

SOKOLOV

JEWELRY

ГОД УСПЕХА

Товар на полках, бренд — в головах. Правильность этого утверждения оспаривать не приходится, ведь каждый из нас сталкивался с особенной «магией» бренда. В феврале прошлого года ювелирный завод Diamant заявил, что он начинает сложный путь, цель которого — попадание в умы покупателей под новым именем SOKOLOV. И всего лишь за год компания совершила многое.

У ВСЕХ НА УСТАХ

За решение своей главной задачи — помочь партнерам в продажах украшений SOKOLOV — компания взялась максимально активно. В сентябре 2014 года стартовала масштабная рекламная кампания бренда, ставшая принципиально новым для российского рынка явлением. Впервые производитель, не имеющий собственной розничной сети, вышел на контакт с конечным покупателем. Активное размещение в ведущих федеральных глянце-вых изданиях (таких, как Glamour, Cosmopolitan, «Домашний очаг», «Караван историй», Vogue и множество других), на главных интернет-порталах страны (mail.ru, yandex.ru)



и площадках с целевой женской аудиторией (cosmo.ru, elle.ru, woman.ru и других) позволили бренду быстро запомниться конечному покупателю. Немалое внимание уделяется и продвижению в социальных сетях — более 100 000 человек ежедневно следят за новостями компании. В рамках новогодней рекламной кампании SOKOLOV был

запущен проект «Мечта на миллион» — масштабная акция, в рамках которой покупателям предлагалось приобрести ювелирное изделие бренда в магазине партнера и зарегистрировать штрих-код. Поддержанная рекламой на телевидении, радио и в прессе, кампания выявила огромный интерес покупателей к бренду и привела за драгоценными покупками сотни тысяч покупателей по всей стране.

НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА АССОРТИМЕНТ

Привлечь внимание покупателя SOKOLOV помогли и разрабатываемые компанией современные украшения. Художники создают ювелирные изделия, учитывая модные тренды, собственное уникальное видение и пожелания покупателей. Ассортимент марки на сегодня объединяет изделия из золота и серебра с фианитами, полудрагоценными и драгоценными вставками, без вставок. Компания уделяет большое внимание коллекционному продвижению, представляя новинки уже в новом формате. Линейки имеют собственную упаковку, попадают в ведущие глянце-вые журналы страны в качестве выбора редакции, продвигаются в рекламе. К выставке JUNWEX Петербург бренд подготовил как обновление своих текущих «хитовых» коллекций (как, например, бестселлер — украшения в русском стиле Russe), так и совершенно новые решения. Бренд удивляет смелыми дизайнерскими решениями в молодежной коллекции Express Yourself с кристаллами Swarovski, переосмысливает стандартный подход к мужскому ассортименту с линейкой «Геракл», впервые предлагает покупателям инновационные вставки: топазы «кашмир» в коллекции Fleur и Swarovski Zirkonia с 88 гранями. Нельзя пройти мимо готового «подарочного» решения «Комплименты», которое, безусловно, станет «хитом»





Значительно был переработан и сайт компании, став более ориентированным на конечного покупателя. Этот шаг также позволил сделать сотрудничество с SOKOLOV проще: покупатели могут выбрать украшение и отправиться за покупкой в магазин партнера, представленный в одном из самых популярных разделов ресурса — «Где купить».

УЧЕНИЕ – СВЕТ

SOKOLOV обратил внимание и на компетенцию торгового персонала. Компанией была разработана комплексная образовательная программа, работающая на базе современного портала для сотрудников розничных ювелирных магазинов — SOKOLOV Sellers Club. В рамках специального сайта продавцы могут проходить обучение в образовательном модуле, участвовать в кон-

продаж в преддверии главного весеннего праздника. Классические модели также не забыты: дизайнеры SOKOLOV разработали модели украшений из золота с бриллиантами традиционного дизайна по максимально привлекательной цене. Не без внимания и обручальные кольца — в новой коллекции бренда использована технология, позволяющая значительно сократить массу изделия, при этом сохранив все преимущества полновесной модели.

БРЕНД – В МАССЫ

SOKOLOV значительно облегчает задачу поиска украшений покупателями с помощью брендовых зон. Преимущества предоставляемого демонстрационного оборудования были быстро оценены партнерами компании. Именно к стильной выкладке, часто выгодно отличающейся от традиционного подхода к ювелирному мерчендайзингу, прикованы взгляды покупателей в магазине. Выделение ассортимента в отдельную зону оправдано не только с точки зрения качества визуального представления — партнеры компании сообщают, что продажи с такого оборудования выше, чем с традиционной выкладки. Весь комплект материалов SOKOLOV предоставляет бесплатно. Такой формат положительно влияет на образ магазина: покупатели отмечают, что представляя ювелирные изделия именно в брендовом формате, повышается его статус.

Отдельного внимания заслуживает и сопровождение продаж украшений SOKOLOV. Разработанные брендом рекламно-информационные материалы позитивно воспринимаются покупателем. Партнерам предлагается полный спектр необходимых для сопровождения продаж форматов: от сезонных каталогов с новинками ассортимента до памяток по уходу. Отдельного упоминания заслуживает фирменная упаковка: были разработаны несколько форматов, которые подходят для разного ассортимента.



курсах и регистрировать штрих-коды проданных украшений. За каждую активность сотрудникам начисляются баллы, которые они могут потратить на приобретение ювелирных изделий, подарочных сертификатов. Площадка club.sokolov.ru уже стала для продавцов не просто «энциклопедией», где можно получать знания, а полноценной площадкой для мотивации.

Огромное значение имеет также запущенная брендом программа тренингов. За год активной лекционной деятельности более полутора тысяч продавцов партнеров компании по всей стране смогли получить новые знания и повысить профессиональный уровень.

SOKOLOV предлагает многопрофильное готовое решение, которое действительно позволяет партнерам развиваться и привлекать покупателей. И на достигнутом останавливаться не собирается! В 2015 году компания планирует запуск ряда проектов для клиентов и конечных покупателей. Продолжится активная реклама бренда. Главная задача SOKOLOV — сделать бизнес клиента эффективней.

