные проекты, организуемые совместно со средствами массовой информации, в том числе с привлечением медийных лиц, являются более эффективным способом обратить на себя внимание и заинтересовать клиентов, в том числе и конечных потребителей.

**Одним из таких проектов, мы полагаем, является изготовление кубка Choron Diamond. Расскажите, пожалуйста, о нем подробнее.**

В следующем году компания Choron Diamond совместно с Российской футбольной премьер-лигой будет вручать кубок футбольному клубу, основная и молодежная команды которого совместно наберут наименьшую сумму мест по итогам чемпионата России 2010 года. Этот кубок имеет форму футбольного мяча в натуральную величину и сделан из золота и черных и белых бриллиантов.

законодательницей мод, а изделия итальянских мастеров традиционно любимы в России.

Новинкой этого сезона является целый ряд моделей колец с крупными бриллиантами от 0,3 до 3 карат. Мы также можем сделать украшения и по заказу клиентов, например, изготовить серьги в комплект к понравившемуся кольцу.

**С какими регионами Вы сотрудничаете? В чем их особенности?**

У нас очень широкий круг клиентов. Мы работаем с крупными ювелирными сетями, чьи магазины можно встретить по всей России, и с индивидуальными предпринимателями в небольших городах. У нас есть клиенты в Калининграде и Санкт-Петербурге, Москве и Казани, Челябинске и Омске, Ангарске и Владивостоке, в общей сложности в более чем 50 городах. Тем не менее мы стараемся расширять географию распространения нашей продукции. Безусловно, к каждому покупателю необходим персональный подход, в том числе и с учетом специфики региона. Именно поэтому мы стараемся ознакомиться с информацией культурологического характера о той части России, где работает наш клиент. Это помогает нам лучше понять потребности конечного покупателя, а следовательно, и наших партнеров.

**Учитывая тот факт, что потребителями ювелирной продукции являются в основном женщины, не кажется ли Вам нелогичным, что в отрасли верховодят мужчины?**

Интересный вопрос. Но не забывайте, что какой бы продукт ни изготавливался и ни продавался, бизнес остается бизнесом. Исторически сложилось так, что бизнесменами преимущественно являются мужчины. Тем не менее в последние десятилетия ситуация в мире, и в ювелирной отрасли в том числе, меняется. Я лично знаком с целым рядом представительниц прекрасного пола, которые добились успеха в нашей индустрии.



**Вот это да! Скажите, а как родилась идея создания этого кубка?**

Хотя идею удалось воплотить в жизнь лишь в этом году, родилась она довольно давно. Мой младший сын – большой футбольный фанат, ему первому и пришла в голову идея создания подобного мяча. Поиграть им, конечно, не удастся, но зато это будет достойной наградой лучшему клубу России. Мы не случайно привлекли в систему определения победителя и молодежные составы. Ведь подрастающее поколение – неотъемлемая часть клуба. Это несправедливо, что успехи молодых футболистов остаются зачастую в тени. В случае с нашим кубком у них появляется реальный шанс внести свою лепту в общую победу клуба.

В процессе создания мяча нам пришлось преодолеть ряд технологических проблем. Золото и бриллианты – это не серебро и не кристаллы, из которых можно сделать нечто похожее. Нам пришлось отказаться от нескольких решений, и в результате долгой кропотливой работы получился этот уникальный кубок. Одним словом, пришлось постараться!

Мы надеемся, что вручение данного трофея станет новой доброй традицией в российском футболе.

**Раджеш, еще раз поздравляем Вас и Вашу компанию с юбилеем и столь почетной наградой лучшего российского экспортера 2008 года.**

Спасибо! ■

