



**Когда впервые заходишь в салоны «Ювелирика», они завораживают гармонией, изяществом и красотой представленного ассортимента. Продуманный, тщательно выверенный стиль чувствуется во всем: в изысканной простоте интерьеров, построенных на сочетании цветов молочно-белого и горького шоколада, идеальной выкладке и ветке сакуры, которая служит лаконичным украшением фона. Удивительно встретить столь современные и эстетически безупречные салоны в сравнительно небольшом и удаленном от столичных городов месте. Их владелица – Марина БАМБАХ – яркий представитель нового типа предпринимателей: прогрессивно мыслящая и трезво смотрящая на вещи, всегда нацеленная вперед деловая женщина. Но в то же время увлекающийся, жизнелюбивый и на редкость позитивный человек, общение с которым надолго заряжает положительной энергией и оптимизмом.**

## **МАРИНА БАМБАХ, директор сети ювелирных салонов «Ювелирика»: «Вам так удобно? Пожалуйста, мы сделаем!»**

**Марина Андреевна, расскажите, как вы создавали свою компанию, с чего все начиналось.**

Вы удивитесь, но начиналось все с очень маленькой суммы. 50 тысяч рублей – вот и весь стартовый капитал. На эти деньги в 2002 году была сделана первая закупка и открыт небольшой салон в весьма скромном торговом центре. Однако я быстро поняла, что смогу зарабатывать именно в этой области. До этого я занималась другим бизнесом (женским бельем), но после того как у меня появился маленький ребенок, в силу семейных обстоя-

тельств мне необходимо было уменьшить количество разездов. В ювелирном бизнесе меня устраивал способ доставки груза – спецсвязь, и в целом форма работы мне понравилась. А я такой человек, который будет работать и вкладывать душу в работу только в том случае, если она нравится, если я буду чувствовать, что смогу развиваться. Когда я начала работать, мне были нужны деньги. Я и сейчас зарабатываю деньги, но это для меня не главное. Важно, чтобы был результат, и финансовая составляющая – лишь одна из частей этого результата.



Ювелирный салон «Ювелирика», РБ, Октябрьский, ТРЦ «Верба»

Сейчас «Ювелирика» – это сеть из пяти салонов, расположенных в крупных торговых центрах.

**Ваши салоны производят очень сильное впечатление. Да и название «Ювелирика» им прекрасно соответствует.**

Первоначально мы назывались достаточно тривиально – «Рубин». Я тогда смеялась и своим сотрудникам говорила: «Пока называемся так. Посмотрим, как этот рынок будет развиваться, и, возможно, со временем найдем свой стиль». К этому и пришли. Мы обратились в рекламное агентство в соседнем городе – в Октябрьском, думали назвать салон «Версалием», еще какие-то варианты у нас были. Слово «Ювелирика» родилось, когда работали над логотипом, и у меня спрашивали, какими я вижу свои ювелирные магазины. Я тогда ответила, что они должны нести идею красоты людям. Ведь, подобно художникам, переносящим свои творческие замыслы на холст, ювелирные мастера воплощают их в металле и камнях. И действительно – вещи иногда получаются уникальные.

**Термин «ювелирика» подразумевает присутствие художественной ценности...**

Да, обязательно. А еще он подразумевает красоту не только в ювелирных украшениях. Я считаю, человек всегда стремится к совершен-

ству, а это слово передает стремление к совершенству во всем. Что касается моих салонов, я хотела, чтобы они были не похожи на других, обязательно были одними из самых лучших, постоянно развивались. Чтобы люди, которые приходят в эти салоны, покупали бы с удовольствием. И практика показывает, что мы идем в правильном направлении, мы видим реакцию клиентов, которым наши салоны очень нравятся.

Интересный случай произошел на открытии самого большого нашего салона в ТРЦ «Верба» в Октябрьском. В оформлении всех салонов «Ювелирика» есть отличительная черта – ветка сакуры. Там она на фасаде, на лицевой части, светится, вся в диодах и находится как раз напротив центрального входа. Заходят в ТРЦ мама и маленький мальчик лет пяти, ребенок вырывает руку и кричит: «Мама, смотри!» – и со всех ног летит в наш салон. Это прекрасно демонстрирует результат – ведь детская реакция всегда самая непосредственная и правильная.

**А каких принципов вы придерживаетесь при формировании ассортимента?**

В ассортименте мы делаем ставку – я всегда говорю «мы», потому что я не одна работаю, мы работаем командой, где важны усилия каждого – так вот, мы делаем ставку на самые интересные украшения, на украшения



Ювелирный салон «Ювелирика», РБ, Туймазы

качественные, обязательно отслеживаем цену этих изделий так, чтобы покупатель чувствовал, что стоимость не завышена искусственным образом.

Мы стараемся, чтобы самые первые новинки появлялись именно в наших салонах, отбираем украшения разного ценового диапазона. Так, красивые изделия стоимостью 70–120 тысяч рублей у меня присутствуют практически во всех салонах. А, например, цепи и обручальные кольца у нас дешевые – я считаю, такой товар нужен любой семье, а достаток у всех разный. И с серебром мы активно работаем, причем с первого дня основания, хотя многие тогда делали ставку на золото. У нас всегда было представлено серебро, причем от самых дешевых украшений до дорогих импортных.

#### **А в дизайне на что ориентируетесь?**

Наверное, больший уклон в сторону классики – она никогда не выходит из моды. Сейчас есть новые технологии производства, позволяющие российским производителям создавать очень интересные изделия. Это как «Мерседес» – любимая классика, которая всем нравится, но которая не стоит на месте, а совершенствуется с течением времени. Я бы хотела, чтобы в моих салонах украшения были такого же уровня, чтобы они были совершенными: сережка должна красиво смотреться в ухе, камни должны быть обязательно качественными.

Конечно, в каждом регионе – свои нюансы. Наибольшим спросом у нас пользуются укра-

шения с камнями. При этом изделие должно выглядеть так, чтобы было видно, что оно сделано из золота. Когда производитель выпускает браслет, и он весь усыпан камнями, а металла не видно, нашему покупателю это не очень нравится. Камни должны подчеркивать красоту металла, а металл – красоту камней.

#### **Какие маркетинговые ходы вы используете для привлечения покупателей?**

У нас действует система бонусов и скидок. Есть ценник красный и обычный. Мы тщательно анализируем оборачиваемость товарных запасов, поэтому сразу видим, какие украшения уходят в первую очередь, и они становятся хитами продаж на какое-то время. А те изделия, которые застревают, мы не жалеем, снижаем цену и продаем – бывает даже, что по цене металла. Мы разработали свою скидочную систему для карт постоянного клиента, действуют накопительные скидки, начисляем бонусы при покупках, этими бонусами также можно расплачиваться. С ноября этого года мы подключили бонусную программу «Спасибо» от Сбербанка.

К слову, по поводу оплаты пластиковыми картами – я была первая в городе, кто установил терминал в своем салоне. Сейчас покупатель, который приходит к нам, может быть уверен, что у него есть возможность рассчитаться любым способом. У нас предусмотрена оплата кредитной картой, наличными, можно оформить кредит, обмен, расплатиться сертификатом и бонусными балами.



В 2013 году ваша компания стала лауреатом международного конкурса «Лучший ювелирный магазин года», проводимого нашим журналом, в номинации «Лучшая организация дополнительных услуг». Почему вы уделяете большое внимание улучшению сервисов для покупателей?

Помните фильм «Бриллиантовая рука»? Мой персонал никогда не скажет, что у нас нет такого же халатика с перламутровыми пуговицами. У нас должно быть все, и мы движемся в этом направлении. Вам так удобно? Пожалуйста, мы сделаем! Клиент для нас – главный. Все, что нравится клиентам, мы делаем. Например, благодаря тому, что у нас доступна любая форма оплаты, при расчете клиент не задерживается больше пяти минут, а с оформлением кредита все займет минут 10. Такая система нас очень выручает, когда мы проводим разнообразные акции в салонах. Например, мы практикуем такую акцию, как «Веселый час», когда в течение определенного часа снижены цены на весь без исключения товар, и предварительно оповещенные по sms-рассылке клиенты спешат к нам, собираются в очередь. Мы успеваем всех обслужить и делаем хорошие продажи, за два часа можем собрать выручку нескольких дней. На будущий год планируем открыть свой сайт, и он будет очень удобным для покупателя. Если клиенту понравилось какое-либо украшение, он сможет сделать заказ этого изделия непосредственно на сайте.



Директор и заместитель директора ювелирных салонов «Ювелирика» – Марина и Мария Бамбах



Дружный коллектив ювелирного салона «Ювелирика»

**Сталкиваетесь ли вы с какими-либо трудностями?**

Кадровый вопрос у нас стоит очень остро. Мы пришли к тому, что предпочитаем принимать на работу людей без опыта в нашей сфере. Дело в том, что когда человек приходит из другого магазина, он приносит всех своих «тараканов», все свои проблемы, и переделать, переучить его практически невозможно. Поэтому мы берем сотрудников, которые не имеют представления о том, что такое ювелирная торговля, и сами занимаемся их обучением. Недавно я наняла специалиста, который занимается подбором персонала, обучением и проведением тренингов.

**Какие основные требования вы выдвигаете для ваших продавцов?**

Человек должен быть открытым и светлым, а всему остальному мы научим. Когда мы внедряли тренинги, столкнулись с такой проблемой: 20% коллектива сразу же отказались обучаться, и нам пришлось расстаться с этими людьми. Сейчас начнем внедрение категорий для продавцов. Я стараюсь, чтобы в моих салонах работать было престижно. У нас очень достойная оплата труда, белая, оплачиваемые отпуска, в том числе декретные. Когда новый магазин 2–3 года отработал, коллектив устанавливается, прекращается текучка кадров, люди стабильно работают годами и не собираются уходить.

**Хотелось бы что-либо изменить в работе с производителями?**

В работе с поставщиками нас все устраивает, я очень благодарна тем людям, с которыми мы сотрудничаем. Работая в рознице и сталкиваясь с клиентами лицом к лицу, мы видим их реакцию – что им нравится, а что нет, поэтому очень хочется, чтобы производители при создании новых моделей учитывали наши пожелания. Возьмем, например, тему мусульманских подвесок – на рынке эта ниша наполовину пустая, тех подвесок, которые мы продаем в магазинах, нам недостаточно, причем во всех сегментах – от самых дешевых до эксклюзивных. В мусульманских регионах эта группа очень активно продается, в традициях мусульман в семьях дарить золото. Это нужно обязательно использовать. Необходимо создавать новые красивые модели, а мы можем подсказать какие-то моменты: от веса украшения до его внешнего вида. Два года назад мы работали с ювелирным заводом «Платина» по этой теме, давали свои рекомендации. Результатом очень довольны, завод также выиграл от такого сотрудничества.

**Ощущаете ли вы конкуренцию в городе?**

Начну с того, что я считаю своих конкурентов коллегами, не делю их на плохих и хороших, вижу в их существовании позитив – ведь без них мы бы не росли так, как растем. Когда тебе дышат в затылок, ты шевелишься быстрее. Ко-



нечно, я ощущаю конкуренцию, могу сказать, что в Туймазы мне подражают.

#### **Подражают или откровенно копируют?**

Копируют, это факт. Мы всегда придумываем что-то новое, это определенный уровень, и другие стараются быть на нас похожими. Понятно, что если сделать интерьер своего салона в схожих цветах – таких, как у нас, пару клиентов поймать можно, но все равно всю базу перетащить невозможно. Так что мы работаем спокойно, ни на кого не обижаемся, всех уважаем и двигаемся вперед.

#### **Сейчас многие жалуются на снижение интереса покупателей к ювелирным украшениям. Как с этим справляетесь?**

Сегодня непросто работать, наверное, всем. Ювелирный рынок меняется, в нашей сфере останутся и будут успешно работать только те люди, которые легко перестраиваются. Мне помогает моя команда, мы продолжаем двигаться дальше, что-то новое придумываем, без этого, наверное, выжить вообще невозможно. Несмотря на все сложности, мы минимум на полгода вперед знаем, в каком направлении нам двигаться.

Мы разработали собственную программу для анализа ассортимента, которая позволяет отслеживать хиты продаж и предпочтения клиентов. От спонтанных отборков мы уходим.

Я считаю, что закупки обязательно нужно делать на основе анализа. В наши дни наличие больших товарных запасов не делает магазин более успешным, ассортимент должен быть подобран очень точно в каждом сегменте. С января переходим на предоплатную систему, будем «укорачивать» деньги.

Да, экономическая ситуация не совсем стабильная, но говорить о том, что у людей нет достатка, неправильно. Идет расслоение общества, у кого-то достаток уменьшается, у кого-то, наоборот, увеличивается. Мы продаем предметы роскоши и должны ориентироваться на покупателя, у которого есть деньги.

#### **Марина Андреевна, в преддверии Нового года что бы вы хотели пожелать своим коллегам по ювелирной отрасли?**

Я хочу пожелать всем, чтобы в будущем году и во все последующие годы жизнь была в радость, чтобы родные и близкие только радовали. Когда у человека радостно на душе, и работается ему легко, и все остальное приложится. **H**

*Беседовала Наталья ЖОГОВА*

**Сеть ювелирных салонов «Ювелирика»**  
Республика Башкортостан,  
Туймазы  
uvelirika08@yandex.ru