

ИМПОРТ НЕ ПРОЙДЕТ?!

РЕЦЕПТ ВЫЖИВАНИЯ И ПРОЦВЕТЕНИЯ ОТ ФЛУНА ГУМЕРОВА

Декабрь – традиционное время подведения итогов уходящего года. Каким он стал для одного из флагманов российского ювелирного рынка – компании «АЛМАЗ-ХОЛДИНГ»? Чем она гордится? Что интересного предлагает своим партнерам: оптовым и розничным продавцам ювелирки? Над чем еще предстоит работать? И что ожидает отрасль в наступающем, 2012-м? На все эти животрепещущие темы мы беседуем с президентом Российской ювелирной компании «АЛМАЗ-ХОЛДИНГ» Флуном Фагимовичем ГУМЕРОВЫМ.



Флун Фагимович ГУМЕРОВ,
президент Российской ювелирной
компании «АЛМАЗ-ХОЛДИНГ»

Флун Фагимович, Вы довольны результатами года? Что, с Вашей точки зрения, можно назвать главным достижением 2011-го?

Не могу сказать, что год был простой – наша компания существует не в изолированном пространстве, и все экономические потрясения и перипетии мы переживаем наравне со всеми. Но однозначно – успешный. Во-первых, мы сохранили лидерские позиции – остались компанией номер один на территории России по суммарному выпуску изделий из золота и серебра. Это, безусловно, очень отрядный показатель: и для нас, и для наших клиентов и партнеров. Во-вторых, производство «АЛМАЗ-ХОЛДИНГ» показало прекрасную динамику, причем во всех сегментах. Спрос на нашу продукцию традиционно высок, и, чтобы удовлетворять запросы партнеров, нам приходится постоянно увеличивать объемы производства. Самый существенный рост показало наше казанское производство, специализирующееся на изделиях с бриллиантами (поступление реальных денег в этом сегменте увеличилось по сравнению в прошлым годом на 60% (!).



Как Вы оцениваете работу своей розничной сети?

Мы остаемся одной из крупнейших ювелирных сетей в России. Продолжаем открывать новые магазины, в частности, не так давно появились торговые точки в Казани, Подмоскowie... Следуя конъюнктуре рынка, запустили новый бренд в эконом-формате – **Krasnoe**. Эта сеть ювелирных киосков в торговых центрах представляет демократичные украшения из серебра. И, как показали исследования, многие покупатели уже успели полюбить **Krasnoe** и оценить предложение.

Но львиная доля сил, времени и средств все равно уходит на оптовые продажи... Как обстоят дела в этом сегменте?

Мы продолжаем активно искать новые формы сотрудничества с партнерами – оптовыми компаниями и розничными магазинами. Выступили одним из инициаторов проведения Первой профессиональной ювелирной выставки – десять крупнейших отечественных производителей представят свою продукцию (в будущем планируется проводить такие форумы четыре раза в год). У посетителей будет возможность ознакомиться с максимально полным ассортиментом, пообщаться и обсудить актуальные вопросы с первыми лицами компаний-производителей...

Отдельно стоит упомянуть программу франчайзинга – она действует очень успешно, в частности, в таких регионах, как Карачаево-Черкесская Республика, Сахалин, Ханты-Мансийский автономный округ. Популярность этой схемы сотрудничества объясняется в том числе и тем, что мы создаем максимально комфортные условия для партнеров. Предоставляем отсрочки платежей, недавно закончили ремонт в центральном офисе, где, собственно, и идет основная работа с франчайзи. Сейчас обновляем производственные площади на заводе «Красносельский



Ювелирпром». Иными словами, делаем все, чтобы с нами было выгодно и комфортно работать.

В конце октября мы организовали специальный трехдневный проект для оптовых клиентов – «Осенний выезд с ключевыми клиентами». Он начался на ювелирной выставке в «Крокус-Экспо», а продолжился в одном из лучших подмосковных отелей Avantel Istra Club. В рамках проекта проходили обучающие семинары и конференции, посвященные ассортиментной политике, работе с корпоративными и индивидуальными заказами, рекламным мероприятиям. Перед аудиторией выступили ведущие специалисты компании, а также известный российский маркетолог Игорь Манн.

Насколько актуальны и необходимы подобные мероприятия, можно судить по отзывам участников.

«Ваша конференция – лучшая точка контакта наших компаний за последнее время. Получили огромный заряд позитивной энергии, много полезной и актуальной информации, особенно необходимой в преддверии Нового года».
(БАБОРИНА Марина Владимировна, президент компании «Алмаз», Иркутск)

Обучая розничных партнеров, Вы не роете яму своим собственным магазинам? Не возвращаете им конкурентов?

Это очень недалёковидное суждение. Для нас самое ценное – партнерские отношения. К своим партнерам, клиентам мы относимся как к членам семьи. И поэтому предлагать им лучшее – для нас естественно. Это во-первых. А во-вторых, чем лучше будут идти дела у наших партнеров, тем лучше для нас. Мне кажется, это очевидно!

Создается впечатление, что год был беспроblemным. Это так?

Разумеется, нет. Наша компания как лидер рынка ощущает на себе все негативные факторы, влияющие на развитие отрасли в целом. Это и давление импортной продукции, и контрафакта. Как и всем игрокам рынка, нам приходится корректировать свои планы с учетом вступления России в Таможенный союз, а в ближайшей перспективе – в ВТО...

У Вас есть рецепт, как пережить эти экономические катаклизмы? В частности – засилье импорта?

Рецепт один – консолидироваться и сделать Россию ювелирной державой! У нас есть полное понимание того, что выживать мы можем только вместе, ведя диалог со всеми ветвями власти и поддерживая друг друга.

Мы понимаем, что работа отрасли нуждается в серьезных коррективах. В том числе в вопросах взаимоотношений между партнерами. И кроме нас – участников рынка – никто эти изменения привнести не может. Только совместными усилиями мы сможем сделать ювелирные изделия отечественного производства престижным товаром, а отрасль – конкурентоспособной по сравнению



с такими смежными отраслями, как антиквариат, парфюмерия, мобильные телефоны...

Сегодня, к сожалению, ситуация в отрасли отнюдь не оптимистичная. На российский рынок выходят крупные зарубежные игроки и ювелирные сети. Обратите внимание на цифры: рост импорта за 10 месяцев составил 44% по сравнению с 0,1% увеличения объемов отечественного производства. Чтобы сохранить и преумножить свои позиции, думаю, нам следует двигаться в следующих направлениях:

1. Федеральный уровень.

Создание для отечественных производителей таких условий работы, при которых они могли бы предложить своим партнерам изделия по ценам ниже импортных, а по качеству – как минимум не уступающих им. Чтобы партнерам было экономически выгодно работать с российскими производственными компаниями.

2. Производство. Компании-производители должны научиться не только выпускать изделия по дизайну и качеству, не уступающие импортным, но использовать новые технологии: гальванопластика, биметалл... Находить новые нестандартные решения.

3. Взаимоотношения. Взаимная поддержка – единственно верное решение в отношениях между партнерами. Приведу пример: для белорусской экономики уходящий год выдался, мягко говоря, непростым. Тем не менее мы довольны результатами сотрудничества – благодаря тому, что у нас в свое время хватило мудрости не бросить партнеров в трудную минуту, они выдержали экзамен кризисом, выстояли и сейчас работают с удвоенной силой.

Это еще раз доказывает, что, только ставя стратегические интересы отрасли и партнеров выше личной сиюминутной выгоды, можно жить, развиваться и с оптимизмом смотреть в будущее!

Желаю всем в наступающем году мудрости и процветания!

Мы делаем дело!

Мир вашему дому!