



## Надежда и Ромас ЛАУКАЙТИС, основатели компании L-SILVER: «Есть два секрета успеха – НОВИЗНА И КАЧЕСТВО ИЗДЕЛИЙ»

**Успех ювелирной компании L-SILVER на своем примере доказывает, что семейное предприятие, основанное на принципах любви к тому, что ты делаешь, будет процветать всегда – независимо от того, какова ситуация в экономике в тот или иной временной промежуток. Об этапах большого пути, основах и ценностях семейного бизнеса, об оригинальных и качественных серебряных изделиях, а также о бренде L-SILVER мы побеседовали с основателями компании – Надеждой и Ромасом ЛАУКАЙТИС.**

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

Компанию L-SILVER смело можно назвать семейной. А семейное – значит вызывающее доверие. Что вы вкладываете в этом понятие? И как «семейственность» помогает вам добиться успеха?

Ромас: Семья стоит для меня на первом месте. И все, что я делаю, я делаю ради семьи. Если получается вовлечь всю семью в бизнес-процессы, то все от этого только выигрывают. Во-первых, приятно вместе заниматься общим делом. Во-вторых, сделанное с любовью и удо-

вольствием приносит больше пользы. Это совсем не та ситуация, когда один надрыгается и вкалывает, зарабатывает, а потом «тащит» заработанное домой из последних сил. Мы всегда вместе, с удовольствием делаем наше общее дело, и все мы счастливы.

**Вы сказали – вся семья. Вы, супруга, а еще кто, так сказать, в деле?**

Надежда: Все наши дети и их вторые половины. Сейчас в семейный бизнес активно вовлечены наша дочь, ее муж...

**Ромас:** ...два наших сына, две невестки – вот какая у нас большая семья! Ну и мы, конечно же.

**Надежда:** Уже на подхвате младшая дочка, ей 16 лет.

**Ромас:** Тоже рвется в бой, участвовать хочет в общем деле. Она уже рекламировала наши украшения.

**Надежда:** Да, мы гордимся тем, что у нас сложилась такая династия, и мы все любим свое дело.

**Давайте поговорим о том, с чего все начиналось. Какие этапы прошла компания в своем развитии, с какими трудностями столкнулась на старте?**

**Ромас:** На первом этапе в бизнесе была одна Надежда. Потом мы встретились, и я очень быстро перешел в ее бизнес из своего собственного. Первый этап – он был короткий, мы ездили по небольшим выставкам, искали украшения, а в 2003 году начали делать серьезные закупки и взяли курс на оптовые продажи. Начались поездки в Таиланд каждые три недели, бизнес стремительно рос, стал набирать обороты.

**Надежда:** Тогда все очень хорошо продавалось, поэтому и приходилось так часто летать в Таиланд. Первое время не хватало оборотных средств, мы взяли деньги в кредит – так и начали раскручиваться. Работали без передышки, по выходным, даже по ночам иногда приходилось работать. Наши партнеры, вспоминая то время, говорят про нас, что мы шли, как танки.

**Ромас:** Даже официально наш офис работал по 12 часов в день, с 9.00 до 21.00.

**С какими трудностями на начальном этапе развития бизнеса, помимо нехватки средств, вам еще пришлось столкнуться? Формирование ассортимента, поиск клиентов...**

**Ромас:** Ассортимент мы расширяли поступательно вместе с географией – начали с Таиланда, затем стали возить украшения из Гонконга, Индии, Китая, Италии, Польши, Чехии, Литвы, Турции. Постоянно работали над увеличением количества наших поставщиков, искали новые фабрики в самых разных странах Европы, Азии, Востока.

**Надежда:** Сегодня на личной карте нашей компании 15 стран, с фабриками из которых мы работаем и откуда возим украшения в Россию.

**По каким критериям вы выбираете поставщиков?**

**Ромас:** Первый и основной критерий – новизна. Когда видим что-то, чего до сих пор на рынке еще не было, чем можно удивить искушенную публику – понимаем: если и по второму критерию совпадем, то это – оно. Второй критерий, конечно, качество. Оно должно быть таким, чтобы не было стыдно за свою продукцию.

**Надежда:** Да, чтобы человек купил один раз у нас и захотел вернуться. В этом процессе качество играет важную роль. Мы ищем что-то качественно новое и сейчас. Раньше брали все мешками, ориентировались на интуицию – знали: сколько ни возьми, все будет продано. Сейчас по-прежнему ориентируемся на интуицию и чутье, знаем, что пойдет, что не пойдет, но отбираем с повышенным вниманием наши украшения. Как говорят наши



клиенты, они – украшения – словно «заряжены на удачу». Неудивительно, мы их с любовью выбираем, вкладываем в них положительную энергию, это очень ощущается в продажах.

**Только на интуицию ориентируетесь или еще руководствуетесь накопленными данными о том или ином виде продукции?**

**Надежда:** Своих покупателей обязательно слушаем. Привозим украшения под заказ. Сформировались определенные тенденции, люди постоянно просят тот или иной вид продукции, и мы привозим его, ориентируясь на спрос.

**Ромас:** Все очень просто: интересно новое, то, чего еще не было. Поэтому мы не только покупаем готовую продукцию у производителей, но и работаем с дизайнерами над созданием эскизов, которые затем воплотятся в абсолютно новые украшения.

**Надежда:** Это интересная работа – они рисуют, мы смотрим, говорим, как лучше создать то или иное изделие, так как уже знаем, что именно нужно и понравится нашему клиенту.

**Сами знаете, что понравится, или пользуетесь какими-то маркетинговыми данными?**

**Ромас:** И сами знаем, и клиентов привлекаем к процессу формирования ассортимента.



Дочь Татьяна с детьми

**Надежда:** Наши клиенты часто нам подсказывают, что сейчас модно, что в тренде. Привезите, говорят, это и вот еще это. И мы возем. У нас очень большой круг клиентов, которые работают только на наших украшениях и под нашей франшизой, поэтому мы в обязательном порядке к ним прислушиваемся.

**Под вашей франшизой — то есть и под вашим брендом?**

**Надежда:** Под нашим брендом и с нашим ассортиментом. Например, в Сочи семь магазинов только так работают. Много желающих в Москве открыть магазины L-SILVER. Приходят, говорят – хотим встать под ваши знамена. Почему под наши? Да потому, что мы про вас много слышали, и вы всегда на плаву, отвечают.

**Итак, у вас два типа клиентов – одни работают по франшизе, вторые – это просто магазины, которые закупают в том числе и ваши украшения?**

**Надежда:** Да, и вторые нам говорят: у нас ваших украшений для красоты и продаж – 70% ассортимента, а остальные 30% – это чтобы его разбавить.

**Какие условия действуют у вас для новых партнеров, желающих работать по франшизе?**

**Надежда:** Сейчас коммерческое предложение новым партнерам в процессе окончательного формирования, но наш главный менеджер может прекрасно все в устной форме рассказать тем, кто желает присоединиться к нам.

**Ромас:** Условия очень простые: логотип и название наши, мы предоставляем фирменную упаковку для каждого изделия, рекомендуем цвета для оформления витрин и ничего не требуем взамен. Напротив, даем дополнительную скидку на ассортимент для тех, кто работает по нашей франшизе.

**Есть какие-то обязательные требования к тем, кто хочет стать франчайзи?**

**Надежда:** Во-первых, объем. Должен быть выполнен определенный объем по закупкам украшений. Во-вторых, магазин должен этим украшениям соответствовать, то есть располагаться в приличном месте, престижно выглядеть и позиционироваться. В-третьих, мы просим предоставить фотоотчет выкладки, чтобы убедиться, что наши украшения представлены соответствующим образом. Нам не должно быть стыдно за нашу компанию ни при каких обстоятельствах. Если по всем параметрам потенциальный партнер проходит, мы с радостью его принимаем.

**А если без франшизы человек просто хочет продавать ваши изделия в числе прочих, вы предъявляете к нему какой-то набор требований?**

**Ромас:** Нет, в данном случае человек за свои деньги покупает наши украшения. Тут ни о каких требованиях речь идти не может.

**Надежда:** Мы пишем рекомендованную цену, но если клиент нам говорит, что будет продавать дороже, – мы отве-

чаем: продавайте, если сможете. Рекомендованная цена – это всего лишь рекомендованная цена, ни в коем случае не константа.

**Расскажите об украшениях, которые сегодня у вас представлены. Вы работаете исключительно с серебряными изделиями?**

**Надежда:** Да, у нас представлено только серебро. Коллекции отсортированы по странам-производителям. Например, Италия – это основной поставщик стильной бескаменки. Украшения из Таиланда с драгоценными и полудрагоценными камнями. Гонконг – красота в сочетании с передовыми технологиями производства. Например, наши клиенты спрашивают: когда будут красивые украшения из Гонконга? А мы им раз – и выкладываем красивейшие коллекции. У нас есть фабрика, которая производит украшения французского бренда Elle, они работают только по нашим заказам, это эксклюзивная продукция и больше ее ни у кого нет.

**В вашем ассортименте присутствуют все товарные группы?**

**Надежда:** У нас, как в Греции – нет того, чего нет 😊 Мы снабжаем партнеров хорошими, качественными, красивыми украшениями, которые будут продаваться. А если что-то не продается – на этот случай предусмотрена возможность обмена украшений на другие без ограничения по объему и срокам. Недаром наши клиенты говорят, что условия у нас шоколадные: они продают, сколько хотят, возвращают, когда хотят, мы практически пожизненно взяли их под свою опеку и все риски оттянули на себя.

**Вероятно, украшения обладают быстрой оборачиваемостью, иначе чем еще объяснить такие сказочные условия?**

**Надежда:** Верно. Мы в своих украшениях уверены и отвечаем за них. Говорим своим клиентам: берите, принесете обратно в случае чего – услуга обмена стоит всего 5% стоимости партии. Таким образом, и они застрахованы, потому что чувствуют себя в безопасности, и мы, потому что точно знаем, что украшения будут проданы. Бывает, например, проданы серьги, а кольцо возвращается к нам. Мы его принимаем назад или доукомплектовываем – такая услуга тоже есть. И уже комплектом все это продается быстрее.

**Вы упомянули Сочи, Москву. Расскажите о географии ваших поставок. В каких регионах спрос на вашу продукцию особенно высок?**

**Надежда:** В разных городах есть наши филиалы. Екатеринбург, Краснодар, Новосибирск, Алма-Ата – география поставок очень обширна: от Калининграда до Дальнего Востока. Что касается повышенного спроса, то я бы выделила Сочи, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Мурманск... Еще у нас есть представители в Армении, там тоже спрос на качественные красивые изделия из серебра высокий. А в Казахстане мы только начинаем работать.

**Можно сказать, что вы практически полностью освоили Россию и двигаетесь дальше...**

**Надежда:** Да, точно! Вот почему мы раньше не занимались поставками в Казахстан? Потому что у нас и в России



было много работы. В офис очередь из клиентов стоит, в шоу-рум – по строгой записи. Даже в кризис у нас полный офис и ненормированный рабочий день из-за большого потока клиентов. В Казахстан нас давно приглашали, поэтому, как только здесь все наладили, – сразу туда поехали. Нам там очень хорошо приняли. Нашлись люди, которые понимают толк в серебре.

**А в каком ценовом диапазоне вы работаете?**

**Надежда:** В самом широком. Как я говорю – от 100 рублей до 40 тысяч. Но это было еще при курсе доллара 33 рубля. Сейчас, наверное, от 150 рублей. Можно говорить, что наши украшения – для клиента с любым бюджетом.

**Как я понимаю, кризис вы фактически не ощутили?**

**Надежда:** Фактически нет. С одной стороны, курс быстро вырос. С другой – нам под хорошее доброе имя отпустили украшения по старому курсу.

**Спрос не упал? Число клиентов не уменьшилось?**

**Надежда:** Количество клиентов не уменьшилось – оно поменялось. Много новых пришло. Так, когда мы были на выставке в Санкт-Петербурге, наши старые клиенты туда не приехали, попросили выслать им украшения посылками. Зато на нашем стенде собрались новые клиенты, которые нас очень хорошо знают, но до сих пор мы с нами не работали. Спрашиваем – раз вы так хорошо о нас осведомлены, почему не работаете с нами? Так, говорят, к вам не подойти обычно, вот, представилась возможность – сразу пришли. Вы были у нас на выставке? Если да, то должны были видеть, сколько народу всегда



на нашем стенде. Там яблоку негде упасть, народ буквально толпится. Поэтому новые клиенты иногда просто не могут пробиться к нам.

Еще одна причина, почему нам кризис оказался не страшен, – большие товарные запасы. Мы сейчас уменьшаем «жировые прослойки» и за счет этого процветаем. У нас много украшений в наличии, которых больше ни у кого нет. А новые купить у оптовиков дорого по текущему курсу. Мы же до сих пор отпускаем украшения по старым ценам. На фоне повсеместного взлета прайсов наши клиенты очень оценили такую возможность.

**Расскажите о ваших планах на обозримую перспективу.**

**Ромас:** Мы не любим говорить про планы. Ну вот поездки планируем куда-то, какие-то закупки, темы для создания новых украшений. Но чтобы там, например, сбыт или прибыль на 10% увеличить – такого у нас не бывает.

Если все-таки говорить не о планах на ближайшее будущее, а о глобальном – то у нас есть определенная цель. Мы хотим стать брендом, зафиксироваться в этом качестве. Многие фабрики уже работают на нас, создавая эксклю-



Младшая дочь Адель



зивные коллекции только по нашему заказу. Мы рисуем совместные эскизы, выходят новые коллекции, которые представлены только в компании L-SILVER. Пора становиться брендом. Мы хотим, чтобы о нас узнали не только оптовые, но и розничные компании. Определенная часть розницы нас уже знает, но не так широко, как нам хотелось бы. Будем заниматься рекламой нашего бренда, вкладывать в раскрутку имени. Чтобы нас знали не только как продавцов, но и как создателей персональных линеек украшений. В них вложена наша душа, это наше творчество, наше детище, если угодно. Мы гордимся качеством наших изделий, их новизной. Поскольку оптовый мир нас уже знает, мы считаем, нужно, чтобы нас узнал и мир розничный. Нашим клиентам, имеющим розничные магазины, мы будем презентовать себя и свои изделия как бренд. Уже выделили коллекции, которые будем рекламировать и продвигать. Вот такая у нас глобальная стратегия.

**А нет планов добавить к географии закупок еще какую-нибудь страну?**

**Ромас:** Мы знаем все страны, где делают хорошее серебро, и со всеми так или иначе работаем.

**Надежда:** Кардинально нового нам уже никто ничего не может предложить, то есть удивить нас нечем. Что нового можно придумать – ну туда завиток, тут колечко... Мы 20 лет на рынке и видели все. Тем не менее есть базовые модели, с которых начинался наш ассортимент, они вне времени и продаются всегда. Они и лежат в основе нашего ассортимента, мы без них никуда.

**Каков процент такой вечной классики в общем объеме ассортимента?**

**Надежда:** Процентом 10. Все остальное меняется. Наши клиенты не дают нам забыть, с чего все начиналось, постоянно требуя включить в поставки знаменитые «Маркизы», например, и прочие классические формы.

**Ваша работа – это не только семейный бизнес, но и, судя по всему, образ жизни?**

**Надежда:** Абсолютно верно. Во-первых, мы все это очень любим. Во-вторых, мы, видимо, трудоголики, и дети наши такие же. Праздник – мы на работе. Выходные – на работе. Здоровые и больные – все равно работаем, в этом большая часть нашей жизни, это приносит нам радость и удовольствие.

**Коллектив вашей компании состоит только из членов семьи или наемные сотрудники тоже есть? Как вы их подбираете?**

**Ромас:** У нас нет не нами выращенных сотрудников. Все менеджеры, работающие в компании, ранее в ювелирной отрасли не трудились.

**Надежда:** Мы их всех вырастили. Точнее, мы росли все вместе – и компания, и коллектив. Люди работают у нас по 10 лет. Они преданы компании и переживают за наше дело, как за свое собственное. Мы гордимся своей командой. Не каждому дано похвастаться тем, что в его компании нет равнодушных сотрудников и все как один – добровольные трудоголики.

Мы как одна семья. У нас даже менеджеры на всех общие. Нет такого, как в других компаниях, где на каждо-



го клиента определенный менеджер. Мы ничего внутри не делим, все в общий котел. Поэтому внутри коллектива все дружные и во всем взаимовыручка. Нам клиенты говорят: «Хорошая у вас аура, уходить не хочется». Так потому и хорошая, что никто ничего ни с кем не делит, не гребет под себя каждого клиента. Каждый понимает, что чем больше сделаем вместе, тем больше каждый заработает. И всем будет от этого только лучше – и клиентам, и менеджерам, и нам.

**С каким пожеланием вы обратились бы к владельцам розничных магазинов?**

**Надежда:** Покупайте больше наших украшений! Потому что это красиво, качественно и самое главное – абсолютно ликвидно. Все розничные магазины, которые у нас хотя бы раз закупились, возвращаются снова и говорят: «Мы идем туда, где украшения «заряжены на успех». А у нас они заряжены на удачу! Поэтому и носятся хорошо, и люди возвращаются с удовольствием за новыми покупками. Розница «подсаживается» на наши украшения, как на наркотик – только в хорошем смысле. Говорят, что это привыкание не лечится (смеется).

**Ромас:** Если, не дай Бог, с изделием что-то случилось – уронили, наступили, повредили и т.д., мы делаем ремонт любой сложности. У нас и лазерная пайка, и профессиональные ювелиры. Сопровождаем изделие на протяжении всей жизни. К нам могут обратиться и оптовики, и розница. Все отремонтируем в лучшем виде!



**L-SILVER**

109431, Россия,  
Москва, Жулебинский бульвар, 33,  
корп. 1

+7 (495) 704-34-91

+7 (495) 706 55 10

+7 (499) 742 14 10

www.l-silver.ru