




ЗОЛОТОЕ НАСЛЕДИЕ
ЮВЕЛИРНАЯ ФАБРИКА

«ТЕМНАЯ ЛОШАДКА», ИЛИ ГЛАВНАЯ ИНТРИГА JUNWEX РАСКРЫТА

Мощное выступление на сентябрьской выставке JUNWEX Москва новой компании Ювелирная фабрика «Золотое наследие» стало основной интригой сезона. Внушительные выставочные площади и отдельный вход на стенд с фасада главного ювелирного павильона. Живая музыка. Оригинальные, ранее невиданные на российском рынке модели по более чем приемлемым (хотя и не демпинговым) ценам... Гости и участники ювелирной выставки были, мягко говоря, удивлены. При том что удивить искушенного ювелирного покупателя сегодня крайне сложно. Так кто же он – этот новый игрок ювелирного рынка? Каким будет продолжение столь эффектного дебюта? Чем новая компания планирует взять клиента? На эти и многие другие вопросы заинтригованной ювелирной общественности отвечают руководители Ювелирной фабрики «Золотое наследие».

Прошу прощение за прямоту, но создание новой компании на довольно тесном ювелирном рынке, да еще не в самой простой экономической ситуации... Многие оценивают этот шаг как неоправданно рискованный.

Дело в том, что у истоков Ювелирной фабрики «Золотое наследие» стоят не новички рынка. Рождение компании напрямую связано с объединением творческого потенциала нескольких человек, имеющих прямое отношение к ювелирной отрасли. Сомнений в успехе компании нет: богатый жизненный опыт и деловая хватка сделали крепкий фундамент строящегося коллектива – нового ювелирного небоскреба.

Но опыта и хватки недостаточно для успеха. Нужен продукт! Эксклюзивный, актуальный, востребованный. Продукт, которого еще не было на рынке, но который гарантированно ликвиден.

Сегодня абсолютно каждый производитель мечтает о таком товаре. У вас он есть?

Да, есть! В среднем ценовом сегменте мы представляем абсолютно новые изделия – ничего подобного на российском рынке еще не было. Для создания уникального продукта мы закупили редкое дорогостоящее оборудование: в мире насчитывается всего 12 подобных станков. В России этими технологиями располагаем только мы.

Оборудование позволяет создавать эксклюзивный рисунок (дизайн) путем наложения друг на друга нескольких более простых элементов, а затем наносить его непосредственно на изделие. Поскольку число комбинаций таких элементов практически неограниченно, то и количество уникальных в своем роде изделий – тоже. Матрица для каждого изделия эксклюзивна. На сегодняшний день мы создали уже более 800 уникальных украшений.



Речь идет о бескаменке?

Не только. Мы создаем коллекции со вставками и без вставок, с полудрагоценными и драгоценными камнями. Активно идет работа над бриллиантовым ассортиментом. Возможности нашего оборудования чрезвычайно широки (пока мы используем его потенциал процентов на 20, не более).

Нет опасения, что другая ювелирная компания скопирует ваши модели и у вас уже не будет эксклюзива?

Задавшись целью, вручную повторить наши модели возможно, это очень трудоемкий процесс. Если только в единичном экземпляре. Для массового выпуска нужно специальное оборудование.

Так в чем проблема? Можно закупить такое же оборудование...

Найти серьезные суммы и закупить оборудование, конечно, можно. Но это только поддела. Нужно наладить технологический процесс, подготовить специалистов. В нашем случае с момента закупки оборудования до начала работы отдела продаж прошло 7 месяцев. Мы направляли сотрудников учиться за рубежом, приглашали специалистов из Европы для проведения практических занятий на местах. Знаете, это как Word: пользуются все, но большинство освоило менее 10% возможностей этого приложения. Поэтому даже если подобные станки появятся еще у кого-то из российских производителей, нас обойти уже вряд ли удастся.

Настало время поговорить о команде. Как получилось, что в новой компании работают люди, имеющие 5–10-летний опыт в ювелирке? Вы переманивали кадры?

Новая компания всегда вызывает повышенный интерес на рынке. И, конечно, многие опытные менеджеры, ранее работавшие в других фирмах, обратили на нас внимание.

Первое, что изучает грамотный менеджер по продажам, приходя на встречу к потенциальному работодателю, – это продукт. Насколько он уникален, интересен, будет ли чем дистанцироваться от других, можно ли на нем заработать. У нас есть такой продукт. Примерив его на свою клиентскую базу, менеджеры поняли, что работать с нами выгодно.

Второе – условия труда и вознаграждение за работу. Мы заинтересованы в том, чтобы наши сотрудники хорошо зарабатывали (в конечном счете, их доход – это и наше благосостояние). Поэтому мы разработали и внедрили эффективную систему поощрения. Имея собственный немалый опыт работы в ювелирной отрасли, мы отлично понимаем, как нужно заинтересовывать людей.

Вы говорите, что сотрудничаете с магазинами по всей России, предлагая актуальный эксклюзивный товар. Но покупательские предпочтения, к примеру, в ЮФО и в Санкт-Петербурге сильно различаются...

Мы формируем ассортимент, планируем расширение и обновление модельного ряда, исходя из интересов каждого региона. Как я уже говорил, у нас работают очень опытные менеджеры, имеющие годами сформированные клиентские базы и отлично понимающие, где какой товар продается. Кроме того, менеджеры держат постоянную связь с оптовыми покупателями, благодаря чему мы имеем возможность оперативно реагировать на изменение спроса и корректировать ассортимент. Помимо этого у нас, конечно, есть и так называемая усредненная группа товара.

Накануне выставки вы заявляли об индивидуальном подходе к клиентам. Что стоит за этой распространенной формулировкой?

Среди наших партнеров очень разные магазины – и крупные сети, и совсем небольшие единичные торговые точки. Поэтому, начиная переговоры, мы стараемся понять, что магазин хочет и что ему нужно. Нам очень важно, чтобы компания попробовала поработать с нашим товаром – выставила его на прилавок, поскольк, как показывает опыт, сомнения о целесообразности сотрудничества продолжают ровно до тех пор, пока бухгалтерия не

ЮВЕЛИРНАЯ ФАБРИКА «ЗОЛОТОЕ НАСЛЕДИЕ» – ЭТО:

- уникальное для России оборудование и технологии (компания располагает одним из 12 имеющихся в мире станков),
- 1400 кв.м производственных площадей,
- эксклюзивные изделия средней ценовой категории, не имеющие аналогов на российском рынке
- широкий ассортимент изделий массового и среднего сегмента (более 5000 оригинальных украшений, выполненных по собственным эскизам: кольца, серьги, браслеты, обручальные кольца, мужские коллекции, пирсинг, броши)
- более 200 рабочих мест
- более 150 кг готовой продукции ежемесячно
- отдел продаж (Москва) площадью более 600 м²
- условия сотрудничества, индивидуальные для каждого клиента

вывела средний чек за месяц, а товаровед не проанализировал продажи. После этого магазин понимает, сколько он заработал на нас и с удовольствием продолжает сотрудничать.

Мы очень гибко подходим к разработке условий взаимодействия. Готовы идти на уступки при условии, конечно, положительной кредитной истории клиента.

На выставке многие оптовые покупатели отмечали невысокую цену на вашу продукцию и высокое качество. К тому же оборудование, которое вы используете, весьма дорогостоящее. Модельный ряд вы обновляете постоянно. Содержание двух офисов – в Костроме и Москве, производства, склада, постоянное расширение штата – все это требует больших дополнительных вложений. И при этом вы еще предоставляете гибкие условия сотрудничества... Не получится так, что первоначальные инвестиции закончатся, а новых средств в достаточном количестве просто не будет...

Не сомневайтесь. Мы отлично помним народную пословицу: не зная броду – не лезь в воду. И просчитали окупаемость производства – это длительный процесс. Да, наша компания стремительно вошла на рынок, но это не значит, что мы ждем бешеной прибыли уже сегодня.

А еще всех впечатлило ваше эффектное выступление на выставке...

Такую уникальную возможность нам предоставили организаторы, за что мы им очень благодарны. Мы задолго до выставки обсуждали площади стенда, заранее оплатили свое участие в ней. А отдельный вход – это, можно сказать, бонус, аванс от организаторов JUNWEX. Они поверили в нас, в то, что мы пришли на этот рынок всерьез и надолго.

Какие вопросы для вас актуальны сегодня? Что поставлено во главу угла?

Продолжаем расширять модельный ряд, осваивать новые возможности оборудования, работаем над коллекциями с драгоценными вставками. А также над созданием ювелирного оптового гипермаркета – большой оптовой фирмы в Москве, где будут представлены не только наши изделия, но и других ведущих российских производителей. Основной критерий отбора товара (поставщиков) для гипермаркета – актуальность ассортимента, мобильность производства (готовность производителей оперативно меняться под запросы рынка), адекватные цены и, конечно, высокое качество продукции.

Ювелирная фабрика «Золотое наследие»

Москва, Сибирский проезд, 2, стр. 2

Тел./факс: +7 (495) 679-82-88

e-mail: info@zn-gold.ru; www.zolotoe-nasledie.ru