

НЕ СЛЕДОВАТЬ СПРОСУ, А ФОРМИРОВАТЬ ЕГО!

Каждая производственная компания выбирает свой путь развития. Большинство старается удовлетворять покупательский спрос – следовать, что называется, тренду. Это вполне логично: производить то, что покупают. Но существует и другой подход. Его выбрала для себя компания «Мадде» – успешный французский ювелирный бренд, представляющий модные украшения из серебра с ювелирными камнями (на территории России компанию представляет ТД «Мадде»). Создавать спрос и моду, формировать тренд, которого будут придерживаться остальные, – такова философия «Мадде». Как это возможно?



Артур БОРИСОВ,
генеральный директор «Мадде»

Формула MS2&C

Эскизы будущих изделий «Мадде» создают талантливые французские художники. Их разработки завоевали высокое признание в Европе и США. Творческое начало бренда выражается в формуле MS2&C, за которой скрываются имена мэтров дизайна, – Martin, Sophie & Claude.

Мы знаем, как сделать так, чтобы...

Модели, созданные дизайнерами, проходят через фокус-группы – так называемый первичный отбор. Выдержавшие этот отбор изделия производят в нескольких вариантах с использованием разных технологий обработки металла: полировка, родирование, матирование, структурное матирование... Версии изделий опять идут в работу к аналитикам в фокус-группы. По результатам этого анализа принимается решение, какие модели выйдут на рынок в виде новых коллекций или рестайлинга существующих (добавление в имеющуюся матрицу от 20 до 40% новых моделей), а какие необходимо доработать или признать неудачными.

Выстроенная на принципах уникальности и новизны стратегия позволяет «Мадде» постоянно создавать интересные коллекции, двигаться вперед и всегда быть на шаг впереди компаний, которые обеспечивают только спрос на тот или иной продукт на рынке.

Изделия, созданные нашими мэтрами, – это образец безупречного вкуса и элегантности. Поэтому украшения

«Мадде» высоко ценятся истинными знатоками прекрасного. Неудивительно, что у компании регулярно появляются «последователи». Например, знаменитая улитка из коллекции Fantasy, которая принесла бренду награду в феврале 2012 года, через три месяца после этого «переползла» в витрины других ювелирных компаний. В мае этого года «Мадде» удостоилась премии за комплекты «Луна» и «Айсберг» из коллекции Delice, а уже в сентябре подобные модели появились на московской выставке JUNWEX – очередной показательный случай заимствования дизайнерской концепции «Мадде».



Почти детективная история...

«Многие охотники с фотоаппаратами проявляли неподдельный интерес к нашим коллекциям, – рассказывает генеральный директор «Мадде» Артур БОРИСОВ. – По правилам последние коллекции могут приобрести только оптовые покупатели, поэтому купить новинки поштучно, а потом воссоздать что-то подобное невозможно.

К нашему стенду подошел мужчина, не задавая вопросов и не интересуясь продукцией, взял листовку, сфотографировал, но от предложения взять ее отказался. Он украдкой запечатлел две витрины, где были представлены новые коллекции сезона – Fantasy с полудрагоценными камнями и De Luce с цирконами. Многие скажут: что тут особенного? Может, он любитель фотографии или ценитель прекрасного? Я, возможно, забыл бы эту историю, если бы она не получила неожиданного продолжения, но уже на выставке в Гонконге, которая проходила фактически параллельно с московской.

Гонконгский офис нашей компании принимал участие в этой выставке – мы имеем две производственные площадки в Гонконге, поставляем украшения не только в Россию, но и в Европу и США. Каково было удивление наших сотрудников на стенде, когда покупатель из России показал фотографии витрин «Мадде» на JUNWEX, фото листовки и поинтересовался, могут ли они поставить ему такие модели. Разумеется, человек не подозревал, что производство имеет к нам непосредственное отношение».

Хотите модели от «Мадде»? Берите легально!

Через 6–8 месяцев после выхода новой коллекции мы выводим из производства изделия, которые изжили себя как актуальный продукт, и продаем эти модели производителям, использующим в своем ассортиментном портфеле чужие разработки.

ЧИТАЙТЕ В СЛЕДУЮЩЕМ НОМЕРЕ:

- ◆ Первая франшиза «Мадде» на региональном рынке.
- ◆ Интервью с франчайзи.

Иногда наши партнеры рассказывают о выгодных предложениях, поступающих в их адрес. Им говорят: «У нас то же самое, что у «Мадде», только дешевле». Почему дешевле? Потому что у нашей компании таких моделей уже нет. Но не потому, что изделия плохие. Просто «Мадде» – это настоящее и будущее моды, а вчерашний день нашим клиентам не интересен.

С точки зрения ритейла

Что касается магазинов, то розничные партнеры «Мадде» отказываются приобретать подделки, пусть и за меньшие деньги. И дело не только в порядочности. Им выгодно покупать оригиналы, нежели копии. Не только из-за сомнительного качества последних, но и из-за ассортимента. Скопировать всю уникальную коллекцию ювелирных изделий фирмы невозможно, значит, у конкурентов нет шансов полностью удовлетворить сформированный спрос на коллекции ювелирных изделий «Мадде».

Во-первых, приобретая новую коллекцию «Мадде», ювелирные салоны могут быть уверены, что этот продукт им не предложит никто. Эти эксклюзивные модели высоко ликвидны за счет новизны, прекрасных эстетических характеристик, превосходного качества и доступности благодаря взвешенной ценовой политике.

Во-вторых, партнеры «Мадде» получают бесплатно высококачественное фирменное демонстрационное оборудование и фирменную индивидуальную упаковку. Это, безусловно, помогает лучшим образом презентовать изделия покупателям и способствует повышению продаж.

В-третьих, они получают право на индивидуальные дополнительные скидки помимо общей системы скидок – золотая и серебряная карты Клуба «Мадде» имеют срок действия 100 лет.

Но самое главное – все риски по невостребованному товару компания «Мадде» берет на себя, гарантируя партнерам 100-процентное отсутствие рисков инвестиций в свою продукцию. В том числе она предоставляет возможность бесплатно и без обязательств получить новую коллекцию в виде презентационной посылки, познакомиться с изделиями и принять для себя решение о необходимости приобретения коллекции.

ТД «Мадде»

125413, Москва, ул. Сенешская, д. 6а

Тел.: (495) 454-84-25

(495) 988-74-72, (495) 453-01-03

WWW.TDMADDE.RU

