

# ЧАСЫ

# ELLE TIME & JEWELRY

## для ювелирных магазинов:

# НОВЫЕ

## модели,

## предложения,

## ВОЗМОЖНОСТИ

**ELLE TIME – молодой (в России с 2011 года), но хорошо известный французский часовой бренд. Часы этой марки быстро завоевали аудиторию благодаря уникальности – это fashion-бренд, в моделях которого находят отражение все модные тенденции нашего времени, и безупречному качеству – гарантия европейского отношения к делу. В 2013 году ELLE TIME переживает ребрендинг. Какие изменения произошли в компании? Как они отразились на работе с партнерами? С какими предложениями выходит фирма к ювелирным магазинам, для которых часы ELLE TIME – прекрасная возможность диверсифицировать бизнес. На вопросы отвечает бренд-менеджер ELLE TIME Виктория ЛЕБЕДЕВА.**



*Сразу задам ключевой вопрос: вы довольны результатами ребрендинга?*

Однозначно довольны. Уже сейчас можно смело заявить, что проведение ребрендинга позволило поднять класс и уровень бренда ELLE TIME. При этом мы остались в своей ценовой нише. А это значит, что мы не только сохранили завоеванную аудиторию покупателей, но и расширили ее границы – сумели заинтересовать клиентов, ранее ориентированных на более дорогие аксессуары.

*Что изменилось в процессе ребрендинга? Что нового у вас появилось для конечных покупателей, для магазинов?*

Естественно, в первую очередь мы обновляем коллекции часов. Поскольку ELLE TIME – fashion-бренд, мы

отталкиваемся от современных актуальных тенденций моды. Создаем яркие модные коллекции для женщин всех возрастов.

Меняется и цветовая гамма – в логотипе, к примеру, мы уходим от ярких насыщенных цветов к комбинации сдержанных серебристого и белого.

Кроме того, в 2013 году мы полностью обновляем оборудование для представления бренда ELLE TIME в розничных магазинах. Фирменное оборудование позволяет раскрыть ассортимент, улучшить визуальное восприятие и узнаваемость бренда. Если говорить о конкретных изменениях, то у нас появились дисплеи-трансформеры с прорезиненными фиксаторами для установки часов. Они дают магазинам большую свободу для презентации часов в торговом зале и обеспечивают большую безопасность товару – на прорезиненных фиксаторах часы будут лучше держаться. Также мы разработали интересные элементы для выделения топовых моделей и новинок.

**Теперь вашим розничным партнерам придется вкладывать деньги в новое оборудование?**

Всем магазинам, которые уже сотрудничают с нами, мы обновляем оборудование бесплатно. Те же салоны, которые только планируют начать с нами работу, традиционно с первым заказом приобретут и комплект фирменного оборудования – это обязательное условие работы с часами ELLE TIME, и оно не изменилось.

**Давайте подробнее остановимся на новых коллекциях...**

У нас появилось много актуальных моделей из керамики – тренд года. Кроме того, практически каждый корпус теперь выполняется в двух размерах: стандартном и mini. Таким образом, ELLE TIME охватывает существенно большую аудиторию. В прошлые годы мы не раз сталкивались с ситуацией, когда, например, девушка не может приобрести понравившуюся ей модель часов – на ее изящной ручке часы смотрятся громоздко. Сейчас эта проблема решена.

**Вы уже презентовали новинки? Насколько успешно?**

Да, на часовой выставке в Базеле (Baselworld 2013) модели ELLE TIME имели колоссальный успех. В первую очередь благодаря тому, что у наших часов есть свое лицо – они не похожи ни на один другой fashion-бренд. В то время как многие другие производители, работающие в средней ценовой категории, активно заимствуют друг у друга дизайнерские находки – их модели заметно переключаются между собой.

**Чем еще кроме непохожести на другие бренды вы объясняете популярность новинок ELLE TIME?**

Все наши часы соответствуют модным тенденциям и при этом четко попадают в аудиторию. Сегодня среди молодежи актуальны яркие цвета (даже зимой молодые люди выбирают насыщенные, порой кислотные оттенки) – ELLE TIME предлагает часы всех возможных цветов. Дамы отдают предпочтение классике – им мы предлагаем модные модели в спокойном белом и серебристом цветах.





**Какие модели в средней ценовой категории, которую занимает ELLE TIME, сегодня особенно актуальны?**

Кроме классики, актуальной во все времена, в моде большие, массивные, так называемые мужские часы. Что касается формы циферблата, то здесь полная демократия: и круглые, и овальные, и прямоугольные... Как уже говорили ранее, цвета популярны яркие, даже флуоресцентные. Но что касается оформления корпуса стразами, здесь все становится более сдержанным. Если год-два назад популярны были модели с россыпью кристаллов (чем больше – тем лучше), то сейчас в моде стразовый минимализм: несколько вставок или изящная дорожка – этого достаточно.

**Если магазин никогда не работал с часами, как ему не ошибиться в выборе коллекции? С чего начать, чтобы оправдать вложения?**

Для начала магазину необходимо связаться с представителями нашей компании, бренд-менеджером и обсудить детали сотрудничества. Мы оказываем максимальную помощь в формировании коллекций, наиболее подходящих конкретному магазину. При этом опираемся на статистику продаж и целевую аудиторию в конкретном регионе, городе, торговой точке. Учитываем окружение – ассортимент и покупательскую аудиторию магазинов, расположенных в непосредственной близости от нашего будущего партнера. Кроме того, мы оказываем рекламную поддержку магазинам-партнерам.

**Насколько велики первоначальные инвестиции в часовую assortment?**

Первоначальная минимальная рекомендуемая коллекция составляет 50 корпусов. В среднем это 130–200 тысяч рублей, включая фирменное торговое оборудование. Но, как вы понимаете, все зависит от конкурентных

моделей, целевой аудитории магазина. Стоимость часов в розницу колеблется от 3,5 до 11 тысяч. Детская коллекция – 1200 рублей за модель. Так что размер первоначальных вложений зависит от желаемого ассортимента и ожидаемой прибыли.

**Уделяете ли вы внимание вопросу продвижения бренда?**

Замечу сразу: бренд ELLE TIME благодаря своему громкому имени – оно на слуху и на устах большинства представительниц прекрасного пола – не нуждается в громкой рекламе. Несмотря на это, мы активно работаем с нашими партнерами в регионах, используя не только небольшие баннеры вблизи торговых центров, но и широкоформатную печать, в частности билборды. Стараемся выбирать наиболее удачно расположенные рекламные площадки (в центре города, в местах массового скопления людей или в непосредственной близости к точке продаж).

Все рекламные материалы и имиджи предоставляются производителем бренда – компанией Top Brands и обновляются как минимум два раза в год. Дизайнерам компании удается воплощать в рекламных материалах утонченность и изысканность Франции (ELLE TIME – французский бренд), что, естественно, привлекает целевую аудиторию бренда. На рекламных имиджах в 90% случаев используются модели – стильные девушки как олицетворение имени бренда ELLE, что в переводе с французского означает «Она».

Для повышения узнаваемости бренда и роста лояльности потребителя мы проводим сезонные акции, поддерживаем различные event-мероприятия, в которых позиционируемся Призовым партнером. Это дает нам возможность не только осчастливить победителя ценным подарком – часами ELLE TIME, но и провести рекламную кампанию.





**Если магазин высказывает пожелание разметить рекламу бренда, вы участвуете в этой рекламной кампании финансово?**

Мы берем на себя половину всех рекламных расходов. Кроме того, предоставляем готовые к печати макеты. Как правило, мы всегда оперативно реагируем на подобные предложения партнеров и активно в них участвуем. При этом далеко не всегда придерживаемся распространенной практики выделения рекламного бюджета, исходя из объема закупок и продаж данной торговой точки. Если видим заинтересованность партнера, перспективность – всегда идем на встречу и выделяем больший бюджет.

**Может ли магазин предложить вам провести совместную акцию для покупателей?**

Мы с удовольствием поддерживаем инициативу магазинов по проведению различных акций, мероприятий, праздников для покупателей. Предоставляем призы и подарки гостям и участникам мероприятий. Проводим розыгрыши.

**Расскажите о наиболее интересной акции.**

Одной из последних масштабных акций была совместная акция с одноименным гляцевым журналом ELLE Girl. Акция была рассчитана на конечного потребителя. Читательницам предложили создать дизайн упаковки часов ELLE. Результаты акции опубликованы на официальном сайте ELLE Girl и в группе vkontakte. Всего в акции было заявлено 95 городов, где представлен бренд. В 35 городах были выявлены победительницы, которые смогли

получить свой приз. Призы выдавались в магазинах, работающих с часами ELLE и заявленных для участия в мероприятии. Таким образом, магазины – участники акции получили дополнительную рекламу и анонсирование того факта, что именно в них представлен бренд ELLE.

Чтобы эффективно работать с маркой, продавцы должны быть хорошо подготовлены. Как вы работаете со своими розничными партнерами?

Наши бренд-менеджеры регулярно проводят семинары и на нашей территории, и выездные. У нас разработана программа посещения регионов – специалисты выезжают «на места» и рассказывают продавцам об истории марки, ее особенностях. Делятся информацией о том, как выгодно представлять марку, презентовать ее в торговом зале.

**Чем вы объясняете большой интерес к бренду ELLE TIME именно ювелирных магазинов?**

Как известно, ELLE выпускает свою широкую линейку ювелирных изделий и бижутерии. Поэтому не удивительно, что часы этого бренда идеально сочетаются с ассортиментом ювелирных салонов. Они понятны и покупательской аудитории ювелирных магазинов, и продавцам, а потому – востребованы.

Беседовала Ольга ЗАРЖЕЦКАЯ

**Компания Slim Group**

Тел.: 8 (495) 737-68-11

info@slimgroup.ru

www.elle-time.com