

РАБОТА НАД ОШИБКАМИ

Увеличить объемы продаж. Об этом мечтает даже самый успешный салон. Что уже говорить о магазинах, переживающих кризис... Как это сделать? В первую очередь перестать сваливать неудачи на обстоятельства и проанализировать собственную позицию. Ведь чтобы сделать рывок, зачастую достаточно просто не наступать каждый раз на одни и те же грабли. Не совершать одних и тех же ошибок, которые порой незаметны изнутри, но так бросаются в глаза тем, кто наблюдает за процессом со стороны...



Бриант



*Максим ДАВЫДОВ,
директор московского
представительства компании "Бриант"*

ОШИБКА ПЕРВАЯ – самоустранение владельца бизнеса от вопросов выбора поставщика и формирования ассортимента. Отсутствие контроля над персоналом, занимающимся отборкой товара.

РЕЗУЛЬТАТ – основным принципом выбора поставщика становится собственная выгода наемного сотрудника, а не ликвидность и прибыльность изделий. Если его зарплата не зависит от прибыли компании, зачем такому сотруднику закупать товар, на который можно сделать большую наценку по сравнению с другими и, соответственно, получить большую прибыль?

Кто должен заниматься поиском поставщиков и формированием ассортимента? Очевидно, человек, хорошо знающий запросы потребителей и заинтересованный в успехе магазина – а именно, в высокой прибыли. Хорошо, если наемный сотрудник, отвечающий за товар, кристально честный человек и профессионал своего дела. А если нет? В этом случае главным критерием выбора поставщиков становится его личная выгода, а дополнительный заработок оплачивает его же компания, так как он прибавляется к цене товара.

«Очень жаль, что некоторые владельцы магазинов полностью самоустраиваются от вопросов формирования ассортимента и отдают на откуп наемным сотрудникам эту важную составляющую бизнеса, даже не контролируя процесс, – говорит коммерческий директор компании «Бриант» Максим ДАВЫДОВ. – На выставках мы не раз наблюдали такую картину: к нашему стенду подходит владелец бизнеса в сопровождении товароведа. Предприниматель

явно заинтересован увиденным на витринах товаром и ценами, отмечает преимущества наших изделий и интересуется, закупает ли его компания наши украшения. Несмотря на то что никаких отношений между нами и этим магазином нет, сотрудник уверяет босса, что товар, конечно же, закупается. Или заявляет, что закупает то же самое – как правило, у оптовых клиентов, которые приобретают изделия в представительстве компании «Бриант» в Гонконге и выступают, таким образом, посредниками между магазином и нами».

К чему эти ухищрения? Почему просто не сказать, что да, это упущение, до сих пор мы не сотрудничали, но в ближайшее время обсудим условия поставки и сделаем отборку? Все просто: «Бриант» уже обсуждал с представителем этой компании условия сотрудничества. Но специалист, отвечающий за закупку товара, однозначно дал понять: он заинтересован работать, но при подписании договора необходимо учесть его личный интерес...

«Это противоречит нашим принципам ведения бизнеса, – отмечает Максим ДАВЫДОВ. – Во-первых, товар компании пользуется спросом всегда, даже в самые экономически неблагоприятные времена, и наращивать партнерскую базу таким неблагоприятным способом у нас нет необходимости. Во-вторых, мы устанавливаем минимально возможные цены на свои изделия и фиктивно поднимать их ради того, чтобы подписать еще один договор, не будем. Мы строим честные прозрачные отношения с магазинами. (К слову, среди партнеров «Брианта» – крупнейшие игроки розничного сегмента российского ювелирного рынка. – *Прим. ред.*) Пойти на обман – значит, не только поступиться принципами, но и поставить под сомнение сотрудничество с нашими многолетними партнерами. Это неприемлемо. Мы дорожим своим именем и доверием ритейла. И очень жаль упущенных возможностей магазинов, которые до сих пор не воспользовались нашими изделиями, чтобы повысить собственную прибыль».

Москва, ул. Смольная, 12
Тел.: +7 (499) 340-31-03

Калининград, Гвардейский пр-т, 15
Тел.: +7 (4012) 57-61-02

www.briant-jewel.ru

«Бриант» – это бриллианты, которые покупают