



Компания «Ювелир-Дизайн» – это розничная сеть ювелирных магазинов, расположенных по всей территории Краснодарского края, собственное производство и два уникальных для России проекта: ювелирный выставочный центр и детский бутик украшений. В прошлом году компания одержала победу в международном конкурсе «Лучший ювелирный магазин года» в номинации «Лучшая работа с поставщиками». А также стала победительницей в краевом конкурсе, получив дипломы в номинациях «Лучший ювелирный магазин» (за детский ювелирный проект) и «Лучшая ювелирная сеть». Кроме того, в рамках краевого конкурса «Ювелир-Дизайн» стал обладателем специальной премии по итогам sms-голосования – розничную сеть оценили как лучшую жители Краснодарского края. Сегодня наш собеседник – генеральный директор компании Федор Яковлевич ГУСИКОВ.

Федор Яковлевич ГУСИКОВ, генеральный директор компании «Ювелир-Дизайн»: «Наше кредо: быть всегда полезными людям, строить прозрачные человеческие отношения с покупателями и партнерами, при этом продолжать развиваться и совершенствоваться»

В последнее время нередко звучат жалобы участников рынка на низкие продажи, невысокие доходы, нерентабельность торговых точек. В этом контексте открытие двух новых салонов «Ювелир-Дизайн» в Краснодаре и Туапсе выглядит практически вызывающе...

Не могу пожаловаться ни на плохие продажи, ни на низкую выручку. Думаю, это связано с тем, что при создании магазинов мы четко придерживаемся основных правил успеш-

ного ювелирного бизнеса. Первое – выбор месторасположения. Ювелирный салон в торговом центре, в ключевом для города месте, где гарантирован постоянный поток финансово благополучных посетителей и мало прямых конкурентов, – уже 50% успеха. А наши салоны расположены именно так. Второе – подбор оборудования, формирование ассортимента и презентация украшений в витринах. Третье – профессионализм продавцов. От квалификации персонала зависит практически все.



Иными словами, у вас нет нерентабельных магазинов.

Нет. По большому счету нерентабельный магазин – это прямой результат недоработки руководства, негативное проявление так называемого человеческого фактора. Ведь открывая салон, владельцы продумывают и просчитывают все до мелочей. Рассчитывают получить прибыль. В противном случае о создании торговой точки речи бы не шло. Поэтому к подобным рекомендациям, что если магазин стал нерентабельным – его нужно сразу закрыть, отношусь с непониманием.

А что вы рекомендуете делать с нерентабельным проектом?

В первую очередь самым скрупулезным образом проанализировать сложившуюся ситуацию и постараться выявить причину неудач – провести работу над ошибками. Возможно, достаточной мерой будет простая замена продавца. Возможно, изменилась конкурентная среда, ситуация на рынке и требуется скорректировать формат магазина, подумать об изменении ассортиментной политики. Если по ассортименту, ценообразованию, сервису поблизости конкурентов нет, возможно, недостаточна рекламная активность, нужно продумать эффективные маркетинговые ходы...

Получается, за всю свою многолетнюю практику вы магазины вообще не закрывали?

Я не склонен совершать резких шагов. Считаю, что лучше в какой-то момент переждать, обдумать, взвесить. Возможно, по мелочи что-то потерять, но сохранить имя, людей – как персонал, так и покупателей. И в глобальном смысле – оказаться в выигрыше. Как показывает наш опыт, эта позиция жизнеспособна.

Знаете, какая реклама самая эффективная? Отношение людей! Когда люди отзываются о магазине хорошо, по-доброму – лучше рекламы не найти. А это возможно только тогда, когда компания идет к людям открыто, как говорится, «с человеческим лицом», а не с целью кратковременного заработка.

В чем конкретно, по вашему мнению, проявляется такая человеческая позиция компании?

Многое зависит от политики, положенной в основу бизнеса, от той миссии, которую определила для себя компания. К примеру, наша политика такова: быть всегда полезными людям. Предлагать изделия исключительно высокого качества и интересного дизайна. Всегда помогать нашим покупателям – в частности, мы стараемся устранять любую поломку, вплоть до замены изделия. На все покупки, совершенные в наших магазинах, мы даем гарантию.



На некоторые изделия, в частности эксклюзивные, – пожизненную. Конечно, для нас это чревато финансовыми потерями, но не потеряй имиджа, а, напротив, – его укреплением. Главное – чтобы клиент ушел от нас довольным!

Другой значимый аспект – это отношение к сотрудникам. Мы изначально строили компанию, где во главу угла ставятся интересы человека. Поэтому отношение к сотрудникам как к рабочей силе нам чуждо. Команда единомышленников – наверное, так можно охарактеризовать наш коллектив. Каждому из нас интересны люди, с которыми мы работаем, мы знаем об их проблемах, сопереживаем им, всегда готовы прийти на помощь. И при этом не забываем о деловых качествах, которые должна демонстрировать наша компания, чтобы с ней было интересно и выгодно сотрудничать. Поэтому мы постоянно совершенствуемся, развиваемся как в вопросах ассортимента, дизайна интерьеров, оборудования, сервиса, так и маркетинговых решений, рекламных акций.

Каким образом вы реализуете принцип – предлагать только качественный товар?

В наших магазинах представлены изделия собственного производства, украшения от ведущих российских производителей и немного импорта, в основном серебро. Нужно сказать, что деятельность на рынке «Ювелир-Дизайн» начинал именно как производственная компания. И только спустя годы, в 2008 году, мы открыли розничную сеть. Я пришел работать в ювелирную отрасль в 1989 году, хорошо знаю и производство, и продажи.

На сегодняшний день среди наших партнеров – 140 компаний. Это такие звезды ювелирного рынка, как «Ювелиры Северной столицы», «Адамас», «Диамант», «Эстет», «Алькор»... Их имена – гарант качества продукции.

Кроме того, производя отборку товара и создавая собственные украшения, мы опираемся на старые советские ГОСТы. В наших магазинах продается только то, что будет носиться долго.

В последнее время можно наблюдать повальное увлечение суперлегкими изделиями. Сразу скажу: это не наш товар. Легкий вес – увывы, не союзник качества, а причина скорой поломки. Поэтому мы производим и закупает изделия средней весовой категории, если речь идет о массовке. Это позволяет нам гарантировать покупателям высокие прочностные характеристики и долговую службу приобретенных у нас украшений.

Все ваши магазины работают в одном ценовом сегменте? У них похожий ассортимент?

И сегмент, и ассортимент – разные: все зависит от расположения салона, целевой аудитории и ее предпочтений. «Ювелир-Дизайн» – это 18 магазинов, в ближайшее время планируется открытие еще двух... Внутри сети есть салоны, ориентированные на изделия категории «средний», «средний плюс» и «премиум». Но при этом в любом магазине представлены украшения из золота и серебра, со вставками из драгоценных и полудрагоценных камней, фианитовой группы и изделия без вставок – от самых бюджетных до дорогих для покупателей с любым уровнем дохода. Другое дело, что приоритеты в разных магазинах расставлены по-разному...

Формирование ассортимента – важнейшая составляющая успешной работы магазина. Отбирая изделия, мы в первую очередь опираемся на аналитические данные – какие позиции и какие изделия востребованы в регионе, на исследования результатов продаж, на общий анализ рынка – предложения конкурирующих компаний, производителей и поставщиков. В структуре нашей компании работают маркетинговая, логистическая, аналитическая группы – профессионалы высочайшего уровня. Анализ ситуации, выработка рекомендаций, стратегии развития – их задача.

Сейчас полным ходом идет подготовка к летнему сезону. На какой товар вы делаете ставку?

Для Краснодарского края лето – прежде всего отдыхающие. По прогнозам, в этом году в регионе ожидается от 15 до 20 миллионов гостей.

Среди наиболее востребованных изделий, мы полагаем, будут браслеты – на ногу и традиционные, пирсинг, цепи. Если говорить о дизайне, то всегда пользуются спросом изделия морской тематики: морские коньки, звезды,



рыбки, украшения с жемчугом. Еще одна беспроблемная тема – гарнитуры с подсолнечником. Это теплолюбивое растение ассоциируется у всех с Краснодарским краем. Из года в год многие отдыхающие традиционно именно здесь приобретают ювелирные изделия.

Интересно, в чем причина востребованности ювелирных изделий именно в Краснодарском крае? Ведь такие украшения, в том числе с морской тематикой, можно приобрести в любом российском городе...

Тут много причин. Но основных – две. Комфортные условия отдыха, радушный прием, прекрасное настроение – положительные эмоции хочется материализовать, увезти с собой не только в воспоминаниях, но и в виде осязаемых предметов, в частности ювелирных изделий. Выбор и покупка украшения – это всегда положительные эмоции, которые как нельзя лучше переключаются с не менее яркими и позитивными эмоциями от отдыха в Краснодарском крае.

Вторая немаловажная причина – уровень ювелирной торговли в регионе. У нас приятно совершать покупки. Высокий сервис, современное оборудование, интересный ассортимент и по качеству, и по исполнению, и по цене. Растущая конкуренция и непростая ситуация в экономике заставляют нас постоянно совершенствоваться, уделяя максимальное внимание качеству изделий и ценообразованию. В итоге у нас в крае очень грамотные магазины.

Все, о чем мы с вами говорили выше, от-

носится к ювелирной сети. Но в составе компании есть еще два розничных проекта – они стоят особняком по причине своей уникальности. Это выставочный центр и детский ювелирный бутик. Проекты новые, открытые не в самое благоприятное для бизнеса время...

Действительно, 2013 год, когда был открыт детский бутик и в полную силу заработал выставочный центр, был не самым простым для бизнеса в общем и для ювелирной отрасли в частности. Дело не только в финансовых проблемах, с которыми сталкиваются наши потенциальные покупатели. Надо признать, Краснодарский край по праву считается одним из самых финансово благополучных регионов. Проблема в том, что за последние десятилетия наша страна несколько утратила ювелирную культуру – культуру покупки, дарения, ношения ювелирных изделий. Сегодня люди, выбирая подарок, отдают предпочтение новому гаджету, парфюму или дешевой керамической фигурке, которые не имеют ни исторической, ни материальной ценности. Деньги тратятся на бутафорию. В то время как исторически в России самым значимым, желанным подарком были ювелирные изделия, столовое серебро, интерьерные статуэтки... вспомните фамильные украшения, передаваемые из поколения в поколение, бабушкины серебряные ложки, подставки. Это наше наследие, наша история. Это вещи, которые со временем не только не теряют своей ценности, но и, напротив, приобретают ее. вспомните, как называют самую тонкую, самую сложную работу – ювелирной. Сегодня ювелирное дело перестали считать искусством. Оно стало чем-то обыденным, прозаичным.





Люди нередко не отличают ручную работу от штамповки, соответственно, не ценят уникальные ювелирные техники – горячую эмаль, филигрань, резьбу по камню. Как следствие, художники-ювелиры перестают тратить силы и время на высокохудожественные работы, на эксклюзив, переходя на простые изделия. Значит, становятся неактуальными обучение ювелиров, работы отечественной ювелирной школы. Российские ювелирные традиции и культура постепенно утрачиваются.

Как показывают исследования, в настоящее время средний покупатель приобретает ювелирное украшение один раз в пять лет. Ювелирные изделия потеряли значимость в жизни современного человека. Между тем подаренное украшение – это приятные воспоминания и о событии, и о дарителе. Это своего рода талисман. Ювелирные камни кроме эстетической составляющей несут в себе глубокий символический смысл. Изучая ювелирные украшения, можно составить представление об их владельце: узнать особенности характера, профессию, сферу интересов, образ жизни. Только с восстановлением и развитием ювелирной культуры – покупки, ношения, дарения украшений – будет расти и развиваться ювелирный рынок.

Именно возрождение отечественных ювелирных традиций, ювелирной культуры нации, представление лучших работ российских художников-ювелиров и ювелирных компаний – основные задачи, которые мы ставили перед собой, создавая ювелирный выставочный центр.

Принцип отбора изделий для выставочного центра и для остальной ювелирной сети един?

Нет, подход к формированию ассортимента принципиально отличается. Цель выставочного центра – находить и представлять интересных художников-ювелиров и ювелирные компании, создающие оригинальные изделия в единичных экземплярах или малыми сериями. Будут это модные ювелирные дома или ювелиры-самоучки – для нас значения не имеет. Важен продукт: качественный и нетривиальный.

Понятно, что каждый проект создается под определенную целевую аудиторию. Для кого открывался выставочный центр?

Я хорошо знаю ювелирный рынок, сам работал много лет ювелиром, понимаю, как тяжело найти свое место в ювелирном мире. Далеко не все производители могут сами продвигать свои изделия. С помощью выставочного центра мы хотим помочь ювелирам, молодым компаниям пробиться, заявить о себе. Более опытным именитым игрокам рынок выставочный центр становится эффективной рекламной и торговой площадкой, местом непосредственного общения с конечным покупателем.

С другой стороны, наш центр привлекает не только производителей, но и лучших заинтересованных покупателей, знатоков и ценителей ювелирного искусства. А также тех, кто, возможно, еще недостаточно хорошо разбирается в ювелирных техниках и камнях, но ювелирные изделия его привлекают. И в этом мы видим большую социальную значимость проекта.

Насколько велик ассортимент центра? Это только дорогие украшения?

Длина выставочных витрин – около 30 метров. К слову, витрины очень удобные, выполненные на заказ. Они позволяют посетителю рассмотреть представленные изделия со всех сторон. В них можно увидеть украшения стоимостью от 3 тысяч до нескольких миллионов рублей. Среди наших партнеров-производителей такие компании, как «Арт-модерн», ЮД «Тулупов», «Карат» (Екатеринбург), «Ювелиры Северной столицы», «Эстет», «Ивел», «Арт-премьер», «Альдзена», Уральская ювелирная фабрика «Демидов», «Золотой прииск», «Диамант», «Адриа», ЮД «Садко», «Лукас-золото».

Мы благодарны нашим надежным партнерам за сотрудничество и доверие.

Мы рады пригласить в наш выставочный центр, а также во все магазины ювелирной сети «Ювелир-Дизайн» производителей, поставщиков, частных ювелиров, которые относятся к своему делу творчески и с душой.

Как часто вы обновляете экспозицию?

Один раз в три месяца. Раньше мы обновляли ассортимент раз в месяц. Но потом стало ясно: посетителям нужно время, чтобы внимательно изучить изделия, выбрать подходящие модели, обдумать и взвесить покупку. Три месяца – это оптимальное для подобного формата время. Приятно, что на центр обратили внимание жители и гости Краснодара – он стал узнаваем и любим.

Второй ваш уникальный проект – детский ювелирный бутик – также успешен?

Детский ювелирный магазин – это пока редкость для России. С учетом того, что спрос на детские ювелирные изделия в нашей стране возрастает, это был априори беспроблемный проект при условии, конечно, грамотного расположения салона. Мы открылись в торговом центре в окружении 40 специализированных детских магазинов. Поэтому с посетителями проблем нет: заходят приобрести игрушку, одежду или мебель для ребенка – и непременно заглядывают к нам. Оформленный в перламутровых тонах, праздничный, нежный, с большим количеством света и зеркал, декорированный детскими фарфоровыми статуэтками – бутик завораживает, притягивает и взрослых, и детей. Уйти без покупки отсюда очень сложно.

Не в каждом универсальном ювелирном салоне представлена достойная детская коллекция. Как вам удастся заполнить целый магазин?

Это не очень просто. Поскольку детские ювелирные изделия производятся небольшими коллекциями, поставщиков достаточно много. Мы постоянно ищем новых интересных производителей. Некоторые изделия разрабатываем сами. И сегодня ассортимент детского магазина насчитывает более 3000 наименований.

У вас крупная, постоянно развивающаяся компания. Значит, периодически встает во-

прос поиска и подготовки сотрудников. Кто может претендовать на работу в вашей компании? Чему и как вы учите продавцов?

Поскольку текучести кадров у нас нет, мы ищем сотрудников только на вновь открывающиеся вакансии. Этим занимается отдел кадров, затем собеседование с наиболее успешными кандидатами проводят мои заместители, и уже финальное интервью с потенциальными сотрудниками провожу я.


Возрастного ценза у нас нет – в компании трудятся и молодежь, и люди старшего возраста. Принципиальным при приеме на работу кандидата считается желание и умение работать, профессиональные и чисто человеческие качества – порядочность, честность, деликатность, любовь к людям.

Что же касается обучения, признаюсь сразу: поскольку наши магазины разбросаны по всему Краснодарскому краю, достаточно сложно собрать в одном месте всех продавцов. Тем не менее нам это удается, и два раза в год мы проводим в Краснодаре обучающие семинары. Темы обсуждаются самые актуальные: работа с возражениями, мерчандайзинг, психология продаж. После каждого семинара мы ощущаем колоссальную отдачу: люди будто окрыляются, им становится интереснее работать, повышается эффективность, растут продажи.

Помимо воздействия на продавцов (обучающих семинаров) наверняка вы используете различные приемы привлечения покупателей?

У нас большой опыт проведения рекламных кампаний. Имея в штате профессиональных маркетологов, специалистов по рекламе и PR, мы просчитываем каждое рекламное обращение: где, в какое время суток, на какую аудиторию, на каком носителе, с каким информационным посылом.

Наша реклама выходит на федеральных телевизионных каналах, в популярных гляцевых журналах, на радио. В последние годы из-за бесконечных «пробок» на дорогах радио стало очень востребованным источником информации. «Ювелир-Дизайн» принимает участие в показах мод. Не так давно в Краснодаре проходил «Светский девичник», куда были приглашены 250 наиболее успешных женщин региона. Мы представляли лучшие ювелирные изделия, демонстрируя их с привлечением моделей или в витринах.

Что же касается акций, они носят только подарочный характер. Поскольку у нас нет больших наценок, то и значительных скидок не бывает. Наш клиент понимает: мы работаем стабильно и честно. И ценит нас за это. 

Беседовала Ольга ЗАРЖЕЦКАЯ

«Ювелир-Дизайн»
Краснодар
8 (988) 245-27-92
8 (861) 228-22-61
www.uvelir-dizain.ru