



«ВЛАДИМИР МИХАЙЛОВ»: ОСОБЫМ ЦЕННОСТЯМ – ОСОБЫЙ ПОДХОД

Сегодня трудно представить, что когда-то на рынке ювелирных украшений православной тематики не было бренда «Владимир Михайлов». Эта компания не просто производит одни из лучших и, несомненно, самых оригинальных и высокохудожественных изделий, но и задает новый высокий стандарт в области формирования бизнес-стратегии. О том, какова специфика работы в этом сегменте ювелирного бизнеса, рассказывает Юлия Акимова, коммерческий директор бренда «Владимир Михайлов».



Юлия АКИМОВА,
коммерческий
директор бренда
«Владимир Михайлов»

Как проходило формирование бренда «Владимир Михайлов», в чем его главные дифференциальные преимущества?

Владимир Михайлов уникальный художник, работы которого получили высокую оценку как у представителей духовенства, так и среди светской аудитории. Однако талант и признание — только часть компонентов, необходимых для формирования успешного бизнеса. Чтобы создать востребованный, узнаваемый бренд, ориентированный на широкую целевую аудиторию, необходима эффективная маркетинговая стратегия и идеально сбалансированный ассортимент, который позволяет покупателю получить именно то, что он хочет, и немного больше.

Какие изделия составляют основу ассортимента «Владимира Михайлова»?

Сегодня наша коллекция сформирована из более чем 300 позиций. Основные материалы — серебро, золото и платина. Многие изделия инкрустированы драгоценными камнями. Прежде всего — это классические предметы, известные в православной Руси не одну сотню лет: нательные и священнические кресты, образа и иконы, рождественские и пасхальные складни. Особой популярностью у покупателей пользуются потрясающие по красоте именные иконы, иконы православных праздников, настольные иконы и охранные кольца.

Есть и уникальные изделия, которые выпускаются ограниченной серией: самый маленький

в мире золотой календарь праздников Русской Православной Церкви размером с пятирублевую монету, в виде напестольного Евангелия на аналое или золотое Пасхальное яйцо – икона-складень размером с голубиное, воплощающее строки Священного Писания: «Дух в виде голубином снизошел».

Если сместить акцент с искусства на маркетинг, то одним из дифференциальных преимуществ бренда является то, что большую часть нашей продукции составляют золотые изделия, а не серебряные. Это иной ценовой сегмент и иной, более высокий, уровень позиционирования.

Каким образом вы построили систему продаж? Очевидно, что здесь тоже есть своя специфика.

Опыт показал, что продукция «Владимир Михайлов» успешнее продается в монобрендовых салонах, чем в ювелирных магазинах. Поэтому с 2010 года мы создаем франчайзинговую торговую сеть, которая уверенно развивается в регионах. Так, в прошлом году наши франчайзеры начали работать в Краснодаре. Успех превзошел ожидания партнеров, и уже скоро будут открыты салоны бренда в Ростове-на-Дону. В настоящее время ведутся переговоры о приобретении нашей франшизы партнерами из Екатеринбурга, Новосибирска, Тюмени и других регионов.

Кроме того, исключительно важен правильный выбор и подготовка сотрудников, которые будут работать в салонах. Нашему продавцу недостаточно знания металлов и характеристик камней. Он должен обладать знаниями в области православной символики, разбираться в особенностях жизненного уклада православного человека, знать праздники, к которым можно сделать тот или иной подарок. Для того чтобы все



Салон «Владимир Михайлов» в Торговой галерее Tretiakov Plaza

сотрудники соответствовали этим требованиям, нами была разработана особая система тренингов, включающая программы, которые помогают продавцам получить необходимое образование в сфере российской православной культуры и истории. Компетентность и порядочность продавца тем более важны, ведь речь идет не только об экономическом успехе предприятия, но и о достаточно высокой культурной миссии.

Как еще сегодня реализуются ювелирные изделия бренда «Владимир Михайлов»?

Мы начали с работы с посредниками, развили розничную сеть и затем перешли на следующий уровень – франчайзинг. Мы – быстро развивающаяся компания. Всего за три года существования розничной сети в Санкт-Петербурге мы аккумулировали средства, достаточные для выхода на розничный ювелирный рынок Москвы. Петербургская розница показала такой рост, что мы получили возможность открыть четыре магазина в Москве на собственные деньги, без привлечения внешних инвестиций. Наш собственный пример демонстрирует потенциальным партнерам успешность нашего бизнеса.

В настоящий момент ювелирная компания «Владимир Михайлов» имеет четыре собственных розничных салона в Москве и восемь – в Санкт-Петербурге. Последний из них открылся в декабре в самом престижном отеле города «Гранд Отель Европа». Локация московских салонов «Владимир Михайлов» была также тщательно продумана – это места, где люди привыкли встречаться с продукцией известных мировых брендов, в том числе ювелирных: ТК «Галерея Актер» на Тверской, Торговая галерея Tretiakov Plaza, на Никольской, ТЦ «Живой дом» на Рублево-Успенском шоссе, бутик в аэропорту «Шереметьево».

В работе с регионами группа компаний старается тщательно выбирать партнеров. На сегодняшний день открыты фирменные салоны в Краснодаре (ТЦ «Голден Сити»), региональные представительства в Оренбурге (сеть «Золотая Середина»), Белгороде («Самоцветы»), Омске (ТЦ «5 звезд»). Наши партнеры в российских регионах получают эксклюзивное право на представление торговой марки «Владимир Михайлов», особые льготные условия поставки изделий. Уже через полтора месяца после подписания договора партнер получает полноценный розничный салон высокой экономической рентабельности и статуса. Кроме того, мы помогаем нашим франчайзерам в подготовке продавцов, мерчандайзинге, позиционировании и продвижении бренда. В совокупности все эти меры позволяют нашим партнерам существенно снизить финансовые риски, гарантируют стабильную прибыль и перспективы развития.



«Чудо св. Георгия о змие», охранный перстень-складень

«Владимир Михайлов»
www.vmikhailov.ru
+7 (800) 5555-605