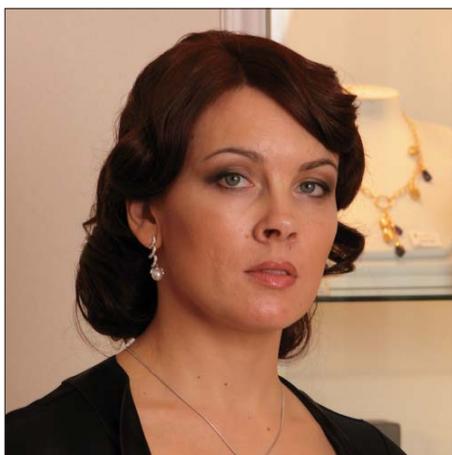


БИЗНЕС ПО ЛЮБВИ

Юлия ЧУМАКОВА

«Золотая орхидея» – это не только название сети концептуальных ювелирных салонов Пермского края, но и синоним стильных украшений вкупе с высокими стандартами обслуживания. Определение «золотая орхидея» вполне подходит и для каждой из сестёр – владелиц этого серьёзного бизнеса. Они молоды, умны, уверены в себе и успешны. Их сила – в родстве по крови и по духу, в вечном поиске и утончённой красоте. Слово сошедшие с полотен Боттичелли, они занимаются ювелирным бизнесом, украшая жизнь.

В интервью «Навигатору» Наталья и Лариса Швецовы раскрывают секреты своей деятельности.



Наталья Швецова

Корр.: Расскажите, пожалуйста, о своём пути в ювелирный бизнес.

Н.: Мы родились в самой обычной семье уральского городка Добрянка. Живописность родных мест и музыкальное образование предопределили наше внимание к миру прекрасного. Мы всегда отмечали вещи, которые радуют глаз и украшают жизнь. А в 90-х в воздухе пахло преобразованиями, и мы захотели попробовать свои силы – открыть ювелирный магазин.



Лариса Швецова

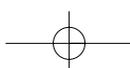
Л.: К тому же мы понимали, что, несмотря на постоянно растущую стоимость золота в мире, покупательский интерес к ювелирным украшениям только увеличивается. Всё потому, что украшения из золота – не только предмет эстетического самовыражения, но и хорошие инвестиции.

Н.: Растущий доход жителей Прикамья и относительно свободная ниша были только на пользу нашим планам. И вот в 1997 году, когда стало возможным



заниматься предпринимательством, наша идея получила воплощение – мы открыли ювелирный отдел в Добрянке.

Л.: Но до этого было много трудностей. Все инстанции, куда мы обращались, нас отговаривали. Начинать мы на «голом энтузиазме». Кроме пробирной инспекции в Москве, у нас не было ни одного контактного адреса. Туда-то мы и поехали, правда, нас не пустили на порог. Тогда мы зашли в ближайший ювелирный магазин и искренне попросили помощи. Удивительно, но нам дали сразу несколько телефонов фирм – «Адамас», «Алмаз-Холдинг» и «Лукас», – работа с которыми определила первоначальный успех нашего дела. С азартом и молодой напористостью мы налаживали контакты, занимались обустройством отдела, и вскоре у нас сформировался постоянный приток покупателей.





Корр.: Что помогло развитию вашего бизнеса?

Н.: Прежде всего, мы благодарны своим родителям. Это они научили не бояться любого дела и стойко переносить жизненные испытания, быть внимательными к людям, дорожить друг другом. Такое родственное сотрудничество в работе нам очень помогает.

Мамой нашего бизнеса мы считаем ТК «Алмаз-Холдинг» – благодаря их поддержке (условия сотрудничества, выставки, контакты, доброжелательность менеджеров) мы смогли встать на ноги, окрепнуть и идти вперёд.

Л.: У нас такое чувство, что к нам по-особому там отнеслись и продолжают,

как родных, любить. А ювелирный завод «Адамас» – наш папа, потому что их изделия неизменно шли на ура. Кроме того, мы быстро учимся и воплощаем новые знания в бизнесе. А участие в конференциях, конкурсах и высокая оценка профессионалов отрасли поддерживают желание выстраивать работу компании по выбранному пути.

Корр.: Чем сегодня известна ваша компания, и как строится бизнес?

Л.: В настоящее время «Золотая орхидея» – это известный бренд с сильными позициями на рынке. В наших салонах представлен широкий ассортимент драгоценностей для людей с разным уровнем

Лариса: получила три высших образования: экономическое, юридическое и MBA. Закончила музыкальную школу по классу скрипки. Занимается йогой, рафтингом, виндсёрфингом. Член пермского интеллектуального клуба «Риторика». Отличительная черта – установка на успех: «Поставила перед собой цель и начинаю работать, пока её не достигну».

Наталья: совмещает ведение успешного бизнеса с воспитанием двоих детей, однако работа превалирует: «Старшей дочке приходится заменять маму для младшего брата, т. к. даже когда я дома, всё равно решаю рабочие вопросы. В период рождения бизнеса у нас вообще не было выходных, но со временем поняли, что нельзя столько работать, и сделали себе сначала один, а позже и два выходных».

Ступени развития:

1997 – открытие первого отдела в Добрянке.

2001 – открытие первого магазина в центре Перми.

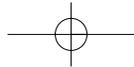
2002 – открытие второго магазина на своеобразной ювелирной улице города.

2005 – открытие салона в ТЦ «Семья» в центре элитного района Перми; первая победа во всероссийском конкурсе «Лучший ювелирный магазин года».

2007 – развитие сети салонов на территории Пермского края. Открытие салона в г. Березники. Расширение площадей существующего салона в центре Перми. Вторая победа во всероссийском конкурсе «Лучший ювелирный магазин года». Стали официальными партнёрами лучших предприятий города.

Ноябрь 2007 – открылся новый салон в ТРК «Колизей Сinema», одном из центральных торговых комплексов города.





ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА



дохода. Мы трепетно относимся к стилю и красоте наших покупательниц, а потому сотрудничаем только с лучшими российскими и итальянскими производителями, такими, как – ЮК «Эрми» (торговая марка «Ринго»), «Адамас», «Алмаз-Холдинг», «МЭЮЗ», «Лукас», «Инталия», «Лино», «Евроголд», «Диамант», «Вальтера», «Ювелирный дом». Уверенность в качестве их изделий позволяет предоставить покупателю уникальную гарантию салона – 2 года. Уровень сервиса, профессионализм консультантов, неповторимая тёплая атмосфера и заботли-

вое отношение к покупателям – вот основные преимущества сети салонов «Золотая Орхидея».

Н.: Благодаря солидной репутации первого магазина, мы решили открывать сеть концептуальных ювелирных салонов под одним брендом.

Л.: К чему было заводить «второго коня», которого тоже надо было бы «кормить» (продвигать бренд, вкладывать средства в рекламу)?

Н.: Стратегия развития заключается в том, что мы делаем ставку на продажу товаров класса медиум, медиум плюс

и премиум, предоставляем дополнительные сервисы и разыскиваем интересные места продаж. Мы не участвуем в ценовой конкуренции, а формируем отличный от всех модельный ряд – это всегда модные, актуальные коллекции украшений высочайшего качества.

Л.: Всё для того, чтобы окружить клиентов красотой и помочь им почувствовать себя уверенными и неотразимыми.

Корр.: Вы опровергаете существующее мнение о том, что нельзя иметь общих финансовых дел с родственниками и друзьями. Как вам это удается? (смеются в один голос): Легко!

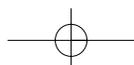
Л.: Нам повезло с мудрыми учителями, которые посоветовали разделить функции. Тогда каждая стала заниматься тем, что ей было больше по душе, что получалось вдвое лучше. Я занимаюсь ассортиментом, финансами, оперативным управлением.

Н.: Говорят, что экономика – это, в первую очередь, интуиция. У Ларисы она развита прекрасно. Моя сфера – маркетинг, работа с персоналом, открытие новых магазинов и внедрение инновационных процессов, которые способны приблизить наши магазины к мировому уровню.

Л.: Теперь мы знаем, что при взаимной поддержке и мудром разделении функций $1+1=4$.

Корр.: Если подвести итог, из чего складывается успех вашего бизнеса?

Л.: Ювелирный бизнес – это не просто продажа товара. Он сродни драгоценной





мозаике, составленной из культуры обслуживания, дизайна интерьера, интересной выкладки, богатого ассортимента и многого другого. Важны все детали: образование консультантов и тембр голоса, расположение ювелирных украшений на витринах и освещение. Главное – создать в салоне атмосферу, которую любят покупатели, и захотят приходить сюда снова и снова.

Н.: Любой бизнес – это, прежде всего, люди. Мы выбираем тот магазин, где нам улыбаются продавцы, тех партнёров по бизнесу, которые не только хорошо делают своё дело, но и помнят, как вас зовут и какие у вас предпочтения. Именно поэтому в «Золотой Орхидее» покупатель всегда может рассчитывать на уровень сервиса, который соответствует статусу салона. Выбор украшения мы стараемся превратить в приятный ритуал для каждого.

Л.: Оптимизм, установка на успех, порядочность в отношении с людьми помогают притягивать к нам людей-энтузиастов, сотрудников-профессионалов, прекрасных учителей и партнёров. За 10 лет образовался союз, без которого трудно представить фирму. В разные годы нам по очереди приходилось брать львиную долю нагрузки на себя, поддерживая друг друга. Сейчас у нас взаимопонимание и поддержка. Сначала мама, а потом бизнес научили быть дружными, быть заодно. В жизни мы много учились у сильнейших и продолжаем постоянно осваивать новые рубежи. Это позволяет быть на шаг впереди конкурентов.

Сегодня у руководства сети ювелирных салонов «Золотая орхидея» множество идей и огромное пространство для реализации новых проектов, потому что ювелирный бизнес для них – искусство вечного движения к совершенству.

Планы на будущее:

Март 2008 – открытие уникального, первого в городе бриллиантового салона премиум класса. Для этого уже приобретён особняк площадью 170 кв. м в историческом центре, где расположены здания администрации города, крупнейших банков и компаний края. Дизайн и внутреннюю отделку салона разрабатывают лауреаты Евразийской премии – архитектурная студия «Альтер Эго».

2008 – развитие сети салонов в области, создание альянса с лучшими отечественными и зарубежными производителями.

Меценатство. Спонсорские проекты ювелирных салонов «Золотая орхидея»:

- спонсор гимназии №4 имени братьев Каменских в проведении традиционного конкурса детского творчества «Бриллиантовые ножницы»;
- спонсор ежегодного чествования выпускников-медалистов Пермского края;
- спонсорская поддержка конкурса «Учитель года» в Перми и Добрянке;
- поддержка детских образовательных учреждений и благотворительных фондов в помощь детям-сиротам.



614039 г. Пермь, Комсомольский
проспект, д. 62, оф. 10
Тел.: 8 (342) 245-81-13