

# Идеальные отношения

В мартовском номере нашего журнала («Русский Ювелир» № 2) в рубрике «Особое мнение» Людмила Зыкович, руководитель группы ювелирных компаний из г. Челябинска, подняла очень важную, на наш взгляд, тему взаимоотношений торговли и производителей ювелирных украшений. Статья называлась «Идеальные отношения» (ее можно прочесть также на нашем сайте [www.russianjeweller.ru](http://www.russianjeweller.ru)). Редакция не сомневалась в актуальности вопросов, затронутых в этой статье, и полученные отклики — лучшее тому подтверждение. Некоторые из них предлагаем вашему вниманию.



**Ольга Михайловна Клементьева, руководитель сети ювелирных салонов «КлементИНА» в Петербурге, Кандалакше, Полярных Звездах, Ковдоре, Апатитах, Кировске, Мончегорске и Оленегорске**

## ВЗАИМООТНОШЕНИЯ МЕЖДУ ПРОИЗВОДИТЕЛЕМ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ С ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Тема для разговора поднята действительно серьезная и актуальная. Но я, пожалуй, не буду отталкиваться от статьи Людмилы Зыкович. Россия большая, и каждый регион и даже город живут своей, отличной от других жизнью.

У нас, в Мурманской области, города небольшие, и жизнь в них зависит от одного градообразующего предприятия.

За восемнадцать лет работы на ювелирном рынке изменились мы, изменился и наш покупатель. Если на заре нашей деятельности покупатель приобретал все подряд, и только от профессионализма и желания продавца заработать доверие покупателей зависело, какой товар лежит на прилавках твоего магазина: дешевый и некачественный сомнительного производства, или более дорогой, но не вызывающий сомнений товар российских изготовителей ювелирных изделий. Кстати, российских производителей в те времена можно было пересчитать по пальцам.

Наш современный северный покупатель кардинально отличается от покупателя девяностых годов. Это Покупатель с большой буквы: знающий, разбирающийся в камнях и сплавах, интересующийся ювелирной модой.

Да и российских производителей теперь не перечислить. Отношение их (производителей) к своему предприятию, сотрудникам, выпускаемой продукции, к нам (рознице), конечному потребителю у всех разное. Здесь нельзя обобщать. Есть очень достойные предприятия, у которых и условия для сотрудников созданы великолепные, и ассортимент изделий постоянно меняется, и качество на высоком уровне, и к «рознице» относятся с уважением и вниманием.

### Что бы хотелось видеть в ближайшем будущем? Как нам наладить работу «производитель-розница»?

Начну с «розницы». Мы работаем с конечным потребителем ювелирной продукции, производимой нашими поставщиками — с нашими дорогими и любимыми ПОКУПАТЕЛЯМИ. И очень многое зависит от нас — от того, как мы работаем, сможем ли мы понять



пристрастия покупателя, — то, что он хочет сегодня и чего ему захочется завтра.

Как только достигнуто взаимопонимание с покупателем, надо двигаться дальше. Начинаем работать с производителями. Если он стремится к развитию, несет ответственность за свое предприятие и людей, которые у него работают, то найдет общий язык с нами — «розницей». Ведь это взаимовыгодный интерес. Обсуждая заказы: модели, цвет золота, вставки — производитель таким образом проводит изучение покупательского спроса через представителя розничной сети. Мы, как никто другой, знаем о потребностях наших покупателей, и наша задача донести эти сведения до производителя. От того, как мы это сделаем, и от того, услышит ли нас производитель, и зависит будущее ювелирного рынка России.

Да, к сожалению, таких передовых предприятий у нас не много, но они есть. Что уже радует. Остальные либо подтянутся, либо рано или поздно сойдут с дистанции — к чему о них сожалеть.

И конечно же, приятно видеть представителей российского производства на международных выставках. Наша страна — это и Европа, и Азия, поэтому и вкусы покупателей различны. Участвуя на европейских и азиатских выставках, ювелиры следят за тенденциями моды, дизайна ювелирных украшений, а затем радуют нас новинками.

Теперь позволю себе вернуться к статье Людмилы Зыкович.

## О МАГАЗИНАХ

Я не могу сказать, что наши российские ювелирные магазины все на одно лицо. Каждый старается в меру своих сил и способностей внести что-то особенное в дизайн магазина и ассортимент товара.

А лучшая реклама — это профессионализм и радушие продавцов.

Не поддерживаю мысль об эксклюзивных договорах на определенных территориях. Это монополизм — пусть у каждого будут равные возможности, и все зависит от того, как ты ими воспользуешься.

С утверждением, что от некоторых поставщиков не дождаться товара, согласна полностью. Порой сделаешь заказ, а он словно проваливается в «черную дыру». Ты уже давно забудешь о том, что заказывал, и вдруг как снег на голову сваливается посылочка — а там из всего твоего заказа лишь пять — десять изделий, и это спустя полгода! Ну что ж, будем работать с другими, более поворотливыми производителями.

Согласна и с мнением Л. Зыкович о наших российских выставках. Ехать на них представителям розничных сетей считаю нецелесообразным.

Причин тому несколько. Из-за высокой арендной платы выставочных площадей производители стараются хоть как-то окупить свое участие на выставках за счет торговли в розницу со своих стендов. Выставки открыты для свободного посещения. Народу очень много. К стендам не подойти. Поэтому приходится сидеть с утра до вечера на отборке внутри стендов, и практически нет возможности знакомиться с новыми поставщиками. И это грустно. Российские выставки проводятся не для профессионалов, а для широкого круга обычных покупателей. Сейчас это похоже на рынок. Лишь немногие предприятия позволяют себе не торговать на выставках в розницу, а работают только с оптовиками. Если бы российские выставки были хотя бы на два-три дня закрыты для свободного посещения, профессионалам была бы возможность плодотворно поработать. Ну да выставки — это отдельная тема для обсуждения.

Хорошо, что ваш журнал поднимает такие актуальные вопросы. Это уже движение вперед.



*Аргентум 925*

**Ювелирные украшения  
с натуральными камнями  
в серебре, производства  
Италии, Филиппин, Тайланда,  
Гонконга, России.  
Ассортимент регулярно  
обновляется.  
Высокое качество изделий.  
Прямые контрактные поставки.  
Оптовикам гибкие условия.  
Удобное расположение офиса.**

Россия,  
г. Москва, Ленинский пр-т, д.2-2а.  
тел.: +7(495) 647-98-38, 236-07-91,  
638-44-86, 638-45-37  
e-mail: balexgroup@gmail.com;  
ansilver@mail.ru  
www.ag925.ru, www.silverstones.ru