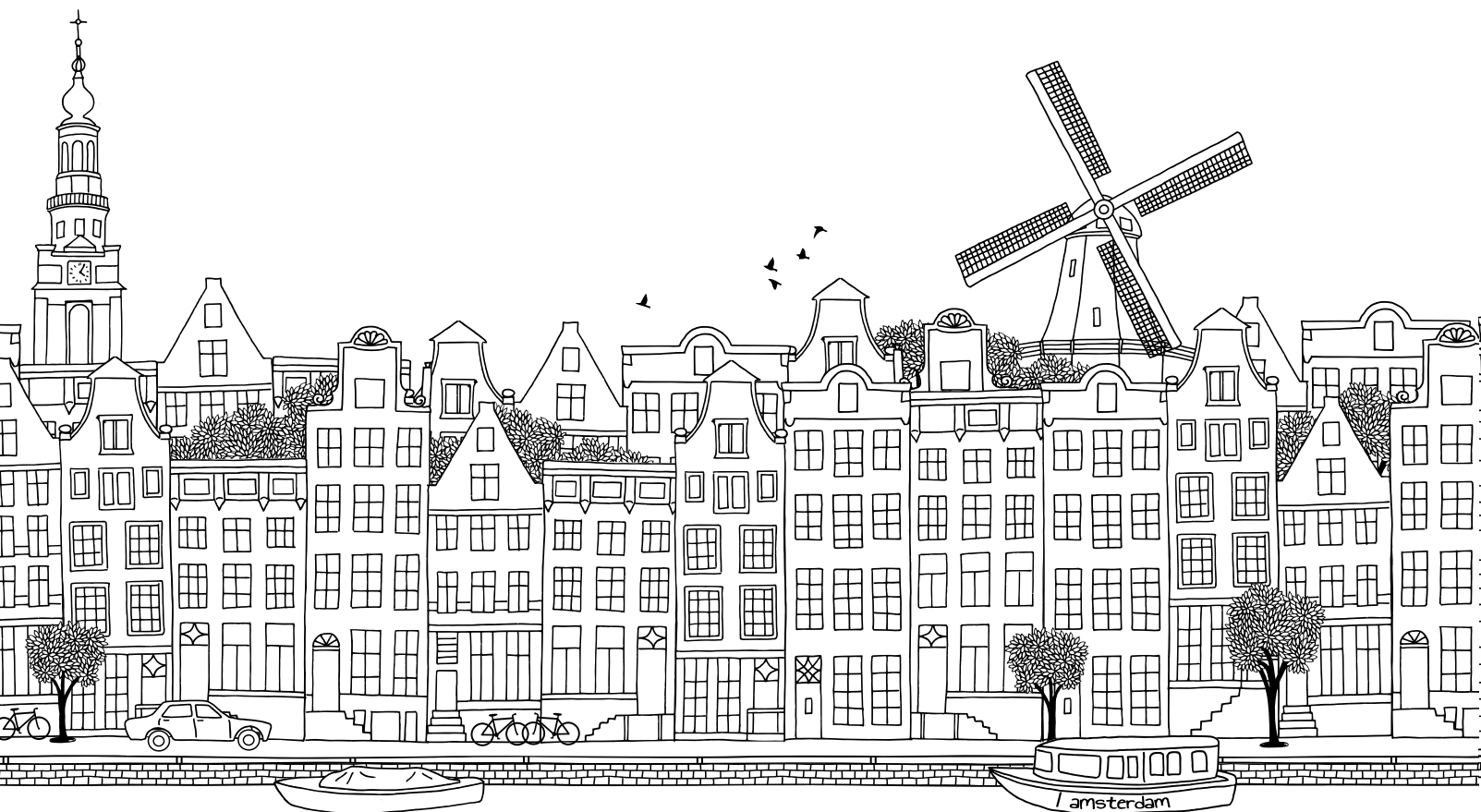




IDEX

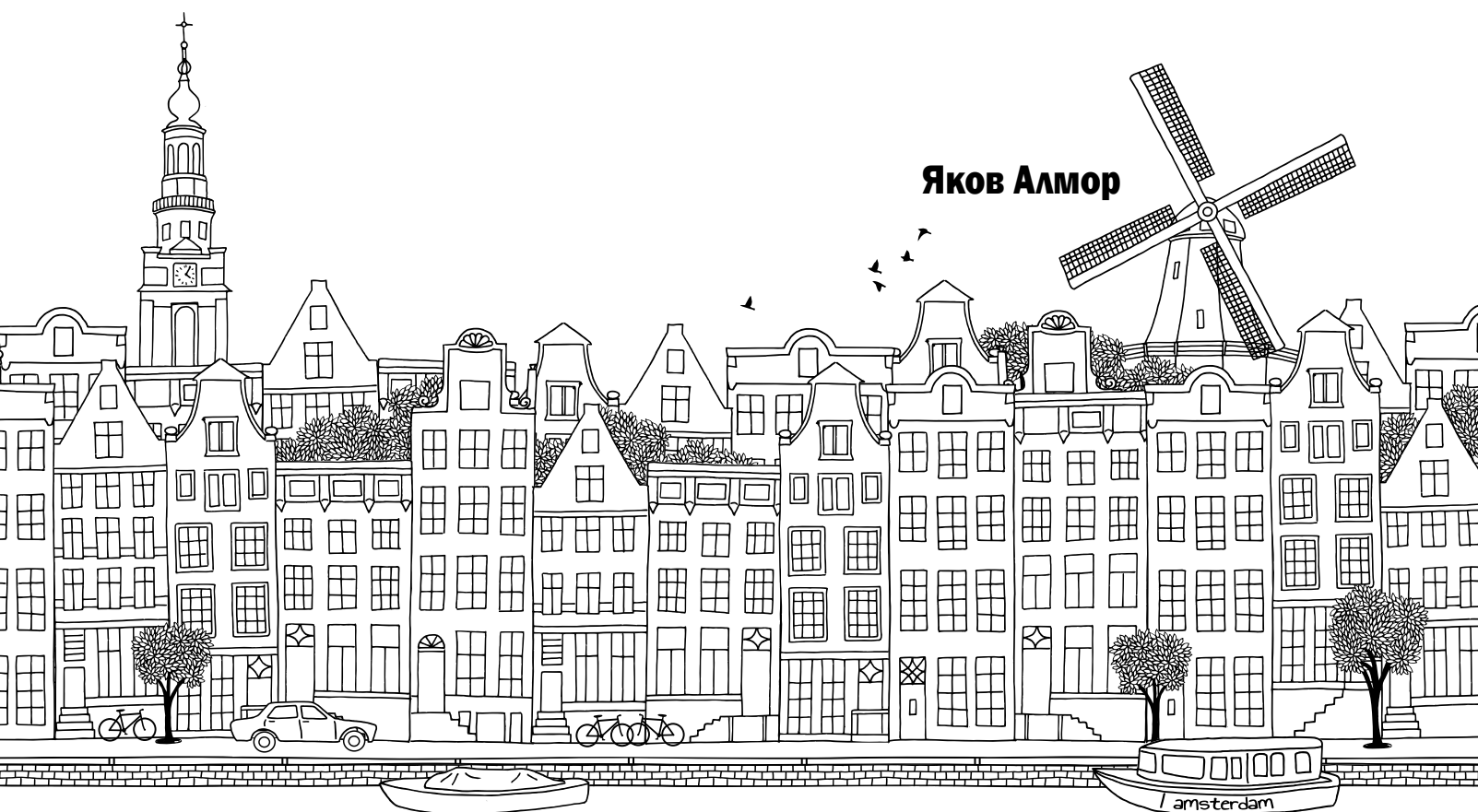
www.idexonline.com

magazine

INCORPORATING MAZAL U'BRACHA

МАРКЕТИНГОВЫЙ МИФ

**Миллионы потребителей верят, что Амстердам
по-прежнему является ведущим алмазным городом
Европы**



В прошлом году Гарри БЕРГ, куратор Еврейского исторического музея (Амстердам), провел меня по выставочным залам музея. У нас было мало времени, и Берг намеревался показать мне те немногие экспонаты музея, которые относятся к истории алмазной промышленности и торговли города. С 1950-х годов здесь был зал огранки с инструментами для производства бриллиантов, здесь также был интерактивный дисплей, который кратко отражал историю отрасли. В музее, поделился Берг, хранятся сотни других предметов, связанных с алмазной промышленностью. Существует также множество информации как в музее, так и в муниципальных городских архивах, рассказывающей о ключевой роли, которую многочисленная еврейская община Амстердама играет в алмазной профессии с XVI века. Однако авторитетная и полная история отрасли все еще ждет своего написания.

Обратимся к истории. В 1940 году в Амстердаме насчитывалось более 6000 огранщиков и полировщиков. К сожалению, менее 400 вернулись после Второй мировой войны. Убийственный нацистский режим уничтожил не только голландское еврейство, но и голландскую алмазодобывающую промышленность.

Сегодня Амстердам – город, в котором современная алмазная индустрия зародилась более 400 лет назад, не играет роли центра как в сфере торговли алмазами, так и в сфере их производства. Его биржа, которая занимает второе место среди старейших алмазных бирж в мире, невелика, и многие из ее 100 с лишним членов – ритейлеры. И любой голландский диамантер скажет вам, что в настоящее время безусловным бриллиантовым центром мира является Антверпен.

Итак, почему же покупатели всего мира по-прежнему считают Амстердам мировой алмазной столицей?

Это маркетинг!

Дело в маркетинге. Это всего лишь одно слово, но история, стоящая за ним, захватывает.

В настоящее время две голландские алмазные компании продвигают слоган «Амстердам – город бриллиантов» среди миллионов потребителей по всему миру. Это Royal Coster Diamonds и Gassan Diamonds. Хотя обе компании имеют глубокие исторические корни в алмазной промышленности и торговле Амстердама, сегодня они сосредоточены исключительно на продаже алмазов и ювелирных изделий с бриллиантами миллионам туристов, посещающих город.

Никто не может избежать знакомства с маркетинговым слоганом этих компаний. Они объявляют Амстердам мировой алмазной столицей в приглашениях, брошюрах, листовках, на рекламных щитах, а также в интернете. Короче говоря, сообщения о том, что Амстердам – город алмазов, есть практически везде.

«С 1960-х годов мы приложили огромные усилия для распространения информации, мы используем широкий спектр маркетинговых методов и рекламных инструментов, чтобы привлечь туристов на наш ограночный завод, а также в наши музеи и выставочные залы», – сказал **Рональд КОСТЕР, директор по маркетингу Coster Diamonds**, во время моего визита на территорию компании.

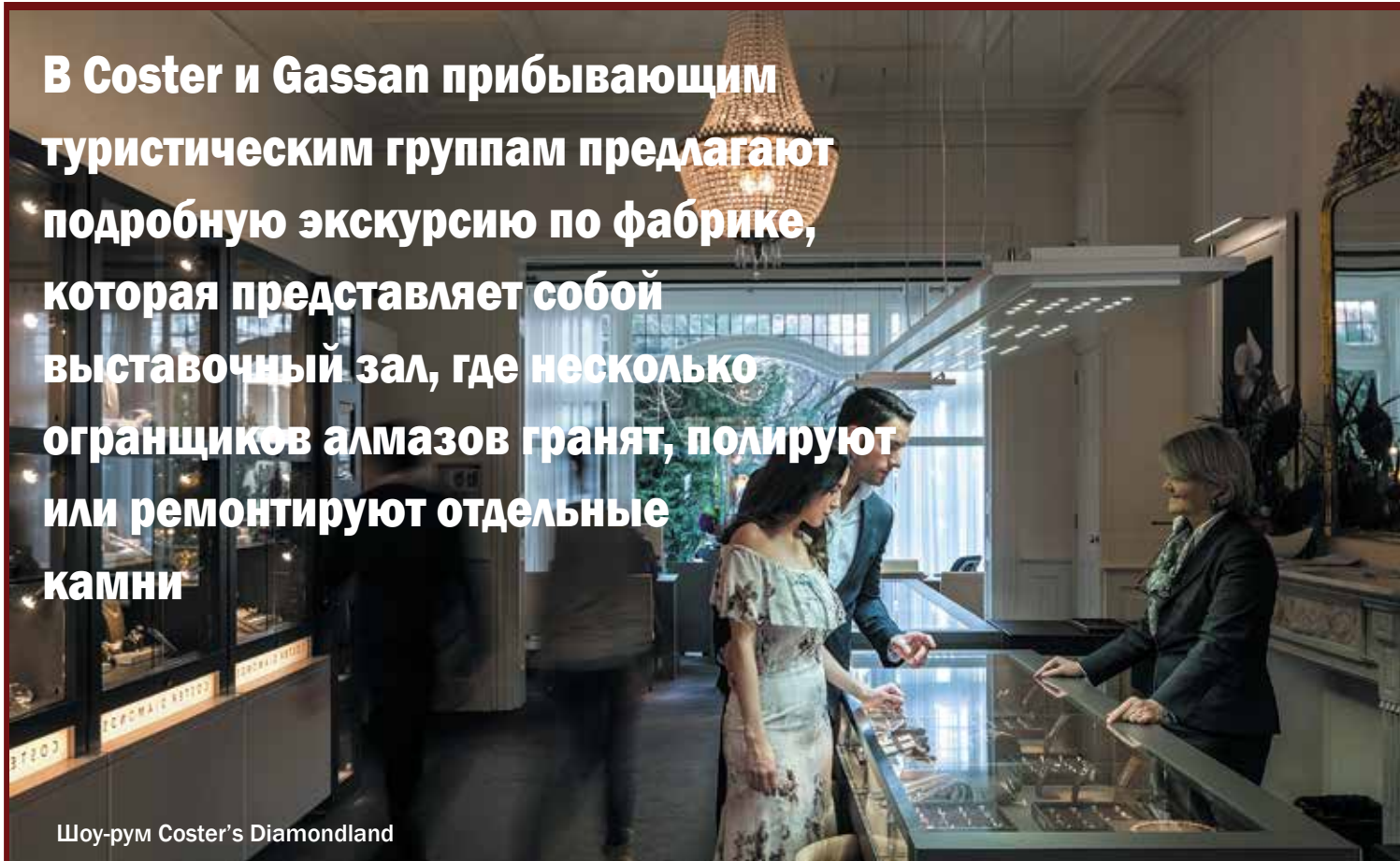
Но это еще и вопрос удачи. Местонахождение Coster Diamonds идеально. Компания занимает четыре патрицианские виллы, расположенные недалеко друг от друга, прямо через дорогу от Музея Стеделийка в Амстердаме и Музея Ван Гога, а также рядом с Музейной площадью голландской столицы. Много лет назад Coster Diamonds был вынужден покинуть свои первоначальные помещения в алмазном районе Амстердама из-за капитального ремонта города, и ему предложили именно это



В настоящее время две голландские алмазные компании продвигают слоган «Амстердам – город бриллиантов» среди миллионов потребителей по всему миру. Это Royal Coster Diamonds и Gassan Diamonds

Огранщик алмазов в штаб-квартире Gassan Diamonds

В Coster и Gassan прибывающим туристическим группам предлагают подробную экскурсию по фабрике, которая представляет собой выставочный зал, где несколько огранщиков алмазов гранят, полируют или ремонтируют отдельные камни



Шоу-рум Coster's Diamondland

выгодное место. «Это просто здорово с точки зрения туристического трафика», – говорит **КОСТЕР**.

Gassan Diamonds также удачно расположена. В эпоху расцвета амстердамской алмазной промышленности в величественном здании фирмы находился огромный завод по огранке алмазов, построенный и принадлежащий алмазной компании Voas. В конце XIX и начале XX века шлифовальные круги здесь работали на паровых двигателях. Их давно уже нет, но само здание расположено на одном из главных водных путей Амстердама. Оно получает большой поток туристов, приплывающих по каналу на сотнях лодок, которые швартуются вдоль набережной у задней части здания. Огромный двор перед зданием предлагает парковку для роскошных VIP-автомобилей, также здесь останавливается множество туристических автобусов, ежедневно заезжающих в ворота компании.

Но кульминацией считается организация посещения зданий отдельными туристами. «Несколько десятилетий назад группы составляли основную часть наших посетителей, сегодня же отдельные туристы с высоким уровнем дохода – HNW, то есть высокий уровень собственного

капитала (так называемые очень богатые люди. – *Прим. ред.*), – составляют около половины наших посетителей, – говорит **Дилетта де ЛУКА ГАССАН, менеджер по связям с общественностью**. – Для них это уникальный опыт, и мы даем им то, что они хотят получить: VIP-обслуживание с частным трансфером из отеля, например, Hotel de L'Europe или Amstel Hotel и с хорошей машиной напрокат. Как только они прибывают, их встречают шампанским и просьбой убрать свои драгоценности. Затем для них организуют индивидуальный тур по Gassan Diamonds, в ходе которого наши гости погружаются в историю и получают знания о традициях нашей компании».

Чтобы поддерживать эту историю, требуется много работы. «Мы создали довольно большую сеть активностей, направленных на то, чтобы туристы приходили к нам в гости. Конечно, групповой туризм остается важным сегментом. Китайцы по-прежнему путешествуют группами, и это тоже требует тщательной подготовки», – объясняет де ЛУКА.

«Мы находимся в постоянном контакте с туроператорами, а также с круизными компаниями, которые регулярно организуют рейсы через

Амстердам. Кроме того, руководство нашей компании посещает элитные туристические ярмарки, например, в России, а также на Дальнем Востоке. Мы хотим, чтобы туристы уровня HNW узнали о нас еще до того, как они приедут в Европу!»

В Coster и Gassan прибывающим туристическим группам предлагают подробную экскурсию по фабрике, которая представляет собой выставочный зал, где несколько огранщиков алмазов гранят, полируют или ремонтируют отдельные камни. После того как туристы познакомятся с секретами бриллиантового мира и вдохнутся рассказами о нем, их приглашают в ювелирные выставочные залы, расположенными рядом.

В Gassan работает большая группа гидов и торговых представителей, которые говорят на 30 языках. Таким образом, бразильских туристов приветствуют на португальском, русских – на русском, а китайских – на мандарине (диалект китайского языка) или на кантонском диалекте. Coster Diamonds работает аналогичным образом. Наличие в штате сотрудников, говорящих на языке туристической группы, дает этим двум фирмам гораздо больше преимуществ, чем просто возможность предложить экскурсию на родном языке посетителей. Поскольку гиды знакомы с историей и культурой туристов, они знают, на каких аспектах тура сосредоточиться и какие именно продукты больше всего понравятся потенциальным потребителям, отметил **КОСТЕР**.



Конечно, история не была бы полной без описания туристов. Откуда они? Кто больше покупает – американцы, россияне или китайцы?



Штаб-квартира Gassan Diamonds

Несколько лет назад Coster Diamonds добавила дополнительные опции к бриллиантовой истории. Компания превратила одну из своих четырех вилл в музей, назвав его Амстердамским музеем алмазов (www.diamantmuseumamsterdam.nl). Несмотря на то что он был основан частной компанией и является небольшим, музей предлагает краткий, но интересный обзор геологического происхождения алмазов, добычи и истории производства и торговли алмазами в Амстердаме за последние четыре столетия. **Роберт ТАМАРА из Coster Diamonds, главный куратор музея**, на мой взгляд, проделал потрясающую работу и создал еще одну маленькую жемчужину. «Музей дал нашей компании еще одно измерение, – сказал **ТАМАРА**. – С его помощью мы

стремимся отдать дань прошлому нашего города и богатой алмазной истории Амстердама так же хорошо, как мы презентуем его настоящее».

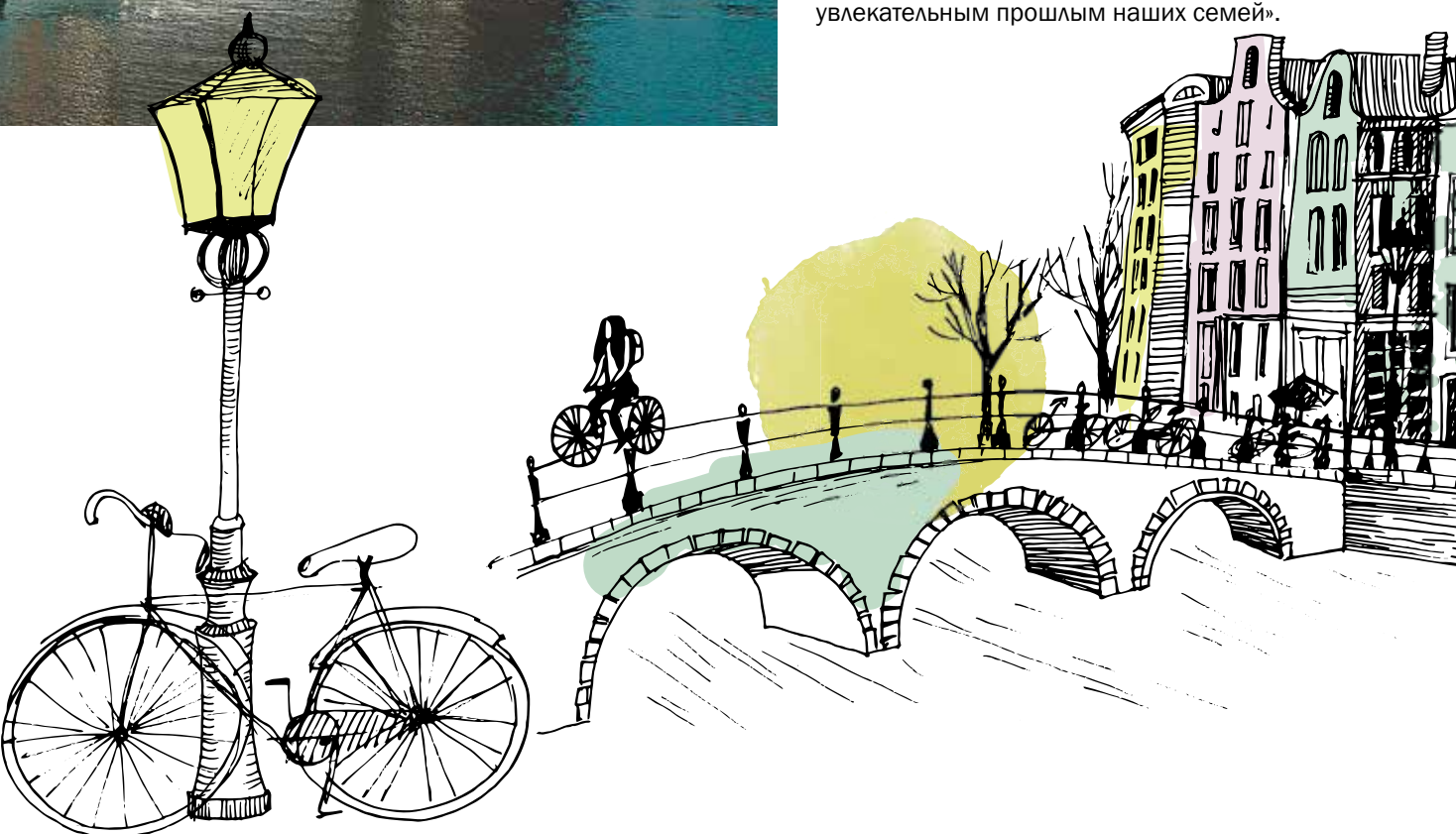
Конечно, история не была бы полной без описания туристов. Откуда они? Кто больше покупает – американцы, россияне или китайцы?

И де ЛУКА, и КОСТЕР согласны с тем, что южноамериканцы становятся важным сегментом покупателей сегодня. Но Китай и Россия после продолжительного затишья также возвращаются. «Американцы HNW продолжают оставаться важной целевой аудиторией, – сказала де ЛУКА. – Они продолжают путешествовать и тратить». «Китайцы тоже возвращаются», – отметил КОСТЕР.



Чем отличается современная ситуация от ситуации, которая была буквально несколько лет назад, так это уровнем подготовленности и знаний, с которыми приходят путешественники. «Китайский турист может достать телефон и показать фотографию алмаза. Он уже знает, чего хочет, и у него есть деньги, чтобы купить это», – говорит КОСТЕР.

«Вам интересно, как нам и нашим друзьям в Gassan удалось сохранить амстердамскую идентичность в качестве алмазного города? Именно благодаря истории города и сторителлингу мы сохраняем эту идентичность. Когда мы приглашаем пару в VIP-тур, они получают всю 179-летнюю историю нашей семьи в алмазной промышленности и торговле. Мы уверены, что они приходят, чтобы отождествить себя с этой историей, и после ухода они хотят взять с собой часть этого опыта и чувств. Нам нравится наблюдать, как это происходит, преподнося замечательные украшения с бриллиантами так, чтобы они захотели их взять с собой! – объяснил КОСТЕР. – Имеет ли значение, что мы больше не алмазный город? Мы знаем это, посетители знают это. Но после того как мы пригласили их в нашу историю, она становится частью их истории! Очевидно, что легенда об Амстердаме как алмазном центре отлично поддерживается богатым и увлекательным прошлым наших семей».





Лита, Майк и Эдвард Ашер



Джозеф Ашер режет алмаз
Кулинан





Магазин Asscher в Японии

ШЕСТЬ ПОКОЛЕНИЙ АШЕРОВ

В отличие от компаний Gassan или Coster Royal Asscher Diamond – b2b-предприятие. Поэтому его двери остаются закрытыми для потребителей или посещений туристов. Компания со штаб-квартирой на юге Амстердама, недалеко от реки Амстел, владеет розничными магазинами в Амстердаме и Токио.

Основанная в 1854 году, алмазная фирма Asscher многократно попадала в анналы истории бриллиантов. Лучше всего запомнилась история Джозефа Ашера и знаменитого алмаза Куллинан, который был найден в 1905 году.

Король Эдуард VII пригласил братьев Авраама и Джозефа Ашеров в Лондон, чтобы решить, что можно сделать с Куллинаном, самым большим из когда-либо найденных алмазов. Как гласит легенда, в 1908 году, когда Джозеф Ашер попытался расколоть камень, он сделал это перед публикой. Его первая попытка сломала лезвие, в то время как камень остался неповрежденным. Он быстро распустил толпу и начал работать над новым инструментом, чтобы сделать свое дело. Неделью спустя, вооружившись новыми инструментами и в присутствии только нотариуса, Джозеф успешно расколол камень, как и планировалось. По сообщениям, он сразу же потерял сознание.

Майк и Лита – шестое поколение Ашеров, управляющих компанией Royal Asscher Diamond. Их отец, Эдвард Ашер, хорошо известен не только потому, что он руководит одной из самых известных в мире алмазных компаний, но и благодаря многочисленным отраслевым организациям, которые он возглавлял и в которых он оставил свой след.

В этой связи фирменная огранка Royal Asscher – неповторимый, защищенный патентом Royal Asscher® Cut – сделала Asscher нарицательным словом в мировом ювелирном бизнесе. Royal Asscher® Cut считается одной из самых красивых бриллиантовых огранок из когда-либо созданных.



PEKΛAMA

SWAROVSKI
GEMSTONES™

Brilliant Precision

BORN FROM A TRADITION OF
MASTER CRAFTSMANSHIP
SWAROVSKI-GEMSTONES.COM

Город Екатеринбург – ЮВЕЛИРНЫЙ ХАБ



Ювелиропт

Проведем лето ярко!

Ювелирные летние коллекции – драйверы летних продаж!

«Ювелир-опт» предлагает своим партнерам ускорить процесс доставки ювелирных изделий на прилавок розничного магазина, используя возможность мобильной работы с актуальным ассортиментом онлайн.

Мы уверены, что новые формы сотрудничества позволят оперативно обновлять коллекции в Ваших розничных магазинах.

В процессе оформления онлайн заказа наш сайт информирует клиентов о реальном наличии товара. Все новинки ведущих российских производителей мы предлагаем нашим клиентам на сайте [www: j-opt.ru](http://www.j-opt.ru).



цены и условия
заводов изготовителей



отсутствие минимальной
суммы заказа



дистанционная система
заказов



оперативная обработка
заказа

Всем предпринимателям розничной ювелирной торговли желаем высоких скоростей в достижении цели – создании яркого летнего настроения для каждого покупателя!

**Екатеринбург, ул. Хохрякова, 74 Тел. 8 (800) 550-36-92 info@j-opt.ru
www.j-opt.ru**

33-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА

APU АСТАНА

**7-10
ноября
2019**



18+
Реклама

КАЗАХСТАН, г.Нур-Султан, ВЦ «КОРМЕ»

ОРГАНИЗАТОРЫ: «КАЗЭКСПО», «ВМ EXPO»



Tel.: 8 (727) 313-76-28
Mob.: +7 (707) 456-53-96
E-mail: kazexpo@kazexpo.kz

www.kazexpo.kz