



В то время когда многие магазины жалуются на отсутствие продаж, в «Золотом Ажуре» нет отбоя от покупателей. Генеральный директор Надежда ТКАЧЕНКО согласилась поделиться методами работы, которые обеспечивают столь высокую оборачиваемость. Объяснить, что нужно делать, чтобы современный магазин постоянно был на плаву. И раскрыть четыре составляющие своего успеха.

НАДЕЖДА ТКАЧЕНКО: «Производители называют меня вредной...»

Предлагаю начать с главного вопроса, который волнует многих. Почему у вас не бывает проблем с клиентами и продажами?

Успех любого магазина, не только ювелирного, основывается на четырех составляющих:

- безусловная любовь к покупателям;
- уникальный ассортимент – то, что куплено в «Золотом Ажуре», вы не увидите нигде;
- лучшие цены – такой низкой наценки, как у меня, нет не только в России, но и в мире;
- профессиональная команда начиная с директора.

Если эти пункты совпадают в рамках одного торгового предприятия – о продажах можно не беспокоиться.

Давайте остановимся подробнее на каждом. Что лично вы вкладываете в формулировку «любовь к покупателям»? Ведь ее – эту любовь – декларируют все...

Для меня и моей команды каждый покупатель – дорогой, значимый человек. Мы искренне рады и благодарны

всем, кто переступает порог нашего магазина, поскольку каждый визит – это демонстрация интереса к нам. Люди чувствуют эту искренность и отвечают взаимностью. В результате более половины покупателей магазина – мои хорошие друзья. Я с удовольствием помогаю им не только с выбором ювелирных изделий, но и рекомендую надежных врачей, устраиваю детей в школу, участвую в решении важных жизненных проблем. Хотя они – самостоятельные успешные взрослые люди, но внимание и забота нужны всегда и всем! У меня не проходит ни одного утра без звонка кому-нибудь из покупателей-друзей: «Как дела?», «Как здоровье?» Казалось бы: что такое телефонный звонок? Мелочь! Но такая важная!

У нас принято дарить покупателям подарки к праздникам, приглашать на дегустации элитных вин, широко и весело отмечать дни рождения магазина: каждые пять лет в этот день устраиваем грандиозный праздник – приглашаем партнеров, клиентов. Последний такой праздник проходил в честь нашего 15-летия в июле 2011 года. Один из почетных

гостей не смог скрыть своего удивления: «Разве это клиенты? Это, скорее, друзья, родственники – настолько раскрепощенно и свободно они себя чувствуют, так хорошо знают тебя, твоих детей, и ты в курсе их дел».

С любовью понятно. А что с ассортиментом?

Начну с того, что мы не элитный бутик, поэтому у нас есть все: золотые и серебряные украшения, часы, бусы, в том числе из янтаря – их хорошо покупают китайцы, – посуда, сувениры, иконы...

Что касается моделей ювелирных украшений, моя принципиальная позиция такова: каждое изделие должно быть представлено в единичном экземпляре – не повторяться не только в рамках магазина, но и региона. Знаете, как говорят: повторение – не есть творчество! И мы очень жестко следуем этому принципу. У нас заключены договоры на эксклюзивные права продаж изделий ведущих российских заводов. В частности, так мы работаем с Московским экспериментальным заводом, компанией «Альком Ювелир», Костромским ювелирным заводом, «Русскими самоцветами», питерской компанией «КАСТ»... И у каждого завода мы покупаем интересные модели жестко в одном экземпляре.

Бывает, в магазин заходит девушка: «Подруга купила у вас кольцо, мне нужно такое же». Убеждаем ее: не стоит копировать подругу. Посмотрите, какие еще есть красивые кольца – пусть лучше вам завидуют, ни у кого такого не будет!

Так, может быть, наоборот: если какое-то изделие популярно и востребовано – продавать его как можно больше?

Это тупиковый путь: как для работы с покупателем, так и для динамики продаж. По первому пункту – работа с покупателями – могу сказать: каждый человек хочет быть (и есть) неповторимым. И, предлагая девушке купить кольцо не как у подруги, а лучше, мы даем ей возможность проявить свою уникальность. Она это ценит и приходит к нам снова – не только за кольцом, но и за проявлением собственной самобытности.

Что касается второго пункта, наша позиция – не покупать двух одинаковых колец, двух одинаковых пар сережек. Это выверенный маркетинговый ход. Поясню: мы все обновляем каждый сезон гардероб – к весне приобретаем новый шарфик, к лету – веселенькое платьице. Человеку всегда хочется обновлений! Так почему бы ни приобрести к новому платью новое украшение? Тем более таких колец и таких сережек, какие представлены в магазине, раньше не было и позже тоже не будет! В итоге уникальный ассортимент сам по себе стимулирует покупателей совершать покупку.

Где взять такое количество оригинальных изделий?

Это уже задача производителей. Они тоже должны развиваться: стагнация – начало конца. Если завод штампует из года в год однотипные украшения – в конечном итоге он вынужден сворачивать производство. Кто заинтересован в таком развитии событий? Никто! Значит, нужно двигаться вперед. Трясти художников, дизайнеров. В конце концов моя ассортиментная политика дает хорошие продажи, в которых заинтересованы производители. Значит, будьте добры обеспечивать магазин нужным товаром в нужном объеме. В противном случае не ждите продаж!

Я так считаю: если изделия какого-то завода перестали продаваться – это повод задуматься и начать работать над собой.

Учитель физики Надежда Ткаченко решила заняться коммерцией в лихие 90-ые, когда зарплаты перестало хватать даже на питание, а двоих детей нужно было еще одевать и учить. Сначала это была работа продавцом в торговой компании, потом – собственный небольшой магазинчик, где продавалось все: от обуви до парфюма. И, наконец, судьба свела будущего генерального директора «Золотого Ажура» с начальником отдела сбыта крупнейшего в Екатеринбурге ювелирного завода.

В 1996 году был открыт магазин «Золотой Ажур» во Владивостоке, в 1999-м – в Уссурийске.

Концепция, выработанная еще до открытия магазинов, сохраняется и сегодня: изделий, представленных в «Золотом Ажуре», не должно быть ни в одном другом магазине края. На витринах могут быть выставлены только качественные, красивые, уникальные вещи.

Бизнес-стратегия принесла свои плоды: в магазинах «Золотой Ажур» всегда есть покупатели.

Отличительная черта компании – стабильно высокие продажи.

Иными словами, вы считаете, что отечественные производители недорабатывают?

Большинство – да, недорабатывают. Вот говорящий пример: еще весной мы дали несколько публикаций в СМИ о грядущей ювелирной моде. Написали, что символ будущего года – змея – символизирует благополучие, мудрость, богатство. Что такие украшения любила египетская царица Клеопатра. Купите украшения со змейками – и будет вам удача в Новом году...

На майской выставке я предупредила всех ювелиров: готовьте змеек. Что вы думаете? На сентябрьском форуме ни у кого не было украшений с символом года! И сегодня, накануне Нового года, у меня в магазине представлены только сувенирные змейки от «Ювелиров Северной столицы» и несколько серебряных украшений.

Между тем покупатели каждый день интересуются: «Змейки есть»? Получилось, что мы задолго до сезона сформировали спрос, а производители не смогли его удовлетворить.



МАГАЗИНЫ «ЗОЛОТОЙ АЖУР»

Владивосток, Уссурийск.

Площади: 150 м² и 45 м² соответственно

Поставщики: 200 ювелирных
производственных компаний

Ассортимент: от серебряных образков
до эксклюзивных гарнитуров

Особенности: стабильно высокие
обороты, позитивная энергетика

Потребности: сотрудничество
со «Смоленскими бриллиантами»

Не перестаю восхищаться европейцами: отрисовали шикарную, актуальную для данного сезона коллекцию, исполнили ее на высшем уровне, разработали упаковку, дали рекламу и вот они – продажи. А у нас? Я 20 лет на рынке и все жду, когда наши производители скинутся и дадут рекламу на центральном телевидении. И не нужно продвигать кого-то одного! Достаточно регулярно напоминать, что самый лучший подарок к празднику – ювелирный! И – я вас уверяю – продажи вырастут у всех!

Так, может быть, есть смысл работать с зарубежными производителями? У вас в магазине есть импорт?

Импорта немного – на него приходится около 15% продаж серебра и около 2% – золота. Продукцию закупаем у посредников – уже растаможенную и клейменную. Работать напрямую с зарубежными производителями для меня нерентабельно. Во-первых, нужно будет постоянно дежурить в Гонконге – отслеживать качество изделий (слишком высок процент брака). Во-вторых, много хлопот с доставкой и оформлением.

Сегодня, оценивая ситуацию с высоты своего опыта, могу сказать: я была абсолютно права, когда изначально сделала ставку на российских производителей. Работать с нашими поставщиками перспективнее и выгоднее.

Вы работаете по договору о товарном кредите. Как удалось убедить ювелиров на такие условия?!

Им это выгодно. У нас идет колоссальный товарооборот, каждые 10 дней я расплачиваюсь с поставщиками за проданный товар – никогда не задерживаю платежи. Вот вчера, к примеру, у меня купили гарнитур за 560 тысяч рублей – сегодня я перевела деньги. Поэтому производителям интересно со мной работать.

С какими поставщиками вы сотрудничаете?

Всего у меня 200 партнеров-производителей. Среди них «Ижевск мастер», компании «Аркона» и «Арт Модерн» из Москвы. «Вега», «Сенат», «Северная чернь», «Галерея благолепия», «Анлина», «Эстет», «Ювелиры Урала», «Инталия»...

Могу с уверенностью сказать: на каждом предприятии со мной работают самые лучшие менеджеры! Об этом я прошу владельцев в начале сотрудничества. И благодаря этому у меня всегда есть интересные новинки, меня оперативно подсортировывают. Даже не нужно звонить-просить. Менеджеры мне звонят сами – рассказывают, что появилось новенького, отправляют посылки... Когда есть личный человеческий контакт – и работа спорится, и все только в выигрыше!

Вы говорите, что у зарубежных производителей не все в порядке с качеством, а у наших?

У наших, увы, тоже неблестяще. В России нет ни одного поставщика, который работал бы без брака. Проходит много поцарапанного металла, невыводимых пятен, сколотых камней... Бывает, я половину посылки возвращаю на завод! Но ко мне на прилавки попадет товар только безукоризненного качества. Я сама это отслеживаю, отсматриваю каждую вещь!

Многие производители называют меня вредной. Возможно, это так. Но я каждый раз ставлю себя на место покупателя, и, знаете, мне совершенно не хочется тратить не только деньги, но и просто время на изучение бракованного товара. И если вы, уважаемые генеральные директора заводов, обижаетесь на возвраты и заявляете, что на самом деле требовательны к качеству своих изделий, создайте ОТК – пусть обученные сотрудники отслеживают качество товара. А нет желания или возможности – садитесь, как я, и сами проверяйте, что выходит под вашим брендом.

Вернемся к вопросу об успехе торгового предприятия – остановимся на ценообразовании и профессионализме сотрудников начиная с директора.

Наценка в моих магазинах беспрецедентно мала. Зарабатываем мы на объемах. И это очень серьезное конкурентное преимущество! У покупателей есть возможность сравнить цены в разных магазинах, и это сравнение всегда в пользу «Золотого Ажура» – даже в период ценопада, который устраивают другие ювелирные магазины.

Что же касается профессионализма, то в «Золотом Ажуре» самые квалифицированные продавцы региона. Они учатся постоянно – каждый месяц мы проводим тренинги, семинары. Требую я много: и внешний вид, и график работы – если нужно, работаем без выходных, но и даю немало. В моих магазинах продавцы зарабатывают не в пример больше других, у них полный соцпакет, подарки детям к

Новому году и 1 сентября. Каждый сотрудник имеет право один раз в год получить материальную помощь, четыре раза в год вручаем им ценные подарки.

В отношении директора (владельца) могу сказать: чтобы бизнес был успешным, руководитель постоянно учиться. Все время появляются новые технологии продаж, рекламы, маркетинга, и не только в ювелирке.

И, конечно, нужно постоянно держать руку на пульсе – знать, что говорят, чего ждут покупатели. Я каждый день провожу время за прилавком – общаюсь с покупателями. У нас есть услуга – доставка украшений на дом или в офис. Когда нужно, сажусь за руль и еду к клиенту – показываю украшения, рассказываю... Никогда не понимала руководителей, которые считают ниже своего достоинства работать с клиентами. Про себя могу сказать: я готова наряжаться в костюм и сплясать в центре торгового зала, если это нужно для дела!

Кто он – покупатель магазинов «Золотой Ажур»?

Поскольку среди нашего ассортимента есть и серебряные образки по 45 рублей, и эксклюзивное гарнитуры по 2 миллиона рублей, то и покупатель очень разный – от пожилых людей до VIP-персон.

Наш магазин передают из поколения в поколение: раньше приходили родители – теперь уже прибегают их подростки.

С точки зрения географии – тоже большое разнообразие: среди постоянных покупателей не только жители Владивостока и Уссурийска – городов, где магазины расположены. Украшения, купленные в «Золотом Ажуре», носят в Дальнереченске, на Сахалине, в Москве, Санкт-Петербурге... Человек, один раз побывавший в «Золотом Ажуре», вспоминает нашу встречу очень тепло и стремится прийти к нам вновь. «Я так люблю приходить в ваш магазин! Я как будто заряжаюсь позитивной энергией! Где теперь я буду покупать подарки?» – сокрушался начальник отряда мостостроителей из Санкт-Петербурга, уезжая после длительной командировки домой...

У нас немало иностранных клиентов – ежедневно мы обслуживаем от 2 до 20 групп китайских туристов. Каждый год к нам прилетает гостья из Австралии, по ее словам, друзья и родные с нетерпением ждут ее возвращения: «Что ты на этот раз привезешь из того удивительного русского магазина?»

Вы ничего не рассказали об интерьере магазинов, используемых технологиях...

У нас очень современный, красивый, стильный, ухоженный магазин. Прилавки вылизанные, выкладка грамотная, продуманная. Раз в три месяца полностью обновляем витрины. Раз в неделю с шампунем моем фасад и прилегающую территорию. Яркая привлекательная вывеска на двух языках вечером эффектно подсвечивается.

В прошлом году мы стали победителем конкурса «Лучший сайт Приморского края». Его активно посещают – читают статьи и актуальную информацию о ювелирной моде, камнях, новых технологиях.

Четыре года назад мы подписали договор с ВТБ-банком – сегодня у нас стоят терминалы, обслуживающие карты 10 ведущих китайских банков. Теперь гости из Китая оставляют у нас еще больше денег...



Сейчас довольно большая конкуренция на рынке. Вам не мешают «колеги по цеху»?

Что вы! Помогают! В городе работают небольшие салоны – в основном в торговых центрах. Они так мало внимания уделяют формированию ассортимента, качеству товара, внешнему виду оборудования и обучению персонала, что по большому счету «Золотой Ажур» – единственный настоящий ювелирный магазин Владивостока.


Известно, что производители нередко советуются с вами относительно будущих коллекций...

Во всем, что касается ювелирных изделий и их продаж, у меня неплохо работает интуиция. Например, сегодняшнюю популярность кабошонов я прогнозировала еще 6 лет назад.

Не так давно смотрела по телевизору модные показы, fashion-коллекции лета 2013 – тут же звоню и заказываю партнерам новые изделия на весну-лето. Я знаю, что именно будут носить женщины.

Сейчас самое время поговорить о планах и мечтах...

Планов – громадь! Думаю открыть новые ювелирные магазины на Дальнем Востоке. Хочу перешагнуть границы и создать в Сеуле, Токио или Пекине магазин, специализирующийся на изделиях из янтаря – очень востребованный позитивный камень, символ благополучия, богатства. Уверена: если подойти к делу творчески – все получится! В нашем городе мы уже работаем над янтарным проектом.

А мечта на сегодняшний день у меня одна – очень хочу поработать с компанией «Смоленские бриллианты». Если они пойдут на контакт, мы их не разочаруем. 

Магазины «Золотой Ажур»

Владивосток, ул. Светланская, 55

Тел.: +7 (423) 222-55-13, +7 (423) 240-30-92

Уссурийск, ул. Некрасова, 64, гостиница «Уссурийск»

Тел.: +7 (4234) 32-00-88

www.mineral1.ru

tkachenko_ng@mineral1.ru