



Популярность часов российского часового завода «НИКА» такова, что сегодня изделия с маркировкой «Сделано в России» составляют достойную конкуренцию швейцарским часам. Об истории становления и развития ведущего отечественного предприятия, о тонкостях производства и секретах успеха мы побеседовали с соучредителями компании – супругами Тенгизом САНИКИДЗЕ и Еленой ХИТРИНОЙ.

Беседовала НОВИКОВА Юлия,
главный редактор журнала
«Навигатор ювелирной торговли»

**Тенгиз САНИКИДЗЕ и Елена ХИТРИНА,
соучредители часового завода «НИКА»:**

**«МЫ ДЕЛАЕМ
РОССИЮ ЧАСОВОЙ ДЕРЖАВОЙ»**

Расскажите, как все начиналось – кому пришла в голову идея, что нужно заниматься именно часовым производством и именно ювелирными часами?

ТЕНГИЗ: Дело в том, что в свое время я налаживал много различных производств, только в Москве их было 10, в том числе – два часовых. И я очень хорошо представлял себе, что и как нужно делать, чтобы производство было успешным. Но в случае с компаниями, которые тебе не принадлежат, всегда присутствуют определенные ограничения, а хотелось попробовать, как это, когда без препятствий можно участвовать в построении и развитии бизнеса. Тогда я предложил Елене – это мой друг, партнер по жизни и супруга в одном лице, Георгию Мордехашвили и Алексею Богданову идею нового часового производства. Сказал: «Я знаю, что нужно делать, давайте пройдемся по магазинам, и я покажу вам, что из того, что я собираюсь вам предложить, нигде больше нет». Мы ходили и посмотрели, а потом ударили по рукам и начали создавать свое производство. Я набросал эскизы часов, аналогичных которым на тот момент в России не было, начал запускать штампы. Мы сняли небольшое помещение на Московском заводе спецсплавов и вместе с Дмитрием Кузьминым, который сейчас работает у нас директором часового завода, строили, штамповали, экспериментировали. А Лена занималась продажами.

ЕЛЕНА: Наша основная сила была в команде. Тенгиз отвечал за производство, Георгий – за маркетинг и стиль бренда, за рекламные материалы и продвижение, Алексей в большей степени контролировал финансовую сторону, а я работала бок о бок с супругом, который учил меня азам этого бизнеса.

ТЕНГИЗ: Вот так мы распределились, встали плечом к плечу и пошли делать общее дело с полным друг к другу доверием.

То есть залогом вашего успеха было именно то, что подобралась такая хорошая команда?

ТЕНГИЗ: Да!

ЕЛЕНА: К юбилею компании, ее десятой годовщине произошло знаменательное событие – Георгий решил сделать нам всем подарок и написал нашу историю. Книга называется «НИКА. История любви». Она о том, как все начиналось, как мы развивались... Там есть много очень интересных моментов, и один из них – про то, как Георгий разработал «Кодекс чести». Это не договор, который скрепляется подписями, но при этом в нем каждое слово внесено и принято всеми нами. Я считаю, что это тоже один из краеугольных камней прочного фундамента любого бизнеса. Его нужно заложить в самом начале – и тогда история компании обязательно будет успешной.

ОТ ИМЕНИ ВСЕХ УЧРЕДИТЕЛЕЙ:

Есть супружеские пары, которые до конца своей жизни сохраняют преданность и любовь. Такие пары, особенно преклонного возраста, вызывают трепетные чувства, уважение, а у некоторых и вполне обоснованную белую зависть.

Точно так же происходит и с компаниями, в которых сотрудники сохраняют преданность и любовь к своему делу. Любовь – вот истинный секрет успеха. И тогда несложно ответить на вопрос: «Почему у «Ники» получилось?»

Именно потому, что мы все делали, делаем и будем делать с любовью!

Георгий Мордехашвили.

«НИКА. История любви». – Москва, 2014





Следующий вопрос, который закономерно возникает, – были ли у вас в начале пути конкуренты? И если были, то как вы их победили?

ТЕНГИЗ: Конечно, было много производителей ювелирных часов – и очень серьезные: «Золотое время», «МакТайм», «Монетный двор», «Адамас», «Полет Элит»... В этом сегменте компаний тогда было даже больше, чем сейчас. Что касается вопроса о победе, скажу так: мы никого не побеждали, мы ни с кем не воюем, мы просто делаем то, что мы любим и что нам нравится.

ЕЛЕНА: Ниша, в которой мы были представлены, в то время интенсивно развивалась, были заполнены самые различные ее сегменты, и, когда мы входили на рынок, нельзя сказать, что нас принимали с распростертыми объятиями.

ТЕНГИЗ: Но интересный дизайн наших часов сделал свое дело. А потом я придумал технологию «капсула» и стал спать спокойно 😊 Потому что качество часов, выполненных по этой технологии, беспрецедентно. В 2006 году мы запустили наши часы с капсульной технологией и забыли про брак. К нашим часам не было и нет нареканий, наша лояльность к клиентам была и остается на очень высоком уровне. Мы изначально видели свою задачу не в том, чтобы отгрузить как можно больше продукции, а в том, чтобы наши часы успешно продавались у наших партнеров. Такое отношение не могло оставить потенциальных партнеров равнодушными. Если говорить о

продажах на старте производства, то хочется отметить, что все было далеко не так просто – Лена обзванивала всех, предлагала нашу продукцию попробовать, и не всегда были положительные ответы, были отказы и достаточно жесткие порой.

ЕЛЕНА: Это как раз хорошая иллюстрация к тому, какой был рынок на тот момент. Он был заполнен, и каждая из компаний работала над созданием хороших отношений с клиентами. Поэтому продукцию новых предприятий клиенты воспринимали с большой настороженностью.

В 2006 году произошел рывок благодаря нестандартному дизайну, высокому качеству и хорошо выстроенным отношениям с клиентами... А были у вас какие-то сложности, связанные с открытием производства в России?

ТЕНГИЗ: Это не сложности – это самый интересный этап работы для меня. Я очень люблю налаживать производства, это мое любимое занятие, мое хобби, которым я готов заниматься всегда. Мне кажется, именно процесс формирования и запуска – самый интересный этап в жизни компании. Когда все налаживается, на смену драйву приходит текущая рутинная работа. Когда-то мы с Димой Кузьминым вдвоем начинали, вальцевали и штамповали наши часы буквально по всей Москве в мастерских у друзей. Потом нас приютил Андрей Дьяков, дал нам помещение, где мы смогли разместить ювелиров и часовщиков, за что ему огромная благодарность. Потом мы с ребятами сняли полуподвальное помещение, и я хорошо помню, как пришел туда, ходил по пустым помещениям и мечтал, как тут будет, когда все уже заработает. Там было 280 квадратных метров, мне казалось, что до таких площадей нам расти и расти. А на самом деле этот процесс пошел стремительно. Мы закупили в Турции оборудование, поставили его, и наше производство заработало в полную силу. Очень скоро я уже не знал, куда людей сажать. Места не было. Буквально выкапывал дополнительное место, чтобы разместить там экспериментальный участок. Потом переехали в здание побольше, и на какое-то время выдохнули. Но опять быстро выросли. Сейчас уже все здания вокруг нас заняты под наши производства, а это 6600 квадратных метров. Нам есть чем гордиться – я был на многих производствах, и наше очень достойное по сравнению даже с самыми серьезными. Например, мы были в Швейцарии, и даже по сравнению с их знаменитыми на весь мир заводами наше производство находится на очень высоком уровне. В Швейцарии, кстати, я обратил внимание на технологию производственного процесса. По сравнению с ними у нас очень сильная роботизация. Есть даже отдел ОМА (отдел механизации и автоматизации), который разрабатывает системы автоматического производства. Так что мы сделаем Россию часовой державой.

ЕЛЕНА: Я хочу еще один момент подчеркнуть: вся команда у нас подобралась с самого начала очень хорошая!

ТЕНГИЗ: До сих пор все, кто с нами начинал, у нас работают. Говорят, что и на пенсию хотят уйти из нашей компании 😊 У нас семейная компания с очень дружелюбной атмосферой, это, как мне думается, самый главный залог успеха – команда и атмосфера. И партнеры у нас душевные – мы с ними дружим семьями.

ЕЛЕНА: Согласна, технология и дизайн – это еще не все, главное – люди и теплая атмосфера в отношениях с партнерами!

Можете ли вы выделить для себя какие-то основные этапы в развитии компании? Старт в 2003 году, рывок в 2006-м и...?

ТЕНГИЗ: До начала 2003 года проводилась серьезная подготовительная работа. Мы думали над названием компании, Лена как раз была беременна, и уже точно знала, что будет девочка – мы решили назвать ее Ника. И точно так же мы решили назвать компанию. Все наши партнеры согласились. Это был 2001 год. В 2003 году мы инвестировали в компанию первые средства, а в 2006-м получили первый патент.

ЕЛЕНА: 2009 год у нас прошел под эгидой ребрендинга. Нам говорили серьезные маркетологи, что мужские часы с женским именем не будут продаваться. Но оказалось, что у нас огромное количество потребителей, которые Нику ассоциируют именно с образом богини победы, а не с именем Вероника. И мы поверили не маркетологам, а собственной интуиции. И оказались правы в итоге. Как я уже сказала, 2009-й прошел под эгидой ребрендинга. Мы долго морально готовились к изменениям, а на деле приняли новый логотип очень быстро. Но только тогда, когда нам рассказали, сколько в нем разных символов и смыслов – и стилизованная богиня победы, и знак бесконечности, и латинская буква N (Ника). Мы столько для себя нашли приятных знаков в логотипе, что восприняли его с удовольствием.

ТЕНГИЗ: Когда мы проводили маркетинговое исследование, нам говорили, что часы продаются только с маркировкой «Made in Swiss». Другие не признают. Нам рекомендовали ставить эту пометку, несмотря на то что действительности это не соответствовало. Тем более что многие российские компании так и делают. Но у нас были свои принципы, один из которых гласил: «Нельзя обманывать своего потребителя». Нам нечего было стесняться, наши часы сделаны в России, и мы с самого начала открыто это заявляли. Мы знали – у нас сильные и грамотные мастера, а не просто пиар. Наши ребята – они просто гении. И мы вместе делаем Россию часовой державой.

ЕЛЕНА: У каждого из нас были свои мечты о будущем компании. Поэтому когда мы писали кодекс, было сразу решено, что обязательно

МИССИЯ КОМПАНИИ «НИКА»

Мы делаем Россию часовой державой!

Наши ценности:

ПРОФЕССИОНАЛИЗМ

Основа нашего успеха – знания, опыт, новаторский дух и стремление к совершенству.

НАДЕЖНОСТЬ

Мы выполняем обещания, данные покупателям, партнерам и самим себе.

ТВОРЧЕСТВО

Мечтая о лучшем, мы создаем совершенство.

КАЧЕСТВО

Высокая планка во всем обеспечивает высочайшее качество продукции и сервиса.

КОМАНДНЫЙ ДУХ

Наша команда работает слаженно, как единый часовой механизм. Мы уверены, что в общем деле важен вклад каждого сотрудника.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Мы стремимся к максимальным результатам при оптимальном использовании ресурсов.

ВЕРА В УСПЕХ

Мы активно ищем новые пути для достижения целей. Для нас нет ничего невозможного.

АМБИЦИОЗНОСТЬ

Мы не перестаем развиваться, мы не стоим на месте. Наша цель – сохранить позицию лидера, достойно представляя российского производителя на мировом рынке.

ЛЮБОВЬ

Мы работаем для людей и ради людей. Мы делаем свою работу с любовью и вкладываем в нее душу.





будет миссия, что без миссии компания не может существовать. И нужно было создать ту миссию, которая будет вдохновлять как каждого из нас в отдельности, так и всех вместе. Так появился слоган: «Мы сделаем Россию часовой державой!» За несколько лет мы его скорректировали: «Мы делаем Россию часовой державой». Что значит – сделаем? Когда-то сделаем? Нет, мы делаем ее уже сейчас. И хотим стать компанией, которой будет гордиться наша страна. Да, это российское производство, российская компания, это качественные изделия, сделанные в России.

ТЕНГИЗ: После формирования миссии все стало закручиваться вокруг этой идеи. Так, к нам присоединился гениальный изобретатель, часовщик Константин Чайкин – единственный россиянин, который входит в Международную академию независимых часовщиков в Швейцарии (Académie horlogère des créateurs indépendants, АНСИ). Теперь он работает с нами, хотя его постоянно приглашают в Швейцарию.

ЕЛЕНА: Любая разработка длится годы, даже самая простая. Более сложные вещи создаются от года до пяти лет, поэтому то, что началось пять лет назад, например часы Mystery, только в этом году готовы к выпуску. В этом году мы представили еще одну совместную разработку с Константином Чайкиным «ВРЕМЯ РОССИИ» – первые в мире часы, которое показывают время сразу во всех часовых зонах России. Впереди еще очень много разных идей и разработок благодаря сотрудничеству с Константином.

А сколько позиций у вас обычно присутствует в ассортименте?

ЕЛЕНА: Количество производимых нами вариантов около 1500 – это постоянный ассортимент. Если брать количество новых форм, которые мы вводим в год, то можно говорить о 5–7 обязательных коллекциях. Плюс у нас есть лимитированные серии, которые выходят сезонно. Мы учимся работать с трендами и со стилями. Сначала мы постарались заполнить классический модельный ряд. Сейчас он у нас уже есть, и мы стараемся внедрять часы, которые создают настроение.

Вы можете рассказать, кто ваш потребитель, каков его портрет?

ЕЛЕНА: При формировании ассортимента мы всегда идем от потребителя. Мы выделили для себя примерно пять групп потребителей, разделив их по возрасту и стилю жизни. И ориентируемся на их запросы. Наша целевая аудитория – женская на 70%.

Давайте теперь перейдем к вашей работе с оптовыми партнерами – ювелирными магазинами и сетями России. Как вы выстраиваете отношения с ними?

ЕЛЕНА: В 2010 году у нас прошла первая федеральная рекламная кампания, и, подводя ее итоги, мы сделали вывод, что эффективность вложений в рекламу можно повысить только одним способом. Мы должны информировать нашего



покупателя не только о нашем продукте, но и о том, сколько он стоит и где его можно приобрести. Но мы не могли это сделать, так как большинство партнеров устанавливали разные наценки и распределяли продукцию по магазинам самостоятельно. Например, наши партнеры, которые занимались оптовыми продажами, распространяли часы в разные магазины, и мы просто не могли знать, где мы представлены и куда вести покупателя. А ведь вложения в рекламу очень велики, и результат должны почувствовать наши партнеры.

Так мы приняли очень важное решение – сертифицировать магазины партнеров. Целью сертификации были следующие задачи: установление на нашу продукцию минимальных розничных цен; создание и внедрение стилистики нашего бренда на полочном пространстве, одним словом – мерчандайзинг; представленность в магазине рекомендованного ассортимента. Конечно, не все компании смогли поддержать нашу инициативу по разным причинам, и мне хотелось бы поблагодарить их за плодотворное сотрудничество и веру в нас на этапе становления.

Это был тяжелый и сложный период, но результатом мы довольны. Теперь, проводя рекламные кампании, мы знаем и можем говорить покупателям, где продаются часы «НИКА», сколько они стоят. Мы можем быть уверены, что покупатели получают самую грамотную консультацию. Это колоссальная работа и большая победа, и я хотела бы выразить огромную признательность партнерам, которые поддержали нашу идею «перестройки» и сделали это с нами!

Мы почти обо всем поговорили, осталось поговорить о планах. Если не секрет, чем часовой завод «НИКА» порадует рынок в ближайшем будущем?

ЕЛЕНА: Лет 10 назад, наверное, прочитали в одном издании, что настоящей часовой компанией может считать себя только та, которая разрабатывает сердце часов – механизм. Первые часы, которые мы сделали с собственным калибром, – Mystery. Это часы, в которых стрелки парят как будто в воздухе, они разработаны совместно с Константином Чайкиным. В будущем мы хотим создавать и разрабатывать новинки с произведенными нами механизмами.

ТЕНГИЗ: У нас еще есть одна разработка. Ее мы начали воплощать 7 лет назад совместно со швейцарскими мастерами и в этом году сделали первые 20 часов со своим механизмом. Механизм МOTO – единственный в мире. Его разработали наши конструкторы и часовщики вместе со швейцарцами из компании Azimut. Первый раз мы показывали его года два назад. Думали, сделаем быстро, но оказалось, что создание механизма – очень долгий процесс. Только в этом году мы готовы к продажам MOTOLINE.



И в заключение – ваши пожелания партнерам и коллегам.

ЕЛЕНА: Мы хотим поздравить с наступающим Новым годом наших дорогих партнеров и ювелирную отрасль в целом! Хотелось бы пожелать процветания бизнесу, процветания коллективу и, конечно же, семейного благополучия, потому что, когда есть надежный тыл, всегда легче работать. Все трудности нипочем, если у тебя есть огромная поддержка в виде близких и родных. Крепкого здоровья, благополучия семье и любимому делу!

ТЕНГИЗ: Мы также хотим сказать спасибо вашему журналу за предоставленную возможность рассказать о нашем детище. Спасибо за интерес к нашей истории и творчеству!

С любовью, НИКА! 



НИКА

Часовой завод «НИКА»
Россия, Москва, ул. Речников, 17, стр. 2
Единая информационная служба: 8-800-444-777-3
www.nikawatches.ru; info@nikawatches.ru