



ВСЕМИРНАЯ БРИЛЛИАНТОВАЯ БИРЖА: СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ РОССИЙСКИХ ЮВЕЛИРНЫХ МАГАЗИНОВ

В прошлых номерах мы начали публикацию серии статей об одной из самых современных технологий продаж в ювелирной отрасли – работе компании на всемирной бриллиантовой бирже. Это самая большая в мире электронная база бриллиантов – IDEX Online (idexonline.com). Чем выгодна российским ювелирным предприятиям работа на всемирной бриллиантовой бирже – рассказывает Алекс ПОПОВ, президент Московской алмазной биржи.



Алекс ПОПОВ,
президент Московской алмазной биржи

Алекс, давайте рассмотрим все типы предприятий – производство, опт, розница, а начнем с российских ювелирных магазинов. Какие варианты работы на IDEX Online подходят именно им?

Как я уже говорил, ежедневно в электронной базе бриллиантов IDEX Online (idexonline.com) выставлено на продажу до 500 тысяч сертифицированных камней от нескольких тысяч компаний (производителей и дилеров), представляющих все крупные алмазные центры мира. И любой российский магазин, который станет участником данной системы, сможет торговать этими камнями. Представьте: человек хочет купить бриллиант с определенными характеристиками, он приходит к вам в салон, и вы вместе с ним подбираете камень в соответствии с его требованиями из огромной мировой базы. То есть – вы предлагаете клиенту практически неограниченный выбор! И при этом вы работаете, не вкладывая деньги в товар, не создавая собственных запасов, не замораживая средства.

Сегодня основная масса магазинов в США и Европе работает именно так. Они не закупают камни и не держат стоки – они просто являются участниками всемирной бриллиантовой биржи. Покупатель приходит, выбирает камень, оставляет небольшую предоплату, магазин заказывает бриллиант, получает его и передает клиенту. Естественно, не забыв про свою наценку. Такая система удобна и выгодна всем.

А как российский магазин может это сделать технически?

Первым делом нужно стать подписчиком IDEX Online (idexonline.com). О том, как это сделать, мы говорили в прошлый раз. А затем магазин создает в системе свою страничку – он получает свой интерфейс, со своим логотипом, со своими фирменными цветами и всеми необходимыми ему

информационными элементами. Именно с этой странички салон и показывает клиенту все камни, которые есть в системе, причем с ценами, которые он сам считает нужным установить. Абонентская плата для магазина составляет от 100 до 500 долларов в месяц в зависимости от того, что ему нужно. Есть розничные предприятия, которые используют на своих страничках специальную анимацию и моделирование, чтобы клиент мог видеть конкретный камень в касте или в изделии и т.п. Компьютерные технологии сегодня очень развиты – так что можно сделать многое, было бы желание.

С точки зрения технического обеспечения для работы в системе магазину нужен ноутбук или нетбук и доступ в интернет – и все. Консультант садится вместе с покупателем за компьютер и помогает ему выбрать камень. Конечно, продавец-консультант должен быть очень хорошо подготовлен. Для этого ему необходимо пройти тренинг по бриллиантам и научиться работать в системе IDEX Online. При всем моем уважении к ювелирной торговле России, сегодня ситуация в магазинах по большей части плачевная. Продавцы не знают, как грамотно продавать бриллианты. Поэтому их обязательно надо обучать.

Итак, российский ювелирный магазин заинтересовался открывающимися возможностями и хочет начать работу в системе. Какие шаги он должен предпринять?

Для начала, как и в любом другом деле, нужно потренироваться. Я рекомендую первым делом просто стать подписчиком на полгода (это стоит 500 долларов). Магазин получает паспорт, заходит в систему и начинает осматриваться. Тут посмотрели, там посмотрели, заказали камень, потом еще один, появился интерес. После этого можно создавать свою страницу – по заказу компании это сделают специалисты IDEX Online. За эту работу берется небольшой одноразовый платеж, потому что есть стандартный интерфейс. А дальше можно начинать работу с покупателями и при необходимости менять что-то на своей страничке.

Чем выгодна российским производственным и оптовым предприятиям работа на всемирной бриллиантовой бирже – читайте в следующем номере нашего журнала.

Беседовала Юлия НОВИКОВА,
главный редактор журнала
«Навигатор ювелирной торговли»