



Прокофьева Татьяна Петровна, директор сети, г. Саратов

## ЗАНЗИБАР?.. «ЗАНЗИБАР!»

ОШИБОЧНО ДУМАТЬ, ЧТО СЕГОДНЯШНЕГО ПОТРЕБИТЕЛЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ НИЧЕМ НЕ УДИВИШЬ. УДИВЛЯТЬ, ПОРАЖАТЬ, ЗАСТАВЛЯТЬ МЕНЯТЬ СЛОЖИВШИЕСЯ СТЕРЕОТИПЫ НЕОБХОДИМО. В ОКЕАНЕ ПРЕДЛОЖЕНИЙ ВСЕГДА НАЙДЕТСЯ МЕСТО ОСТРОВКУ, ПРИВЛЕКАЮЩЕМУ ПОКУПАТЕЛЕЙ СВОЕЙ НЕПОВТОРИМОЙ ЭКЗОТИКОЙ. ТАКОЙ «ОСТРОВ» В САРАТОВЕ СУЩЕСТВУЕТ. СЕТЬ ЮВЕЛИРНЫХ САЛОНОВ «ЗАНЗИБАР» ПРИВЛЕКАЕТ И УДИВЛЯЕТ ВСЕМ – «НЕТЕМАТИЧЕСКИМ» НАЗВАНИЕМ, ИНТЕРЬЕРОМ ЗАЛОВ, КОЛЛЕКЦИЯМИ ИЗЫСКАННЫХ УКРАШЕНИЙ.

Сломать стереотипы – такую цель поставили перед собой создатели ювелирной сети 3 года назад. И появилось географическое название «Занзибар». Это остров в Индийском океане у побережья Африки, окаймлённый коралловыми рифами. Казалось бы, странный выбор, ведь сочетание золота и Африки не рождает у российских покупателей никаких ассоциаций. Верно. Так, этот придуманный бренд и был рассчитан на то, чтобы ворваться в консервативный мир саратовских вывесок, заинтриговать, привлечь горожан загадочной экзотикой!

Воплощение мечты невозможно без долгого и упорного труда. Пожалуй, это один из тех стереотипов, которые никто не решится ломать. Таким путем фирма шла целых 12 лет. Начиналось всё с разрозненных торговых точек, предлагающих среднестатистическому покупателю заурядную ювелирную продукцию. Шло время, расширялись связи между регионами и странами, люди стали более требовательны в своих эстетических пристрастиях. В обиход постепенно вошли понятия «эксклюзивно», «креативно». И бизнес, активный в своём стремлении отвечать запросам покупателя, идти на полшага вперёд, не мог пропустить такой шанс. Фирма розничной торговли, придумавшая бренд «Занзибар», оказалась в числе тех, кто, не ограничиваясь одним магазином, начал создавать в регионах собственные сети. И очень важно было на новом витке развития верно определить свою нишу.

Директор сети ювелирных салонов «Занзибар» Татьяна Прокофьева честно признаётся, что тогда, три года назад, ею двигал не столько коммерческий расчёт, сколько интуиция. Начиная с необычного названия:

– Было множество вариантов, но выбрали именно этот – от Занзибара повеяло теплом. Мы не хотели повторяться ни в чём. Когда стали придумывать идею интерьера, дизайнер предложила использовать приглушённо розовый цвет и прямо на стенах нарисовать картины. Первой реакцией был шок... Представьте себе, торговый центр, над входом в павильон ювелирного салона на тёмном фоне «горит» ярко розовое название – «Занзибар». На розово-лиловых стенах торгового зала – выпуклые, объёмные изображения женских фигур, в разных позах и ракурсах. Длинные тонкие пальцы украшены кольцами. Художник изображал точные копии изделий, представленных тогда в салоне. Кстати, даже прилавки в «Занзибаре» расставлены не фронтально – по привычке, а наискосок. Здесь своя неповторимая цветовая гамма, своя архитектура, своя аура и свои, отличные от других ювелирных салонов, коллекции. Да и невозможно представить, чтобы в такой интерьер вписалось что-то обычное. Сегодня под бросающейся в глаза вывеской «Занзибар» работают торговые отделы в трёх крупных универсамах. Совсем скоро откроется ещё один салон. Любой профессионал знает: успех в продвижении бренда зависит от пра-



3

1. Магазин «Занзибар»
2. Магазин «Занзибар», интерьер салона
3. Магазин «Занзибар», VIP-зал

вильно выбранных партнёров-производителей, чьи изделия вписываются в эстетическую концепцию ритейлера. «Занзибар» работает с несколькими ювелирными заводами Екатеринбурга («Ювелирный дом», «Ринго», «Рифеста», «Лино»), с Московскими производителями («Per Sempre», «Вальтера», «Эстет», «Адамас», «Гранд Алорис»), с костромским заводом «Диамант» и ювелирным предприятием «Эгрет», а год назад был заключён договор с партнёрами из Италии – известной фирмой «ROBERTO BRAVO». На прилавках сети ювелирных салонов «Занзибар» изделия из золота – белого, красного, жёлтого, в том числе с использованием драгоценных и полудрагоценных камней – бриллиантов, сапфиров, изумрудов, рубинов, морского жемчуга. Украшения эти рассчитаны на людей, которые ценят и качество, и эксклюзивность, чьи вкусовые пристрастия не сдерживаются материальными возможностями.

«Занзибар» предлагает уникальные по технике исполнения изделия: современный дизайн, игра с формой, оригинальные цветовые решения за счёт сочетания камней. Здесь нет стилевых излишеств, отсутствует даже намёк на вычурность, претенциозность. Это – роскошь с элементами шика, и как неотъемлемая её составляющая – эксклюзивность. Каждая партия изделий малочисленна, а при производстве используется ручная труд мастеров-ювелиров.

Руководство сети ювелирных салонов «Занзибар», каждый месяц обновляя свои коллекции, не ограничивается качеством и эксклюзивностью представленной продукции. Здесь непременно должны быть представлены все стили. Ювелирные украшения воспринимаются как произведения искусства, отражающие в себе мировые культурные традиции. Поэтому, посетив «Занзибар» и взглядевшись в витрины, можно «разгадать» украшения, выполненные в духе классицизма, ампира, барокко, рококо, кубизма, авангарда, модерна, эклектики...



4



5

4-5. Коллекция ювелирных украшений

6. Тренинг для персонала



6

Всё великолепие, собранное на этом золотом «острове» – гарнитуры, серьги, подвески, кольца, браслеты, колье, заколки – не может не понравиться. Поэтому не удивительно, что, несмотря на цены выше средних, у «Занзибара» сформировался круг постоянных клиентов. Здесь дорожат своими клиентами. Для них разработана система бонусов: скидки, подарочные сертификаты, накопительные дисконтные карты, подарки к праздникам.

Татьяна Прокофьева убеждена: работа с золотом ко многому обязывает. Поэтому её требования к персоналу достаточно высоки:

– Продавцов-консультантов для работы в наших салонах подбирает психолог. Внешний облик, личный вкус, умение общаться, улыбаться, жизненный опыт – всё учитывается. Продавец прежде всего должен вызывать доверие у покупателя, ведь речь идет о дорогих ювелирных украшениях «высшей пробы». Для этого консультанту необходимо обладать знаниями. Для персонала проводятся обязательные мастер-классы, и в конечном итоге наши сотрудники не только овладевают техникой продаж, но и становятся экспертами по ювелирным камням и металлам. У нас есть все возможности и для карьерного роста. Реально пройти путь от простого продавца до заведующей магазином – такие примеры уже есть. Лучшим продавцам по итогам года вручаются ценные призы, грамоты и памятные значки. К праздникам и в дни рождения сотрудники также получают подарки. В ближайших наших планах – расширение числа партнёров. Выбор, естественно, делается в пользу самых передовых производителей. Динамичное развитие фирмы обусловлено абсолютно чётким и последовательным позиционированием на рынке. ■

Тел.: (8452) 446-446  
e-mail: lazur-l@mail.ru