

ГРАН-ПРИ

ТОРГОВЫЙ ДОМ «ЗОЛОТАЯ РУСЬ»

ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ

Евгений Климентьевич ШЕВЕЛЕВ,
основатель и руководитель Торгового дома «Золотая Русь»:

«Мы уверенно чувствуем себя на ювелирном рынке, несмотря на кризисы, которые мы пережили не один раз за 22 года существования компании»



2019 год принес Торговому дому «Золотая Русь» абсолютную победу в конкурсе «Лучший ювелирный магазин года» – и Гран-при уехал на Дальний Восток.

«Золотая Русь» демонстрирует поразительное трудолюбие, ведущее к новым успехам. И уже очень давно ювелирное сообщество наблюдает на ее примере заслуживающий профессионального уважения опыт построения и развития компании. Это одна из лучших ювелирных розничных компаний на российском рынке на протяжении многих лет! А как может быть иначе, когда в основе работы компании лежит принцип постоянного совершенствования.

О Торговом доме «Золотая Русь» мы поговорили с Евгением Климентьевичем ШЕВЕЛЕВЫМ, основателем и руководителем компании.



ТОРГОВЫЙ ДОМ «ЗОЛОТАЯ РУСЬ»

Год основания компании – 1996-й

Количество магазинов – 78

*Количество городов присутствия –
44 населенных пункта в
Дальневосточном федеральном
округе*



– Евгений Климентьевич, «Навигатор ювелирной торговли» поздравляет вас и коллектив Торгового дома «Золотая Русь» с главной победой в конкурсе «Лучший ювелирный магазин 2019». Что для вас это значит?

– Мы долго шли к этой победе: были «Лучшей городской сетью», «Лучшей международной ювелирной сетью», «Лучшей федеральной ювелирной сетью». И вот наконец мы завоевали Гран-при. Весь коллектив рад. В 25 магазинах у нас прошло большое мероприятие по поводу получения этой награды. Праздник разделили наши покупатели, которые поздравляли нас с победой.

– Расскажите о месте вашей компании на карте России. Какова география ее присутствия?

– Наша сеть в настоящий момент насчитывает 78 магазинов в 44 городах и поселках в шести субъектах Дальнево-

сточного федерального округа. Мы имеем опыт розничной торговли и в Китае, но по разным причинам в этом году мы закрыли там два магазина. Пусть лучше гости из Китая за украшениями ездят к нам в Россию.

– **Ваша компания демонстрирует стабильность и уверенность на рынке. Как вам удается так себя чувствовать?**

– Изначально мы ставили перед собой задачу удовлетворить потребности всех покупателей независимо от их возраста, пола, размера кошелька. И это в конечном счете нам удалось. От маленьких торговых точек мы постепенно перешли к созданию универсальных магазинов, где есть всё. У нас представлены украшения для детей, обручальные и помолочные кольца, подарки для мужчин, часы, серебряная посуда и сувениры и, конечно,



самый обширный ассортимент женских украшений: от серебряных до золотых с драгоценными вставками, от классических до эксклюзивных моделей. При этом ценовая разбежка составляет от первых сотен рублей до нескольких миллионов.

Но мало сформировать необходимый ассортимент, нужно еще должным образом преподнести и продать товар. Правильному, квалифицированному обслуживанию покупателей уделяется самое пристальное внимание. В компании разработаны корпоративные стандарты для сотрудников ювелирных салонов, введена система наставничества, с помощью которой передается бесценный опыт лучших консультантов новым сотрудникам. Ведется всесторонняя, системная работа по повышению квалификации работников: это и обучающие программы нашего отдела обучения, и ежегодные тренинги для продавцов с привлечением лучших российских бизнес-тренеров. Ежегодно проводится аттестация продавцов. Все это в совокупности позволило сделать высокое качество обслуживания покупателей визитной карточкой нашей компании.

Важной задачей является завоевание и сохранение доверия покупателей. Мы не используем запутанных маркетинговых ходов, когда перед началом акции делают дополнительную наценку на товар либо периодически объявляют о ликвидации магазинов и так далее. Быть всегда честными перед покупателями – наш принцип! Всё это в совокупности позволило нам создать обширную клиентскую базу в каждом городе и поселке. Поэтому мы уверенно чувствуем себя на ювелирном



рынке Дальнего Востока, несмотря на кризисы и приход новых игроков на наш рынок.

– Как экономическая нестабильность повлияла на вашу компанию?

– Да, ювелирный рынок не может быть стабильным в условиях чередующихся кризисов, дефолтов, волатильности курса валюты и драгоценных металлов. Например, в результате резкого падения рубля в 2014 году ювелирная продукция российского производства стала весьма привлекательной для китайских туристов, поэтому нам срочно пришлось переориентировать некоторые магазины в приграничных городах именно на китайских туристов. А у них тоже ежегодно меняется спрос: в этом году нужно одно, в следующем другое. Поэтому и мы постоянно меняемся с учетом их спроса. Да и вкусы наших российских покупателей меняются: то кроме «красного» золота ничего не надо, то нужно «белое», а сейчас и «желтое» золото востребовано. Главное – вовремя реагировать на меняющуюся конъюнктуру рынка.

Даже в период кризиса и последующей стагнации экономики, когда все жалуется на спад в торговле, мы открываем все новые магазины, так как появилось много предложений по аренде и покупке торговых помещений. Необходимо постоянное совершенствование и стремление к развитию. Это нужно понимать и постоянно учиться, перенимать хорошее как у своих коллег из других регионов, так и у конкурентов. Если считать себя самодостаточным, перестать развиваться, неизбежно случится медленное или быстрое угасание.

– С какими поставщиками вы сотрудничаете и как происходит их выбор?

– У нас более 200 поставщиков. Мы сотрудничаем как с крупными производителями, так и с небольшими компаниями, которые выпускают оригинальный товар, которого нет у крупных производителей. Мы открыты к сотрудничеству, для нас важен каждый производитель с качественными изделиями оригинального, современного дизайна.

– Как создать союз единомышленников из своего рабочего коллектива?

– Я считаю, что все наши успехи, в том числе победа в конкурсе, достигнуты благодаря работе всего нашего коллектива, всей команды, которая формировалась в течение долго времени – более 20 лет. Сейчас в этой команде и те, кто пришел в первые годы, и новые, свежие силы. Главные требования, которые мы предъявляем к сотрудникам, – это желание работать, совершенствоваться, проявлять инициативу и добиваться выполнения поставленных задач.

**Беседовала Ольга КОРЧАГИНА,
главный редактор журнала
«Навигатор ювелирной торговли»**



Хабаровск,
ул. Карла Маркса, 144Б
Тел.: 8 (4212) 938-338
www.zolrus.ru
sale@zolrus.ru



LUCENTE

**производство
пустотелых цепей**

pl-lucente.com