

# Андрей и Марина ЦАЦУРИНЫ, собственники ювелирной сети «Русское Золото»: *«Благодаря многолетней добросовестной работе мы смогли завоевать доверие более 200 тысяч клиентов»*

**28 салонов «Русское Золото» в трех регионах России – Смоленской, Брянской и Курской областях. Это результат 20-летней работы компании. За ним стоит не только современный подход к ведению бизнеса, но и своя философия: «тип мышления предпринимателя, способного стать чемпионом сегодня». В этом году ювелирная сеть «Русское Золото» стала победителем конкурса «Лучший ювелирный магазин 2020», получив его главную награду – Гран-при.**



Андрей и Марина, разрешите поздравить вас с главной победой в конкурсе «Лучший ювелирный магазин 2020». Для вас это было ожидаемое признание или приятная неожиданность? И что для вас это значит?

Наша сеть «Русское Золото» регулярно принимает участие в различных конкурсах, и решение участвовать в конкурсе «Лучший ювелирный магазин 2020» было однозначным. Мы понимали, что будет много претендентов из разных городов, что будут награды в разных номинациях. Конечно, мы тоже рассчитывали выиграть одну из них. Но какова же была наша радость, когда мы стали обладателем самой главной награды – Гран-при «Лучший ювелирный магазин года».

Безусловно, за 20 лет работы в нашей копилке уже много наград и призов, но именно этот – особенно ценный. Потому что жюри, принимая решение о том, кто достоин, оценивает компанию в целом, берет в расчет большое количество показателей. От этого нас еще сильнее переполняет гордость за компанию, за то, что наш труд не остался незамеченным, а был оценен по достоинству.

**Ювелирная сеть «Русское Золото» довольно обширна. Какова география ее присутствия?**

В настоящее время сеть «Русское Золото» представлена 28 салонами в трех регионах России – это Смоленская, Брянская и Курская области. Если рассматривать более детально,



нужно сказать, что мы представлены в восьми городах России. Это результат нашей 20-летней работы. Мы не останавливаемся на достигнутом и постоянно расширяем географию своего присутствия.

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

У нас, так же как у всех, бывают взлеты и падения. Но есть основные факторы, на которых мы всегда фокусируем внимание. Безусловно, это максимально оперативное реагирование на какие-либо изменения в отрасли, бизнесе, экономике и принятие необходимых мер, которые позволяют нам держаться заданного вектора. Сейчас рынок и потребитель весьма динамично меняются, и нам приходится подстраиваться под эти изменения, предлагать релевантные времени услуги и товары.

Также мы уделяем огромное внимание аналитике. Несколько лет назад мы озадачились очень важным вопросом – построением ассортиментно-ценовой матрицы. Мы привели ее в соответствие с разными категориями магазинов, создали систему управления товарными запасами. Работа была проделана колоссальная, и сейчас она приносит существенные плоды: мы значительно уменьшили остатки и увеличили оборачиваемость, сделали ассортимент максимально сбалансированным. Кроме этого была проведена работа по оптимизации организационной структуры компании, что позволило увеличить скорость и упорядочить принятие решений, а также стимулировало

сотрудников к ответственности и специализации на отдельных задачах.

В целом, конечно, нет универсальной формулы успеха. Добиться результата можно только при комплексной работе по всем фронтам.

**Ситуация на ювелирном рынке становится все сложнее... В чем секрет успеха ваших магазинов? Как вы преодолеваете кризисные времена?**

Да, действительно, экономика страны в целом переживает не лучшие времена, и ювелирная отрасль в том числе. Но не стоит забывать, что кризис несет в себе не только изменение привычных условий работы, уход клиентов или потерю бизнеса, это также разрушение устоявшихся стереотипов и поиск новых возможностей.

Нас кризис заставил пересмотреть стратегию компании, по-новому взглянуть на бизнес и искать иные стимулы для развития. При правильном поведении он может стать временем реализации открывающихся возможностей, позволив увеличить долю рынка и оптимизировать бизнес-процессы. И здесь мы придерживаемся нескольких правил.

Первое правило: чтобы быстрее адаптироваться в кризис, нужна энергия. Если тащить с собой багаж того, что раньше вроде бы не мешало, выбраться из ямы будет очень трудно. В данном случае аналитика нам в помощь. Она дает возможность разобраться, что лишнее на этом этапе.



Второе правило: использовать внешнее давление. Кризис подталкивает нас измениться или... сломаться. Чтобы меняться, надо задать себе вопрос: что из сложившейся ситуации я могу использовать себе на пользу? Таким образом, мы поменяли ряд бизнес-процессов, усилили систему продаж, скорректировали целевую аудиторию потребителей, разработали новые нормативы и систему поощрения для сотрудников, внедрили новые каналы продаж. И, наконец, более пристальное внимание уделили рекламным возможностям интернета и онлайн-продажам.

Третье правило: не терять энергию, а именно – не принимать решений, которые полезны только в краткосрочной перспективе, но сильно ударят по нам в будущем.

Ну и, самое главное, мы считаем, что преодолеть кризисные времена можно только с сильной командой, лояльной, мотивированной и надежной. Этому вопросу мы всегда уделяли очень большое внимание, и сейчас эта инвестиция приносит результаты.

**За последние несколько лет изменился стиль оформления ваших салонов. Я бы сказала, кардинально изменился. Почему захотелось перемен?**

Да, вы правы. Как говорилось ранее, мы стараемся идти в ногу со временем и отвечать запросам потребителя.



Наш первый салон был открыт в 1999 году. Его дизайн претерпел изменения не один раз. Последние перемены были связаны с открытием флагманских салонов в крупных ТРЦ. Создавая фирменный стиль, мы понимали, что дизайн салона – это первая коммуникация клиента с нами, поэтому уделили особое внимание цветовой палитре и интерьеру в целом.

Основные цвета классического дизайна салонов – белый и черный, дополнительные – красный и золотой. Раньше в наших салонах доминировал черный цвет, который создавал атмосферу роскоши и статусности, а белый подчеркивал акценты и направлял внимание покупателей на украшения. Сейчас, следуя новым тенденциям времени, доминирует белый цвет, который ассоциируется с динамичностью, светом, легкостью принятия решения. Этим цветом мы хотим показать нашу открытость для каждого и гарантию чистоты наших изделий. В качестве ярких акцентов в дизайне для привлечения внимания мы используем смелые оттенки красного и золотого. Красный цвет, как сигнал светофора «Остановись!», а золотой – как символ солнечного света говорит: «Порадуйся, зарядись положительной энергией». Интерьер салона достаточно демократичен. Основная идея – объединить чистоту белого и строгость линий черного, а также сохранить комфортную обстановку для совершения выбора и покупок нашими клиентами. И мы успешно эту идею реализовали!

**Как вы выбираете места для своих салонов? И несколько слов о форматах, которые вы используете.**

Естественно, первое, на что обращаем внимание при оценке торгового помещения, – наличие трафика. Далее оцениваем место в целом: контингент, инфраструктуру, соседство, условия аренды и т.д. В зависимости от проведенного анализа мы принимаем решение о целесообразности открытия торговой точки, а также о ее формате. Наша сеть представлена пятью форматами салонов.

Первый – салоны-флагманы. Их отличительная особенность – площадь не менее 150 квадратных метров, современный дизайн, широкий ассортимент товаров, в том числе большое количество коллекционных и премиальных брендов. Находятся флагманские салоны в крупных ТРЦ.

Второй формат – салоны в ТЦ. Площадь от 60 до 150 квадратных метров, классический дизайн сети, широкий ассортимент украшений наиболее востребованного массового сегмента, небольшое количество изделий премиальных брендов. Доля таких салонов в сети составляет 40%.

Третий – салоны street-формата. Площадь от 40 до 80 квадратных метров. Отдельно стоящие магазины со своим входом, классический дизайн сети, широкий ассортимент изделий наиболее востребованного массового сегмента. Такой формат востребован в небольших городах, где нет



крупных торговых центров, а также в спальных районах. Он занимает 30% сети «Русское Золото».

Четвертый – shop-in-shop. Бренд-секции Sokolov с самыми горячими новинками нашего отечественного производителя. В нашей сети четыре бренд-секции.

Пятый – островной тип. Площадь около 20 квадратных метров. Находятся в ТЦ с высокой проходимостью и в непосредственной близости к якорным трафикаобразующим арендаторам. Ассортимент островов – это яркие, модные, трендовые изделия в среднем (и ниже) ценовом диапазоне, рассчитанные на спонтанные импульсные покупки.

**Давайте остановимся на ассортименте. По какому принципу вы отбираете ювелирные изделия?**

Думаю, что здесь у нас, как и у всех ювелиров, работа с матрицей. Учитываем необходимый ассортимент базовых моделей, вес, дизайн, ценовой диапазон. И, конечно, строго соблюдаем долю новинок в каждой группе товаров.

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

В настоящее время мы сотрудничаем с большим количеством крупнейших заводов-производителей. Среди них «Адамас», SOKOLOV, Efremov, «Бриллианты Костромы», Brilliant Style, «Санис», Violet, De Fleur, Delta, JV, «Graf Кольцов» и многими другими. В основном с каждым из них у нас сложилось многолетнее взаимовыгодное сотрудничество.

При выборе новых поставщиков мы обращаем внимание на качество, дизайн, цену, на предлагаемый ассортимент, а также на предложенные условия сотрудничества.

**К успеху руководители приходят с командой. Кадровый вопрос для вас актуален? Какие требования, в частности, вы предъявляете к продавцам?**

Безусловно, команда играет определяющую роль, и здесь мы придерживаемся очень скрупулезного подхода. У нас нет случайных людей. Мы проводим тщательный отбор претендентов. Главная задача в подборе персонала – привлечение максимально релевантных кандидатов, что называется «своих людей». Чтобы попасть на работу в нашу сеть, мало быть привлекательными и обладать навыками продаж.

Мы, конечно, как и все, ориентируемся на общепринятый формализованный портрет продавца-консультанта ювелирных украшений, но для нас не менее важен и психологический портрет будущего продавца, его мотивационный профиль, ценностные ориентации. Дальше уже работает наша система наставничества, обеспечивая включение в корпоративные ценности и стандарты.

**Как сегодня решить проблему мотивации персонала? Что выбираете вы?**

Сегодня очень важны те аспекты, которые создают у людей ощущение стабильности и уверенности в завтрашнем дне. Бесспорно, самый эффективный способ мотивации сотрудников – увлечь их общей идеей. Тогда они



в большей степени могут быть ориентированы на нематериальные факторы.

У нас есть свой командообразующий праздник – День компании, на котором мы подводим итоги индивидуальных и командных побед. Но и не уделять внимания материальной стороне вопроса тоже нельзя. Хороших сотрудников надо поощрять, и мы постоянно работаем над совершенствованием нашей системы премирования.

**Вы хорошо знаете своих покупателей. Какие программы лояльности и акции у вас работают особенно эффективно?**

Благодаря многолетней добросовестной работе мы смогли завоевать доверие более 200 тысяч клиентов. Большая часть из них стали постоянными. Как мы знаем, намного дороже стоит привлечь нового клиента, чем мотивировать к возврату постоянного. Мы активно движемся в этом направлении, и эта работа приносит заметные плоды. Так как сейчас в любом магазине проходят масса различных маркетинговых акций, покупатели стали скептически относиться к ним, а иногда и вовсе не замечают. Приходится находить новые способы удивлять искушенных клиентов.

Из нашей многолетней маркетинговой практики положительный отклик получают стимулирующие акции с крупными подарками, такие как квартира и машины. Каждый в душе надеется стать обладателем такого подарка. Это хороший мотиватор и конкурентное преимущество. Тем более что наши покупатели уже привыкли, что все розыгрыши у нас проходят максимально честно и открыто. Нам доверяют, и уже нет таких скептиков, которые были раньше в подобных конкурсах.

Не менее хорошо у нас проявили себя бонусные системы лояльности и дисконтные программы. Думаю, здесь нет смысла объяснять преимущества для нас и клиента. И, конечно же, различные подарки за покупку, скидка в день рождения, бесплатная УЗ-чистка и геймификация в различных ее вариациях.

Если говорить об акциях со скидками, лучшие показатели у акций с понятным, простым посылом. Например, –50% на все! Очень важно, конечно, не только механика акции, но и ее представленность и каналы продвижения!



Обложка корпоративного календаря компании «Русское Золото» – «Времена года».

На фотографии – 12 победительниц конкурса «Лучший продавец месяца», которые олицетворяют 12 месяцев года.



Розыгрыш квартиры от компании «Русское Золото».

**Вы занимаетесь не только бизнесом, но и благотворительностью, участвуете в социальных проектах... Можно несколько слов об этом?**

Конечно. Мы социально-активная компания и стараемся по возможности помогать детям, которые в этом нуждаются, а также участвовать в общественной жизни города. Также мы поддерживаем и все федеральные кампании наших партнеров, которые направлены на благотворительность. Например, из последних – это продажа коллекций «Счастье» от компании «Юнипрайс» и благотворительная акция от SOKOLOV.

**Марина, Андрей, вы многого достигли – руководите крупной ювелирной сетью регионального масштаба. И у вас семейный бизнес. Для вас это стало решающим фактом? Как думаете?**

Не думаем, что решающим, но определенно это усиливает наши позиции и дает преимущества перед конкурентами. Так как каждый из нас является экспертом в своей сфере ювелирного бизнеса, это позволяет закрывать нам множество «слепых» зон и быть максимально быстрыми и гибкими, что в наше время, думаю, – неоспоримое преимущество.

Конечно, то, что мы имеем сегодня, – это результат нашего совместного пути. Благодаря взаимной поддержке и стремлению к общей цели мы смогли выйти на лидирующие позиции и получить признание как лучшая ювелирная сеть, получив Гран-при конкурса «Лучший ювелирный магазин 2020»!

**И в конце задам традиционный вопрос о планах. Что дальше?**

Безусловно, трудно прогнозировать что-либо в условиях современных реалий. Предстоящий год будет для всей ювелирной отрасли не из легких. Со многими изменениями в работе предстоит столкнуться как на законодательном уровне, так и с изменениями потребительского поведения. Многие бизнес-процессы потребуют корректировки, понадобится много сил и внимания, особенно со стороны собственников бизнеса.

Но, что касается конкретно нас, несмотря на весь опыт преодоления турбулентностей бизнеса, несмотря на все сложности предпринимательства, интерес не угас. Возможно, еще и потому, что, когда видишь результаты своего труда и испытываешь эмоциональное удовлетворение, ты становишься в хорошем смысле зависимым от своей работы, которая стимулирует тебя снова и снова добиваться успехов.

Главное – соблюдать баланс, не давать возможности организму выгореть, не потерять блеска в глазах, сохранить здоровье, драйв и вкус к жизни. Инвестиции в себя и в управление собой – это тип мышления предпринимателя, способного стать чемпионом сегодня.

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

«РУССКОЕ ЗОЛОТО»  
214031, Смоленск,  
пр-т Строителей, 6 А, оф. 301  
Тел.: 8(4812) 244-882  
www.rus-zoloto.com

YouTube-канал:  
Русское золото  
 russkoezoloto  
 ruszoloto  
 ruszoloto

# Девять потрясающих авторских коллекций!

## #ИДЕАЛЬНЫЙ ТАНДЕМ

### Twins

Представляем комплекты с уникальным весом!  
Вес каждой пары – кольцо + серьги – не превышает 3,0 грамм.



## #ГЛАМУРНЫЙ ШИК

Богатые объемы и фактуры соседствуют с легким весом. Уникальные бескаменные модели коллекций JUDY и DUNES, выполненные в европейском дизайне.



### JUDY



### DUNES

## #В РИТМЕ СОЛНЦА

### KODO

Украшения коллекции KODO передают не только формы знаменитых барабанов тайко, но и драйв мощного звучания, от которого захватывает дух.



#НЕЖНЫЙ РОК

Zoom



Время взбодрить свой имидж смелыми элементами в стиле ROCK STILE!



#С ЛЮБОВЬЮ



Pure Brilliance



Для счастья нужны двое! Новые модели легендарной коллекции Pure brilliance вновь соединили помолвочные и обручальные кольца в одно целое!

#ИДЕАЛЬНЫЙ БЛЕСК

Alice

Многократно отражая каждую грань, зеркальные плоскости коллекции Alice заставляют камень сверкать во много раз ярче!



HALF-PIPE

А родированные поверхности линейки HALF-PIPE придают украшениям особый блеск. Будто снежный склон в ослепительных лучах солнца.

#ЛЕГКОСТЬ

Colibri



Оторваться от земли и улететь в прекрасный край мечты? Серьги вдоль мочки идеально садятся по ушку, а устремленная вверх композиция в форме крыльев придает образу динамику!

