



Антон Геннадьевич ПЕТРОВ – учредитель и совладелец крупнейшего ювелирного холдинга России «585/Золотой». Петров Антон вошел в состав его учредителей в 2006 году. На тот момент компании было 6 лет, количество торговых представительств приблизилось к 50. В 2010 году Антон Петров представил совету директоров собственную инновационную стратегию развития бизнеса. Он предложил бизнес-модель, которая позволила за несколько лет вывести компанию на новый высочайший уровень. Петров Антон Геннадьевич превратил «585/Золотой» в успешную компанию с представительством уже в 220 городах и 590 одноименными магазинами. Мы побеседовали с Антоном ПЕТРОВЫМ о его инновационной стратегии развития и секретах такого успешного бизнеса.

Антон Геннадьевич ПЕТРОВ,
председатель совета директоров холдинга «585/Золотой»:

«КРИЗИС – ЛАКМУСОВАЯ БУМАЖКА ДЛЯ БИЗНЕС-МОДЕЛИ КОМПАНИИ»



Антон Геннадьевич, какова на сегодняшний день структура вашего холдинга? Почему именно такую систему работы вы считаете оптимальной?

Наш холдинг включает три успешных ювелирных бренда: «585», «Золотой» и «Талант». Управляющая компания находится в Санкт-Петербурге, она ведет оперативное управление пятью дирекциями на территории следующих регионов: СЗФО, СФО, УрФО (в том числе северная часть: Сургут, Лянтор, Нягань, Нижневартовск и др.), ЮФО, СКФО и ЦФО. Такая система работы дает нам возможность контролировать каждый магазин сети на месте, улучшать качество обслуживания и следить за ассортиментной матрицей. Другими словами – предлагать покупателю именно то, что он хочет. В каждой дирекции созданы подразделения для оперативного решения вопросов – это помогает нам строить успешный бизнес, который с каждым днем усиливает свои позиции на территории всей России.

В декабре 2011 года был создан Департамент развития и поддержки франчайзинга, который вывел компанию на новый уровень. Он разработал уникальный и оригинальный формат продажи франшизы «3 в 1»: три различных вида бизнеса (ломбарды + розница +

микрозаймы) на одном квадратном метре. Это стало абсолютной инновацией на российском розничном рынке франчайзинга. Данная эффективная бизнес-модель, выстроенная нами за последние годы, включает замкнутую схему оборота ювелирных изделий «розничная торговля + ломбарды + микрозаймы». Она способствовала огромному успеху нашей компании на рынке – ведь такая система работы наиболее удобна для покупателей. При этом наша сеть в настоящее время является единственной, кто работает по такой схеме в России. Данная модель ведения бизнеса пережила уже два экономических кризиса и прекрасно адаптирована под экономическую ситуацию в стране.

Раз уж речь зашла о кризисах... Ситуация на ювелирном рынке становится все сложнее. Известные, давно существующие компании не всегда могут удержаться на плаву. Как ваша компания переживает кризисные времена?

Сложившаяся сегодня в России неблагоприятная экономическая ситуация, уже открыто называемая кризисом, обнажила прорехи в бизнес-стратегии многих компаний. Однако при этом кризис также показал, какие из компаний разработали наиболее эффективную схему предотвращения и борьбы с экономи-



Антон ПЕТРОВ рассказал, что холдинг «585/Золотой» провел исследование рынка, в ходе которого было выявлено три типа потенциальных взаимовыгодных партнеров. Антон ПЕТРОВ рассказал о результатах этого исследования:

- во-первых, те, кто уже имеет успешный бизнес в ретейле и хочет расширить свою нишу за счет дополняющих услуг;
- во-вторых, партнеры, имеющие торговые площади и желающие использовать их максимально эффективно;
- в-третьих, инвесторы, желающие вложить деньги в доходный и стабильный бизнес.

ческими сложностями. Сейчас мы наблюдаем тенденцию к перераспределению денежных потоков в рамках ювелирной отрасли. Проще говоря, люди в кризис не перестали покупать ювелирные украшения, они лишь стали искать для себя более приемлемые варианты.

Мы рассматриваем период кризиса как время перераспределения потребительского спроса, в том числе между ювелирными компаниями. Таким образом, ювелирные украшения по-прежнему приобретаются, но уже в других магазинах и на других, более выгодных условиях. На нашей ювелирной сети эта проблема не отразилась, потому что, как я уже рассказывал, мы много лет предлагаем покупателям наиболее приемлемый для них набор услуг в каждом магазине – «розничная торговля + ломбарды + микрозаймы». Кроме того, мы, конечно же, делаем ставку на рекламное продвижение и удержание доступных цен на нашу продукцию.

Кризис вообще можно назвать лакмусовой бумажкой, показывающей, хороша ли бизнес-модель, выбранная компанией. В нашем случае можно говорить о правильном выборе направлений для развития. Сейчас мало быть



просто надежным продавцом ювелирных украшений. С помощью выбранной бизнес-модели мы замыкаем оборот ювелирных изделий на наших магазинах, обеспечивая себе уверенность, что наши клиенты будут совершать повторные покупки. Модель «3 в 1», как я уже говорил, оправдала себя неоднократно. Благодаря ей мы не только остаемся на плаву, как предполагали при наихудшем развитии экономической ситуации, но и продолжаем планомерное развитие.

«Розничная торговля + ломбард» – это понятие. Расскажите подробнее о микрозаймах...

В настоящий момент наша компания владеет сетью из 590 магазинов в 220 городах России и Казахстана, в каждом из которых можно обратиться к услугам кредитования, если не хватает средств для немедленного приобретения товара, сдать украшения в ломбард или оформить микрозайм на любые цели. Подобного спектра услуг нет пока ни у одной ювелирной сети. Мы создали формат народного магазина, где каждый покупатель может купить доступные

украшения для себя и своих близких. В этом ему поможет микрофинансовая организация внутри каждого магазина – Fast Money. Здесь любой желающий может взять микрозайм. Офисы Fast Money находятся прямо в магазинах «585/Золотой». Процедура заполнения заявки предельно проста, и всего за 15 минут клиент может получить кредит наличными сразу в день обращения.

В 2011 году вы запустили собственное производство ювелирных изделий. Каким образом оно повлияло на увеличение возможностей компании?

Производство расширило наши возможности как в работе с конечными покупателями – мы смогли сделать наши цены еще доступнее, так и с оптовыми партнерами, которые приобретают наши товары для своих магазинов. Мы также можем контролировать ассортимент в своих магазинах и по необходимости оперативно менять его на более востребованный. Наличие собственного производства позволяет нам снизить себестоимость ювелирных изделий и всегда иметь нужный ассортимент (ведь не секрет, что есть товарные позиции, которые отечественные производители предложить не могут). Кроме того, это дает нам возможность предлагать покупателям оригинальные дизайнерские модели, которые другие заводы не могут нам поставлять в нужном объеме.

Я не буду подробно рассказывать об ассортименте и деятельности нашего завода – ведь совсем недавно в вашем журнале была публикация о его работе и конкурентных преимуществах. Но хочу еще раз подчеркнуть, что производство для нас – это самостоятельная бизнес-единица, которая работает не только с «585/Золотой», но и с крупными оптовиками. Кроме продажи готовой продукции завод работает и по давальческой схеме (изготавливает украшения из материалов заказчиков).

Ювелирный магазин – это не только покупатель, но и сотрудники. Дефицит квалифицированных кадров – общая проблема отрасли. Чему вы учите персонал, в частности – продавцов ювелирных магазинов?

В нашей сети есть Учебный центр, который проводит обучение каждого сотрудника, повышая его профессиональный уровень и развивая коммуникативные навыки продавца-консультанта. Персонал «585/Золотой» – это сплоченная команда, которая формировалась все 15 лет работы, и она активно продолжает расти





и развиваться вместе с сетью. В настоящий момент в нашей сети работают профессиональные продавцы и управляющие. Мы достойно переживаем кризис, сохранив не только наши магазины, но и наш персонал. Все сотрудники проходят регулярное обучение и повышение квалификации.

Основа подхода к ведению бизнеса нашей компании – это высокое качество товара и обслуживания. Если гарантом качества изделий является государство, то высокий уровень сервиса в сети достигается за счет работы с персоналом. Продавцы-консультанты регулярно проходят специализированное обучение и сертификацию.

В мае 2013 года был открыт первый интернет-магазин «585». Каковы преимущества этого направления работы?

Сейчас у нас два интернет-магазина – бренда «Золотой» и бренда «585». Открыв это направление, мы дали возможность потребителям даже из самых дальних уголков страны, например, с Дальнего Востока и отдаленных городов Урала и Сибири, покупать ювелирные украшения. Таким образом мы увеличиваем популярность бренда на территории всей страны. Кроме того, покупатели могут знакомиться

с нашей сетью в популярных социальных сетях, в которых мы устраиваем различные акции.

Какие награды и номинации вы и ваш холдинг получали за время вашей работы? Какими из них вы особенно дорожите и почему?

Наград было много, расскажу о последних. В 2014 году ювелирный холдинг «585» получил всероссийскую премию «Национальная марка качества». Полученная награда подтвердила завоеванный компанией «585» статус надежного поставщика продукции высокого качества и репутацию производства, выпускающего конкурентоспособную продукцию. В конце 2014 года компания «585» получила премию «Элита национальной экономики». Эта премия стала признанием высоких результатов деятельности ювелирной сети «585», а также подтверждением значительного вклада в социальное и экономическое развитие России. А в апреле 2015 года я стал одним из лауреатов премии «Лучший руководитель года 2015». Я горжусь, что меня оценили как грамотного и ответственного руководителя компании именно в период финансово-экономического кризиса.

«Навигатор ювелирной торговли» также не раз отмечал наши заслуги. В 2013 году один из магазинов сети в Ростове-на-Дону был отме-



чен как «Лучший ювелирный магазин года», а в 2014-м холдинг получил почетный знак «ТОП 100. 100 лучших ювелирных брендов России». Ну а в этом году я получил вашу почетную персональную премию «За вклад в развитие ювелирной отрасли: за поддержание высоких стандартов розничной ювелирной торговли». Мы благодарим «Навигатор ювелирной торговли» и ювелирную общественность за признание наших успехов. Именно «мы», потому что эта премия – общая заслуга большого количества сотрудников компаний, увлеченных одним делом и объединенных одной идеей: сделать ювелирный бизнес цивилизованным и привлекательным как для потребителей, так и для предпринимателей.

Я считаю, что такое количество серьезных наград компании свидетельствует об эффективности нашей работы на благо компании и страны. Это значит, что все 15 лет наша команда уверенно идет к своей цели и получает достойную оценку со стороны профессионального ювелирного сообщества. Высокая оценка нашей деятельности дает дополнительный стимул сотрудниками не останавливаться и с каждым годом достигать все больших успехов. Кроме того, это в очередной раз доказывает потребителям нашу надежность, гарантию качества продаваемых товаров и высокий уровень обслуживания.

И в заключение – традиционный вопрос о планах Антона Петрова и самой компании.

В 2014 году мы открыли 170 новых магазинов, и в планы нашей компании входит дальнейшее развитие, включающее экспансию в Крым и на Дальний Восток. Мы также будем делать все, чтобы покупатели возвращались в наши магазины снова и снова. Мы продолжим следовать стратегии активного развития, несмотря на экономические сложности в стране. Реализовать данную программу мы планируем в основном за счет привлечения партнеров по франчайзингу, так как именно это направление проявило себя как эффективное, востребованное и надежное. Мы осознаем, что позиция лидера накладывает на нас определенные обязательства перед партнерами и покупателями, и не собираемся останавливаться на достигнутом. **И**

*Беседовала Юлия НОВИКОВА,
главный редактор журнала
«Навигатор ювелирной торговли»*



Ювелирная сеть «585/ЗОЛОТОЙ»
Тел.: 8 (800) 5555-585
www.gold585.ru, www.zolotoy.ru