

ИЗ ОПЫТА РАБОТЫ: КАК МАГАЗИНАМ ОБЛЕГЧИТЬ СЕБЕ ЖИЗНЬ

В предыдущих номерах журнала мы подробно рассказывали о типичных ошибках, которые допускают владельцы и директора магазинов и которые в конечном счете приводят к сокращению продаж и снижению рентабельности бизнеса. Сегодня речь пойдет о положительном опыте работы ювелирных магазинов и сетей с поставщиками украшений. Надеемся, что эту практику работы смогут проанализировать и взять на вооружение другие участники рынка.



Бриант



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

«Известно, что отборка товара занимает много времени и требует хорошей памяти. Время и силы экономят специалисты, которые приезжают к нам с электронным носителем, – рассказывает Максим ДАВЫДОВ, коммерческий директор компании «Бриант». – На носителе отмечены остатки и продажи тех наших изделий, которые лучше всего продаются в данной торговой точке и потому всегда должны быть в наличии (постоянный ассортимент). В этом случае наши сотрудники сами занимаются формированием основной части заказа, а представители магазина (директор или товаровед) изучают и отбирают новинки. У нас всегда есть из чего выбрать: «Бриант» к каждому сезону готовит новую коллекцию».

Переложите отборку постоянного ассортимента на добросовестного менеджера компании-поставщика

«Мы заинтересованы в том, чтобы наш товар продавался в магазинах наших клиентов, и они вновь и вновь возвращались к нам за новыми и старыми, ходовыми изделиями. Поэтому в обязательном порядке советуем своим партнерам, что из ассортимента, которым они еще не торговали, стоит взять. Или, наоборот, обращаем внимание на

ошибки при отборке, – отмечает Максим ДАВЫДОВ. – Дело в том, что все наши модели находят своих покупателей, но в разных регионах. Поэтому мы честно предупреждаем: это сделано по заказу для других клиентов – никто из ваших соседних городов это не покупал. Очень приятно слышать потом благодарность за совет, когда именно то, что посоветовали, продалось в первую очередь».

Прислушивайтесь к советам поставщика, который сам разрабатывает модели и производит продукцию, так как он не боится остаться с непроданным товаром

Этот опыт взаимодействия магазин–поставщик становится еще более актуальным в связи с последними тенденциями на российском рынке. Как сообщает Росстат, с начала текущего года (с января по апрель) в России производство ювелирных изделий с бриллиантами выросло на 20% по сравнению с аналогичным периодом 2012 года. Что это значит?

Во-первых, что спрос на изделия с бриллиантами вырос вопреки пессимистичным прогнозам о новом витке кризиса.

Во-вторых, что менталитет российского покупателя приближается к европейскому. Бескаменка теряет свои позиции – ее производство в январе–июле 2013 года сократилось на 1,6% по сравнению с аналогичным периодом 2012 года. Российский потребитель отдает свой голос (и финансы) изделиям с бриллиантами. Именно такие – по-европейски элегантные и в то же время учитывающие особенности российских культурных традиций – предлагает компания «Бриант».

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!