



Изабелла и Жанна УРУМЯНЦ

ГРАН ПРИ ЮВЕЛИРНАЯ ГАЛЕРЕЯ GOLD&ART ЮЖНО-САХАЛИНСК

Gold&Art – это региональный бренд в Южно-Сахалинске, Корсакове, Холмске, под которым открыто и успешно работают 12 магазинов. Концепция бренда сама по себе оказалась настолько привлекательной, что его владельцы предоставили франчайзинг своим партнерам и друзьям в Пензе, Твери и Красногорске Московской области. Магазины сети уже не раз получали награды международного конкурса «Лучший ювелирный магазин года», и вот в 2015 году Ювелирная галерея Gold&Art получила высшую награду конкурса ГРАН ПРИ.

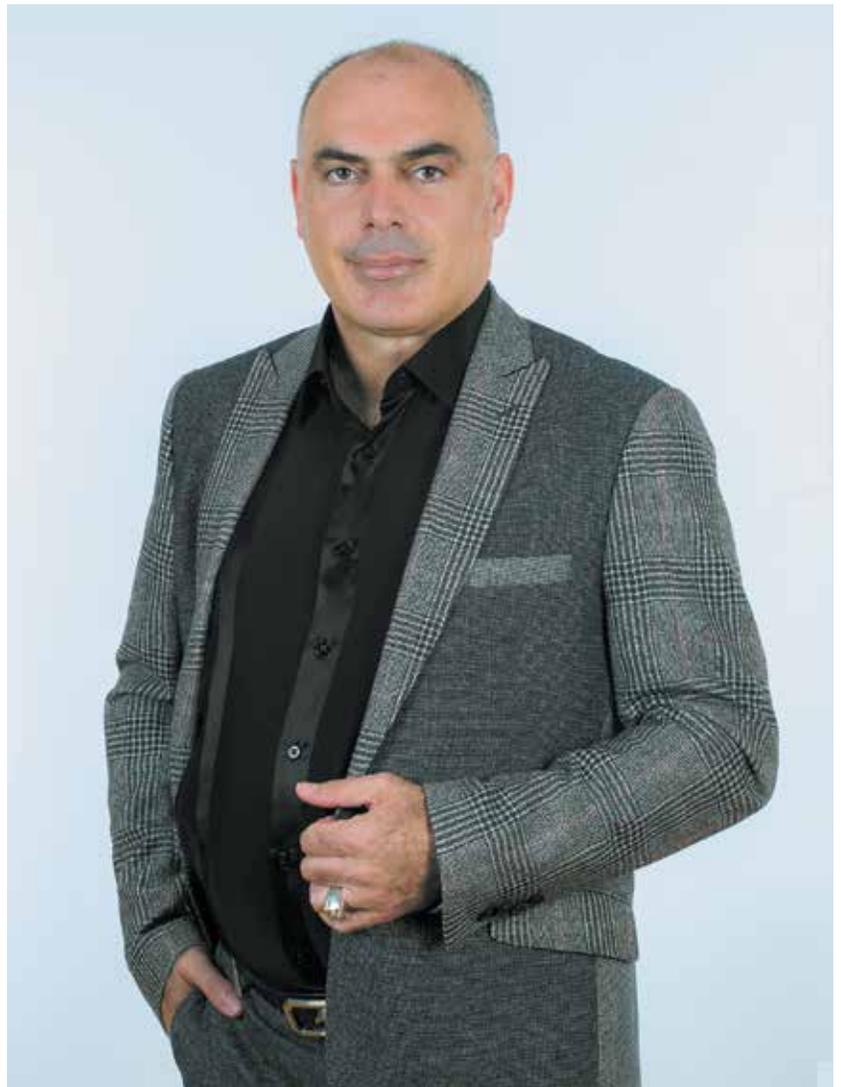
О секретах успеха магазинов мы побеседовали с владельцем бренда Арменаком УРУМЯНЦЕМ.

Арменак Артемович, вы получили Гран при нашего конкурса, став лучшим ювелирным магазином 2015 года. Что вы чувствуете? Что значит для вас эта награда?

Прежде всего хочу поблагодарить конкурсную комиссию за высокую оценку наших заслуг. Это тем более приятно, что признание исходит от коллег, не понаслышке знающих все тонкости и прелести нашей профессии – розничной торговли ювелирными изделиями. Есть чувство радости и гордости за свой коллектив. Для нас этот приз – еще и та самая планка, ниже которой в дальнейшей работе нельзя опускаться ни при каких обстоятельствах.

Ситуация на ювелирном рынке становится все сложнее... В чем секреты успеха ваших магазинов? Как вы преодолеваете кризисные времена?

К сожалению, потребительский спрос вообще и в ювелирке, в частности, заметно снижается. Это касается всех сегментов рынка, особенно не связанных с первичным потребителем. Это, конечно, вызов, но, наш взгляд, не повод впадать в панику и кричать, как Анатолий Папанов в известном фильме: «Шеф, усе пропало!» ☺ Это такая новая реальность, своеобразная компенсация за «тучные» годы. В этой новой реальности придется жить и работать: очень точно рассчитывать ассортимент для конкретных категорий потребителей, культуру обслуживания доводить до совершенства, косты лишние подрезать, в общем – ничего нового.





Кто курирует вопросы оформления ваших салонов? Как формируется их имидж и стиль?

Основную концепцию ювелирной галереи предложил московский маркетолог Игорь Брук, к сожалению, он уже умер. Смысл его идеи в том, что ювелирные изделия – это не только драгоценные поделки, а произведения искусства, отсюда и название – «Арт-галерея». Концепция работает как в оформлении интерьеров, так и в ассортименте, предполагает особую изысканность и художественную составляющую. Логотипы, баннеры, плакаты, орнаменты, стилизованные надписи – работа известного московского дизайнера Всеволода Варшавчика. Это направление постоянно развивается в соответствии с установкой: «Нет предела совершенству». Архитектурно-планировочные решения, оформление интерьеров, витрин, оборудования, все то, что составляет фундаментальный стиль Gold&Art, разработаны архитектором-дизайнером Георгием Скуратовским при участии моей супруги Жанны Урумянц, обладающей прекрасным чувством стиля.

Давайте чуть подробнее остановимся на ассортименте. По какому принципу вы отбираете изделия?

В наших магазинах представлен широкий ассортимент ювелирной продукции всех стилей и направлений, от классики до экстравагант-

ных моделей. Для удобства различных категорий покупателей предусмотрено разделение на коллекции: мужские, женские, для детей и подростков, эксклюзивные изделия для VIP-посетителей, отдельными зонами выделены изделия из серебра и часы. Главная задача – привлечь различные категории покупателей, всех возрастов, с различными доходами и вкусовыми предпочтениями.

А с какими производителями вы работаете?

Наша компания много лет успешно работает с ведущими российскими производителями ювелирных изделий: ЮК «Адамас-Ювелир», ЮК «Алмаз-Холдинг», ТД «Эстет», ТД «Ника», ЮК «Диамант», ЮК «Русские самоцветы», ЮЗ «Платина», ЮЗ «Красцветмет», ЮФ «Мастер», Ижевск, ТД «Адамант», ЮК «Ринго»... Прощу прощения у тех, кого не упомянул. Очень интересный проект намечается с торговой маркой Sokolov. Таким образом, актуальная в настоящее время проблема импортозамещения перед нами не стоит.

Что вы делаете для того, чтобы о вас узнали как можно больше потенциальных покупателей?

Различных акций и мероприятий на самом деле множество, нет нужды их механически перечислять. Основной их смысл – прямая





Изабелла и Жанна УРУМЯНЦ, дизайнер Всеволод ВАРШАВЧИК

клиентоориентированность, касается ли это ежегодного конкурса «Мисс Gold&Art» или акции для молодоженов по обручальным кольцам. Могу сказать, каких акций мы точно не дела-

ем – мы не устраиваем распродажи по сумасшедшим скидкам, предварительно взвинтив цену, потому что считаем такие вещи банальным обманом людей. Мы уважаем своих клиентов и никогда не будем вести себя по отношению к ним нечестно. Хотя такие сомнительные стратегии на рынке сейчас присутствуют.

Ювелирный магазин – это не только покупатели, но и сотрудники. Чему вы учите персонал, в частности – продавцов ювелирных магазинов?

В нашей компании внедрена в практику работа по многоступенчатым «Стандартам качества обслуживания клиентов» и «Система наставничества». При приеме на работу кандидаты на должность продавцов-консультантов проходят психологическое тестирование на пригодность к профессии, а также на совместимость внутри коллектива. Кроме того, используется система оценки качества работы каждого продавца-консультанта по определенным критериям, результаты которой учитываются при расчете ежемесячного премиального фонда. Работа продавцов-консультантов, старших продавцов, заведующих магазинами основывается на соблюдении «Стандартов качества обслуживания клиентов», которые оцениваются наставника-





ми по балльной системе по каждому работнику отдельно. Для работы ювелирной галереей Gold&Art были разработаны и приняты специальные принципы, сформулированные в виде слоганов: работать для «Украшения отношений» и нести людям «Радость высшей пробы»!

Как вам удается столь активно развиваться, столь уверенно себя чувствовать на всех направлениях?

Что касается развития, то, во-первых, у нас есть понимание, в каком направлении нужно двигаться – выбирать для расположения магазинов наиболее посещаемые места. Главное правило ретейла – локация. Во-вторых, мы никогда не берем кредиты, если в залог требуют большую часть активов. Лучше открываться позже, чем поставить под угрозу весь бизнес. В-третьих, по факту получается, что мы открываем магазины на протяжении почти двух десятков лет в самые кризисные периоды, а продажи уже будут зависеть от того, как будем работать. Свежий пример: магазин Gold&Art, который впитал все лучшее из предыдущего опыта и был номинирован на Гран при, открывался в ТРЦ «Сити-Молл» в Южно-Сахалинске в марте этого года, когда экономика России испытывала серьезные потрясения. На валютном рынке – пике, на фондовом рынке – провал, настроение у большинства в диапазоне от «ка-

раул» до «пора валить». Прошло всего 3–4 месяца, и магазин набрал свои обороты.

Мы знаем, что вы занимаетесь не только бизнесом, но и благотворительностью...

Помимо всего прочего я депутат районного Собрания Южно-Курильского муниципального округа, одной из самых отдаленных территорий России, и моя благотворительная деятельность связана с этим районом. Здесь у нас взят за основу принцип: «Дети – наше будущее, и о них нужно заботиться сегодня». Это и поддержка детских дошкольных и школьных учреждений инвентарем, книгами, учебными пособиями, развивающими играми, и строительство и оборудование детских спортивных площадок и площадок для активного отдыха. И, конечно, забота о ветеранах ВОВ, которые каким-то чудом еще остались в Южно-Курильском районе.

И в конце – традиционный вопрос о планах.

Планы у нас простые и ясные: жить, трудиться, развиваться на благо людей и своей страны. Вместе с Россией переживать падения и взлеты, печали и радости, трудности и победы.

Ювелирная галерея Gold&Art

Южно-Сахалинск, планировочный район Хомутово, ул. 2-я Центральная, 1, корпус 2, ТРК «Сити-Молл»
www.goldandart.ru