



«Ювелир-Дизайн» – одна из крупнейших розничных ювелирных компаний не только Краснодарского края, но и России. В ее арсенале – неоднократные федеральные и региональные победы в отраслевых конкурсах, в том числе – в международном конкурсе «Лучший ювелирный магазин года», более 20 успешно работающих магазинов в крупных городах региона – в Краснодаре, Сочи, Геленджике, Армавире, Новороссийске, Туапсе, Кропоткине, Анапе, Майкопе и Славянске-на-Кубани. Но самым значимым достижением компании ее руководитель считает наработанный человеческий капитал – своих партнеров и покупателей. Мы побеседовали с Федором Яковлевичем ГУСИКОВЫМ, генеральным директором компании «Ювелир-Дизайн», о секретах успеха и особенностях работы в современных условиях.

**Федор Яковлевич ГУСИКОВ,
генеральный директор компании
«Ювелир-Дизайн»:**

«Мы рекламируем российские бренды, пытаемся сделать так, чтобы они стали узнаваемыми»



Федор Яковлевич, успех бизнеса зависит от многих составляющих, о них сегодня и пойдет речь. И разговор хочется начать с вопроса – в чем уникальность компании «Ювелир-Дизайн»? В чем ее сильные стороны?

Уникальность нашей компании – в ее кадрах. Кадры решают все. Это только звучит банально, а на деле – основа успеха. Сегодня у нас сформировалась очень сильная команда, начиная с финансового и коммерческого отделов. Есть много конкретных людей, которые «делают» нашу команду. Это позволяет нам выдержать кризисное давление, вытянуть в первую очередь положительные моменты. Особо хочется отметить продавцов. За время работы компании «Ювелир-Дизайн» мы отобрали и обучили лучших из лучших.

Кроме того, мы показали себя компанией, которая готова предоставлять разные дополнительные услуги бесплатно, в том числе – ремонтировать ювелирные изделия: вставлять камни, увеличивать и уменьшать размер украшений и многое другое. Такие, на первый взгляд, мелочи позволяют клиенту получить гарантии на будущее, а это немаловажный фактор.

Огромные средства мы вкладываем в рекламу. Рекламируемся на федеральных кана-

лах Южного федерального округа, в разных журналах, районных и поселковых газетах, на радио. Рассказываем о нашей компании и продукции наших партнеров, уделяя им особое внимание. То есть – рекламируем не столько свою сеть, сколько поставщиков сети «Ювелир-Дизайн» или бренд, который они представляют.

Кризис внес коррективы в работу вашей компании?

Желание работать позволяет идти вперед, несмотря на кризисную ситуацию. Кризис заставил нас лучше думать, лучше работать, быть более активными на рынке. Кризис заставил нас стать намного трудолюбивее. Его можно преодолеть за счет грамотного подбора персонала, продукции, рекламы, дизайна изделий. Кризис – такой период, когда все мобилизуются. И наша компания стала намного крепче и лучше. Нужно выдержать какое-то время, чтобы пройти этот тяжелый период. Что мы с успехом и делаем.

Мы не понижали зарплату, не сокращали людей. Мы усилили логистику – и тем самым улучшили показатели продаж. Все, что было наработано, мы укрепили. По большому счету мы готовились к кризису, знали, что он будет, и что



продажа ювелирных изделий станет тяжелее и сложнее на период ближайших двух-трех лет. Поэтому понимали, что покупателям надо предлагать альтернативные условия.

И что это за условия?

В первую очередь подбор ассортимента, который у нас уникален и отличается от всех остальных. Подбор производителей, ювелиров, которые делают что-то новое, особенное, интересное. Большое внимание мы уделяем современному дизайну, молодежной тематике, детским украшениям. Например, в молодежной тематике очень много новых направлений, и это обязательно нужно учитывать в работе с покупателями.

Как сегодня привлечь покупателя в ювелирный магазин и как мотивировать его на приобретение ювелирного украшения?

Мы очень ревностно относимся к нашей работе, к нашему бизнесу и хотим, чтобы отрасль улучшалась и развивалась. Негативную информацию о ювелирном бизнесе, о некачественных украшениях, о подделках, низком качестве используемых материалов – камнях и золоте – можно услышать в последнее время в разных средствах массовой информации, в том числе

и на телевидении. На самом деле нет магазинов, где бы вместо золота продавали бы не золото, а вместо бриллиантов были бы стекляшки. Я таких не видел. У нас очень серьезные ювелирные традиции, они складывались веками. Я имею в виду и традиции изготовления, и традиции покупки украшений.

Российские ювелирные компании отличаются умением производить качественную продукцию. И все разговоры о поддельных драгоценностях, их ненадлежащем качестве, о несоответствии заявленным параметрам, я думаю, связаны с тем, что конкуренция с товарами-заменителями заставляет бить по ювелирам, чтобы меньше покупали ювелирные изделия.

В свою очередь, мы пропагандируем культуру ношения ювелирных украшений, пропагандируем отношение к ним как к ценности, как к предметам, которые могут рассказать о характере человека. По ювелирным изделиям можно понять, что ему в жизни интересно. Человек тонкой натуры предпочитает высокохудожественные украшения. Брутальные, сдержанные по дизайну изделия выбирает современный активный покупатель. Ювелирные украшения могут многое рассказать о владельце. С их помощью он может подчеркнуть свой статус в обществе, дать некоторый посыл окружающим. Это целое искусство, которое у нас всегда было и будет.

Наша задача – поддержать отрасль за счет грамотной подачи ювелирных украшений. С потребителем нужно работать, развивать его вкус. Так, в частности, мы рассказываем о серебряной посуде. О ее полезных свойствах, о том, что она с годами будет приобретать ценность как наследство, которое передается последующим поколениям. И это нам удается. Интерес стал расти, люди стали задумываться над приобретением таких изделий, начали разбираться в этом и покупать.

Какие схемы работы с покупателем, по вашему опыту, наиболее эффективны?

Многие маркетологи, бизнес-тренеры говорят: чтобы привлечь клиента, нужно сделать максимальную скидку. Наша компания отличается тем, что у нас нет больших скидок, каких-то невероятных космических подарков, как, например, одно изделие купили, второе – получили в подарок. Наши украшения продаются с небольшой наценкой, работает дисконтная система скидок. Наш клиент понимает, что у нас изначально более разумная цена. Если он совершает несколько покупок в течение какого-то периода времени, он видит, что его скидка увеличивается и ему выгодно приходить к нам вновь и вновь.

Мы не придумываем какие-то особые маркетинговые ходы. Большая скидка от изначально сильно завышенной цены – не совсем честно по отношению к клиенту. А наша цель – выстроить с покупателями отношения на долгие годы. Помимо полного обслуживания по ремонту украшений, скидок по дисконтной системе мы дарим небольшие подарки покупателям ко дню их рождения, Новому году, 8 Марта. Мы пытаемся донести до покупателя, что у нас максимально выгодная цена, хорошее качество и лучшие производители. Люди видят это и не размениваются на большие скидки, а с учетом тех брендов, которые мы представляем, останавливают свой выбор на нас.

Но ведь вам все равно приходится искать новые пути привлечения клиентов?

Мы проводим выставки-продажи. Это хорошо работает в летний период и во время праздничных дней. Жители такого города, как Краснодар, имеют больше возможностей приобрести эксклюзивное, уникальное украшение в отличие от жителей населенных пунктов по причине удаленности от центра. Для этих покупателей мы организуем выставки-продажи таких изделий. Эти выставки перемещаются из Сочи в Туапсе, из Туапсе в Новороссийск и так далее. Мы показыва-

ем людям высокохудожественные изделия. Все украшения относятся к премиум-классу. У покупателей есть возможность их приобрести или познакомиться с тем, что сегодня могут наши ювелиры. Среди российских компаний есть такие, которые превосходят мировые бренды по качеству и технике исполнения.

Работать с украшениями премиального сегмента решаются далеко не все розничные компании, а у вас в этом вопросе немалый стаж. Из чего складывается успех работы с такими изделиями?

Для того чтобы продавать премиальные украшения, надо представить их в своей розничной сети. А для этого нужны большие финансовые вложения. Далеко не каждая компания может себе это позволить. Поэтому таких магазинов мало. Компания «Ювелир-Дизайн» совмещает разные варианты работы с производителями премиальных украшений: что-то нам дают на реализацию или же мы обговариваем какие-то условия, которые подкрепляем со своей стороны материальными гарантиями. Благодаря доверию и партнеров, и покупателей наши магазины предлагают большой ассортимент изделий премиум-класса.





Как сегодня себя чувствуют премиальные продажи?

Люди, которые покупали изделия премиального сегмента, никуда не ушли. Но их требования в кризис стали более высокими. Они хотят быть уверены в качестве приобретаемого украшения. Конечно, подход к таким клиентам особый. Иногда переговоры с покупателем приходится вести не один месяц, чтобы четко понять, какие условия его устраивают, какое именно изделие он хочет – закажет ли он что-то особенное, индивидуальное или выберет из представленного ассортимента. Мы принимаем заказы и отправляем производителю. Это достаточно тонкая работа, порой рутинная, но при этом у нас есть большие успехи в общении с такими покупателями. Они – постоянные посетители нашего выставочного центра.

В премиальных продажах и не только в них очень важен контакт с покупателем. Без чего, на ваш взгляд, не может быть современного успешного продавца? Какой он – продавец салонов «Ювелир-Дизайн»?

Продавцов, которые представляют нашу компанию в премиальных магазинах, даже нельзя назвать продавцами. Это уровень высокообразованного менеджера, который знает все о технологии ювелирных изделий, огранке, геммологии, разбирается в тенденциях моды, которые существуют сегодня. Наши продавцы – образованные и творческие люди, они понимают, что предлагают и кому предлагают. Они психологи и просто фанаты своего дела.

Сегодня очень сложно работать в ювелирном магазине, потому что покупательская способность падает и где-то заработать легче. Поэтому остаются преданные своему делу люди, которые хорошо знают ассортимент, ювелирные компании, очень грамотно общаются с клиентами, могут найти то, что ему нужно. Покупателю достаточно озвучить, какие у него есть желания и потребности, и продавец уже понимает, что у него есть и что он может предложить. Вот такого уровня продавцы у нас работают. Несколько продавцов – это бывшие директора магазинов, много продавцов с высшим образованием, есть продавцы со



знанием английского, китайского языка. Сегодня появился китайский покупатель, гости из Китая начали посещать Сочи и в целом Краснодарский край.

Все больше иностранных покупателей стало появляться в российских магазинах. Как отмечают аналитики, китайские туристы среди прочего немалый интерес проявляют к ювелирным украшениям.

Да, и это еще раз доказывает, что у нас в России хорошие, качественные изделия. Хочется, чтобы и наше население имело возможность покупать украшения, как в прошлые годы – 15–20 лет назад. Чтобы это были семейные реликвии, ценности, составляющие благосостояние семьи. Ювелирное изделие всегда остается ювелирным изделием, у него нет срока годности. Это капитал. И вкус к ювелирным украшениям прививается с детства.

Какова специфика вашего региона? Как вы учитываете это в своей работе?

Нам, можно сказать, повезло. Мы живем в одном из лучших регионов России. На Кубани достаточно активные люди, очень трудолюбивые. Кубань отличается высоким уровнем жизни, обеспеченность населения здесь, я считаю, лучше, чем во многих других областях. У нас есть Черное море, развит туризм. В этом году число отдыхающих составило около 20 миллионов. Отдыхающие вносят значительную лепту, с ними в регион приходят немалые деньги. За счет этого улучшается продажа ювелирных изделий. У нас большая половина магазинов располагается на побережье – в Сочи, в Геленджике, Новороссийске. Мы очень активно работаем в летний период. Особое внимание обращаем на логистику: поступление товара, обновление и дополнение продукции. Но и зимой мы торгуем достаточно неплохо.

Какой ассортимент предлагают магазины «Ювелир-Дизайн»?

Если говорить о сети в целом, в магазинах «Ювелир-Дизайн» представлен ассортимент от премиального уровня до самых простых и недорогих ювелирных изделий из серебра. Все магазины оформлены в классическом стиле с использованием натурального дерева. Люди видят интересный, дорогой дизайн и понима-

99% ювелирных компаний России представлены в магазинах сети «Ювелир-Дизайн».

До 1% производителей мы еще не дошли с предложением продемонстрировать свою продукцию в нашей сети.

ют, что в этом магазине должны продаваться качественные ювелирные изделия. У нас есть магазины, где представлены изделия «по стоимости квартиры», и есть магазины, в которых украшение можно приобрести за 300–400 рублей. Известно, что в магазинах компании Фаберже продавались ювелирные изделия, которые могли носить и император, и простой рабочий. В магазинах этой фирмы можно было купить очень дорогое украшение и дешевое серебряное изделие. Мы, в свою очередь, стараемся, чтобы у нас была продукция на любой уровень достатка. Это позволяет нам работать с разными покупателями независимо от их финансовых возможностей.

Ваши поставщики – российские производители. Как вы формируете ассортимент для сети?

Я сам бывший ювелир, наша компания изначально была производственной. И сегодня мы нацелены на поддержку отечественных ювелирных компаний. Выставочный центр «Ювелир-Дизайн» – как раз та стратегическая и экспериментальная площадка, где можно увидеть какие-то новаторские ювелирные изделия, где лучшие производственные компании со всей России представляют свои украшения.

К нам приезжают ценители ювелирного искусства с Северного Кавказа, из Ростовской области и других регионов. Сегодня есть контингент покупателей из Москвы и Санкт-Петербурга, которые покупают в нашем выставочном центре. Уникальность и качество изделий, широкий выбор – все это очень нравится посетителям, и они любят совершать здесь покупки. В выставочном центре представлены лучшие премиальные украшения, а также изделия камнерезного искусства, выполненные



с применением техники, которой сегодня владеют всего две-три компании.

В выставочный центр «Ювелир-Дизайн» попадают лучшие поставщики. Дальше мы фильтруем ассортимент: например, украшения премиального сегмента остаются здесь или отправляются в специализированный магазин. Новые коллекции от производителей занимают место предыдущих коллекций, которые поступают в другие магазины сети. Таким образом, выставочный центр берет на себя функцию тестирования. Если изделия не пошли здесь, на них не обратили внимания, то скорее всего в сеть эта продукция не поступит. Благодаря центру мы понимаем, что востребовано среди покупателей, а что нет.

Хочется обратить внимание, что, перед тем как товар попадет в выставочный центр, с ним работают наши товароведы и геммологи. Они проверяют и качество товара, и соответствие камней и золота заявленным характеристикам.

А коллеги по цеху приезжают в выставочный центр, чтобы познакомиться с продукцией наших производителей?

Обязательно. Функция выставочного центра «Ювелир-Дизайн» – показать все, что могут наши ювелиры. Наша задача не только продать, но и прорекламировать компании, которые

представляют эти изделия. Здесь есть и наши местные небольшие компании. Районные магазины приезжают в выставочный центр, чтобы познакомиться с производителями. Дальше люди начинают контактировать напрямую, закупать ювелирные изделия. Таких случаев сотни. Через нас наши московские, костромские, петербургские, уральские партнеры получили клиентов. Очень многие коллеги благодарны, что могут познакомиться с продукцией, которая у нас представлена. На переговорах мы всегда напоминаем компаниям-производителям, что кроме выставок-презентаций, которые партнеры периодически организуют в выставочном центре, они найдут здесь оптовиков.

Чего вам как розничной компании не хватает от компаний-производителей для улучшения продаж?

Всем нашим производственным ювелирным компаниям не хватает грамотного маркетинга и грамотного обслуживания клиентов. Хотелось бы, чтобы наши производители ювелирных изделий предоставляли фирменную упаковку, брендовую атрибутику, свидетельства и сертификаты качества. Покупатель должен понимать ценность покупки. Часто бывает – уникальное ювелирное изделие, а нет никаких сопроводительных документов, ничего, что могло

бы представить это изделие грамотно. Например, заключение геммолога, характеристика камней... Во многих компаниях до этого не дошли, но сегодня это просто необходимо. Без всей этой атрибутики люди часто не покупают. Потому что им не хватает информации и фирменной упаковки.

Мы рекламируем бренды, пытаемся сделать так, чтобы они стали узнаваемыми. Каждая компания должна делать свою историю, вкладывать в свой имидж все хорошее, чего они добились. Это нужно для роста авторитета бренда. Мы в России можем делать красивые ювелирные изделия, но не можем красиво их реализовывать. Надо научиться грамотно их преподносить. К этому должен стремиться каждый производитель.

Тогда откуда потребителю брать информацию о производителях?

За время своего присутствия на рынке мы научились не только торговать, но и рекламировать. Мы хорошо освоили этот вопрос, научились тратить деньги только на правильную рекламу, которая должна появляться в нужном месте и в нужное время, чтобы ее увидел или услышал покупатель. Это должно быть очень точное попадание в свою аудиторию. Иначе это просто сотрясение воздуха.

Сегодня не хватает грамотных маркетинговых ходов, не хватает информации о достоинствах продукции, которую производителям нужно доносить до покупателя. Нет или очень мало информации о компаниях, которые производят товар высокого уровня. А потребитель должен знать, кому он может доверять. В этом направлении ювелирной отрасли еще нужно развиваться.

В вашей сети представлены разные проекты, как выбирается место магазина в зависимости от его формата?

Самое главное при открытии магазина – его расположение. Можно сказать 50–60% успеха, если магазин открыт в правильном месте, гарантированы изначально. Потому что клиентская база точно будет. Чтобы выбрать месторасположение, необходимо изучить поток людей, их финансовые возможности. У нас есть сети в гипермаркете «Магнит» – это один поток покупателей. Магазины в торговых центрах высокого уровня – иной покупатель и соответственно иная продукция. Каждый магазин должен соответствовать тем покупателям, которые прохо-

дят мимо магазина и могут попасть в него. Мы ищем хорошие места, тщательно анализируем, на это уходит от двух месяцев до полугода. Мы рассчитываем пешеходный и автомобильный поток. И если все показатели нас устраивают, в том числе площадь помещения, чтобы на ней можно было сделать удобный, грамотный магазин, мы открываемся.

Чем вы особенно гордитесь? Какими достижениями?

Если честно, есть огромный труд. Как такого понимания гордости нет. Есть гордость за своих сотрудников. Гордость за коллектив, за людей, которые стремятся добиться лучшего. Мы пытаемся быть хорошими бизнесменами, не более того. Мы хотим быть полезными, предоставлять услуги качественно, чтобы люди были довольными. Этим мы и гордимся. Человек благодарен, говорит спасибо за то, что ему подобрали ювелирное изделие и он нашел то, что искал – это самое главное. Это приносит то положительное, что не оценивается материальной стороной.

Компания «Ювелир-Дизайн» сегодня – это имя, которое связано и для покупателей, и для партнеров с надежностью и уверенностью. Вы добились самого главного. Что дальше? Ведь у вас всегда есть идеи и планы.

Планы есть. В первую очередь – не ухудшиться. Второе – улучшиться за счет того, что освобождаются хорошие торговые места. Третье – работать над собой. Мы работаем над собой, над коллективом, проводим всевозможные тренинги, обучение, перенимаем опыт наш и западный, ищем свой рецепт подхода к бизнесу, чтобы быть любимой компанией для наших покупателей. Самое важное – сделать так, чтобы клиент всегда выбирал нас. В конкурентной борьбе это сложно, но мы к этому идем. С каждым годом покупателей все больше, они с благодарностью к нам возвращаются. И это подтверждает, что мы на правильном пути.

Беседовала Ольга КОРЧАГИНА,
заместитель главного редактора
журнала «Навигатор ювелирной торговли»

«Ювелир-Дизайн»
Краснодар
8 (988) 245-27-92
8 (861) 228-22-61