



Александр МИСРИХАНОВ, генеральный директор ювелирной сети «Бронницкий»: «...А ЕЩЕ НЕ ЛЮБЛЮ ДОЛГОВ!»

Северный Кавказ, в частности Республика Дагестан – один из самых «ювелирных» регионов бывшего СССР. Южане любят украшения. Особенно золотые. И особенно российского производства. Часто приобретают золото в подарок, охотно пополняют собственные «золотые запасы». И кризис не сказался на их покупательской активности... Тем не менее немногие отечественные производители решаются выйти на такой перспективный, но непростой и непохожий на общероссийский рынок.

«Напрасно, – считает Александр МИСРИХАНОВ, генеральный директор компании «Дилер Ювелир» и салонов «Бронницкий» – одной из самых успешных ювелирных сетей Махачкалы. – Рынок Дагестана очень большой и глубокий. Здесь можно успешно работать и получать хорошую прибыль. Все российские производители, кто поверил в нашу компанию и сделал на нас ставку, сейчас довольны результатами и увеличивают поставки. Нужно только подстроиться под спрос и специфику ювелирного рынка Северного Кавказа».

Александр, давайте начнем беседу именно со специфики рынка. Ваша сеть «Бронницкий» сейчас включает три ювелирных салона. Какие изделия пользуются особым спросом у покупателей?

В каждом магазине – своя аудитория и соответственно свои предпочтения. Поэтому и ассортиментная политика в каждом магазине своя. Одно могу сказать однозначно: у нас в почете желтое золото (это основа ассортимента всех магазинов не только сети, но и региона в целом). Его готовы покупать много и часто. Отслеживая новинки и собирая целые ювелирные коллекции. Поэтому те российские производители, которые сотрудничают с нами и готовы держать пусть небольшой, но склад актуальных моделей из желтого золота, получают очень большое преимущество.

В чем особенность каждого магазина сети «Бронницкий»?

Самый первый магазин был открыт в 2005 году, он находится на окраине Махачкалы, рядом с Центральным вещевым рынком. По объемам

продаж и обороту это очень успешный магазин. Большая часть покупателей – жители города со средними и ниже среднего доходами. Кроме того, немало покупателей из других районов Дагестана: они приезжают на рынок за покупками и становятся нашими клиентами.

Изначально в этом магазине было все: от элитных часов «Легенда» до серебряных цепочек за 100 рублей. Но со временем стало понятно, что сводить в одном месте покупателей разного уровня нельзя. Поэтому, проанализировав статистику продаж, мы решили сконцентрироваться на недорогом товаре массового спроса. И не прогадали.

Второй магазин работает в центре города, на оживленной улице. Он самый небольшой в соста-



ве сети – всего 60 квадратных метров, но достаточно популярный. В отличие от других ювелирных магазинов города он работает не до 19, а до 20 часов (в перспективе мы планируем продлить время работы до 21 часа). Так что за этим магазином закрепилось название «дежурный». Салон ориентирован на более состоятельную публику (с доходом средний и средний плюс) – в основном офисных работников и гостей города, приехавших в Махачкалу по делам бизнеса. Здесь спокойная приятная обстановка, тщательно подобранный ассортимент. Клиенты, устав после трудового дня, с удовольствием отдыхают в классическом интерьере за чашкой чая, изучая при этом товар. Проходимость в этом магазине небольшая, но продажи стабильные и средняя сумма чека внушительная.

Третий магазин – самый новый, был открыт в Центральном универсальном магазине Махачкалы в октябре текущего года. Это подарок городу. Магазин совершенного нового формата. Он ориентирован на состоятельную, если так можно выразиться продвинутую аудиторию. Тех, кто много путешествует по миру. Бывал в Турции, Италии, Арабских Эмиратах... Такие клиенты знают, что такое качественные ювелирные изделия и безупречное обслуживание. Они могут оценить стильный дорогой интерьер нашего магазина, ассортимент и высокий сервис. «Красота неопишутая», – так охарактеризовала сам салон и изделия, в нем представленные, Антонина Ивановна Идрисова, заместитель председателя правительства РД.

Как видно, мы охватываем все ценовые сегменты и покрываем потребности всех жителей и гостей Махачкалы, независимо от социального статуса и уровня дохода.

Магазины такие разные. Но у них есть и что-то общее, кроме названия, разумеется?

Высокое качество изделий – при различном ассортименте. Высокие стандарты обслуживания. Единая форма у продавцов – неброский макияж, белые перчатки: мы единственная в Махачкале сеть, которая придерживается европейского стиля обслуживания. И, безусловно, ценовая политика.

«Мы работаем только по предоплате. Никаких реализаций и отсрочек платежей! Это позволяет нам получать у поставщиков максимальные скидки и гарантировать покупателям самые низкие цены в Махачкале».

На ценовой политике давайте остановимся подробнее. Это правда, что вы не даете покупателям скидок?

У нас нет такой необходимости. Признаюсь, что первый год работы нас постоянно донимали вопросами: «Почему все дают скидки, а вы – нет?» Но почему мы должны быть такими, как все? У нас свой путь и свои правила игры. Мы никогда не были, не будем ни на кого похожими; никогда не подстраивались под «массу» и не планируем этого делать.

Кроме того, мы уважаем и ценим своих клиентов. Почему покупатели должны испытывать унижение и дискомфорт, ожидая (читай – выпрашивая) скидку, вместо того, чтобы сразу получить качественное изделие по адекватной цене?

ЧЕПИК Илья Владимирович, генеральный директор Торгового дома «Бронницкий Ювелир»:

«Мы сотрудничаем с сетью ювелирных салонов «Бронницкий» со дня основания этой компании. И очень довольны результатами партнерства. Мы взаимодействуем эффективно и стабильно – даже во время кризиса не было провала в поставках и продажах. Генеральный директор сети – Александр Мисриханов – очень разумный, корректный руководитель, бизнесмен. Интересный и значимый для нас контрагент.»

Если говорить о конкретных ассортиментных позициях, то можно констатировать, что весь номенклатурный ряд хорошо продается в салонах Махачкалы. Но особым спросом пользуются сколоченные уплотненные цепи, изделия с алмазной огранкой. Под Мисриханова мы даже держим специальный ассортимент – совместно с ним разработанные плетения, которые особенно хорошо продаются в Дагестане. И Александр Мисриханов – эксклюзивный покупатель этих плетений. Продажи у него идут очень активно, соответственно и наше производство постоянно находится в рабочем тоне.»

Могу пожелать каждому производителю больше таких партнеров (не клиентов – а именно партнеров!).

Желаю дальнейшего процветания Александру Мисриханову и сети ювелирных салонов «Бронницкий»!»



МИСРИХАНОВ Александр Мисриханович, генеральный директор ювелирной сети «Бронницкий» (Махачкала); **ТИТОВ Владимир Георгиевич**, Герой Советского Союза, летчик-космонавт, вице-президент группы компаний «Ника»; **ИДРИСОВА Антонина Ивановна**, заместитель председателя правительства Республики Дагестан; **ЧЕПИК Илья Владимирович**, генеральный директор Торгового дома «Бронницкий Ювелир»

ИДРИСОВА Антонина Ивановна, заместитель председателя правительства Республики Дагестан:

«Открытие салона на таком высоком уровне (салон «Бронницкий», Махачкала, ЦУМ. Октябрь 2011 года. – Прим. ред.) является хорошим показателем доверия к нашей республике крупнейших производителей России, которые размещают здесь свои изделия. И большой шаг к стабильности.

Наша республика, к сожалению, нередко звучит в СМИ в негативном плане, но сегодня мы говорим о том, что мы можем жить по-другому. Мы живем по-другому! Будем надеяться, что это хорошее начало для развития цивилизованного, культурного и тем более такого изумительно красивого бизнеса. Я желаю всем успехов в этом сложном, но крайне приятном деле».

Если сравнить цены на ювелирные изделия одного уровня, то в наших магазинах они самые низкие в городе.

Как вам удается удерживать самые низкие в регионе цены?

Во-первых, благодаря эффективному ведению бизнеса мы изначально сэкономили и продолжаем экономить приличные средства. Их инвестируем в развитие.

Во-вторых, мы работаем только по предоплате. Никаких реализаций и отсрочек платежей. Это позволяет нам получать у поставщиков максимальные скидки. В результате, если говорить об итоговой цене изделий для покупателей, даже с учетом собственных розничных наценок мы фактически выходим на заводской прайс. В то время как магазины, работающие с отсрочками и реализацией, берут украшения изначально дороже заводского прайса процентов на 20–30. И накидывают еще немного от себя. В результате их ценники получаются выше наших примерно на треть. И это неудивительно. Ведь отсрочка – это, по сути, кредитование.

«Мы не меняем поставщика, даже если нам предлагают товар по более выгодной цене. Стабильность, надежность, прозрачность и четкость – вот что для нас главное в партнерских отношениях...»

А у наших производителей кредиты дорогие (как правило, набегают 50% годовых) – все-таки это не профильный для ювелиров бизнес. Кредитованием должны заниматься и занимаются банки. Кстати, и ставки кредитования у них вполне приемлемые – 10–15%.

К слову сказать, иногда возникают ситуации, когда кредит просто необходим. Поскольку у нас абсолютно прозрачная белая бухгалтерия, то и кредитная история хорошая. А значит, банки с удовольствием работают с нами, предлагая оптимальные условия и минимальные проценты. И если вдруг появляется необходимость, я беру кредит в банке на выгодных условиях, грамотно вкладываю деньги в товар и получаю прибыль. Так что с полным сознанием дела могу констатировать: белая бухгалтерия – только вначале кажется сложной и неудобной. Но потом очень быстро понимаешь, как легко и комфортно жить «в белую».

А если кто-нибудь из клиентов задастся целью сравнить ваши цены без скидок и цены в соседнем магазине со скидками?

Это очень легко сделать. Раз в полгода мы выпускаем глянцевый полноцветный каталог, где рядом с каждым изделием указана цена. Она действительна один месяц с момента выхода каталога. Мы считаем это честным по отношению к клиентам.

Кстати, на начальном этапе посетителям, которые особо настойчиво требовали скидку, мы сами предлагали пройтись по магазинам и найти цены ниже. Практически все возвращались к нам и становились нашими клиентами. Так что наша главная на сегодняшний день задача – не заполучить новых клиентов (с покупателями у нас проблем нет), а успеть обеспечить всех желающих актуальным товаром.

Кроме отсутствия скидок вы прославились уникальной услугой – возвратом украшений. Для ювелирного магазина это нехарактерно...

Как я уже говорил, мы с большим уважением относимся к клиентам, а к товару, представленному на витринах, – с теплотой и любовью. Это стопроцентно наш товар, который мы сами отобрали, выкупили и теперь хотим, чтобы его с удовольствием носили. Покупатель же хочет получить (а мы обязаны ему предоставить) гарантии возврата денег в случае, если украшение пришлось не по душе. Поэтому в течение трех дней с момента покупки покупатель может вернуть нам изделие и получить свои деньги в полном объеме. При условии, конечно, что украшение не носилось.

В магазине у нас оборудована геммологическая лаборатория, где специалист проводит экспертизу украшений (исследует их на предмет следов ношения, потертостей, целостности бирок), подготовленных к возврату.

Могу сказать, что это мощнейший инструмент работы с клиентами. Видя такое уважительное отношение к себе и не чувствуя давления с нашей стороны (клиент вправе забрать деньги и купить изделие в другом магазине), большин-

ство покупателей приобретают у нас другие украшения – как правило, дороже предыдущих.

Если же изделие оказалось бракованным, мы оформляем возврат в течение 30 дней и так же возвращаем деньги.

Лаборатория работает только с возвращенными изделиями?

Разумеется, нет. Геммолог проводит экспертизу всех изделий с драгоценными камнями, которые поступают в наши магазины. Дает оценку соответствия бриллиантов заявленным характеристикам. Все в Махачкале знают, что мы торгуем только качественным, честным товаром. И мы дорожим доверием клиентов.

Как вы говорили выше, основа ассортимента и хиты продаж в Дагестане – украшения из желтого золота. Какие именно изделия для вас особенно актуальны – в чем вы и соответственно ваши клиенты испытываете недостаток?

В первую очередь не хватает недорогих украшений с бриллиантами и массивки в желтом золоте. Поставщики, разумеется, снабжают нас украшениями массового спроса, но все изделия изготавливаются на заказ. А спрос опережает предложение. Если бы мы могли подсортировать оперативнее, объемы продаж были бы в разы больше.

В чем мы не испытываем недостатка, так это в цепях (их нам поставляет Бронницкий ювелирный завод) и украшениях с фианитами (наши надежные поставщики – «Топаз», «Аквамарин», «Диамант», «Платина»... У каждой компании есть свои эксклюзивные, непохожие на других изделия, собственные наработки, поэтому мы с удовольствием сотрудничаем со всеми).

Кто еще из известных производителей уже оценил преимущества работы с вами?

Торговые марки «Арт-модерн», «Бронницкий Ювелир», МЭЮЗ, «Ника», «Мактайм», «Ринго», «Эстет», «Легенда», «Бриллианты Костромь», «Вальтера», «Альком-Ювелир», «Каст-Трейдинг», «Магия Золота», «Русские Самоцветы», «СпектрГрупп», «Элит», «Лазурит-К», «Кадо», «Инталия», «Алмаз-Холдинг», «Национальное Достояние», ЮСС, «Интер-Час», SWATCH Group (Швейцария), Красноярский завод цветных металлов (КЗЦМ).

Три успешных магазина. Постоянный рост товарооборота, невзирая на кризисы и сезонные спады. Среди поставщиков – крупнейшие российские производители, чье имя уже гарантирует качество изделий и надежность розничного продавца. В чем, по вашему мнению, секрет успеха вашей компании?

Думаю, в первую очередь помогли фундаментальные знания – не только в ювелирной отрасли. У меня два высших образования – экономическое (ДГУ) и техническое (МЭИ) (специализация – электрические сети и системы). После окончания университета я работал в московских банках – занимался продажами драгметаллов. Это совершенно уникальная школа бизнеса, ко-

«Перед маркетологами стоит задача – один раз привести человека в наш магазин. Увидев ассортимент, оценив цены и уровень обслуживания, 90% посетителей становятся постоянными клиентами. Так что наша главная задача – успеть обеспечить всех нужным товаром».

лоссальный опыт делового общения. Кстати, в этот «банковский» период я познакомился со многими известными производителями, которые в дальнейшем помогли мне при построении своего дела. В частности, это часовой завод «Мактайм», Бронницкий ювелирный завод... Знания и опыт, полученные в период учебы и работы в банках, помогают мне всю жизнь.

Так, начиная свое дело (мы выходили на рынок 10 лет назад как небольшая оптовая фирма, состоящая из четырех человек, а первый розничный магазин открыли в 2005 году), делали ставку на финансы – все деньги, которые я в то время получал, инвестировал в собственное дело и получал прибыль. На логистику – именно работая в банке, я получил ценнейший опыт оптимизации бизнес-процессов и минимизации расходов. Выйдя на рынок, мы сразу сократили транспортные расходы до 0,5% с традиционных для региона и отрасли 3–4%. На автоматизацию: компьютеры – это мое хобби. Программу, на которой работает фирма, я писал сам. Это исключительно удобно, поскольку как никто другой знаю компанию и ее работу. К тому же это дает возможность сэкономить на сотрудничестве с IT-фирмой, а также оперативно при необходимости внести изменения в ПО и тут же внедрить обновленную программу.

Кто вам помогает в ведении бизнеса?

Мой первый помощник и партнер – супруга. Именно благодаря Фирuze мы состоялись и продолжаем развиваться как розничная компания. Отбор коллекций, ассортиментная политика, кадровые вопросы, обучение персонала, тренинги, дизайн магазинов – все это на ней. Что касается ассортимента, то здесь у Фирузы чутье уникальное: 95% изделий, которые она выбирает, продаются на ура.

В моей компетенции – финансы, технологии, логистика и юриспруденция.

Что, кроме ювелирной компании, есть в вашей жизни?

Семья. У нас с женой трое детей: два сына и дочь.

Приоритеты у меня расставлены таким образом: семья – это мой долг, а бизнес – хобби. И ничто не может заставить меня пожертвовать интересами семьи.

У вас есть принципы, которыми невозможно поступиться ни при каких обстоятельствах?

Главное – это хорошее доброе отношение к людям. Я изначально даю очень большой кредит доверия, стараюсь выстроить уважительные, прозрачные, честные отношения со всеми. Если человек начинает юлить, недоговаривать, пытается схитрить – чувствую это сразу и не вижу смысла продолжать взаимодействие.

И еще... не люблю долгов! Всю жизнь рассчитываю на собственные силы и средства. **Н**

Беседовала Ольга Заржецкая

ООО «Дилер-Ювелир», ювелирная сеть «Бронницкий»
367000, Махачкала, ул. Горького, 43
Тел.: (8722) 55-55-45
Факс.: (8722) 67-43-93
e-mail: du2004@mail.ru
www.bronnicky.ru