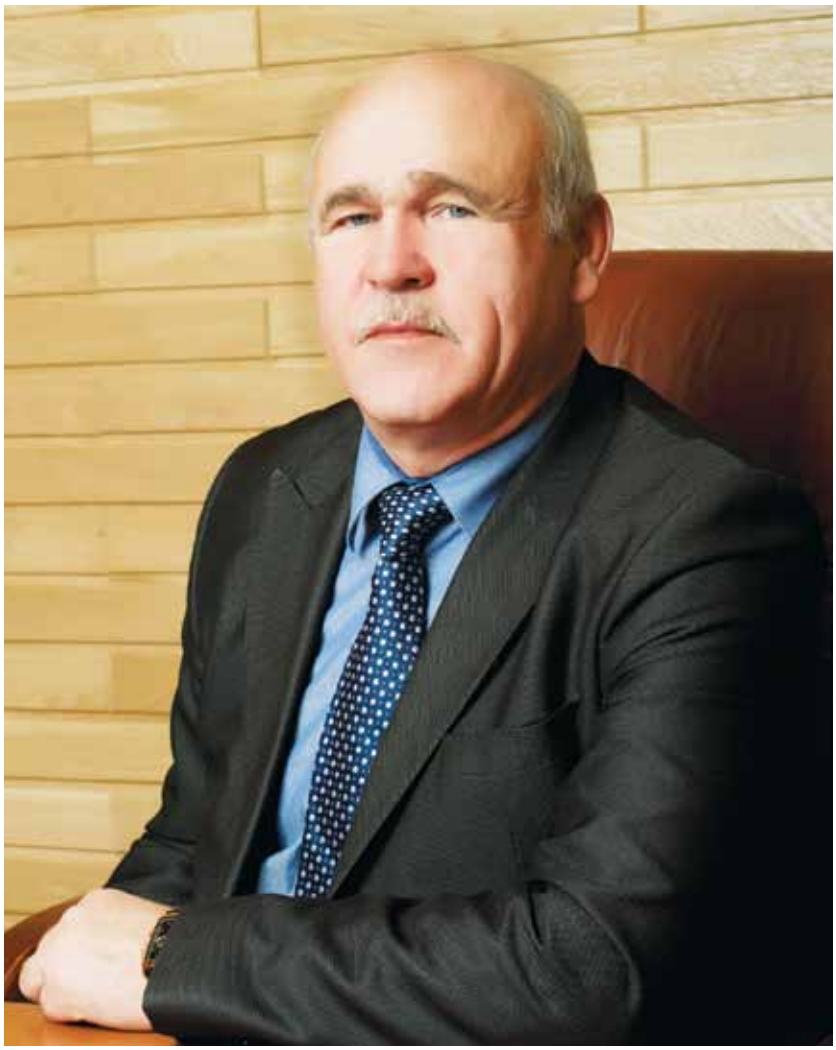


**Первый магазин «Золотая Русь» был открыт в 1997 году. Сегодня, в 2013-м, в трех субъектах РФ (Хабаровский и Приморский край, Амурская область) под известным брендом работает 30 ювелирных салонов. В ближайших планах – открытие еще пяти: в Благовещенске, Артеме и Советской Гавани... Главная тема, которую мы сегодня обсуждаем с генеральным директором компании Евгением Климентьевичем Шевелевым, – как нужно строить работу ювелирной сети, чтобы быть уверенным в успехе столь масштабных новых проектов? Многие ювелирные компании сегодня, напротив, сокращают свое присутствие на рынке...**

# ЕВГЕНИЙ КЛИМЕНТЬЕВИЧ ШЕВЕЛЕВ,

## генеральный директор компании «Золотая Русь»:

# «Конкуренты всегда наступают нам на пятки. Но это хорошо – иначе не было бы прогресса...»

**Давайте сразу, без экскурсов в историю, обсудим дела текущие. Судя по наполеоновским планам – открыть еще пять магазинов, – ваша компания ощущает себя уверенно...**

Это отнюдь не наполеоновские планы. Например, в 2012 году – он был для ТД «Золотая Русь» периодом ускоренного роста – мы открыли семь новых магазинов. Такого еще не было в истории фирмы! Конечно, это потребовало напряженной работы всего коллектива, но мы справились, и текущая работа показала: открытие новых салонов – дело перспективное.

**Кто ваши покупатели? На кого вы ориентируетесь, открывая новые салоны?**

Среди более 300 тысяч наших постоянных покупателей (владельцев бонусных карт) – подростки, пожилые люди, есть даже бабушки и дедушки, которым за 80. Но основные клиенты – женщины и мужчины от 25 до 45 лет. Эта возрастная группа приносит нам более 70% выручки, правда, мужчины – в два раза меньше, чем женщины.

Гранд-салон «Золотая Русь»
Хабаровск

**Как вам удается удовлетворять запросы столь разнообразной публики?**

Удовлетворение запросов любого покупателя вне зависимости от пола, возраста и материального достатка – главная цель нашей компании. Поэтому практически в каждом магазине мы стремимся держать максимально возможный ассортимент ювелирных украшений: от сравнительно дешевого серебра до дорогих изделий с бриллиантами.

**Давайте конкретизируем: что именно представлено в ваших магазинах.**

Ювелирные украшения из золота, платины, палладия и серебра. Без вставок и со вставками из фианитов, полудрагоценных и драгоценных камней – бриллиантов, изумрудов, сапфиров. Серебряная, посеребренная, позолоченная посуда и сувениры: холодное оружие, портсигары, ручки, флэшки из золота и серебра, зажигалки, швейцарские ножики... Бусы из драгоценных, полудрагоценных камней и жемчуга. Часы и часовые браслеты из золота, серебра, стали и керамики.

Как я отмечал, мы поставили перед собой цель – сформировать максимально широкий ассортимент, чтобы каждый посетитель магазина нашел себе что-нибудь по душе и по карману.

Учитывая опыт не самой удачной торговли в 2009–2010 годах, в 2011-м мы плотно занялись увеличением и, главное, улучшением ассортимента на существующих площадях. Да, конечно, вырос товарный запас, уменьшился процент реализации, но в декабре 2011 года мы получили прирост выручки на 55% по сравнению с декабрем 2010-го.

**Широкий ассортимент предполагает сотрудничество с большим количеством поставщиков...**

На сегодняшний день у нас более 200 поставщиков, причем с некоторыми (Красцветмет, «Красная Пресня» и др.) мы работаем 16 лет. Вместе пережили и август 1998-го, и кризис 2009-го. Наши партнеры не только крупные производители и оптовые фирмы основных ювелирных регионов России – Москвы, Санкт-Петербурга, Костромы, Урала, Сибири, но и небольшие предприятия Калининграда, Краснодара, Таганрога, Владивостока и даже Магадана. В выборе поставщиков для нас в первую очередь важен предлагаемый товар – он должен быть интересен для конечных потребителей.

**Какие принципы положены в основу вашего сотрудничества с поставщиками?**

Долгосрочное сотрудничество возможно тогда, когда оно взаимовыгодно. Это, пожалуй, главный постулат. Иногда тесные партнерские отношения перерастают в дружеские, тогда этот принцип нарушается. Поддерживая друзей в трудный для них момент, не приходится думать о сиюминутной выгоде. С другой стороны, если вам потребуется помощь, вы можете рассчитывать на поддержку.

**На каких условиях вы готовы работать с поставщиками?**

На начальных этапах развития розничной сети мы не могли себе позволить работать по предоплате (элементарно не хватало оборотных средств). Сейчас мы работаем по самым разным схемам – предоплата, заказ по давальческой схеме, отсрочка, комиссия и факторинг. Иными словами, выбираем вариант, который максимально выгоден и нам, и поставщикам.

Гранд-салон «Золотая Русь», Хабаровск

**Сегодня идет жесткая борьба за покупателя. Чем вы удерживаете постоянных клиентов и привлекаете новых?**

Работа в этом направлении ведется постоянно. Предоставляем скидки до 30%. Бонусы – 5% от стоимости покупки. Предлагаем воспользоваться рассрочкой платежа и услугами кредитования. Принимаем индивидуальные заказы на изготовление ювелирных изделий. Из дополнительных услуг – ломбард, скупка, обмен старых украшений на новые, ремонт ювелирных изделий и часов.

При открытии нового магазина и потом ежегодно проводим акцию «День рождения салона». В этот день предоставляем дополнительные скидки, дарим подарки, угощаем гостей шампанским и конфетами... Разыгрываем подарочные сертификаты и другие ценные призы. Завершается вечер праздничным фейерверком.

Эта акция очень популярна в райцентрах. Иногда за один день она дает месячную выручку! Подобные мероприятия мы проводим во всех магазинах сети и в праздничные дни: к Новому году, 8 Марта.

**Насколько прошедший год был успешным с точки зрения продаж? Что пользовалось спросом у покупателей?**

2012 год оказался урожайным на открытие новых магазинов, но прирост выручки, например в декабре, составил только 30%.Чем можно это объяснить? Анализом, почему так произошло, мы пока не занимались, так как открытие новых салонов требует много сил и энергии. В ближайшее время обязательно займемся. В целом 2012 год был успешным, но серьезных всплесков, как в 2011-м, не отмечалось.

Общая тенденция прошлого года – сокращение спроса на серебро, в том числе на серебряную посуду. Увеличились продажи объемных колец из золота. Есть уникальные ювелирные украшения, в частности кольца, одна и та же модель которых продается до 1000 штук в год! Также были востребованы одинарники – кольца с одним крупным бриллиантом.

**Судя по развитию сети, продажи у вас стабильно высокие. А многие магазины жалуются на неактивность покупателей...**

Время от времени в отдельных магазинах у нас тоже сокращаются продажи. Мы сразу анализируем и, если это возможно, устраняем причины спада. В то же время при достаточно широкой региональной сети спад в торговле конкретного магазина обычно перекрывается ростом продаж на других торговых точках и не сказывается на показателях фирмы в целом.

**Ваши магазины известны интересными интерьерами. Как создавался образ сети?**

В далеком 1997 году, когда у нас появился первый, а через два месяца второй – маленькие отделы (6 кв.м) в торговых центрах, – мы совершенно не думали о концепции. Спустя год придумали название – «Золотая Русь». Потом наши друзья-художники создали логотип для ТД «Золотая Русь». В 2006 году был зарегистрирован бренд «Торговый дом «Золотая Русь».

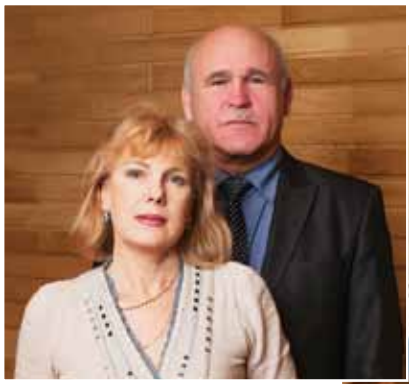
В 2007 году мы открыли по-настоящему большой (около 400 кв.м) магазин – гранд-салон «Золотая Русь». Дизайн интерьера разработала талантливый дизайнер – наша землячка Анна Павлова. Через год гранд-салон на конкурсе «Лучший ювелирный магазин 2008» получил премию в номинации «Лучшее оформление торгового зала». Все последующие салоны дизайнер также оформляла в русском классическом стиле: он близок нам, и в нем прекрасно смотрятся ювелирные изделия.

**Как вы считаете, каким должен быть современный ювелирный магазин?**

Он должен быть достойным вне зависимости от площади и географического расположения. Иногда небольшой ювелирный отдел, где безукоризненная выкладка, неплохо подобранный ассортимент, опрятные и вежливые продавцы, заслуживает более высокой оценки, чем большой по площади и товарному запасу магазин с пылью на дисплеях, неряшливыми продавцами, безобразной выкладкой и ассортиментом – от женского белья до украшений с бриллиантами. Как первый, так и второй вариант мы можем наблюдать и в Москве, и у нас на Дальнем Востоке.

## О ЛИЧНОМ

**Почему вы решили заняться ювелирным бизнесом?**
Отрасль геология, в которой я трудился до 1995 года, стала невостребованной в новых экономических условиях. Чтобы зарабатывать на хлеб, а хотелось еще и масла, пришлось искать новую работу. И тут помогли друзья-геологи…



Евгений Климентьевич Шевелев с супругой Татьяной

Вячеслав Мурзин, коммерческий директор ТД «Золотая Русь», с супругой Анастасией, начальником отдела ювелирных украшений с бриллиантами

**Что оказалось самым сложным в начале пути?**
Отсутствие оборотных средств. Нужно было убедить поставщиков дать нам товар с рассрочкой, еще лучше – на реализацию.

**Что вас привлекает в ювелирном деле?**
Учитывая мое геологическое образование, привлекают природные камни. Стремлюсь, чтобы в магазинах «Золотая Русь» было много разнообразных украшений с натуральными вставками.

**У вас есть увлечения кроме работы?**
Более 20 лет моя жизнь была связана с геологией. Помимо обязательных геологических отчетов я писал научные статьи, активно отстаивал свою точку зрения, а она не всегда совпадала с мнением руководства…
До сих пор у меня сохранилось желание ездить в горы и искать новые доказательства для решения спорных вопросов в области геологии. Иногда мы с друзьями-геологами совершаем такие вылазки, и как результат – новые научные статьи. К сожалению, из-за большой загруженности это происходит все реже. Еще одно хобби (уже семейное) – путешествия. Разве могли мы в 80-е и в начале 90-х предполагать, что весь мир будет открыт и доступен?! Теперь наверстываем упущенное – с женой объехали все континенты, кроме Антарктиды. Посетили 43 страны. Но как еще много мест, где хотелось бы побывать…

**Какой вы руководитель?**
Начальнику, придерживающемуся авторитарного стиля руководства, гораздо легче управлять коллективом, чем демократу. Однако при авторитаризме невозможно создать команду единомышленников, которым дороги интересы фирмы, которые искренне переживают неудачи и радуются, гордятся достигнутыми успехами. Поэтому я придерживаюсь демократического стиля руководства, хотя иногда приходится проявлять жесткость.

**Вы занимаетесь общественной деятельностью? Имеете отношение к политике?**
Я член Хабаровского объединения промышленников и предпринимателей. Это, пожалуй, единственная организация, отстаивающая интересы бизнеса в нашем крае.
Жаркие политические споры разгораются, когда мы встречаемся с друзьями по понедельникам в бане. Нужно же когда-нибудь выпускать пар! Реально заниматься политикой нет ни времени, ни желания.

---

**Насколько жесткая конкуренция на ювелирном рынке Дальнего Востока?**
На нашем рынке присутствуют несколько региональных сетей. Это «Ювелирная Империя» – наши интересы сталкиваются не только в Амурской области, но и в Хабаровске, Владивостоке. ТД «Золото» и торговая сеть «Изумруд» – у них сильные позиции в Хабаровске и Комсомольске-на-Амуре. Когда «Ювелирная Империя» открывает магазин в Нижневартовске и Сочи, а «Изумруд» производит золотые часы, не имеющие аналогов в России, я горжусь своими земляками-конкурентами. Знай наших!

**Как вам удается дистанцироваться от соперников?**
Дистанцироваться от конкурентов просто невозможно! Они всегда будут наступать вам на пятки, а в чем-то и опережать. Конкуренция – это двигатель прогресса! Хочешь выжить – делай лучше, краше, продавай дешевле. Мы первыми среди ювелирных магазинов Хабаровска применили металлогалогеновое освещение – через месяц подобное уже было у конкурентов.

**Какие новые интересные технологии вы используете сегодня?**
У нас введена комплексная автоматизированная система учета и контроля с использованием штрих-кодирования. Она позволяет в режиме онлайн получать информацию о продажах во всех наших магазинах.

**Как вы думаете, в чем залог успеха современной ювелирной компании, в том числе вашей?**
Главное – завоевать доверие поставщиков, банка-кредитора. А самое главное – покупателей! Н

**«Золотая Русь»**

**Хабаровск,**
**ул. Ленина, 44Б**
**Тел.: 8 (4212) 40-83-38**
**(многоканальный),**
**Факс: 8 (4212) 21-46-71**
**sale@zolrus.ru**