

Александр ИСАЕВ, управляющий директор ЮЦ «Голден Гросс»: «Мы открыты для всех и готовы к сотрудничеству с любыми ювелирными компаниями»



Уникальная торговая площадка и индивидуальное предложение каждому типу арендатора в зависимости от его цели – главный вывод, который можно сделать после интервью с управляющим директором ЮЦ «Голден Гросс» Александром ИСАЕВЫМ. В свете перемен, которые происходят и будут происходить с ювелирной отраслью, абсолютно всем полезна и интересна перспектива сотрудничества с ювелирным центром. Ювелирная розница, оптовые компании, производители ювелирных украшений получают от «Голден Гросс» профессиональную помощь и поддержку в реализации своих планов. Узнайте о возможностях для вашей компании на площадке ЮЦ «Голден Гросс».

КОНТАКТЫ:

ЮЦ «Голден Гросс»

Москва

Тел.: +7 (495) 644-30-77 (приемная)

www.golden-gross.ru

Александр, тема нашего разговора актуальна как никогда – арендаторы и аренда торговой площади в «Голден Гросс». Давайте начнем с главного – с компаний, которые могут стать вашими партнерами.

За время своего существования, а это без малого 16 лет, в деятельности Ювелирного центра «Голден Гросс» постоянно происходили какие-либо изменения. Однако никогда ранее они не были столь значительными, как в последние два года. Возможно, кто-то уже знает о том, что новая команда администрации ЮЦ «Голден Гросс» еще в 2019 году решила внести существенные изменения и в сам формат центра, и в его имидж, и в стиль взаимодействия со своими партнерами-арендаторами.

Пока не все из задуманного реализовано, но даже то, что было сделано за относительно небольшой срок, уже приносит свои плоды. Лучшее подтверждение этому – один из самых сложных в экономическом плане кризисов, я имею в виду нынешний, вызванный пандемией и связанными с этим карантинными ограничениями, ЮЦ «Голден Гросс» прошел без потерь.

Переходя непосредственно к вашему вопросу, хочу сказать, что мы открыты для всех и готовы к сотрудничеству с любыми ювелирными компаниями. Но сразу нужно отметить, что свободных площадей в центре весьма немного ввиду их высокой востребованности и очень низкой ротации арендаторов, чему в немалой



степени способствовало изменение стиля работы администрации центра с арендаторами. Ни для кого не секрет, что вопрос взаимоотношений арендодатель–арендатор всегда был непростым, и общение зачастую приобретает ультимативные формы. Мы же стараемся избегать этого и видеть в арендаторе в первую очередь партнера, а не источник получения арендных платежей. Конечно, и у нас иногда возникают спорные вопросы, но в подавляющем большинстве случаев они разрешаются с сохранением взаимных интересов. Мы всегда стремимся учитывать все факторы и слышим доводы и аргументы партнеров-арендаторов. Так, например, понимая всю сложность ситуации, связанной с введением карантинных мер, мы самостоятельно приняли решение в период с 28 марта по 12 мая не брать арендную плату с наших партнеров. Более того, за этот период ЮЦ «Голден Гросс» не начислял арендаторам даже коммунальные платежи, все расходы ювелирный центр взял на себя. В дальнейшем, готовясь к возобновлению работы ЮЦ «Голден Гросс», администрацией центра было принято решение на первый месяц (июнь) установить аренду в размере лишь 30% договорной арендной ставки. Это обусловлено тем, что на тот момент мало кто понимал, насколько будет востребована ювелирная продукция в текущих условиях. Соответственно нам нужно было предоставить партнерам-арендаторам возмож-

ность оправиться от потерь, которые возникли в период карантинных ограничений.

Мы исповедуем единую политику во взаимоотношениях со всеми партнерами. Поэтому любая ювелирная компания, желающая открыть в ЮЦ «Голден Гросс» свой ювелирный магазин, может рассчитывать на такое же уважительное отношение. Каких-либо специальных требований к потенциальным партнерам мы не выдвигаем. Более того, в этом году с целью разнообразить ассортимент представленных в нашем центре брендов мы приняли решение для компаний-новичков установить специальную программу льготной аренды. Смысл ее сводится к тому, что арендная плата в течение первых 4–6 месяцев у новых партнеров-арендаторов будет значительно ниже средней арендной ставки, принятой в конкретном торговом зале ЮЦ «Голден Гросс». На первый месяц аренды ставка не будет превышать 50% средней ставки в торговом зале. В дальнейшем она плавно будет подниматься до тех значений, которые установлены в центре. Такой подход, по нашему мнению, даст возможность любому новому партнеру с меньшими для себя финансовыми рисками адаптироваться, оценить все нюансы работы своего магазина и внести соответствующие коррективы в его деятельность.

И самое главное – мы не берем депозитов, обеспечительных платежей и прочих взносов. Мы доверяем своим партнерам.



Производственная компания могла бы запустить в «Голден Гросс» свой фирменный магазин? Чем ей полезен такой формат магазина с учетом особенностей вашего торгового центра?

Безусловно. Любой производитель может стать нашим партнером. При этом он может сделать это как самостоятельно, так и в партнерстве с ЮЦ «Голден Гросс». Последний вариант наиболее привлекателен для тех производителей, которые ранее не занимались розничной торговлей и планируют делать это впервые.

Чем полезен формат собственного магазина – вполне очевидно. Снижение стоимости ювелирных украшений за счет сокращения цепочки прохождения изделия от производства до покупателя, конечно же, должно отразиться на объемах реализуемой продукции и в конечном итоге стимулировать развитие производства. Еще один немаловажный плюс этого формата заключается в том, что производитель получает прямую обратную связь с покупателем и может из первых уст узнавать о предпочтениях потребителя, следовательно, более оперативно реагировать на изменения.

Открытие производителем своего магазина в нашем ювелирном центре, как мне кажется, более предпочтительный вариант, нежели открытие такого магазина в любом другом тор-

говом центре или в отдельном помещении в силу целого ряда причин. Во-первых, потому что ЮЦ «Голден Гросс» – специализированный торговый центр, где продаются в основном ювелирные украшения, следовательно, число посетителей, случайно зашедших к нам просто посмотреть, ничтожно мало. Основная масса людей, посещающих ЮЦ «Голден Гросс», – это потенциальные покупатели, то есть люди с уже сформировавшимся представлением о том, каким должно быть ювелирное украшение, которое они хотели бы приобрести. Какого качества, в каком стиле оно должно быть выполнено и так далее. Во-вторых, в условиях соседства с другими ювелирными магазинами – а их у нас, напомним, более 50 – производитель значительно быстрее сможет оценить, насколько конкурентоспособную продукцию он выпускает. Если производитель сумеет правильно и быстро проанализировать ситуацию с востребованностью его товара, нет сомнения в том, что он сможет быстро внести изменения в свое производство, то есть скорее перестроиться на производство более востребованной продукции. И, в-третьих, еще одним преимуществом открытия производителем своего магазина именно в ЮЦ «Голден Гросс» является то обстоятельство, что мы готовы к партнерству в этом вопросе. Это имеет важное значение в том случае, когда, например, производитель



впервые выходит на розничный рынок. Партнерство производителя с ЮЦ «Голден Гросс» при организации розничной торговли имеет также смысл в том случае, когда у производителя есть намерение вести розничную торговлю своей продукцией в Москве, но он не располагает собственными ресурсами, в первую очередь персоналом, для организации и последующего управления магазином в силу своей значительной удаленности.

Я полагаю, что производители могут самостоятельно найти еще целый ряд преимуществ открытия собственной торговли в нашем центре, имея хотя бы общее представление о нем, его расположении, специфическом формате и так далее.

Если производитель или оптовик не готов открыть магазин, но хочет оптимизировать свою ассортиментную матрицу – протестировать товар, увидеть на практике, что востребовано, что нет, у «Голден Гросс» есть для таких компаний предложение?

Еще на этапе формирования новой команды управления и разработки стратегии развития ЮЦ «Голден Гросс» возникла идея создания в центре – в перспективе – собственной площадки (салона) розничной торговли ювелирными украшениями. По задумке эта площадка должна была стать тем самым инструментом обратной связи с потенциальными покупателями, через который управление ЮЦ «Голден Гросс» смогло бы получать информацию о предпочтениях и пожеланиях посетителей и соответственно вносить изменения в его работу. На тот момент это было только в планах. Сегодня ЮЦ «Голден Гросс» вплотную подошел к готовности детально проработать и реализовать эту идею. Но до того как вы задали мне этот вопрос, у нас еще не было полного представления, каким товаром лучше наполнить эту площадку, в каком формате ее организовать и тому подобное. Сейчас вы, по сути, не вопрос задали, а предложили нам идею создать не просто ювелирный магазин под эгидой ЮЦ «Голден Гросс», а организовать некую универсальную, экспериментальную площадку, нечто подобное мини-выставке, где ассортимент продукции будет периодически меняться и обновляться.

Если удастся привлечь производителей к предоставлению нам своей продукции в любых объемах, даже в единичных экземплярах, мы сможем на этой площадке проверить не только востребованность тех или иных изделий конкретного производителя, но и получить от потенциальных покупателей более полные отзывы о представленных изделиях.

Например, о том, почему понравилось покупателю или, наоборот, не понравилось то или иное изделие. О соответствии показателя цена–качество. И многое-многое другое. Более того, я думаю, что подобное тестирование продукции именно в нашем центре позволило бы производителю достаточно быстро расширить список своих партнеров, готовых реализовывать его продукцию. С учетом того, что в нашем центре располагается более 50 ювелирных салонов, наиболее востребованную продукцию мы всегда сможем отрекомендовать многим из них.

Более того, возможен вариант и другого сотрудничества с производителями, по тем или иным причинам не открывающими собственного магазина в Москве, но желающими представить свой товар – возможно, даже в незначительных объемах, – в нашем городе. Например, предоставить отдельную витрину для реализации продукции такого производителя.

Или еще один вариант – предложить продукцию производителя любому из наших партнеров-арендаторов. Я понимаю, что далеко не все производители готовы сразу предоставить пусть даже небольшой объем своей продукции какой-либо компании, с которой еще не было партнерских отношений. Так или иначе на начальном этапе налаживания сотрудничества между производителем и продавцом опасения потерять товар присутствуют. И в этом случае ЮЦ «Голден Гросс» готов оказать содействие производителю посредством предоставления ему гарантий сохранности переданного товара любому из наших партнеров-арендаторов, равно как и гарантий исполнения любых других обязательств продавца перед производителем.

Одним словом, мы приглашаем всех производителей к нам. И я уверяю, что мы точно сможем найти варианты взаимовыгодного сотрудничества.

В регионах есть успешные ювелирные сети, которые, возможно, обдумывают следующий шаг своего развития – открытие магазина в Москве. Ваше предложение таким компаниям.

Только что мы с вами обсуждали возможные варианты сотрудничества ЮЦ «Голден Гросс» с производителями. Все эти варианты применимы и к ювелирным компаниям, осуществляющим розничную торговлю ювелирными украшениями. Об условиях аренды и о политике взаимоотношения ЮЦ «Голден Гросс» с партнерами-арендаторами я сказал в самом начале нашей беседы. Еще раз отмечу, что



для новичков у нас есть льготный период. Мы готовы сотрудничать со всеми. Есть, правда, одно ограничение – пересечение товара с уже представленным в нашем центре. Что я имею в виду: если потенциальный арендатор говорит, что он хочет продавать в нашем центре определенный товар какого-то из производителей и аналогичный товар этого же производителя уже имеется в ЮЦ «Голден Гросс» у другого нашего партнера-арендатора, то такому потенциальному арендатору будет отказано в предоставлении площадей под магазин либо будет предложено изменить ассортимент товара.

Трафик – ключевой показатель для ТЦ. Как вы поддерживаете его в «Голден Гросс»? Поделитесь вашими достижениями.

Да, действительно трафик покупателей самый животрепещущий вопрос. У ЮЦ «Голден Гросс» есть одно главное преимущество, о котором я, кажется, уже говорил – это то, что у нас в силу специфичности формата практически нет посторонних посетителей, то есть просто зашедших посмотреть. В наш центр люди приходят осознанно – либо купить украшение, либо выбрать, чтобы приобрести его в ближайшее время. Поэтому мы не говорим о десятках и сотнях тысяч посетителей. Но подавляющее большинство из пришедших – это потенциальные покупатели, намеренные приобрести ювелирные украшения.

Что касается наших достижений в этом вопросе, могу похвастаться. Принимая управление центром, мы детально проанализировали статистику по посещаемости центра в предыдущие годы. Анализ показал, что, начиная примерно с конца 2013 года, посещаемость ЮЦ «Голден Гросс» системно падала из года в год. Это падение продолжалось и в первый год управления новой командой, пока шел поиск и реализация инструментов привлечения покупателей. Основные причины падения спроса на ювелирную продукцию в этот период, я думаю, всем известны. Кроме падения реальных доходов населения на посещаемости ЮЦ «Голден Гросс» негативно сказывалась и откровенно слабая рекламная кампания, которая проводилась предыдущей администрацией центра. В кратчайшие сроки мы смогли не только провести оценку всех недостатков, сказывающихся на посещаемости ЮЦ «Голден Гросс», но и реализовать целый ряд мероприятий по повышению узнаваемости центра и его привлекательности. И результаты не заставили себя ждать. Сначала нам удалось остановить системное падение посещаемости. Уже в августе 2019 года появились первые, пускай еще едва заметные признаки нарастания количества посетителей. А спустя полгода, подводя итоги, мы смогли увидеть, что предпринятые нами меры оказались правильными. Сравнивая статистику за период с августа 2019 года по март 2020-

го с аналогичными периодами прошлых лет, мы отчетливо увидели уже не системное падение, а системный рост посещаемости нашего центра! И если бы не карантинные меры, остановившие работу ЮЦ «Голден Гросс», уверен, показатели были бы еще лучше. Правильность предпринятых нами мер подтверждают статистические данные, которые мы получили в июне этого года – сразу после возобновления работы ЮЦ «Голден Гросс». Данные по трафику и покупательской способности за этот месяц оказались не только не хуже аналогичного периода прошлого года, но и по ряду параметров даже лучше. Но говорю пока об этом с осторожностью.

В условиях нестабильности рынка у арендатора могут возникать проблемы. Яркий пример тому – недавняя пандемия и ее последствия. На что может рассчитывать ваш арендатор, на какую помощь и поддержку?

В самом начале нашего разговора я в принципе уже вкратце рассказал о том, как мы взаимодействовали с нашими партнерами-арендаторами и какую поддержку постарались им оказать. Напомню, пожалуй, самое главное – в период с 28 марта по 12 мая мы не начислили ни копейки по договорам аренды. Все затраты в этот период по содержанию центра, охране имущества арендаторов ЮЦ «Голден Гросс» взял на себя.

Какие дополнительные услуги получает покупатель от «Голден Гросс»?

В нынешних условиях каждый покупатель для нас бесценен. Мы делаем все возможное, чтобы у покупателя не оставалось сомнений, где приобретать ювелирные украшения – конечно, только в ЮЦ «Голден Гросс». В течение прошедшего года мы смогли создать целый ряд сервисов по оказанию дополнительных услуг нашим покупателям. Так, например, нами была введена услуга 3-летнего гарантийного сервисного обслуживания на приобретенные в центре украшения. Такая услуга расширяет гарантию на все купленные у нас изделия до 3 лет. Кроме того, эта услуга в течение всего гарантийного периода позволяет покупателю раз в год бесплатно почистить и отполировать изделие.

С середины 2019 года введен в действие сервис бесплатного такси при совершении покупки на сумму более 80 тысяч рублей. Услуга оказалась весьма востребованной покупателями.

В настоящее время мы проводим опробование такой услуги, как предварительный подбор изделий. Любой покупатель может до посещения ЮЦ «Голден Гросс» направить нам

заявку с указанием тех требований, которым должно соответствовать украшение, и непосредственно к приезду покупателя мы осуществляем подбор таких украшений. Как показало время, эта услуга также весьма востребована.

Помимо этого покупатели получают в центре и ряд других услуг. Участвуют в розыгрыше призов. Есть планы по дальнейшему расширению этого перечня.

Александр, какие активности вы планируете в торговом центре? На что они будут направлены? Каковы ваши ожидания от них?

События, связанные с введением карантинных ограничений, безусловно, внесли в наши планы коррективы и многие мероприятия, которые были запланированы, мы были вынуждены пересмотреть. Поэтому скажу пока о тех активностях, реализацию которых мы продолжили сразу же после возобновления работы центра.

В первую очередь это внедрение программы лояльности для наших покупателей. В самое ближайшее время мы планируем ввести в действие карты постоянных клиентов с накопительной системой учета скидок и привилегий. Присоединившись к программе лояльности ЮЦ «Голден Гросс», покупатель фактически станет привилегированным клиентом почти в 50 ювелирных магазинах одновременно! Что само по себе очень привлекательно.

Внедрением этой программы мы планируем сделать наш центр еще более заманчивым для наших покупателей. Особые условия по карте лояльности должны помочь нам достичь цели, о которой я говорил выше – рассеять у покупателей все сомнения относительно того, где покупать ювелирные украшения. Я думаю, у нас получится.

И второе, что я хотел бы отметить из того, над чем мы сейчас работаем, – это онлайн-магазин. В настоящее время мы уже завершили переговоры с рядом наших партнеров-арендаторов об организации на сайте ЮЦ «Голден Гросс» площадки для онлайн-покупки ювелирных украшений. В ближайшее время планируется подключить один из наиболее крупных магазинов, расположенных в нашем центре. В последующем будут подключены все остальные магазины центра. Учитывая перечень товаров и разнообразие брендов, которые представлены во всех магазинах ЮЦ «Голден Гросс», эта онлайн-площадка может стать одной из самых больших в ювелирной рознице. По сути, это будет онлайн-гипермаркет ювелирных украшений.

*Беседовала Ольга КОРЧАГИНА,
главный редактор журнала
«Навигатор ювелирной торговли»*