



**За 15 лет компания «Эгида» открыла в Кемеровской области 12 ювелирных салонов, в том числе четыре фирменных магазина ЮД «Эстет». Сегодня готовит к открытию 13-й салон – под брендом «Стайл Авеню». У каждого – своя целевая аудитория, свой ассортимент и стратегия развития... При этом все они популярны и высокорентабельны. Как удается успешно управлять столь разнообразными и разбросанными по всему региону салонами? Какие изделия пользуются особым спросом у жителей Кемеровской области? Как совместить семью и бизнес: стать успешной бизнес-леди, поставив во главу угла интересы детей? Наш собеседник – генеральный директор компании «Эгида» Вера Александровна ЗИБОРОВА.**

## **ВЕРА ЗИБОРОВА, генеральный директор компании «Эгида»: «КАК СОВМЕСТИТЬ НЕСОВМЕСТИМОЕ»**

**Вы помните, как открывали свой первый магазин?**

Конечно, этапы большого пути не забываются. Первый ювелирный магазин – маленький отдел в торговом центре города Тайга – мы открыли 22 февраля 1997 года. В то время это был единственный ювелирный магазин в городе. Раньше здесь цивилизованной торговли ювелирными изделиями не было: украшения продавались лишь на рынке. Из нанятых сотрудников у нас были только продавцы и бухгалтер. Я была и товароведом, и мерчандайзером... Сама ездила на закупки в Москву и Петербург.

Работали мы с золотой массовой – тем, что пользовалось спросом. Продажи шли активно – в отличие от рыночных торговцев мы гарантировали качество, подлинность изделий и достойный уровень обслуживания.

**Кто был вашим первым покупателем?**

Очень пожилая дама, думаю, ей было далеко за 80, приобрела пару обручальных колец. Как она объяснила, прожив с мужем всю жизнь, они так и не оформили свои отношения. И вот на склоне лет они решили обвенчаться, чтобы, по ее словам, «и на том свете быть вместе».

**Однозначно – добрый знак!**

Да, начало было приятным, запоминающимся и, можно сказать, знаковым. Но ближайшее будущее – увы, подкачало. В начале 98-го наш магазин обокрали – вынесли буквально все. Это



был, конечно, удар. Но мы решили не закрываться – взяли кредит и восстановили салон. Потом, как известно, был дефолт. В общем, пришлось непросто. Но мы выстояли. На сегодняшний день у нас 12 салонов в Кемеровской области, а недавно крупный салон открылся в Томске. В том числе четыре фирменных магазина ЮД «Эстет». К слову, наш магазин «Эстет» в Кемерово, который был открыт в 2006 году, – один из первых фирменных салонов этого известного бренда.

**Сегодня у ваших магазинов появились конкуренты. Тем не менее недостатка в покупателях вы не испытываете. В чем секрет популярности? Чем вы отличаетесь от других ювелирных салонов?**

В первую очередь ассортиментом. Он чрезвычайно широк и не пересекается с ассортиментом других магазинов. Это наша принципиальная позиция. Мы не работаем – или работаем очень ограниченно – с теми производителями, которые представлены в других салонах. Среди наших ключевых партнеров такие известные компании, как «Эстет», «Ника», «Платина», «Стайл Авеню», «СБ Золото», «Национальное достояние», «Новый стиль», «Бриллианты Костромы», «Соната»...

Затем – уровнем обслуживания. У нас работает только квалифицированный, хорошо обученный персонал. Семинары, тренинги, «тайный покупатель» – все это в нашем активе. Продавцы умеют работать с клиентом: они могут проконсультировать и по представленным коллекциям, и по особенностям камней, и по технологиям производства...

И, конечно, – интерьером. Все салоны оформлены по-разному, но их объединяет одно: интерьер не оттягивает внимание покупателей на себя. Напротив, помогает сконцентрироваться на главном – ювелирных изделиях. В тех магазинах, где позволяет площадь, оформлена комната отдыха для покупателей, игровая зона для детей. Кроме того, в наших магазинах создана совершенно особая атмосфера – здесь каждый чувствует себя комфортно и раскрепощенно. Люди приходят к нам не только за покупкой, но и за поддержкой: эмоциональной, психологической... У каждого продавца сформировался свой круг покупателей, которые стали не просто клиентами, а добрыми друзьями.

**Давайте поговорим подробнее по каждому пункту. Первый – ассортимент.**

У каждого салона ассортимент свой в зависимости от потребностей покупательской аудитории. Прежде чем открыть магазин, мы проводим исследования, выявляем специфику спроса и имеющегося в этом месте предложения и только после этого принимаем решение об открытии салона и формируем ассортимент. Но это не значит, что каждый магазин у нас узкоспециализированный. В каждом магазине, за редким исключением, есть все, в том числе интересные сувениры из серебра, цепи, обручальные кольца, изделия с полудрагоценными камнями, с бриллиантами. Но акценты расставлены по-разному. Например, изделия массового спроса есть во всех салонах. Но в одном на них приходится до 70% изделий, а в другом – до 10%. То же касается и бриллиантовой группы. Исключение составляет, пожалуй, только магазин премиум-класса в Кемерово. Салон расположен на одной из центральных улиц города в крупнейшем брендовом торговом центре и представляет лишь изделия класса «люкс»: бриллианты, эксклюзивное серебро, интерьерные фигуры... К слову: в прошлом году часовая компания «Ника» выбирала себе партнера среди ювелирных салонов региона. Выбор пал на наш магазин – и сегодня мы готовимся представить эксклюзивную коллекцию ювелирных часов.

С недавнего времени мы начали работать с украшениями «Стайл Авеню». Покупатели с большим воодушевлением восприняли эти изделия. И в ближайшем будущем мы открываем в Томске и Кемерово фирменный магазин «Стайл Авеню».

**Какие ювелирные изделия пользуются в вашем регионе особым спросом?**

Можно сказать, что продается фактически все. Если говорить о массовке, то это в основном красное золото. На белое и лимонное приходится не более 25% продаж. С недавних пор повысился спрос на бескаменку оригинального дизайна.

Бриллианты у нас предпочитают в белом золоте – примерно 65% продаж – и лимонном – 20–25%. Оставшиеся 10–15% приходятся на красное золото. Могу констатировать, что в последние годы покупатели стали чаще приобретать дорогие изделия: кольцо, каратники – кольца с одиночным бриллиантом.



В сегменте изделий с полудрагоценными камнями на первом месте по популярности – украшения с топазами и London-топазами. Востребован хризолит, гранат. Что касается дизайна, спросом пользуются самые разнообразные украшения: и с крупными камнями, и с мелкими. И строгая моногамность, и многоцветие миксов. Но если сравнивать сегодняшние продажи с продажами трехлетней давности, то налицо – повышение спроса на миксы (разумеется, среди молодых покупательниц).

### **Пункт второй – уровень обслуживания. Сегодня все жалуются на кадровые проблемы...**

Мы не жалуемся. Не так давно – 22 февраля текущего года – мы открыли фирменный магазин «Эстет» в Томске. Персонал отбирали тщательно, но нехватки адекватных людей не ощутили. Было много желающих, и мы сформировали прекрасный рабочий коллектив.

### **Какие у вас критерии выбора сотрудников?**

На позицию продавцов-консультантов мы принимаем девушек коммуникабельных, с хорошей грамотной речью, приятной внешностью, ухоженных, элегантных, улыбчивых – чтобы с ними было приятно общаться. Обязательно – способных к обучению. Поскольку учиться им приходится много и постоянно.

Что же касается других позиций, например, бухгалтер, товаровед, здесь главное – профессионализм.

### **Чему и как учите продавцов?**

Обучению уделяем особое внимание: открытие магазина, обновление ассортимента, представление новой коллекции –



поводы для проведения серии обучающих семинаров. В этом вопросе нам очень помогают поставщики. Например, не так давно компания «Ника» направляла к нам своего специалиста – теперь наша команда может проконсультировать покупателя по вопросу выбора и приобретения часов. Готовимся к открытию фирменного магазина «Стайл Авеню» – продавцы уже знают, в чем особенности и преимущества изделий, как грамотно представлять их на витрине, как выбирать и комбинировать с одеждой. Прекрасные семинары проводит компания «Эстет» и по коллекциям, и по вопросам мерчандайзинга.

Кроме того, наши продавцы обучены технологиям продаж, психологическим аспектам общения с покупателями. Надо отдать должное нашим девушкам: они с удовольствием учатся и результаты очень ощутимы.

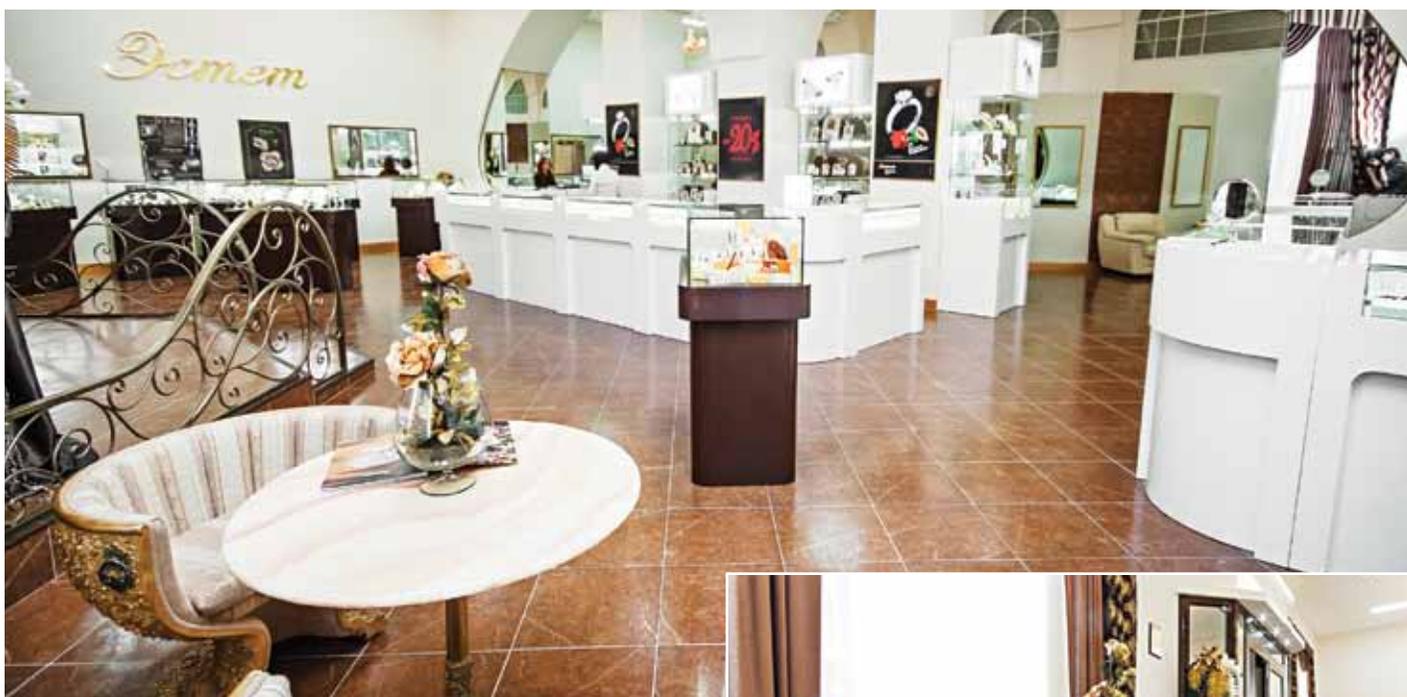
Не могу не заметить: мы не только требуем, но и поощряем сотрудников. Не так давно пятеро лучших продавцов вернулись из Турции – путевки они получили в качестве премии от компании.

### **Чем еще вы привлекаете покупателей?**

У нас постоянно проходят акции: розыгрыши свадебных путешествий, автомобилей. На последнем розыгрыше в Анжеро-Судженске собралось более 800 тысяч человек! Участвуем в закрытых модных показах для VIP-персон. Сотрудничаем с ведущими ресторанами – организуем презентации новых коллекций. Размещаем рекламу на телевидении, в гляцевых журналах, на билбордах. Участвуем в городских мероприятиях – традиционно поздравляем ветеранов Великой отечественной войны, помогаем дому ребенка... В общем, занимаем активную позицию, поэтому имя компании у всех на слуху...

### **Ваши салоны разбросаны по всей области. Как удается ими руководить, держать все под контролем? Вы успеваете бывать в каждом?**

Постоянно ездить из магазина в магазин у меня нет необходимости. Во-первых, на местах работают директора – это высокопрофессиональные люди, они прекрасно справляются со своими обязанностями, которые четко прописаны. Контролируют работу сотрудников, занимаются мерчандайзингом, формируют статистику продаж, отвечают за хранение изделий, отслеживают наличие специальных – актуальных для данного



конкретного салона – позиций в ассортименте. Самые ходовые, востребованные позиции – обручалка, цепи, нательные крестики – и их наличие во всех салонах курирует товаровед – сотрудник центрального офиса. Раз в две недели директора предоставляют отчеты о продажах в своих салонах, на их основе мы планируем закупки, решаем стратегические вопросы: например, необходимость в новых поставщиках, актуальность для нас изделий определенных производителей.

Кроме того, у меня налажена видеосвязь со всеми салонами. Я могу наблюдать из кабинета в реальном времени все, что происходит в магазинах...

**В одиночку справиться с таким большим хозяйством сложно. Кто вас поддерживает, помогает?**

В первую очередь мой супруг. Мы знакомы со школы. Талантливый экономист, обладающий потрясающей деловой интуицией. Несмотря на большую занятость – у него свой успешный бизнес, не связанный с ювелиркой, он часто меня консультирует, помогает в решении ключевых, стратегически важных вопросах.

Наш старший сын – будущий экономист, студент 4-го курса Томского государственного университета – возглавил магазин «Эстет» в Томске. Салон начал работу 22 февраля 2012 года – в этот день 15 лет назад был открыт наш первый ювелирный магазин. Я рада, что свое дипломное исследование он связал с ювелирным рынком.

**Есть вещи, которые для вас как для руководителя компании неприемлемы ни в какой ситуации? Принципы, которыми вы не сможете поступиться?**

Честное имя, имидж компании, лицо магазина для меня чрезвычайно важны. В тяжелые 90-е годы, когда каждый выживал, как мог, мы никогда не связывались с сомнительными компаниями, с подделками.

Что в личной жизни, что в бизнесе обманывать я не умею. И не переносу ложь по отношению к себе. Стараюсь выстраивать честные, прозрачные, доверительные отношения с партнерами. Если это по каким-либо причинам не получается – отказываюсь от сотрудничества. В таких вопросах для меня компромисс невозможен.

И еще важнейший жизненный принцип – приоритет семьи. Муж, дети, а их у нас трое, – для меня всегда на первом

месте. Когда я начала заниматься бизнесом, то времени на близких людей стало катастрофически не хватать. Надо было что-то менять или отказываться от бизнеса. Тогда я стала выстраивать работу таким образом, чтобы интересы семьи не страдали. Ключевые позиции в компании – главный бухгалтер, HR-менеджер, товаровед, ревизор, операторы, маркетологи – занимают специалисты высочайшего класса, настоящие профессионалы своего дела. Алгоритм работы каждого сотрудника выверен и четко прописан в инструкции. В результате могу с гордостью заявить: компания в состоянии успешно работать какое-то время и без моего участия. Я убеждена, что один человек не может быть специалистом во всем, не в состоянии эффективно работать в одиночку. Как горючися, один в поле не воин. И мастерство руководителя заключается в том, чтобы подобрать профессиональную команду, оптимальным образом построить ее работу и грамотно делегировать полномочия.

**Как вы планируете дальнейшее развитие компании?**

Поскольку сейчас все ждут новую волну кризиса, в ближайшей перспективе ставлю перед собой и своей командой задачу минимум: основательнее закрепиться на занятых позициях. Чтобы никакая волна не то чтобы не смыла, а не сумела бы даже пошатнуть наш бизнес. Далее планирую открытие новых магазинов в своем регионе: здесь много перспективных, интересных и пока не освоенных ниш.

**ООО «Эгида»**

Россия, Кемеровская область,

Кемерово, пр. Советский, 56, офис 425

Тел./факс (3842) 58-34-74, моб. +7 (923) 494-97-89

amante-kemerovo@yandex.ru