

ВТОРАЯ УЧЕБНАЯ СЕССИЯ

«ПРАВОВОЕ ПОЛЕ: ювелирная работа»

30 ноября – 1 декабря 2017 года, Москва

Ждем вас 30 ноября – 1 декабря 2017 года на Второй учебной сессии «НАВИГАТОРА ЮВЕЛИРНОЙ ТОРГОВЛИ».

ПЕРВЫЙ ДЕНЬ: «ПРАВОВОЕ ПОЛЕ: ювелирная работа». Встречаемся со специалистами Пробирной палаты при Министерстве финансов РФ и узнаем, как не «нарваться» на огромные штрафы. Слушаем ведущих юристов и экспертов ювелирной отрасли и используем их советы: как работать строго в правовом поле, соблюдать все требования законодательства, но при этом оптимизировать деятельность и минимизировать издержки. Узнаем, как грамотно и эффективно соблюдать чужое авторское право и защищать свое.

ВТОРОЙ ДЕНЬ: УНИКАЛЬНАЯ ПЯТНИЦА. ДЕНЬ МУЗЕЕВ. Эксклюзивная программа при поддержке Министерства финансов РФ, Гохрана России, Государственного исторического музея.

#учебаснавигатором

ПРОГРАММА ОБУЧЕНИЯ

ДЕНЬ ПЕРВЫЙ: 30 ноября 2017 года

10.00–12.30

«Правовое поле»

1. Законодательные нововведения 2017–2018 годов: что уже введено в 2017-м, чего ожидать в 2018-м. Как подготовиться. Как оптимизировать работу и сократить издержки с помощью новых технологий.

Эксперт компании Ювелир Софт

2. Проблемы недобросовестных партнеров: как конечных потребителей (т.н. «потребительский экстремизм»), так и поставщиков. Как предотвратить эти проблемы. Что делать в случае, если вы уже с ними столкнулись.

Примеры из практики.

Эксперт компании Runetlex

3. Работа в онлайн: что изменилось в законодательстве. Как современные сервисы помогают работать в правовом поле и сокращать издержки.

Эксперт Яндекс Касса

12.30–13.00

Кофе-брейк

13.00–15.00

«Авторское право»

4. Как работает авторское право. Что нужно, чтобы защищать свои права в интернете. Защита доменного имени. Когда можно бесплатно использовать чужой контент. Что делать, если сайт или его контент скопировал конкурент.

Эксперт компании Runetlex

5. Киберпреступления как новый вид мошенничества, которому может подвергнуться любая компания. Механизм действия. Способы защиты.

Эксперт компании Group-IB

6. Патент как механизм защиты авторских прав. Зачем нужен патент. Как получить патент.

Эксперт РОСПАТЕНТ

15.00–16.00

Обед

16.00–18.00

«Финмониторинг и QR-коды»

7. Постановление ювелирного предприятия на специальный учет. Общие правила и нововведения 2017 года. Проверки пробирного надзора: права и обязанности проверяющих и ювелирных предприятий.

Специалисты Пробирной палаты РФ

8. Финмониторинг: общие правила, специфика для ювелирной отрасли, нововведения 2017 года, контролирующие органы и их права, права и обязанности ювелирных предприятий, примеры из практики (за что штрафуют).

Специалисты Пробирной палаты РФ

9. QR-коды: когда их введут и как все будет организовано. Необходимость введения кодов. Правила и стоимость кодирования.

Специалисты Пробирной палаты РФ и эксперты Ассоциации ювелиров Евразийского Экономического Союза

ДЕНЬ ВТОРОЙ: 1 декабря 2017 года

УНИКАЛЬНАЯ ПЯТНИЦА: ДЕНЬ МУЗЕЕВ

Эксклюзивная программа для участников проекта «Учеба с «Навигатором»

При поддержке Министерства финансов РФ, Гохрана России, Государственного исторического музея

Посещение закрытых экспозиций

10.00–13.00

Посещение закрытой экспозиции

АЛМАЗНОГО ФОНДА РОССИИ:

50-летие Алмазного фонда России

14.00–16.00

Посещение выставки

ГОСУДАРСТВЕННОГО ИСТОРИЧЕСКОГО МУЗЕЯ:

Национальные сокровища России

СТОИМОСТЬ ОБУЧЕНИЯ: 19 тыс. руб.

ВАША СКИДКА – 30%

(для подписчиков «Навигатора ювелирной торговли» на 2018 год и участников учебных сессий 2017 года)



#учебаснавигатором

Учеба с «НАВИГАТОРОМ»

25–26 сентября прошла первая учебная сессия «Навигатора ювелирной торговли» – «Управление онлайн для ювелиров».

Мы уже 17 лет помогаем участникам ювелирной отрасли эффективно работать с помощью наших публикаций в журналах, справочниках и альманахах. Все материалы носят исключительно обучающий и практический характер. Мы находим лучших экспертов, узнаем у них все секреты и делимся ими с вами. Мы пропагандируем опыт лучших предприятий отрасли, чтобы остальные могли «тянуться» за ними. Мы рассказываем обо всем самом новом – оборудовании, технологиях, приемах, методах и т.д. Наш формат – обучение. Поэтому организация учебы для участников ювелирной отрасли стала для нас логичным шагом. Мы организовали ее с привлечением лучших специалистов и ведущих экспертов, которые делились знаниями и опытом с нашими слушателями. Это был ответ на ваш запрос, и мы рады, что оправдали ваше доверие.

Проект «Учеба с «НАВИГАТОРОМ» успешно стартовал и набирает обороты. И сегодня мы делимся итогами первой учебной сессии и ждем вас на следующих.



День первый

25 сентября, в первый день обучения, 60 лучших профессионалов нашей отрасли – владельцы, руководители, топ-менеджеры производственных и оптовых предприятий – учились у лучших профессионалов онлайн – ведущих экспертов Mail.Ru Group.

ТЕМА: «Продвижение ювелирных украшений, компаний и брендов в социальных сетях»

ЦЕЛЬ: узнать возможности и перспективы социальных сетей для продвижения

Как работать ювелирной компании в соцсетях? Как их использовать с максимальной выгодой и отдачей? Что нужно делать обязательно, а от чего отказаться? А главное, какие задачи по продвижению в социальных сетях ставить

перед специалистами рекламных агентств или сотрудниками своей компании?

Ответы на эти и другие вопросы прозвучали от владельцев соцсетей «Одноклассники» и







«ВКонтакте» (Mail.Ru Group). Радик Култаев, Вячеслав Прохоров, Ирина Якушина, Ильнар Борханов и другие ведущие эксперты Mail.Ru Group раскрыли ювелирам онлайн-тайны. Слушатели узнали особенности и портрет аудитории ОК и ВК, методы и приемы таргетинга, форматы рекламы в соцсетях, умная лента, динамический ремаркетинг, точные методы оценки рекламных компаний в соцсетях, правила создания успешных страниц и сообществ. Эксперты Mail.Ru Group четко, понятно, алгоритмично, с кейсами из ювелирной отрасли и рынка роскоши рассказали о том, как эффективно продвигать ювелирный бизнес в соцсетях. Обучение было сложным для ювелиров, слушатели задавали множество вопросов. На все из них они получили ответы.

Обучение прошло в башне Mail.Ru Group на Ленинградском проспекте Москвы. Mail.Ru Group объединяет множество платформ и сервисов, ей принадлежат ведущие социальные

сети «Одноклассники» и «ВКонтакте» с аудиторией 140 миллионов человек.

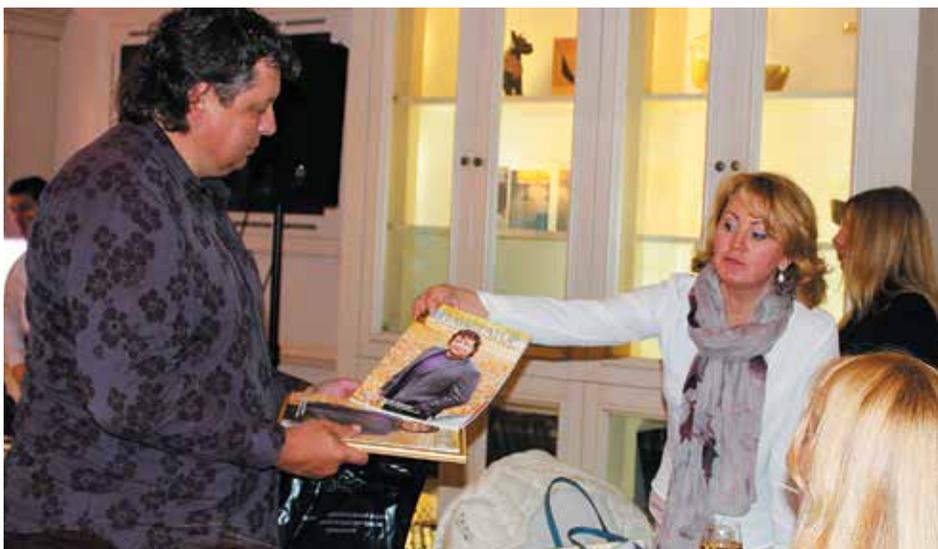
Закончился день дружеским ужином в ресторане в историческом центре города – знаменитом Старом Арбате. Эта улица – не только архитектурная достопримечательность. Она связана с именами многих известных людей, живших здесь когда-то.

Наших слушателей мы пригласили в ресторан «Белый», который расположен в доме № 55 на Арбате. По соседству с ним, в доме № 53, находится музей «Мемориальная квартира А.С. Пушкина». Сюда в 1831 году после венчания в Храме Большого Вознесения у Никитских ворот Пушкин привез молодую жену. Здесь прошли первые три месяца счастливой семейной жизни Пушкиных.

Название ресторана «Белый», в котором прошел дружеский ужин, связано с именем другого писателя – Андрея Белого. В доме № 55 на Арбате жила его семья, сам он прожил в этой квартире до 26 лет. В этом же доме находится мемориальная квартира поэта.

Общение в неформальной обстановке – лучшее завершение насыщенного дня. Можно обсудить вопросы бизнеса, можно поделиться впечатлениями от услышанного за прошедший день, а можно говорить на другие темы, не связанные с работой, – семья, дети, друзья, отдых, фильмы, знакомства... Кстати, о знакомствах. Уверены, что для кого-то эти два дня с «Навигатором» стали полезными и с точки зрения новых интересных знакомств.







День второй

26 сентября, во второй день обучения, 60 лучших профессионалов нашей отрасли – владельцы, руководители и топ-менеджеры производственных и оптовых предприятий – учились «закону и порядку» у лучших профессионалов – ведущих экспертов компаний Яндекс.Деньги, ЮвелирСофт и других.

Тема: «Онлайн-кассы: как выжить после 54-ФЗ» и «Онлайн-аналитика»

Цель: познакомить с законодательными изменениями, которые вступили в силу в 2017 году

Что нового принесет в работу ювелирных компаний 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники»? Какие требования к оснащённости торговых залов он выдвигает? Какие варианты работы по осуществлению расчетов предусматривает? Какие документы обязательны для осуществления деятельности интернет-магазина? И еще масса других очень важных вопросов.

Проработать и учесть все правовые нюансы – в интересах бизнеса. Невыполнение требований законодательных нововведений может привести к значительным штрафам предприятия – до 300 тысяч рублей! На втором дне обучения спикеры понятно и алгоритмично рассказали, к чему

готовиться ювелирным предприятиям в 2017–2018 годах; как интернет-магазину подготовиться к 54-ФЗ: какое оборудование купить, сколько оно стоит и как обойтись без него; чем платежный агрегатор может помочь магазину в связи с 54-ФЗ; прием платежей в онлайн: варианты и преимущества. Не обошли вниманием и тему защиты персональных данных – разобрали кейс «Документы для интернет-магазина: зачем размещать, что писать, как изменять».

Второй день обучения проходил в отеле «Аэростар» на Ленинградском проспекте Москвы.

Мы определили для себя 7 основных причин учиться с нами

- 1. ОБУЧЕНИЕ ИЗ ПЕРВЫХ РУК –**
вас учим не мы, а лучшие эксперты онлайн
- 2. СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ ЮВЕЛИРОВ:**
с онлайн-кейсами из ювелирной отрасли и рынка роскоши
- 3. ПРОГРАММЫ ДЛЯ РУКОВОДИТЕЛЕЙ:**
вы научитесь управлять онлайн и контролировать работу персонала
- 4. ПОНЯТНОСТЬ И АЛГОРИТМИЧНОСТЬ:**
простыми словами – о сложностях в онлайн
- 5. АКТУАЛЬНОСТЬ:** *онлайн-продвижение сегодня – самый эффективный канал коммуникации*
- 6. ЛИЧНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ:** *мы протестировали все на себе и отвечаем за качество обучения*
- 7. САМОЕ ВРЕМЯ:** *знания сегодня обновляются раз в три года*

Насколько нашей первой учебной сессии удалось соответствовать поставленным задачам – читайте в комментариях слушателей. Мы ничего не скрываем и не ретушируем. Мы благодарны за все замечания и пожелания. И мы обязательно учтем их в будущем!

#учебаснавигатором



Марина Владимировна СЛОТИНА,
совладелица сети SERGEY SLOTIN, Киров

Учиться никогда не бывает лишним, потому что всегда узнаешь что-то новое. Я приехала сюда с маркетологом. Мы увидели, что в «ВКонтакте», где мы очень активно работаем, есть функции, о которых мы не знали и которые можно применять на бесплатной основе. Эти функции будут полезны, они расширят охват клиентов. Очень необычно для меня было узнать про «Одноклассники». Я думаю, нам стоит обратить внимание на эту сеть. Это большая аудитория. Мне немного не хватило более простого и понятного языка спикеров в последних выступлениях в Mail.Ru. Я запуталась в терминах. Хотя информация, безусловно, полезная.

Если говорить про второй день – про онлайн-кассы, то, конечно, это надо знать. Куда нам без этого? Все, что касается законодательства, нам, ювелирам, просто необходимо. Подстраховаться нужно, какой бы там закон ни был, какие бы изменения ни происходили. Мы, конечно, будем работать с онлайн-кассами, с законодательством.

На будущее очень интересна тема продвижения. Как продавать? Как сегодня привлечь покупателя в магазин? Каким должен быть маркетинг? Что нового происходит? Что нужно сделать для того, чтобы покупатель, побывав в интернете, пришел к нам в магазин? Вот на эти вопросы хотелось бы получить ответы в процессе следующих учебных сессий.



Елена РАКША,
директор ООО «Русская ювелирная сеть», Тюмень

Программа мне понравилась. Первый день был для меня очень интересным, так как с интернетом я не работаю, поэтому многие моменты оказались полезны. С онлайн-магазинами мы тоже начинаем работу, поэтому знания нужные. Мне было легко, заскучать не успела, не чувствовалось усталости, несмотря на ранний вылет в Москву.

Второй день тоже не менее интересный, потому что тема также новая. Не знаю, как для знатоков, для тех, кто в этом хорошо и глубоко разбирается... Но люди, которые выступали, они все профессионалы своего дела, благодаря этому получилось здорово.

Если говорить о пожеланиях и о том, что бы хотелось услышать, то здесь я могу сказать так – учиться полезно всегда и всему.



Алексей ФЕДОТОВ,
исполнительный директор компании «Сенат», Нижний Новгород

Мероприятие, на котором мы присутствуем, очень полезное. Оно развивает рынок, упорядочивает процессы, которые на нем идут. По поводу блока, который был вчера («Продвижение ювелирных украшений, компаний и брендов в социальных сетях» – Прим. ред.): все мы движемся в интернет, это та направленность, которая у нас есть. Поэтому информация про соцсети, про возможности сбора различных данных была очень важной. Второй день, где мы обсуждаем проблемы онлайн-касс, технических моментов оплаты, более локализован для нас. Это действительно та живая информация, то знание, которое направлено именно на ювелирную торговлю. И так как собрались профессионалы, задавались очень конкретные вопросы. Информация от спикеров – самая живая, самая последняя, самая актуальная, со всеми нюансами, которые существуют на нашем рынке.

Если говорить про первый день, мне немного не хватило вот этой самой локализации для ювелиров. Было очень много общей информации, которая не всегда имела отношение к нам. Приходилось задавать вопросы, чтобы найти ту самую правду. Если бы «допилить» тему для работы именно с ювелирами, было бы здорово. Вектор задан очень правильный. Будем все постепенно внедрять.



Анна НИКОЛАЕВА, руководитель отдела дистанционных продаж,
бренд «Владимир Михайлов», Москва

В целом обучение было очень полезное. Для меня, наверное, более полезным был второй день, потому что была узкоспециализированная тематика в связи с изменением ныне действующего законодательства и правовыми документами, которые должны быть представлены на сайтах, чтобы онлайн-магазинам работать в правовом поле. Это то, что нужно в жизни, и то, что должен сделать каждый интернет-магазин.

По первому дню, я считаю, что он больше полезен все-таки специалистам техническим, занимающимся контекстной рекламой и продвижением. Спикеры говорили об инструменте, который предполагает их платформу. Может быть, если делать вводный курс, то делать его на основе всех платформ и показывать, кто и что предлагает: что есть в Яндекс, что в Google, что в Mail. И, может быть, рекомендовать людям каких-то специалистов, которые могли бы выполнять для них эту работу. Конечно, управляющий, или менеджер, или директор не сможет сам запустить эффективную контекстную рекламу, для этого им нужно нанять специалистов, отслеживать их работу и делать какие-то выводы, чтобы не потратить деньги впустую.

В общем было очень полезно. И в дальнейшем я с радостью посету еще какие-то ваши мероприятия.



Елена Александровна ШАМАРИНА,
бухгалтер, ООО «Торговый дом «ГолдСтрим», Москва

На первом дне нам было очень интересно и полезно, так как мы по своей работе мало сталкиваемся с этой областью. Мы получили информацию, которая дает понимание, как проверять сотрудников других отделов – насколько они эффективно работают и насколько эффективно расходуют финансовые средства.

Второй день для нас оказался очень важен. В своей работе мы непосредственно связаны с оплатой, нам просто необходимо знать, как будут работать онлайн-кассы. Для нас это своевременная и полезная информация.

В будущем нам бы хотелось послушать Московскую инспекцию пробирного надзора. Потому что в каждом регионе у инспекции свои установки, проверяют по-разному, у каждого свои требования в рамках одного закона.



Фарида РАХМАНОВА,
специалист по продвижению в социальных сетях,
компания «Карат», Тольятти, Москва

Если начинать с пожеланий, то нужно строго разделить, кому адресована учебная сессия: либо владельцам бизнеса, либо специалистам, которые занимаются продвижением в соцсетях. Например, если говорить о владельцах бизнеса, они получили много новых слов, понятий. Потому что из зала было много вопросов, которые показали, что некоторые слушатели не знают вообще эту область и им нужно все объяснить – то есть нужен человек, который им все расскажет от и до, с самого начала.

А, например, нам, сотрудникам отдела рекламы, нужны конкретные ювелирные кейсы по увеличению конверсии, по увеличению чека, как привлечь подписчиков с помощью каких-то удачных кейсов, потому что MyTarget – это достаточно популярная площадка.

Если говорить о темах, которые я бы хотела услышать на других ваших сессиях, это про YouTube и более подробно про «ВКонтакте».

Если говорить в целом, мне очень понравилось отношение «Навигатора» к своим слушателям. Очень приветливые и дружелюбные встречи, доброжелательно настроенные сотрудники. Я часто бываю на семинарах, это редко где встретишь.

Про второй день. Он очень полезен. Потому что ФЗ-54 – новый закон, все боятся и никто не понимает, что делать. Если говорить об интернет-магазинах, которые наша компания запустила... Хотелось бы взгляда со стороны на разные платежные системы. Его здорово было бы получить от какого-то крупного игрока на рынке, может быть, не ювелирной тематики. Чтобы он рассказал, почему он выбрал такой, а не иной способ оплаты. Это интересно послушать.



Ольга Владимировна МИКУШЕВА,
главный бухгалтер ООО «Торговый Центр «Валдай», Сыктывкар

На такой учебной сессии я присутствую первый раз. Лично для меня информация носит ознакомительный характер. Что мне особенно понравилось – в первый день впечатлила сама обстановка в башне Mail.Ru Group, когда обучение проходит непосредственно в офисе компании с привлечением специалистов компании.

Во второй день мне понравилось, что мы услышали мнения разных специалистов: и юристов, и аналитиков.

Я бы с удовольствием поехала на учебу о повышении продаж. Потому что сегодня ювелирная торговля серьезно столкнулась с этими проблемами. Также всегда актуально пообщаться со специалистами из Финмониторинга, Пробирной палаты, потому что постоянно есть какие-то изменения.

На учебе была очень теплая атмосфера. И все могли задавать самые разные вопросы, которые действительно волнуют.

Следите за анонсами наших следующих учебных сессий.

Будет полезно, актуально и интересно.

#учебаснавигатором



**Вас интересуют конкретные темы, вам хотелось бы получить ответы на вопросы от экспертов – присылайте свои пожелания на glavred@njt.ru
Давайте учиться вместе!**

XVI МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС

ЛУЧШИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ МАГАЗИН 2018

Международный конкурс «Лучший ювелирный магазин года»
для предприятий ювелирной торговли России, Украины, Белоруссии,
Казахстана, стран Балтии и Закавказья

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР КОНКУРСА



ОФИЦИАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР
КОНКУРСА



СПОНСОР НАГРАДЫ КОНКУРСА



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ
ГИЛЬДИИ ЮВЕЛИРОВ
РОССИИ



Ваш магазин лучший? Пусть об этом узнают все!

Цель конкурса – поощрить профессионализм в организации продаж ювелирных изделий и пробудить творческий потенциал руководителей, создающих новые магазины

Номинации:

- «ЛУЧШЕЕ ОФОРМЛЕНИЕ ТОРГОВОГО ЗАЛА»
за оригинальную внутреннюю отделку и поддержание общего стиля;
- «ЛУЧШИЙ ЧАСОВОЙ МАГАЗИН»
- «ЛУЧШАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ»
за лучшую выкладку товара и удобство покупателей;
- «ЛУЧШАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ»
за лучшую организацию дополнительных услуг;
- «ЛУЧШАЯ АКЦИЯ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ ПОКУПАТЕЛЕЙ»
за нестандартные и эффективные приемы по привлечению покупателей;
- «ДРАГОЦЕННЫЕ СЕТИ»
за создание единой концепции и узнаваемого стиля магазинов (5 и более);
- **ГРАН-ПРИ**
высшая награда за выдающиеся достижения в дизайне и организации продаж.

Для участия в конкурсе необходимо:

- Заполнить заявку участника конкурса и отправить ее в редакцию «Навигатора» или e-mail: info@njt.ru
- Оплатить регистрационный сбор – 15 000 руб. на основании выставленного счета.
- Предоставить следующие фотографии:
интерьерные (с трех точек съемки):
 - крупный план магазина (вид всего фасада с улицы);
 - входная группа;
 - общий вид торгового зала от входа;
 - общий вид торгового зала от стены, противоположной входу;
 - работа персонала с покупателями;витринные:
 - уличные витрины (каждая на отдельном снимке);
 - товарная выкладка (лучшая витрина по каждой товарной группе).



Фотоматериалы принимаются в электронном виде в высоком качестве для журнала плюс распечатанные для конкурсной комиссии.

Все материалы отправляются заказной бандеролью по адресу: 117246, Россия, Москва ул. Обручева, 31 (тел. (499)922-11-88) или доставляются курьером.

Срок подачи фотоматериалов и оплаты регистрационного сбора – до 5 июня 2018 г.
Будем рады видеть ваш магазин в числе «Лучших ювелирных магазинов 2018».



ЗАЯВКА УЧАСТНИКА КОНКУРСА «ЛУЧШИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ МАГАЗИН 2018»

(фото магазина (не менее 20 штук) предоставляются в электронном виде)

Прошу принять к рассмотрению для участия в конкурсе заявку

от магазина _____ город _____

Год постройки _____ Год последней реконструкции _____ Площадь торгового зала _____

Дизайн магазина разрабатывал _____

Основная идея, выраженная в дизайне _____

Фирменный стиль _____ Фирменный цвет _____

Логотип (в электронном виде) _____ Фирменная упаковка есть нет

Демонстрационное оборудование (фотографии) _____ Униформа есть нет

Вывеска (фотографии) _____ POS (открытки, буклеты и т. д.) есть нет

Мы оказываем дополнительные услуги:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ремонт ювелирных изделий | <input type="checkbox"/> продажа в кредит |
| <input type="checkbox"/> изготовление изделий по эскизам клиента | <input type="checkbox"/> обмен валют |
| <input type="checkbox"/> заказ изделий по каталогам | <input type="checkbox"/> прием кредитных карт |
| <input type="checkbox"/> интернет-магазин | <input type="checkbox"/> оценка ювелирных изделий |
| <input type="checkbox"/> комиссионная продажа | <input type="checkbox"/> консультация геммолога |

Обучение и аттестация персонала проводится:

- | | |
|-----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> ежегодно | <input type="checkbox"/> при приеме на работу |
|-----------------------------------|---|

Акции по привлечению покупателей за прошедший год:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> проводились (приложите все материалы) | <input type="checkbox"/> не проводились |
|--|---|

Реклама: ТВ, радио, печатные СМИ, наружная

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> наружная (фотографии) | <input type="checkbox"/> в СМИ (приложите все материалы) |
|--|--|

Используемые средства безопасности:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> сигнализация | <input type="checkbox"/> тревожная кнопка |
| <input type="checkbox"/> видеонаблюдение | <input type="checkbox"/> вооруженная охрана |
| <input type="checkbox"/> технология штрихового кодирования | <input type="checkbox"/> специальные сейфы |

другое _____

Организация продаж:

Количество предприятий-поставщиков _____ Основные поставщики _____

Формы привлечения покупателей:

- | | | | |
|---|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Дисконтные карты | <input type="checkbox"/> Подарочные сертификаты | <input type="checkbox"/> Льготы (прил. описание) | <input type="checkbox"/> Участие в мероприятиях (прил. описание) |
|---|---|--|--|

Подтверждаю согласие на использование предоставленных материалов редакцией журнала «Навигатор ювелирной торговли»

Полное название магазина: _____

Адрес магазина: _____ код города и тел.: _____

Директор магазина (ФИО): _____ моб. тел.: _____

сайт, e-mail: _____

Дата подачи анкеты « ____ » _____ 20 __ г. Подпись _____ М.П.

Заполните заявку участника конкурса и отправьте в редакцию «Навигатора» по e-mail: info@njt.ru

Я подтверждаю согласие с политикой конфиденциальности и даю согласие на обработку персональных данных.

Место для подписи _____

ювелирная компания

КАРАТ·К



ПРОИЗВОДСТВО И ОПТОВАЯ ПРОДАЖА
ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ
ИЗ ДРАГОЦЕННЫХ МЕТАЛЛОВ



г. Екатеринбург, ул. Щорса 29
ТЦ "Golden Park" 2-ой этаж оф. Карат-К
+7 (343) 286 65 46; +7 (922) 227 63 79

Курганская обл., г. Шадринск,
ул. Михайловская, 96-1
+7 (35253) 5 32 00, +7 (922) 560 05 75

www.karat-k.com