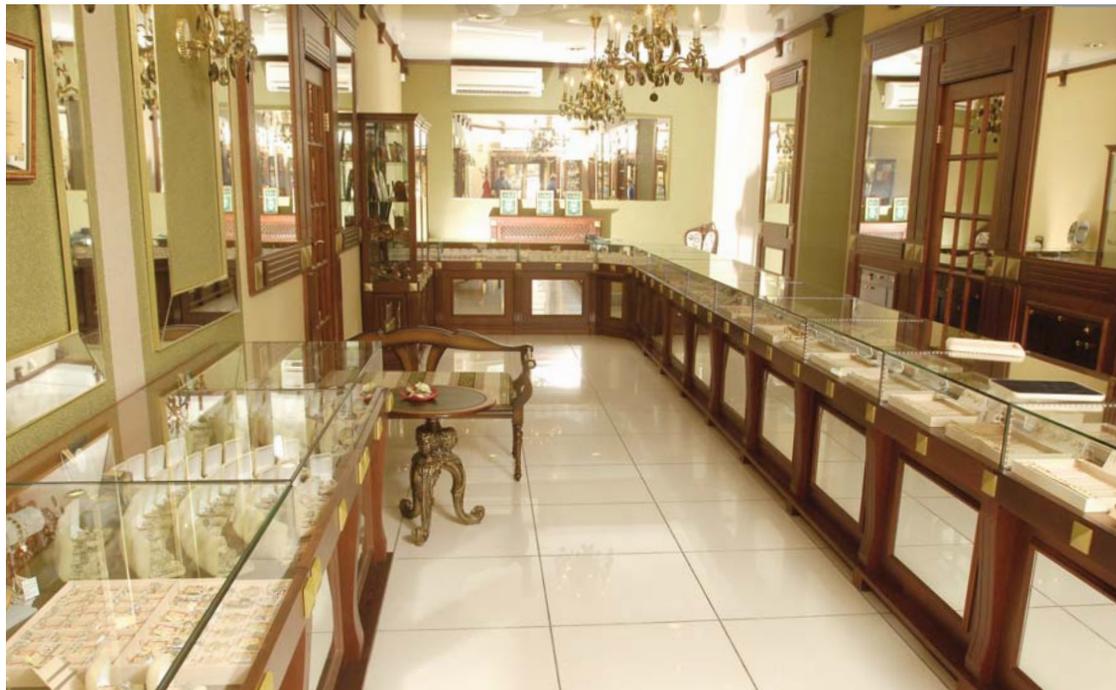




**Наталья Павловна ВОЛОШИНА**  
 Генеральный директор  
 Ювелирного салона  
 «GOLD»



## МЕЧТА, ВЫПОЛНЕННАЯ В «GOLD»

ЕЁ ЮВЕЛИРНОМУ МАГАЗИНУ ВСЕГО ДВА ГОДА, НО ВЕСЬ ГОРОД УЖЕ ЗНАЕТ ЕЁ ИМЯ. ОНА НИКОГДА РАНЬШЕ НЕ РАБОТАЛА В ЮВЕЛИРНОМ БИЗНЕСЕ, НО ТАК ВЫСОКО ПОДНЯЛА ПЛАНКУ КАЧЕСТВА, ЧТО КОНКУРЕНТАМ ОСТАЕТСЯ ЛИШЬ ЗАВИДОВАТЬ И ПОКОРНО СЛЕДОВАТЬ ЗА ЛИДЕРОМ. РЕПУТАЦИЯ МАГАЗИНА И ВЫСОКОПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ПЕРСОНАЛ МОГЛИ БЫ ПОЗВОЛИТЬ ЕЙ РАССЛАБИТЬСЯ И ЛИШЬ ИЗРЕДКА КОНТРОЛИРОВАТЬ РАБОЧИЙ ПРОЦЕСС, НО ОНА НЕ ЖЕЛАЕТ ОСТАНАВЛИВАТЬСЯ В ПОСТОЯННОМ ПОИСКЕ НОВЫХ ИДЕЙ, ЗНАНИЙ, ТОВАРОВ И ПОСТАВЩИКОВ. КАКИМ ЖЕ БЫЛ ПУТЬ К УСПЕХУ ВЛАДЕЛИЦЫ МАГАЗИНА «GOLD» НАТАЛЬИ ВОЛОШИНОЙ?

### Квартирный вопрос, или Открытие с препятствиями

Жительница г. Лесного, расположенного в 250 км к северу от Екатеринбурга, Наталья Волошина в торговле всю жизнь. Профессиональный товаровед, она начала свою работу в 16 лет, а в 28 уже была директором крупного магазина. Закрытый город, комплекс «провинциальности» горожан, воспоминания о дефицитности советской «ювелирки» и нескладности перестроечной не стали преградой на пути к «золотой» мечте. Общась с Натальей Павловной, сначала недоумеваешь, откуда в человеке, ведущем далеко не самый простой бизнес, столько энергии, а потом понимаешь, что только те, кто со смехом рассказывают о неприятностях и с оптимизмом смотрят на препятствия, и достигают высот.

Вопреки сложившемуся стереотипу, что успешные женщины приносят семью в жертву работе, Наталью Волошину можно назвать счастливой «хранительницей очага», ибо



Россия, 624200,  
 Свердловская область,  
 г. Лесной,  
 ул. Ленина, д. 33  
 Тел.: 8 (34342) 666-06

«GOLD» – это семейный бизнес. В качестве надёжной опоры выступает сын Владимир. Чтобы открыть собственный ювелирный бизнес требовался немалый первоначальный капитал, и Владимиру пришлось помогать матери, оставив работу на градообразующем предприятии Лесного. Они долго вместе работали в сфере оптовой торговли продуктами питания, помогая один другому в трудные моменты и во всём поддерживая друг друга. Владимир с присущим ему мужским хладнокровием и рассудительностью решает такие задачи, которые приводят в замешательство товароведов и даже самую многоопытную Наталью Павловну. Никакого разделения обязанностей в руководстве салоном нет, всё основано на полном доверии и взаимозаменяемости.

Муж Натальи Павловны далёк от ювелирной торговли, но он всегда морально поддерживает жену и сына своим одобрительным отношением и гордится ими.

Свой магазин Наталья Волошина считает рукотворной мечтой, а коллектив – подарком судьбы, но «сказку сделать былью» было очень непросто. Сначала доскональная подготовка – на обдумывание концепции магазина, изучение чужого опыта у Натальи Волошиной с сыном Владимиром ушёл год. Когда воображение прорисовало мельчайшие детали будущего салона, начались неприятности. Вывод из жилого фонда купленной и оформленной по всем правилам квартиры, предназначавшейся под магазин, вы-



звал бурю протеста со стороны жильцов. Обитатели сталинского дома в центре города устраивали пикеты, писали жалобы в адрес городской администрации и губернатора. Объяснять жильцам, что «зажравшиеся коммерсанты» сделали всё по закону, приезжал сам заместитель главы местной администрации. Но от того, что открывать собираются не пивную или ночной клуб, а ювелирный магазин, гнев возмущенных пенсионеров не убавился.

Пока велась переделка квартиры в салон, Наталья Павловна пыталась с жильцами познакомиться, а прилегающую территорию облагородить. Протопанную к автобусной остановке «народную» тропу вымостили плиткой, во дворе поставили новые лавочки, под которыми забетонировали площадку, чтобы даже после дождя не нужно было мочить ноги и месить грязь, если хочется посидеть в тени деревьев. Но лавочки, поставленные «врагами народа» этот народ спилил, и все старания по благоустройству двора пошли прахом. «Хорошо хоть дорожку к остановке не раскучили. Даже "спасибо" сказали», – смеётся Наталья Волошина.

Когда голова забита строительством магазина и поиском поставщиков, когда нужно формировать команду и выбирать ассортимент, а мастеров, пришедших подключать Интернет, запирают на чердаке – это выбивает из ритма, не даёт сосредоточиться на работе. У кого-то бы опустились руки, но ни козни жильцов, ни шипение конкурентов, ни необходимость солидных денежных вложений Наталью Волошину не останавливали. Её целью было не просто создание магазина – она хотела показать Лесному нечто, чего он ещё не видел...

### Начинать надо с себя

И показала: европейское качество обслуживания, безупречный интерьер, смелый ассортимент – истинный образец для подража-



ния. Открытия магазина город ждал и эффект, который он произвел, был на зависть всем конкурентам. О высоком уровне магазина можно было догадаться ещё во время ремонта, когда снаружи уже красовалась вывеска «GOLD», а внутри местные мастера по второму разу переделывали стены, потому что Наталья Павловна выбрала дорогой и редкий материал для отделки, с которым они никогда ещё дела не имели. Но то, что увидели покупатели за распахнувшимися дверями салона, превзошло все ожидания. Такого в Лесном действительно ещё не было!

Интерьером занимался профессиональный дизайнер, поэтому каждая деталь выверена до мелочей. Прилавки и шкафы для украшений делались под заказ из натурального дерева – Наталья Волошина пошла на сознательное удорожание проекта, решив, что шикарным изделиям нужно соответствующее обрамление. Итальянская мебель, дорогие люстры и отделочные материалы – и в магазин приходят не только за покупками, а просто полюбоваться. И всё же главным фактором успеха Наталья Волошина считает коллектив.



«Я понимала, – говорит хозяйка магазина, – что дело, за которое взялась – очень тонкое, требующее знаний, которыми я на тот момент располагала поверхностно, теоретически. Ко мне же пришли люди, у которых за плечами было по 10 лет работы в ювелирных магазинах. А что такое профессиональный продавец драгоценностей в городе с 60 тысячами населения и 5 ювелирными магазинами? – Подарок судьбы! Их все знают, они всем, как родные. На этом мы сразу заработали себе баллы в глазах покупателей, приобрели постоянных клиентов. Плюс все мои сотрудники – дипломированные специалисты с образованием, работать с ними – одно удовольствие».

Все продавцы в «GOLD» имеют высшее товароведческое и экономическое образование, есть в коллективе и специалист-геммолог. Наталья Волошина считает профессионализм залогом успеха и к своим сотрудникам относится со строгой заботой. Все журналы и книги, всё, что могло бы усовершенствовать работу, привнести оригинальность, хозяйка магазина ищет и изучает, чтобы потом передать

знания персоналу. Все сотрудники проходят обучение и проверку знаний, которая влияет на зарплату.

«Во всём надо начинать надо с себя, – убеждена владелица самого успешного в Лесном магазина. – Как в ситуации с персоналом, так и с клиентом. Я постоянно учусь и учу коллектив. Часто выхожу в зал, чтобы представить себя покупательницей. Именно по ту сторону прилавка, столь непривычную для продавца, видны все промахи и недостатки. И хотя он могут показаться незначительными, я считаю, что в нашем деле мелочей не бывает. Только так и возможно контролировать качество».

Надо сказать, что, несмотря на «жесткий характер», который отмечает в себе Волошина, к тому авторитарному типу руководителей, которые не приемлют возражений и свое мнение считают единственно верным, она не относится. Так, по рекомендациям коллектива владелица магазина ввела в ассортимент недорогие молодежные серебряные украшения, против которых изначально выступала, говоря, что «у нас не газетный ларёк, и украшения должны быть эксклюзивными».

«Мне нравится работать с молодыми, – говорит Наталья Волошина, – у них другой взгляд на многие вещи, они часто гораздо легче относятся к тем вещам, на которых я "замораживаюсь". Гибкое мышление и молодая энергия заставляют держать себя в тонусе. И я не позволю себе стариться, пока работаю. Ювелирная торговля не терпит уставших старушек – здесь всегда должен быть энтузиазм и свежий взгляд».

### А теперь удиви меня!

Чтобы бизнес процветал, Наталья Волошина вывела для себя принцип, которому неукоснительно и постоянно следует: покупателя надо удивлять. Громкое открытие, шикарный интерьер, безупречная форма продавцов – всё это хорошо, но это только начало. А клиента надо удержать, сделать постоянным посетителем магазина. И тут в ход идёт целый арсенал средств.

**Ассортимент.** Поначалу Волошина удивляла поставщиков и конкурентов необычно смелыми заказами. Товары, которые покупала она, остальные брать боялись – дорого это для провинциального города – не пойдёт. «Пойдёт!» – говорила Наталья Павловна и выбирала дорогие, очень красивые вещи. Они лежали на прилавках дольше других, но спустя время неизменно находили своего хозяина. Волошина не испугалась поднять планку выше, чем было принято до неё, она сделала шаг вперёд и не прогадала. Клиент пришел за нешаблонными изделиями и остался в качестве «желанного гостя» – такую карту, помимо



дисконтной, ввели в магазине «GOLD» для особенно частых посетителей.

**Качество.** «Там всё турецкое», – шипели злопыхатели, а Волошина тем временем ездила на профессиональные выставки и заключала договоры с поставщиками. Сейчас около 70 фирм поставляют украшения в салон, а сам «GOLD» является членом Клуба российской ювелирной торговли. Изделия от лучших российских производителей представлены на прилавках магазина, а в планах уже итальянские поставщики и новые товары.

**Позиционирование.** На рекламу Наталья Волошина денег не жалеет: по местному телевидению постоянно идут ролики, демонстриру-



тельные женщины. Все они могут себе позволить то, что получили в подарок от магазина, но проблема в том, что все дорогие подарки они зачастую делают себе сами, а наш сюрприз вызвал самые сердечные слова благодарности», – вспоминает Волошина.

Оптимизм, целеустремленность и искренняя убежденность в том, что город заслуживает магазина такого уровня, помогли Наталье Волошиной выбиться в лидеры ювелирной торговли Лесного, открыть новый филиал в Нижней Туре. Но по протоптанной дорожке



ющие новинки. После таких показов в магазин приходят со словами: «Вчера по телевизору видела у вас браслет – всю ночь заснуть не могла». Непрекращающиеся акции и подарки – там, где не хватает красных дней в календаре, фантазия подсказывает очередной повод для подарка. На 9 Мая в магазине – скидки, на 8 Марта – розыгрыш золотых часов, на Новый год – кольца с бриллиантами и подвески постоянным клиентам, золотые подарки – в конце учебного года выпускникам-медалистам и всегда – молодым мамам. Не магазин, а праздник! «Особенно приятно было видеть, как искренне радуются состоя-

следовать легче, чем прокладывать путь «сквозь тернии к звездам». Как удержаться в лидерах, когда конкуренты перенимают успешные ходы на лету? На этот вопрос Наталья Павловна опять отвечает с улыбкой: «Да, конкуренты подражают и перенимают всё лучшее, что мы делаем на свой страх и риск. Быть первыми сложно, но если не греют такие победы, то тогда зачем всё это вообще? Мы по-прежнему будем придумывать новое, искать оригинальные решения, предлагать товар, которого нет ни у кого, и обязательно ещё чем-нибудь всех удивим!». ■

**Марина КРОХМАЛЮК**