



# Пятая Уральская ювелирная конференция

**В начале августа в Челябинске прошла Пятая Уральская ювелирная конференция, организованная Федеральным ювелирным холдингом «Золотой стандарт». Вновь на гостеприимной уральской земле встретились партнеры холдинга: руководители и собственники розничных ювелирных магазинов, представители крупнейших ювелирных заводов России и средств массовой информации.**

Специальными гостями конференции стали руководители крупнейших ювелирных заводов: Алексей Густов (ЮФ «Алькор»), Жанна Костюшкина (ЮЗ «Диамант»), Оксана Сенаторова (журнал «Навигатор ювелирной торговли»), Татьяна Носкова (журнал «Ювелирная Россия»), Вадим Ревелисов-Крумер (медиа-холдинг «Рестэк JUNWEX»), Лариса Серкова (центр экспертной оценки «Диагем»), Игорь Дубяго (компания «Минерал-шоу»).

## ДЛЯ ЧЕГО?

Уральская ювелирная конференция – это специально созданная среда для развития ювелирного бизнеса.

Конференция – это площадка, на которой не только честно и открыто обсуждаются отраслевые проблемы (падение продаж, взаимодействие между производителями и торговлей, вопросы маркетинга, рекламы и управления ассортиментом, нововведения в законодательстве), но и выработываются конкретные, реальные методы решения этих проблем.

Конференция – это место встречи конкурентов лицом к лицу, но как они сами считают: «У нас одни, общие цели и задачи», поэтому и атмосфера здесь всегда дружеская, позитивная и очень праздничная.

## НОВОЕ

Наибольшее количество новых идей прозвучало во время финала конкурса Форсайтов, на котором конкурсанты фантазировали на тему развития ювелирной торговли в 2018 году, причем некоторые – весьма реалистично. Конференция, затаив дыхание, следила за ходом происходящего и даже конспектировала.

Ольга Сокольская предложила создать виртуальные примерочные ювелирных украшений и сформулировала несколько контролирующих функций, которые можно передать от управляющих магазинами роботам, все больше входящим в нашу жизнь.

Эдуард Абраменко, ставший абсолютным победителем конкурса, подал идеи воспитания нового поколения потребителей: «Дети в ювелирном магазине смогут рассчитывать бонусами, накопленными на картах родителей», и высказал идею создания автоматов по продаже ювелирных украшений – «золотоматов».

Елена Белова говорила об одной из самых злободневных тем – интернет-магазинах от крупных производителей. «Мы можем открыть собственные онлайн витрины и стать пунктами выдачи крупных интернет-магазинов производителей. А если вдруг украшение не подошло, предложим ему замену из собственных ресурсов». Конференция большинством голосов согласилась.

## ОСТРОЕ

Три темы конференции стали поводом для горячих споров, дебатов и обсуждений не только в рамках деловой программы, но и после нее.

**ПЕРВАЯ. Законодательство.** Серьезные изменения в закон 115-ФЗ, касающиеся ответственности индивидуальных предпринимателей. На часть вопросов смогли ответить специалисты, и огромный просветительский вклад внесла Юлия Мессарош, поделившись с участниками конференции опытом.



**ВТОРАЯ. Ассортимент.** Приехав в регион, представители заводов и СМИ были неприятно удивлены, увидев на прилавках ювелирных магазинов изделия 5–7-летней давности. На конференции не только был выдан однозначный вердикт: «В переплавку! Не продадите никогда, раз не продали за 5–6 лет», но и решение: «Внедряем современное программное обеспечение, которое позволит каждую секунду, каждый день формировать аналитику по товарным остаткам за день, по продажам хитов. Тогда появится возможность оперативно отслеживать и вовремя избавляться от неликвидных позиций».

**ТРЕТЬЯ. Продвижение.** 10 лет участники ювелирной отрасли обсуждают, кто отвечает за продвижение украшений – производитель или розничный магазин; должна ли быть создана общественная организация, воспитывающая массы; когда, в конце концов, появится федеральная реклама? Выход найден! Производители, не имеющие собственной розничной сети и не имеющие средств на федеральную рекламную кампанию, разрабатывают рекламные материалы (фото, видео, аудио, тексты) и (внимание!) адаптируют их для использования магазинами ровно настолько,

чтобы осталось только адрес добавить. Все остальное – задачи магазинов. Этот и многие другие вопросы грамотного продвижения обсуждались на мастер-классе Екатерины Локоцковой «Быстрый маркетинг».

Компания «Золотой стандарт» – это крупный игрок на российском ювелирном рынке. И ежегодная Конференция – это сознательное решение руководства холдинга развивать самое ценное достояние – его партнеров.

«Холдинг не строит отношения по принципу «деньги-товар-деньги». Успешный бизнес – это всегда команда, поэтому программа конференции дополнена дневными, активными и вечерними, развлекательными мероприятиями, где конкуренты становятся партнерами и даже друзьями», – говорит генеральный директор «Золотого стандарта» Владимир Мешалкин.

Пятая конференция прошла успешно и плодотворно. Конспекты мастер-классов, дипломы и награды победителей будут напоминать о ней участникам, а организаторы уже планируют следующую, шестую встречу. Следите за новостями!

