

РЕБРЕНДИНГ: ОТ «КЛАССИК-ЮВЕЛИР» К «KUPIGOLD»

САМОЕ ГЛАВНОЕ В НОВОЙ ФИЛОСОФИИ «КЛАССИК-ЮВЕЛИР» – ПОСТОЯННЫЕ ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ. ЕСТЕСТВЕННО, К ЛУЧШЕМУ. МЕНЯЕТСЯ ПРЕЖДЕ ВСЕГО ИДЕОЛОГИЯ КОМПАНИИ. ОСНОВНЫЕ ЕЕ ЦЕННОСТИ СЕГОДНЯ – ЭТО КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ, ПОСТОЯННОЕ АССОРТИМЕНТНОЕ РАЗВИТИЕ, АКТИВНЫЕ ФОРМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ И МАРКЕТИНГОВАЯ ПОДДЕРЖКА ИХ ТОРГОВЛИ, А ТАКЖЕ КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА СЕРВИСА.



Дмитрий РОМАНЮК,
генеральный директор
Торгового Дома
«Классик-ювелир»

На выставочных стендах «Классик-ювелир» всегда изображены два логотипа: собственно «Классик-ювелир» и «KUPIGOLD». Дело в том, что «Классик-ювелир» – это оптовая компания, которая существует с 2002 года и занимается дистрибьюцией ювелирной продукции отечественных брендов. А название «KUPIGOLD» появилось в 2005 году как домен для сайта и затем, в 2007 году, было зарегистрировано в качестве собственной торговой марки. В ближайшее время у предприятия останется лишь один логотип – «KUPIGOLD». **Ребрендинг – задача 2010 года.** Этот процесс всегда предполагает серьезные внутренние изменения в компании. Что же еще кроме идеологии поменялось на пути от «Классик-ювелир» к «KUPIGOLD»?

Во-первых, в соответствии с изменениями спроса компания оптимизировала структуру ассортимента. Если раньше его большую часть (до 80%) составляла продукция массового спроса из золота 585° пробы, то в 2009 году в два-три раза расширились группы то-

варов из серебра и изделий с бриллиантами. Во-вторых, компания изменила подход к кадрам. Помимо активного профобучения введен жесткий контроль качества работы специалистов отдела продаж. Ведь драгоценные партнерские отношения нельзя ставить в зависимость от неумелого или нерадивого работника. В-третьих, повысилось качество сервиса – набора услуг, сопутствующих поставкам товара. Ежеквартально мониторится состояние отношений и качество услуг, предоставляемых клиенту, с помощью контрольных звонков, анкетирования и регулярных визитов к партнерам. За месяц, прошедший после выставки, компания получила множество благодарных отзывов – партнеры отмечали изменения, произошедшие в сервисе компании.

«Пусть наши партнеры теперь не удивляются, если позвонит наш сотрудник с вопросом: «Все ли устраивает в обслуживании? Нет ли замечаний, предложений?» – говорит **Дмитрий Романюк, генеральный директор Торгового дома «Классик-ювелир».** – И моя фотография в этой статье означает, что за качество работы с клиентами буду отвечать теперь лично».

В-пятых, компания открыла собственное производство. Уникальное оборудование, профессиональная команда технологов и дизайнеров позволили подготовить к выставке 220 моделей серёг-конго 925° пробы. Оценка клиентов на выставке (а гостей на стенде побывало более 750) говорит сама за себя – «Заказываем всё! Сами знаете, как трудно найти что-то новое, а тут такая свежая волна!».

Тем не менее «Классик-ювелир» позиционирует себя прежде всего как дистрибьюторскую компанию, предлагающую покупателям практически полный ассортимент ювелирных украшений от 26 ведущих производителей.



Торговый дом «Классик-ювелир»
111524, Москва, ул. Электродная, 10
Тел.: (495) 672-72-25,
(495) 730-02-94
www.kupigold.ru