



АДАМАНТ РЕБРЕНДИНГ: НЕДОСТАЮЩЕЕ ЗВЕНО

Ювелирный завод «Адамант» – крупнейший (по данным Российской пробирной палаты) производитель цепей в России – запустил кампанию по ребрендингу. Что предприятие ждет от этой крупномасштабной акции, какие цели ставит перед собой? Об этом и о многом другом – наша статья.



*Сергей АВАКЯН,
генеральный
директор
Ювелирного завода
«Адамант»*

Для начала обратимся к понятию «брендинг».

Брендинг – это процесс формирования имиджа бренда в течение длительного периода, позволяющий сделать продукт, выпускаемый под брендом, более привлекательным для конечного потребителя, в узком смысле брендинг – это продвижение торговой марки на рынке.

Соответственно, **ребрендинг** – это изменение позиционирования сформированного бренда. *За разъяснениями мы обратились к идейному вдохновителю кампании – генеральному директору Ювелирного завода «Адамант» Сергею АВАКЯНУ.*

– Сергей Грачевич, для чего компании, которую достаточно хорошо знают на ювелирном рынке, вкладывать огромное количество сил и средств в ребрендинг? Что это – следование модным тенденциям?

Кампания по ребрендингу, которую мы начали в этом году, это не просто рекламный ход и тем более не дань моде. Для нашей компании ребрендинг – это необходимый шаг на пути нашего развития, так сказать, недостающее звено.

Ведь что такое бренд? Это не название компании, это – набор ассоциаций, возникающих у людей, когда они видят логотип компании или слышат ее название.

Когда необходимо уточнить или изменить существующий бренд? Когда в компании произошли действительно очень серьезные изменения, когда компания стремится донести до своих клиентов и до потенциальных потребителей, что продукт компании и сопутствующий продукту сервис вышли на качественно новый уровень и доставят клиенту максимум удовлетворения.

Не секрет, что цель любого производителя – это монополия либо, если монополия не возможна, – лидирующая позиция на рынке. К этой цели наше предприятие шло последние 12 лет, начиная с основания завода. Сегодня мы с удовлетворением констатируем – наша цель уже очень



близка. Огромный объем работы позади, еще более масштабные цели – впереди. И с помощью ребрендинга мы хотим донести до наших уважаемых клиентов, что мы уникальны, что мы – лучшие.

Что вы имеете в виду, когда говорите о действительно серьезных изменениях, произошедших в компании?

Чтобы ответить на этот вопрос, необходимо провести краткий экскурс из прошлого в настоящее.

2000–2006 годы – был основан завод «Адамант», мы вышли со своей продукцией на ювелирный рынок и стали постепенно наращивать объемы. Тогда основной нашей задачей было найти свою нишу на рынке. Тот период помог нам определиться с основной специализацией завода – производство цепей и браслетов. Этот выбор не был случайным – данные многочисленных исследований показывают, что около 30% всех продаж в розничном магазине приходится на цепи и браслеты. Только после этого было принято решение о модернизации производства.

2007–2010 годы – для нас этот период стал революционным. Мы построили современнейший завод, провели полное обновление технологического парка, при этом многократно его увеличив, довели производственную базу до уровня мировых стандартов. С помощью наших итальянских партнеров внедрили инновационные технологии. В конце 2011 года предприятие успешно прошло сертификацию системы менеджмента качества (ISO 9001:2008),



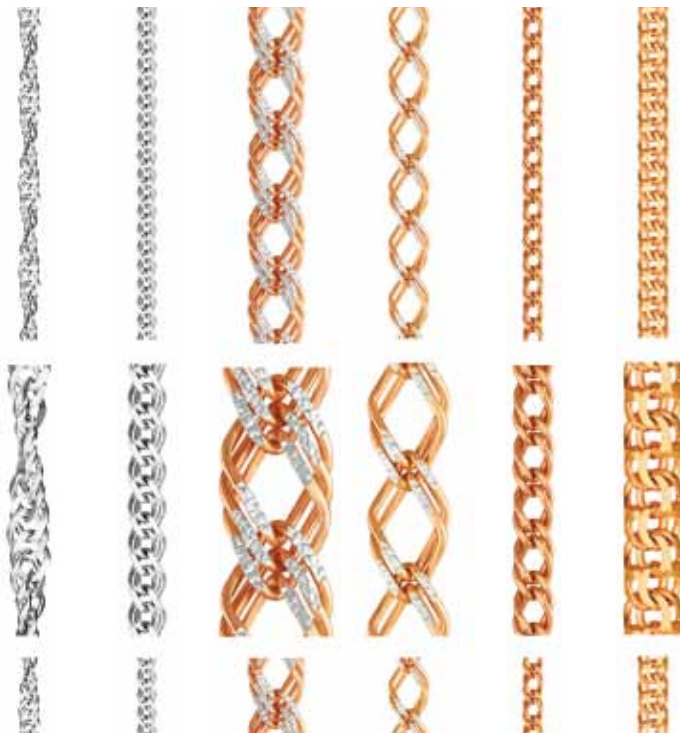
системы экологического менеджмента (ISO 14001:2004), системы управления охраной труда (OHSAS 18001:2007).

И как следствие этих этапов – мы многократно увеличили номенклатуру выпускаемой продукции; выпустили на рынок принципиально новые виды изделий; качество продукции довели до высочайших международных стандартов, а по ряду позиций – наша продукция превосходит европейские аналоги.

На сегодня наш завод является единственным в России производителем, выпускающим такой широкий ассортимент цепей и браслетов, а по многим позициям – вообще единственным производителем.

Могу привести несколько фактов относительно предлагаемой нами продукции:

- Ассортимент продукции – более 200 видов изделий (без учета размерных рядов, способов огранки и вариантов покрытия изделий) в золоте и около 250 видов изделий – в серебре.
- Практически все виды цепей, в том числе и серебряных, производятся в полнотелом и пустотелом вариантах.
- Цепи производятся в моно- и многоцветном вариантах. Многоцветность делает цепочку особенно красивой.
- Применяется шесть вариантов художественной огранки. Среди новинок предприятия – огранка «ПАВЕ», которая придает изделиям особый, не свойственный им ранее блеск. Если эта огранка сочетается с покрытием родием,





то она приобретает совершенно уникальный вид, отличающийся выразительностью и яркостью. Очень интересны огранки с нанесением на плоскость цепи фантазийных рисунков.

- Все изделия из серебра выпускаются с защитным покрытием, позволяющим значительно улучшить внешний вид и потребительские качества изделий. Эта технология позволяет изделиям длительное время не менять цвет, не терять блеска и не темнеть. Таким образом, потребитель может быть уверен, что изделие сохранит свой товарный вид по прошествии нескольких месяцев.

Возможно, что-то я забыл перечислить, но и этот перечень говорит о том, что наше производство для России – уникальное. И для каждого покупателя с любым достатком у нас есть достойное предложение, способное принести радость и удовольствие от покупки.

Что касается наших оптовых покупателей, то и здесь мы продвинулись далеко вперед. Если раньше у наших клиентов была возможность приобретать изделия производства «Адамант» только из наличия на складе, то сегодня мы предлагаем нашим партнерам большой выбор различных вариантов сотрудничества. К примеру, сегодня у любого клиен-



та есть возможность разместить заказ непосредственно в производство, тем самым обеспечив себя необходимым ассортиментом на 100%. При этом никаких ограничений по объему заказа, как в меньшую, так и в большую сторону, у нас нет. Наши производственные мощности позволяют исполнить практически любую прихоть клиента. То же самое относится и к выбору условий работы: мы предлагаем своим партнерам работать по договорам поставки, по договорам переработки дробильного сырья, договорам комиссии. Формы оплаты самые разнообразные – это и предоплата, и отсрочка, и факторинг. То есть наши клиенты могут выбрать любой удобный и выгодный для него формат сотрудничества.

Как вы оцениваете положение компании на рынке?

За нас говорят цифры. Сегодня ООО «Ювелирный завод «Адамант» позиционирует себя как новатора в производстве золотых пустотелых цепей в России и высококачественных серебряных цепей. 2011 год наглядно показал верность выбранного направления. Рост производства вывел завод «Адамант» на первые позиции на отечественном ювелирном рынке цепей и браслетов. По данным Российской пробирной палаты, в сегменте цепи-браслеты ювелирный завод «Адамант» занимает первое место по

выпуску цепей и браслетов из серебра и третью позицию по выпуску цепей и браслетов из золота. По экспертным оценкам, более половины всех выпускаемых в России пустотелых цепей и браслетов приходится на долю «Адаманта». А если принимать во внимание совокупный объем произведенных цепей, как из золота, так и из серебра, то здесь наш завод абсолютный лидер.

Очевидно, что все произошедшие в компании изменения настолько основательные, что мы не могли не задуматься об изменении самой философии нашей компании и соответственно об изменении формата подачи информации о компании широкому кругу пользователей. Поэтому вполне логично, что именно сейчас настало время привести наш бренд в соответствие с текущим состоянием бизнеса и стратегией развития компании.

Основные изменения в атрибутах бренда «Адамант»...

Новый логотип компании изменился визуально – переплетенная цепь, которая под определенным углом зрения становится похожей на корону, а самые внимательные увидят в переплетениях все буквы названия бренда. «Корона» будет фигурировать на бирке, пломбе, упаковке. Это не случайно. Мы вкладываем глубокий смысл в наш логотип: как компания, ориентированная на потребителя, «корона» мы подчеркиваем высокую значимость каждого клиента для нас.

В посткризисный период, когда подавляющее большинство наших сограждан не могут похвастаться высоким уровнем доходов, наша компания помогает воплощать мечты покупателей в жизнь. «Адамант» представляет продукцию в широчайшем ценовом диапазоне, рассчитанную на покупателя с любым достатком. Это и хит продаж – пустотелые цепи, и цепи из серебра, покрытые золотом и родием, и золотой полновес, и утонченные браслеты. Люди стремятся украсить себя и свою жизнь, а мы качеством и широтой своего ассортимента гарантируем эту красоту, реализацию мечты. Делаем ее доступной. Отсюда второй, важный элемент логотипа – новый слоган компании: «Соединяя мечты и реальность».

Вместе с тем рестайлинг визуальных атрибутов бренда – это только верхушка айсберга. Основная цель ребрендинга – выход компании на новый уровень развития, привлечение новых покупателей, увеличение лояльности существующих клиентов.

Кстати о лояльности, чего ожидать партнерам вашей компании?

Собственно, наши потребители и наши клиенты-партнеры – и есть та целевая аудитория, для которой проводится



АДАМАНТ

СОЕДИНЯЯ МЕЧТЫ И РЕАЛЬНОСТЬ

такая масштабная работа. Если раньше мы думали в основном об ассортименте продукции и ее качестве, то сейчас, достигнув определенных результатов в этой области, мы расширили для себя комплекс задач. Теперь одним из важнейших наших приоритетов является качество обслуживания наших клиентов, удобство сервиса, гарантийное и постгарантийное обслуживание, многовариантность форм сотрудничества, гибкая маркетинговая политика. Здесь у нас множество планов, часть из которых уже «на выходе»...

К примеру, к лету мы запустим новый интернет-сайт, на котором появится ряд новых удобных сервисов, в том числе и возможность размещение заявки в производство онлайн, и формирование заказа на поставку из имеющегося в наличии товара на складе, также онлайн.

Кроме того, в рамках новой концепции развития «Адамант» предложит своим партнерам всестороннюю поддержку в продвижении продукции под брендом «Адамант», в том числе проведение совместных рекламных акций, предоставление сопутствующих рекламных материалов, брендированной упаковки, обучение технике продаж, консультации по выкладке товара и т.д.

Кстати, и в своей ассортиментной политике мы не останавливаемся на достигнутом. В ближайших планах – освоение принципиально новых направлений, при этом новых не только для завода, но и для ювелирного рынка России: изготовление пустотелых цепей из белого золота, изготовление сверхлегких пустотелых крестов, подвесок, сережек и прочего.

Но об этом, а также о результатах ребрендинга мы расскажем в следующий раз.

Ювелирная компания «АДАМАНТ»

+7 (495) 781-69-49, +7 (495) 234-00-37

www.adamant-gold.ru