

ЧТО ХОЧЕТ ЖЕНЩИНА...

Впервые ювелирная компания «Голд Стрим» заявила о себе на российском ювелирном рынке в начале 2005-го. Благодаря динамичному развитию и правильно выбранной стратегии роста, уже летом 2005 года ювелирные украшения компании были с успехом представлены на V международной ювелирной выставке-ярмарке «Золотое кольцо России–2005». Начиная с осени 2005 года, «Голд-Стрим» регулярно и успешно участвует в престижной всероссийской выставке «Ювелир», других выставках в Москве и Санкт-Петербурге.

«Голд Стрим» сегодня – это современное ювелирное производство с развитой системой оптовой и розничной торговли. Ассортимент изделий компании насчитывает более полутора тысяч моделей и ежемесячно обновляется новыми дизайнерскими находками. По желанию клиентов все модели исполняются в красном, жёлтом и белом золоте 585°, а также в серебре 925°.

Об истории создания, настоящем и будущем компании мы поговорили с **генеральным директором ювелирного дома «Голд Стрим» Верой Владимировной СИТНИКОВОЙ**.

Вера Владимировна, как создавалась компания «Голд Стрим»? Как вы разрабатывали стратегию развития и оправдались ли ваши ожидания?

ВС: «Голд Стрим» – это, прежде всего, семейный бизнес. У истоков компании стояла моя сестра, Елена Томми, а она, в свою очередь, опиралась на опыт наших родителей, которые всю свою жизнь работали в ювелирной отрасли. Мы выросли в Костроме – ювелирном крае, и ещё по школьной производственной практике труд ювелира-монтажника был нам знаком не понаслышке. Когда в «лихие» 90-е встал вопрос о создании своего бизнеса, особых сомнений по области применения своего опыта у Елены не возникло. Я в то время жила в США, в солнечной Калифорнии, где мой муж учился в Стэнфордском университете. Учила язык, работала в торговом центре, «дослужилась» до бренд-менеджера в крупной сети Блумингдэйлс. В общем, набиралась опыта продаж, общения с людьми, ведь по основному образованию я – фармаколог, и в своё время серьёзно задумывалась о научной карьере. Но жизнь распорядилась иначе. Когда мы вернулись в Россию, у сестры уже был успешный бизнес по продаже ювелирного инструмента, и разворачивалась работа по оптовой торговле ювелирными изделиями. Я пошла работать в молодую ювелирную компанию в Москве, из которой через три года уходила уже в должности коммерческого директора для того, чтобы начать свой бизнес.

Содержать собственное производство непросто. Почему вы решили перейти из торговли в производство?



ВС: «Голд Стрим» – это компания, которую мы создали, когда поняли, что только собственное производство позволит нам создавать изделия по своим моделям. Мы должны были иметь возможность контролировать всю производственную цепочку, поддерживать на высоком уровне качество выпускаемой продукции и иметь возможность гибко реагировать на изменение конъюнктуры спроса на рынке через постоянную связь производства и сбыта. Кроме того, мы хотели не просто создавать ювелирные украшения, а выражать в них свои идеи, чувства, пристрастия. Так, например, появилась коллекция «Талисманы Фен-Шуй» по мотивам учения, которым интересуется сестра. Другую коллекцию, «Сочное лето», мы создавали по моим впечатлениям от Калифорнии, одного из самых солнечных и красивых мест на земле. Коллекция «Ангел мой», дипломант выставки «Ювелир» в номинации «Костюмное украшение», тоже стала выражением наших чувств и желания дарить людям любовь и красоту. Фигурки милых ангелов из этой коллекции не оставляют равнодушными многочисленных посетителей наших выставочных стендов. За производство и разработку модельного ряда отвечает сестра, а я координирую процесс продаж. Сейчас я могу с уверенностью сказать, что ожидания оправдались, и мы сделали правильный выбор. Компания успешно работает на рынке, постоянно увеличивает обороты, расширяет клиентскую базу. Спустя три года, «Голд Стрим» – это холдинг, который является законченной цепочкой, начиная с поставщиков расходных материалов, производителей готовой продукции и заканчивая оптовыми торговыми домами в Москве и Костроме, а также собственным розничным магазином.

Кстати, о клиентах и охвате рынка. Каков географический охват вашей компании на рынке?

ВС: Самый широкий, от Калининграда до Владивостока. Мы работаем почти со всеми регионами России. Начинали, конечно, с малого, но всегда ставили перед собой амбициозные цели. Сегодня украшения под маркой «Голд Стрим» можно приобрести в сотнях ювелирных магазинов в России. Среди наших клиентов многие ведущие оптовые и розничные компании. Широкий географический охват даёт нам возможность постоянно изучать тенденции спроса на рынке. То, что нравится клиентам в Самаре, зачастую отличается от того, что предпочитают покупатели в Якутске, Екатеринбурге или Архангельске. Поэтому, мы находимся в постоянном контакте с нашими клиентами, расширяем



Ювелирный дом «Голд Стрим»
г. Москва, Бумажный пр., д. 14, стр. 1, оф. 429
Тел./факс: (495) 225-42-88 E-mail: moscow@gold-stream.ru

ассортимент и вводим в производство новые модели. Мы видим, что российский потребитель ставит достаточно высокую планку по качеству продукции и эстетическим требованиям к предлагаемым изделиям. Наши люди больше не хотят покупать ювелирные украшения просто потому, что они сделаны из золота или серебра. В эпоху глобализации и растущей конкуренции на рынке мы должны предлагать концептуально новые модели изделий, не забывая при этом о том, что вкусы многих потребителей нашей продукции достаточно консервативны.

Легко ли угодить всем одновременно? В чём конкурентное преимущество «Голд Стрим»?

ВС: Угодить всем, конечно, невозможно. Но мы специализируемся на производстве изделий с полудрагоценными камнями. Это даёт нам возможность постоянно экспериментировать и вводить новые модели, используя различные вставки и комбинации камней. Изделия, которые мы производим, должны сначала понравиться нам, и уже потом мы пускаем модель в производство. Конечно, мы – универсальная современная компания, и, кроме украшений с полудрагоценными камнями, у нас есть ассортимент изделий без вставок, фианитовая группа, украшения с жемчугом. Сейчас мы понемногу выходим на рынок изделий с бриллиантами; делаем это осторожно, пытаемся использовать опыт работы, накопленный на рынке «полудрагов». В нашем бизнесе торопиться не надо. Мы должны обеспечивать клиентов и постоянно обновлять ассортимент.

А ещё, мне кажется, что наше преимущество в том, что всеми основными подразделениями у нас в компании руководят женщины. Костромской торговый дом возглавляет Валентина Коснырева – грамотный специалист и очень творческая личность. За качество выпускаемой продукции отвечает главный технолог Лариса Киселёва – ответственная, требовательная, всей душой болеющая за полученные результаты. Она заслуженно пользуется уважением у всех работников компании. Наш финансовый директор Ольга Дёмина – красивая, умная, сильная женщина – пришла к нам из другой отрасли, но смогла прочувствовать всю красоту ювелирного бизнеса. Мнения этих замечательных женщин играют важную роль и при создании новых коллекций, и при разработке общей стратегии развития холдинга.

На какого потребителя ориентирована продукция «Голд Стрим»?

ВС: Прошли времена, когда потребители предъявляли спрос на ювелирные изделия любого качества. Это произошло именно потому, что изменился сам потребитель.

Наши украшения интересуют, прежде всего, средний класс. Дать определение этой части населения в нашей стране достаточно сложно, потому что полноценный средний класс ещё только формируется. К тому же ювелирные



Стенд компании на выставке в Костроме

украшения, в том числе и те, что выпускаем мы, это всё-таки не товары первой необходимости. Но мы стараемся создавать модели современные, демократичные. Так, чтобы они выглядели уместными и в офисе, и на вечеринке, и на торжественном мероприятии. А это, согласитесь, задача не из лёгких. И нас радует, что среди розничных клиентов – мы видим это по работе на выставках – всё больше требовательных и разборчивых покупателей, которые приходят всей семьёй и делают свой выбор в пользу именно таких украшений.

Как планируете развивать компанию?

ВС: Секрет успеха в нашем бизнесе заключается в постоянном развитии. Мы не можем позволить себе стоять на месте. Если не расширять ассортимент, не предлагать новые модели, новые подходы, не повышать качество изделий – о развитии можно забыть. Ювелирный рынок в нашей стране развивается очень динамично. Ещё несколько лет назад на рынке было несколько крупных игроков, которые работали в условиях очень мягкой конкуренции. Сейчас всё по-другому. Каждый месяц появляются новые компании с самыми грандиозными планами, зарубежные производители активно выходят на российский рынок. Мы понимаем эту ситуацию очень хорошо. Модельный ряд «Голд Стрим» обновляется постоянно. Объём выпускаемой продукции только за последний год вырос в 3 раза. Более 1500 моделей, которые постоянно обновляются. Объёмы продаж растут каждый месяц.

Но нет предела совершенству. Мы не считаем, что в мире всё давно придумано и изобретено. Сейчас мы не просто создаём свои яркие, самобытные и неповторимые коллекции украшений, которые любимы женщинами, мы строим бренд «Голд Стрим». В наших планах уже через несколько лет достичь высокого уровня узнаваемости бренда в России. Процесс этот трудный, но мы уверены в успехе. Мы очень хорошо знаем ответ на вопрос «Что хочет женщина?», по крайней мере, там, где дело касается выбора ювелирного украшения! ■



Елена и Анна Томми

