

ДРАГОЦЕННЫЙ НОВЫЙ ГОД

подготовка ювелирного магазина к зимним праздникам

Подготовка к новогодним торжествам в ювелирной отрасли начинается ранней осенью и касается всех: производители и оптовики предлагают новые изделия и коллекции, которым суждено стать драгоценными подарками, а магазины занимаются планированием ассортимента и обдумыванием новогоднего декора. Кроме того, все вместе планируют и придумывают акции, которым предстоит сыграть немаловажную роль в увеличении продаж. Какие сюрпризы приготовили своим клиентам производители, что будет модно в год Змеи, как украсить магазин, чтобы он стал самым ярким и заметным ювелирным салоном в городе или торговом центре, какие акции сегодня привлекают сердца и... деньги розничных покупателей – об этом и многом другом читайте в традиционном новогоднем обзоре «Навигатора ювелирной торговли».



ЮК «АЛМАЗ-ХОЛДИНГ»



Mister Christmas

лать подарок и близким, и себе. К тому же перед Новым годом внутреннее ожидание праздника как никогда нуждается в подкреплении извне. И идеальным инструментом для этого будет оформление ювелирного магазина в соответствии с последними тенденциями новогодней моды. Торговые центры, впрочем, как и небольшие магазины, бутики и салоны, давно взяли себе это правило на заметку. Праздничная веселая атмосфера способствует тому, чтобы люди не уходили из ювелирного магазина. А чем больше времени они проведут в царстве ювелирной роскоши, тем больше денег там оставят.

Как и чем украсить магазин? Ответ на этот вопрос зависит от таких факторов, как выделенный на это бюджет, фантазия владельца и последние модные тенденции. Однако не следует забывать также о чувстве меры: излишнее декорирование витрин может скрыть от глаз покупателей самое важное – ювелирные украшения.

Если в вашем распоряжении находится отдельно стоящее здание магазина, можно с помощью искусственных и натуральных деревьев, мишуры, световых гирлянд и фонарей превратить его в сказочный дворец, чтобы каждому проходящему и проезжающему хотелось бы остановиться и проверить, какие сокровища скрываются за искусно подсвеченными стенами и дверями, украшенными новогодними гирляндами. В этом случае уместно будет нарядить елку перед входом в магазин, украсить подъездную дорожку и пешеходную зону фонариками (они не только

Создаем настроение

Как театр начинается с вешалки, так и Новый год начинается с елки. Точнее, с праздничного антуража, царящего повсеместно – на улицах, в торговых центрах и, конечно, в ювелирных магазинах и салонах.

Результаты многочисленных опросов показывают, что на совершение импульсивной покупки (а подарки чаще всего приобретают именно так!) огромное влияние оказывает не столько цена товара и его необходимость, сколько царящая в магазине (и около него!) атмосфера праздника и радости. Запах елки и мандаринов, искры шампанского и сияние драгоценных камней в витринах побуждают человека сде-

О ДЕКОРАТИВНЫХ ТЕНДЕНЦИЯХ

Станислав Дутов, бренд-менеджер Mister Christmas:

«Можно выделить несколько основных тенденций за последние годы, в том числе в наступающем, 2013 году. Первая – увеличение тенденции выбора потребителями более смелых и ярких по цвету, составу и фактуре предметов декора для дома и офиса. Потребители перестали стесняться выбирать и покупать необычные, броские вещи. Вторая тенденция – рост образованности потребителей в вопросе декорирования дома и офиса. Многие стали разбираться в этом вопросе, черпая информацию о современных декораторских тенденциях из популярных телепередач и журналов, интернет-блогов и форумов. Покупатели стремятся выбирать украшения и подарки, подходящие под их интерьер и решающие определенные задачи. Третья тенденция – повышение интереса к брендированным товарам. Все больше покупателей обращают внимание на конкретный бренд, стремятся покупать изделия опробованного ранее и желательного более известного бренда. Увеличивается приверженность к определенным маркам. Наблюдается интерес и к информации о брендах – их происхождении, возрасту, истории, месте или местах производства продукции, используемых материалах и т.д. Четвертая тенденция – рост потребительских желаний покупать более «интеллектуальные» товары для декора дома. Это товары, произведенные по самым современным технологиям и выполняющие не только декораторскую роль (для красоты), но и какие-то дополнительные функции. Например, играющие музыку, измеряющие температуру, воспроизводящие фото, видео и т.д.»



создадут праздничное настроение, но и выполняют функцию дополнительного освещения, что в условиях дефицита уличных фонарей во многих российских городах будет не лишним).

Окна и двери любого магазина можно украсить гирляндами и тематическими аппликациями: снежинками, елками, фигурками новогодних персонажей. Как правило, применяются аппликации глянцевых виниловых пленок с плоттерной вырубкой (таким способом чаще всего наносится информация о сезонных скидках и подарках). В качестве отдельных элементов распространены новогодние шары, гирлянды, елочные игрушки и игрушки – символы наступающего года. Хорошо разместить поблизости стенд или прикрепить на окна упоминания о проходящей в магазине акции.

Основное внимание стоит уделить свету – то есть гирляндам и фонарикам: зимой темнеет рано, а эти элементы уличного новогоднего оформления будут маячками для покупателей. Из многообразия гирлянд, представленных на рынке, стоит отдать предпочтение тем, которые наиболее отвечают вашим вкусам, уровню магазина и бюджету.

Станислав ДУТОВ: «Гирлянды бывают с обычными лампочками и LED. Внутренние и внешние по применению. С обычными лампочками они дешевле, но лампы быстрее перегорают, требуют более частого обслуживания. С LED-лампами гирлянды более долговечны, лучше обслуживаются, но несколько дороже. Гирлянды бывают с разными цветами ламп, электрического провода и различными световыми эффектами. В основном, выбор гирлянды определяется областью применения гирлянды, необходимым цветом ламп и провода, а также световыми эффектами. Ну и конечно, размером бюджета. В зависимости от задач дизайна интерьера или экстерьера подбирается модель. Mister Christmas, например, предлагает огромный выбор световых гирлянд на разный бюджет и цели применения».



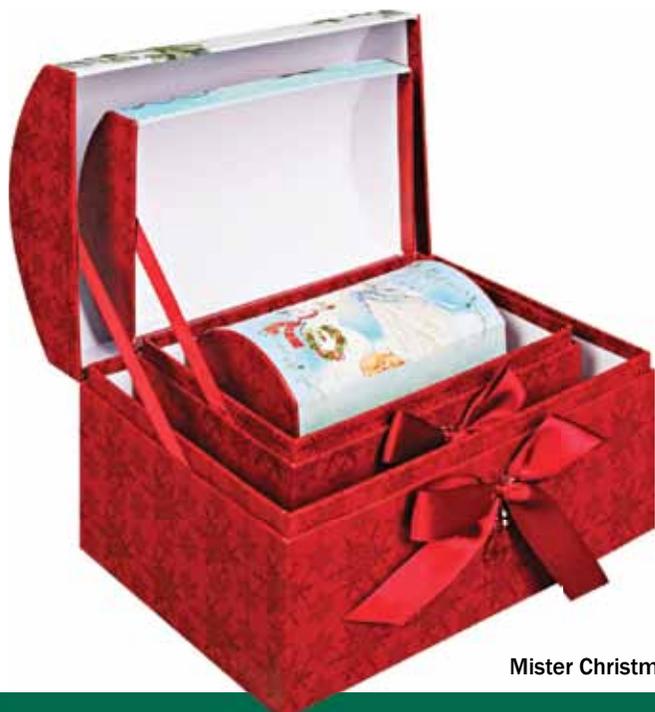
ЮЗ «Ди Арс»

Не стоит вешать на двери дорогие украшения, если на ночь вы не планируете их снимать или вы не можете вести за ними круглосуточное наблюдение: в противном случае можно остаться без них в первый же день.

Станислав ДУТОВ: «Витрины, помещения и фасады магазина можно украсить разнообразными искусственными елями с шарами, игрушками и гирляндами, украшениями из искусственной хвои, LED-гирляндами, изделиями из ламината, различными фольгированными украшениями, игрушками Дед Мороз различного размера».

Новогодняя елка – обязательный атрибут зимних праздников. Лучше всего, когда она живая: тонкий запах хвои в сочетании с ароматами апельсинов и шоколада – беспроблемный вариант новогодней ароматерапии. Но если вам жалко лесную красавицу, можно ограничиться искусственным деревом. Его размер должен соответствовать размеру помещения: маленькая елка в огромном зале потеряется, и, напротив, огромное двухметровое дерево в потолок может не оставить места покупателям небольшого ювелирного салона. Кроме того, если вы решились на натуральную ель или сосну, позаботьтесь о том, чтобы помещение хорошо проветривалось и в нем было достаточно места: без воздуха новогоднее дерево быстро зачахнет и потеряет роскошную хвою еще до окончания сезона продаж.

Как таковой моды на елки не существует: дизайнеры давно перебрали все варианты отделки новогоднего дерева. Из имитации хвои, из цветной фольги, серебристые, синие, красные, розовые, с иллюзией заснеженных веток –



Mister Christmas



ЮД «Шарле»

любая елка сегодня в моде, если она нравится вам и гармонирует с общим интерьером магазина. Так, например, в аристократические респектабельные интерьеры не впишется дерево из ядовито-розовой фольги, так же как зеленая ель потеряется на фоне зеленых интерьеров в сочетании с деревянными панелями.

Чем украшать елку – каждый решает для себя. Это могут быть шары с символикой компании, старинные винтажные игрушки, настоящие мандарины и конфеты, фигурки животных и многое другое. Дизайнеры рекомендуют ювелирам обратить внимание на сочетание гирлянды из ламп одного цвета (лучше – белого) с елочными игрушками из тонкого стекла. Свет гирлянды найдет отражение в каждой грани, и елка засияет, как один большой бриллиант. Беспроегрывшим вариантом для дорогих салонов станут лесные красавицы, украшенные стильными игрушками ручной работы или именными елочными украшениями. Дорого и стильно – такая елка идеально впишется в роскошный интерьер самого солидного бутика.

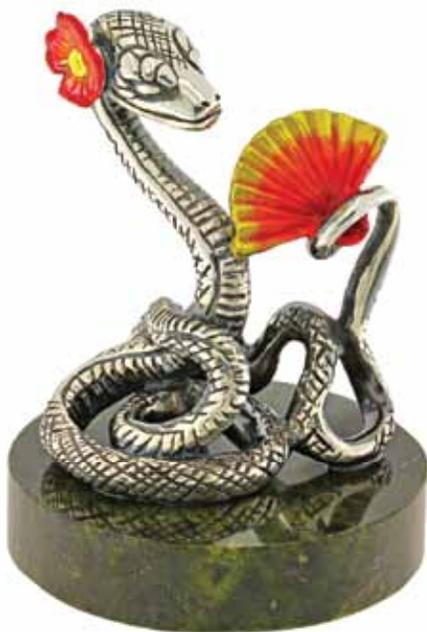
Станислав ДУТОВ: «В идеале елка для ювелирного магазина должна соответствовать его статусу, то есть выглядеть дороже и презентабельнее, чем простая – скажем, на городской площади. На елке должен быть не просто набор украшений, а продуманный ансамбль, который делает ее ярче и богаче – такая новогодняя красавица будет радовать покупателей ювелирного магазина. Один вариант – заказать елку от-кутюр у специализированного дизайн-бюро.

ЭФФЕКТЫ 5D

Так называемые эффекты 5D обязательно нужно использовать в новогоднем оформлении ювелирных магазинов. Приятные запахи и ненавязчивая праздничная музыка способствуют тому, что покупатели с удовольствием заходят в магазин и проводят в нем немало времени, всецело отдаваясь приятной предновогодней атмосфере, располагающей к выбору подарка. К наиболее эффективным в новогодней ароматерапии эксперты традиционно относят запахи хвои, шоколада и мандаринов. Апельсиновые, грейпфрутовые и прочие цитрусовые запахи, а также корица, ваниль, имбирь беспроигрышны – ведь они ассоциируются с Новым годом и ожиданием праздника. В такой атмосфере не совершить покупку просто невозможно! Дополните это любимыми новогодними композициями, как отечественными, так и зарубежными, или приятной музыкой в стиле лаунж и джаз – и ваш магазин станет тем островком, куда будут стремиться прохожие.



Mister Christmas



ЮК «АЛМАЗ-ХОЛДИНГ»

Специалисты подберут с учетом особенностей магазина дерево необходимой длины, фактуры и подходящие украшения, учитывая статуса магазина, пожелания по размеру, цвету и стоимости украшений.

Конечно, цена такой ели будет выше обычной с набором украшений, однако она того стоит. Минус этого варианта – нужно потратить больше времени на поиск и работу с дизайн-бюро.

Другой вариант – это предложения от Mister Christmas.

Первое предложение – готовая елка от-кутор с набором украшений. Это решение ВИП-уровня. Второе – елка по выбору покупателя и к ней набор украшений в коробке. К этому набору можно докупить несколько дополнительных украшений коллекции от-кутор. Это решение среднего ценового уровня».

СЛОВО ПАРТНЕРАМ

Илья СИЛЬЧЕНКО, директор ТД «КАРАТ», Белгород: «Как раз сейчас мы занимаемся разработкой и дизайном новогоднего оформления магазинов. Хочется создать праздничное настроение не только нашим покупателям, но и сотрудникам, для которых эти рабочие дни становятся самыми напряженными в году! Обязательно будут использованы гирлянды, милые новогодние сувениры, свечи на витринах и внутри них. Электрические и LED-композиции, украшения из современных материалов – все это также будет присутствовать в новогоднем дизайне наших магазинов. Конечно же, традиционные Дед Мороз, Снегурочка и новогодняя ель – главные участники нашего оформления! Яркий дизайн внешних фасадов, стиль внутреннего интерьера, ароматерапия, музыка уже давно используются в сети ювелирных магазинов «Карат». Мы идем в ногу

Mister Christmas

со временем и стараемся пробовать новинки в наших магазинах. Ведь если этого не сделаем мы, то кто-то это сделает за нас. Кстати, о многих новинках нам помогает узнавать журнал «Навигатор ювелирной торговли».

Татьяна НИКУЛИНА, руководитель коммерческого отдела ЮД «Шарле»: «Очень важно подготовить витрины – украшения из цветных камней делают их яркими, праздничными. Кубический циркон, например, мерцает, как первый снег. Новые тенденции ювелирной моды диктуют свои правила: сегодня это соединение несочетаемых элементов. Не бойтесь казаться безвкусными, девиз «Много – не мало» в этот период как нельзя кстати».

Светлана ФИЛЁВА, коммерческий директор компании «АЛМАЗ-ХОЛДИНГ»: «Ощущение самого главного праздника в году должно витать в воздухе. В силах продавца – создать и сохранить атмосферу приближающихся и наступивших праздников. Мы рекомендуем выкладывать коллекции на одном планшете, сочетать украшения по типу вставки и цвету золота. И обязательно выделять новинки! В тех магазинах, в которых позволяет площадь, посуду желательно выставлять на столах и по коллекциям, а для того, чтобы оживить стол, можно добавить кофейные зерна, конфеты, муляжи фруктов. Также можно оформить витрины по темам, например: свадьба – обручальные кольца и кольца для помолвки, посуда из серебра, иконы; бизнес-подарки – ежедневники, визитницы, зажимы для денег, закладки для книг, а специально к Новому году выделить витрину под украшения с символикой года и так далее. Все это поможет покупателю быстро сориентироваться в море ассортимента и выбрать подарок по душе, а товароведом оперативно проанализировать – какой именно товар пользуется спросом у покупателей».





Формируем ассортимент

Сезон с ноября–декабря по начало марта – золотое время для российского ювелирного ритейла. Украшения из золота и серебра с камнями и без традиционно одни из лучших подарков к Новому году и другим зимним праздникам. Более того, в последние годы наметилась тенденция дарить бизнес-наборы и сувениры из драгоценных металлов и полудрагоценных камней партнерам по бизнесу и коллегам. Это существенно расширило ассортимент новогодней продукции, введя в оборот такие предметы, как инкрустированные серебром ежедневники, ручки из драгметаллов с камнями и без, серебряные визитницы, зажимы для денег, сувениры с символом наступающего года, памятные монеты.

По статистике, около 10% россиян выбирают в качестве подарка на Новый год именно ювелирные изделия, а более 70% женщин рассчитывают этот подарок получить. Кроме того, почти половина из них готовы к покупке подарка для себя. Поэтому работа с ассортиментом очень важна накануне сезона новогодних продаж как для производителей ювелирных изделий и оптовиков, формирующих новогодние предложения с учетом последних модных тенденций, так и для розничных магазинов – каждый отбирает украшения, ориентируясь на вкусы своих потребителей, маркетинговые исследования рынка и данные анализа прошлых сезонов. Эксперты-аналитики советуют особо обращать внимание на последний пункт, так как запросы потребителей в одном и том же регионе редко меняются кардинально.

В этом году особое внимание эксперты рекомендуют уделить тому, что акцент потребительского спроса сместился с цены товара (что в период кризиса – один из основополагающих факторов при выборе украшения) на его качество. «Покупатель стал придирчив, его больше не заманишь одной

только ценой – период насыщения рынка товаром прошел, наступило время выбора по параметру качества», – говорит **Влада ФЕДОРОВА**, генеральный директор компании **Fresh Jewelry**.

Первыми приближение нового года ощущают производители. Это неудивительно, так как именно от них будет зависеть, что и когда появится в витринах ювелирных магазинов в преддверии самого любимого праздника. Если кратко обозначить ювелирные тенденции последних лет, то производители с уверенностью называют двух безусловных фаворитов: бриллианты и жемчуг. В этом году в компанию классических лидеров начинают пробиваться цветные драгоценные камни, полудрагоценные минералы, а кроме того – уверенно завоевывает позиции серебро. Именно оно – металл наступающего, 2013 года. Что касается прогнозов продаж, то здесь показания расходятся: большинство компаний ждет от 2013 года существенного рывка в этой области, однако некоторые настроены менее оптимистично и озвучивают прогнозы на уровне продаж прошлого года.

СЛОВО ПАРТНЕРАМ

Татьяна НИКУЛИНА: «Как показывают продажи прошлых лет, сезон покупок начинается с начала декабря, и наши партнеры должны быть во всеоружии. В новогодние праздники, когда весь мир занят поиском подарков, как нельзя кстати придется украшения от **CHARLE**. Ведь наша ценовая политика ориентирована как на массовый спрос, так и на эксклюзив. В этом сезоне мы представляем ряд интересных коллекций. Ювелирные украшения с полудрагоценными вставками: аметистом, топазом, гранатом, хризолитом, дымчатым топазом, зеленым аметистом – основные герои коллекции **Naturally**, где главный визуальный эффект – игра света с прозрачностью натурального камня, его взаимодействие с цветом. Коллекция **Fresh** притягательная, сверкающая и яркая, как первые весенние цветы, нежное прикосновение летнего ветерка, яркие краски осенней листвы и перламутр зимнего снега. Украшения **Fresh** поражают свежестью красок, воплощенных в миксовом сочетании драгоценных камней самых необычных оттенков цвета. Коллекция **Space Flowers** – это мир недалекого будущего. Это новые форматы, новое вдохновение, новое представление о моде и ювелирных украшениях. **Space Flowers** идет в ногу с модой, сопровождая самые современные тенденции в одежде. Необычайно яркие украшения отличаются пластикой форм, фактурной поверхностью металла и имитируют технику *hand made*. Неслучайно дизайнеры выбирают именно серебро, весьма демократичный материал, позволяющий стать неотъемлемой частью повседневного стиля. Такие украшения дают возможность не просто выделиться из общей массы и стать предметом всеобщего внимания, но и получить ощущение космической свободы. Коллекция **Live rainbow** – это настоящая «живая радуга», воплощенная в украшениях с цветными камнями. Стильный дизайн и неизменная классика легли в основу этой коллекции. Насыщенные сапфиры, яркие изумруды, рубины и александриты создают ощущение добротности, стабильности и реальности.



ЮД «Шарле»

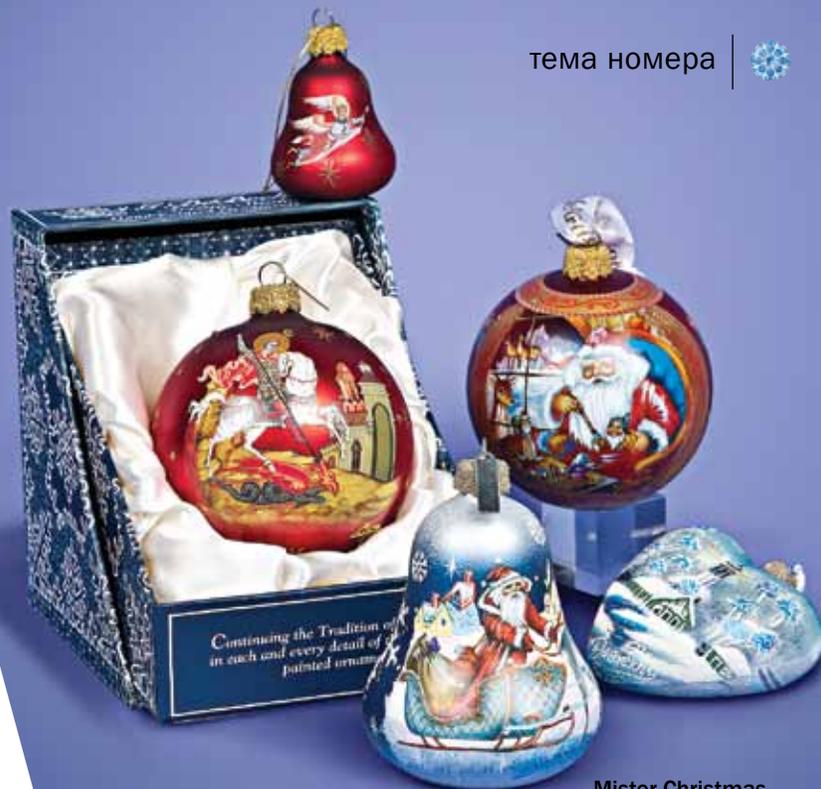
Кубик циркония бриллиантовой огранки (57 граней) – основа коллекции **Moonlight (Лунный свет)**. Такие ювелирные вставки с восхитительным сиянием сложно отличить от их бриллиантовых конкурентов. И сделать это может только специалист. Сочетание самых разнообразных сияющих оттенков кубика циркония позволили наполнить ювелирные украшения коллекции **Moonlight** образом томной луны, воплощенной в сиянии черного, белого, коньячного и желтого цветов. Коллекция – по-особому романтична и необыкновенна. Ее ювелирные украшения восхитительны и днем, и вечером».

Владимир СТАНКЕВИЧ, руководитель отдела маркетинга и рекламы ООО «Национальное достояние»: «Бриллианты в моде всегда, и компания «Национальное достояние» предложит своим партнерам новую бриллиантовую коллекцию. Это статусные ювелирные украшения с белыми и черными бриллиантами в обрамлении белого золота. Они прекрасно подойдут уверенным в себе дамам, которые хотят вырваться из серых будней и мечтают сделать каждый свой день особенным. Эти ювелирные украшения, несомненно, украсят их обладательниц, особенно в новогоднюю ночь. Кроме того, мы выпускаем новую коллекцию под названием «Аурелия» из белого, желтого и красного золота с цветными полудрагоценными вставками, очень яркую и красивую. «Аурелия» станет одной из тех маленьких радостей жизни, которых многим так не хватает. Эти украшения подчеркнут успешность и статус их хозяек».

Светлана ФИЛЁВА: «Традиционно пик продаж на ювелирном рынке приходится на новогодние праздники. В этом году мы также ожидаем повышение спроса на нашу продукцию. Компания основательно подготовилась – выпустила большое количество новинок, а также сувениры с символом наступающего года, учитывая при этом требования различных покупателей. На основе анализа продаж предыдущих сезонов мы видим, что в новогодние праздники повышается спрос на украшения из золота с бриллиантами и на комплекты ювелирных украшений – в основном с цветными ювелирными вставками в золоте. Большое место современная мода отводит и украшениям с жемчугом. Ведь жемчуг, такой скромный на вид, практически всем к лицу и украсит любой наряд.

Сегодня дизайнеры вновь возвращают в моду натуральные камни. Наша коллекция **Primavera** уже успела полюбиться покупателям – натуральные изумруды, сапфиры и рубины в серебре смотрятся просто восхитительно! **Primavera** с итальянского переводится как весна. Украшения из этой коллекции будут напоминать о том, что после зимы обязательно наступит весна.

Мы разработали и новую коллекцию – «**Золотые нити**». Сверкающие дорожки фианитов с переплетением золотых линий, утонченность и воздушность форм... Изысканно и в то же время скромно – прекрасный вариант на каждый день!



Mister Christmas

Украшения с полудрагоценными камнями классического дизайна никогда не выйдут из моды – и мы учли это в новой коллекции «**Слезы Афродиты**». Чистый цвет натурального камня подчеркнут блеском дорожки с фианитами. Небольшой декоративный элемент придает пикантную изюминку всей коллекции. В серебряных украшениях из коллекции «**Обаяние классики**» используются самые современные сложные виды закрепок фианитов – рельсовая и инвизибл. Благодаря этому классические изделия смотрятся очень стильно. Гарнитуры практически неотличимы от изделий из белого золота, хотя выполнены из серебра и покрыты родием. Кроме того, серебро – это металл наступающего года, что говорит в пользу обязательной покупки драгоценного изделия из него.

Под Рождество возрастает спрос на иконы, кольца «спаси и сохрани», иконки и кресты. В этом году мы расширили серию пустотелых иконок. Объемная форма и в то же время легкий вес – прекрасные составляющие для подарка. Считается, что такая подвеска защищает и дарует божественное покровительство своему обладателю. Все наши украшения выполнены с соблюдением канонических норм. Мы уверены, что иконы ручной работы из коллекции «**Святой образ**» с использованием технологии финифти, которые поступили в продажу в канун праздников, найдут своих покупателей».

Уральские производители – компания «Ди Арс», – также отмечают, что на пике популярности в этом сезоне природный жемчуг и натуральные камни.

«По опыту наших продаж в сегменте украшений с полудрагоценными камнями и жемчугом в период новогодних продаж особой популярностью пользуются изделия с яркими вставками, крупным жемчугом, а также изделия с комбинированным металлом. К примеру, гарнитуры из красного золота с натуральными камнями, декорированные накладками из белого



золота. Особое внимание уделяется форме украшения, оригинальности дизайна, его художественному, ювелирному исполнению. В качестве ярких акцентов используются натуральные полудрагоценные камни и природный жемчуг», – говорит **Анна СМОЛЬНИКОВА**, ведущий специалист ювелирной компании «Ди Арс». Однако подробно о новых коллекциях представитель компании не рассказывает, удерживая в тайне детали, чтобы преподнести своим партнерам сюрприз. **Анна СМОЛЬНИКОВА** лишь отмечает, что работа над созданием новой коллекции идет: «По своей концепции и дизайну она совершенно отлична от прежних изделий завода. По-прежнему большое внимание будет уделено качеству и оригинальности исполнения». Несмотря на общий спад продаж в отрасли, компания «Ди Арс», анализируя поступающие заказы покупателей, ожидает активных новогодних продаж в этом сезоне.

Илья СИЛЬЧЕНКО: «К наступлению праздничного сезона в ассортименте магазинов обязательно появятся монеты с изображением змеи, будут расширены все линейки товаров, в связи с чем мы очень ждем от наших поставщиков чего-то нового и интересного! Традиционно высоким спросом в этот период пользуются

изделия и сувениры из серебра, подвески, цепи, легкие изделия фианитовой группы. Ведь в этот период каждый человек покупает много подарков».

Марина БАЛАКШИНА, руководитель ювелирной компании МАБЭ: «В этом году мы планируем ввести в ассортимент большое количество товаров новогоднего массового спроса. Все, что планировали обновить, – обновили. Потому что 50% всех предновогодних продаж – это присмотренные заранее (за месяц-два) модели. Нам кажется, что в октябре нужно впечатлить покупателя, чтобы затем он вспомнил: «Где я видел хороший ассортимент? А! В ювелирной компании МАБЭ!» Особый упор, как всегда, будет сделан на золотые подвески и серьги, на серебряные кольца, серьги и подарки (броши, брелки, ионизаторы, ложки) и особенно на монетки с изображением змеи – символа 2013 года. Продажи по этим позициям ассортимента перед новым годом увеличиваются в несколько раз. Это вполне объяснимо: здесь не нужно задумываться о размере (если в подарок кому-то), а если в подарок себе любимой, то приобретают по принципу «купить **НОВЫЕ** серьги на **НОВЫЙ** год к **НОВОМУ** платью».



ЮЗ «Ди Арс»

НОВОГОДНЯЯ СТАТИСТИКА

Марина БАЛАКШИНА,
руководитель ювелирной компании МАБЭ:

«Анализируя новогодний ассортимент по ценовым показателям, мы отмечаем следующие ограничения изделий по стоимости (в рублях):

- золотые подвески до 15 000 (10%), но массовый спрос до 5000 (90%);
- золотые серьги до 50 000 (если модель уникальна и оригинальна, 25%), а массовый спрос до 10 000 (75%);
- серебряные кольца до 5000 (5%), массовка до 2000 (95%);
- серебряные серьги до 10 000 (5%), массовка до 3000 (95%);
- серебряные подарки до 5000.

Это анализ на основе продаж прошлого года. Но в 2011 году был «ювелирно-валютный» кризис, который сильнее всех коснулся именно ювелирной отрасли: цены на золото поползли вверх. Поэтому при планировании ассортимента в этом году мы опираемся на показатели предновогодней торговли 2009–2010 годов. И, конечно же, мы делаем большие запасы новогодней упаковки. Если обычно мы продаем 120–140 штук упаковочных коробок в месяц, то в предновогодний – до 500–600. Иногда покупатель приобретает ювелирное изделие за 500 рублей, а к нему упаковку за 150 – ведь это подарок под елочку!»



Проводим акции

Покупатели, заглядывая в ювелирные магазины, не только ищут что-то для себя и своих близких, но и, следуя какой-то детской вере в новогоднее чудо, ждут сюрпризы и подарки. Поэтому в новогодний период владельцы и руководители успешных ювелирных магазинов вместе со своими партнерами придумывают, как и чем порадовать посетителей, увеличив при этом продажи.

Существует огромное количество новогодних акций и мероприятий, которые можно брать на вооружение и реализовывать в рамках одного магазина или целой ювелирной сети. Они могут быть разовыми и долгоиграющими, стартовать незадолго до боя курантов и еще в разгар летней жары, требовать огромных затрат и напряжения лучших умов event-агентств или только усилий персонала салона. Ограничений не существует – лишь бюджет и фантазия. О различных видах новогодних акций мы писали не раз. Поэтому сегодня коротко расскажем о наиболее распространенных типах мероприятий в ювелирных магазинах.

1. Очень популярная акция – разнообразные скидки. Уделите самое пристальное внимание новогодней ценовой политике – формируйте цены и скидки так, чтобы и покупателей порадовать, и в накладе не остаться.
2. Презентации новинок. Новый год – отличное время, чтобы продемонстрировать новые коллекции, которые будут присутствовать в ассортименте магазина весь год. Не важно, что не все представленные коллекции разойдутся в преддверии нового года – главное, что посетители будут помнить: именно в этом магазине представлено все самое новое и самое лучшее в соответствии с мировыми тенденциями ювелирной моды. Следовательно, за покупками они вернуться именно к вам.
3. Новогодние представления. Театрализация процесса продаж давно сопровождает розничную предновогоднюю торговлю в европейских странах. Многие магазины устраивают целые спектакли кукольных театров и с участием людей-актеров, в роли которых могут выступать сотрудники магазинов. Такие мероприятия привлекают и взрослых, и детей, а яркий колпак петрушки привлечет малыша, который способен уговорить зайти в магазин родителей, чье сердце растает при виде празднично оформленного ассортимента безупречных, изысканных драгоценностей. Одетые Снегурочками продавщицы и охранник с бородой Деда Мороза создадут праздничное настроение, играющее большую роль при совершении импульсивных покупок!
4. Лотереи и розыгрыши. Они могут быть для постоянных покупателей с отложенным результатом – например, при покупке можно предложить заполнить анкету и опустить ее в стоящий рядом ящик, чтобы в дальнейшем определить победителя. Такие лотереи имеют смысл, если на кону стоит действительно ценный приз: хорошее дорогое украшение, путешествие, уик-

энд в отеле или ужин в отличном ресторане. Но есть и другие, моментальные лотереи, с большим количеством поощрительных сувениров – купоны на скидку, подарочные сертификаты на небольшие суммы, покрывающие, например, не более 50% стоимости изделия, а также прочие тематические и новогодние сувениры.

5. Подарки. Каждому покупателю можно дарить что-то очень приятное и полезное, начиная от украшений за дорогие покупки и заканчивая милыми мелочами (сувенирная продукция с логотипом магазина, упаковочные коробки к покупке и др.) – в зависимости от размера чека.

СЛОВО ПАРТНЕРАМ

Владимир СТАНКЕВИЧ: «Акции мы проводим всегда. И в этом году, конечно, пройдут рекламные мероприятия, приуроченные к новогодним продажам. Раскрывать секретов не стану, но скажу, что как всегда будут отмечены самые активные и надежные наши партнеры и клиенты. В ноябре и декабре пройдет совместная акция с красноярским заводом «Красцветмет», адресованная розничным покупателям в магазинах наших клиентов. По ее итогам многие покупатели получат ценные призы, а самый удачливый отправится в незабываемое путешествие по одной из красивейших европейских столиц. Акция пройдет во всех розничных предприятиях, с которыми сотрудничает компания «Национальное достояние» – от Калининграда до Владивостока».

Илья СИЛЬЧЕНКО: «К началу сезона новогодних продаж в сети ювелирных магазинов «КАРАТ» будут проходить праздничные акции со скидками и драгоценными подарками для каждого покупателя. В подарок наши покупатели получат стильные подвесы из драгоценного металла в форме змеи – символа наступающего года и приятные новогодние сувениры, для детей мы подготовили детские подарки – конфеты, упакованные в специальные брендированные коробочки. А в предновогодние дни наши продавцы-консультанты будут одеты в костюмы Снегурочек и Дедов Морозов».



Mister Christmas