

Итоги выставки JUNWEX MOCKBA

Ювелирная Россия

Новостной еженедельник 795 от 03 октября 2023

www.junwex.com

БЛАГОДАРИМ ВСЕХ ЗА ПАРТНЕРСТВО И ВЗАИМОПОНИМАНИЕ!



Надеюсь, участники и их торговые партнеры вернулись с выставки «JUNWEX MOCKBA» удовлетворенными результатами работы. Приходим в себя и мы - её организаторы.

От имени своих коллег хочу поблагодарить наших партнеров за терпимость и доброе отношение, за понимание и человечность. Вот кажется, все прожитое нами до сих пор никогда не было легким, но эта выставка показала: еще никогда раньше ни мы, ни наши участники с посетителями не видели такого

бардака на территории вокруг выставки, да и внутри, особенно при заезде на площадку. Удивительно, но никто не упрекнул нас, видя нашу неловкость за происходящее и понимая стремление справиться с ситуацией. Огромное спасибо. Вместе мы справились, и в последующие за днем заезда дни выставка показала хорошую эффективность.

Прежде всего, это касается активности работы оптовиков, собравшихся на стендах участников, благодаря которым со вторника по пятницу на выставке царил ажиотаж, не позволяющий отвлекаться от работы.

В предшествующие кризисные годы с пандемией, законодательными сюрпризами и внешнеполитическими, мягко говоря, «особенностями» от такого посещения и интереса оптовых покупателей многие отвыкли. Прибывшие из всех регионов



России, а также из Белоруссии, Казахстана, Киргизии, Узбекистана, Молдовы, Азербайджана, Грузии, Армении, стран Прибалтики, из вновь присоединившихся регионов торговые специалисты радовали объемами закупок и платежеспособностью.



Даже повсюду перекопанные подходы к павильонам и разруха на реконструируемом ВДНХ каким то образом преодолевались и розничными покупателями. Все было сделано чтобы люди сломали ноги и разбили головы на этой сплошной строительной площадке, а они каким то непостижимым образом просачивались в залы...

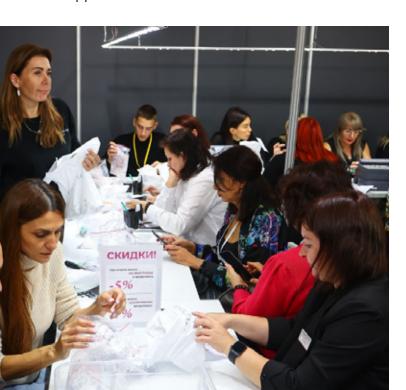
В результате выставку за пять дней посетило:

21 386 посетителей7 322 оптовиков

Уже в «нулевой» день стендовики отметили присутствие всех значимых региональных оптовиков, количество которых в последующие дни работы только возрастало.



Не знаю, насколько серьезно можно оценивать восторг некоторых разгоряченных участников, но это звучало как-то так: «За все мои 18 лет работы на выставках JUNWEX – это самая лучшая выставка за все годы!». А на мое предположение об отпуске товара с длительной отсрочкой был ответ: «Только со 100% предоплатой! Ни копейки в долг».



Порадовал Клуб «Российская Ювелирная Торговля», офис и конференц залы которого постоянно были наполнены участниками мероприятий, заинтересованным общением с интересными спикерами.



После длительного перерыва в общении с участниками рынка среди разносторонних специалистов выставку посетили и представители государственных структур. Я бы отметил несколько изменившийся тон общения между бизнесом и чиновниками, равнообразно отличавшийся в эти дни взаимным вниманием и желанием слушать друг друга. Уже обнадеживает.

Порадовали результаты конкурса ювелиров. И работ было представлено больше обычного, и появились совершенно новые молодые лица.

А в номинациях «Лучшие коллекции сезона» торговля получила стопроцентно продаваемые образцы украшений, которые станут хитами в предновогоднем торговом сезоне.

Все обратили внимание на 33-й павильон с оборудованием, технологиями, комплектующими, упаковкой и расходными материалами. Там все дни бурлила жизнь. Интересно, что все образцы оборудования, представленные в этом разделе, были раскуплены во время выставки и получили оплаченные заказы. Сам хотел приобрести упаковку для подарка, но оказалось все уже раскупленным и оставленным на стендах для приема заказов до конца выставки.







Конечно, результаты работы надо еще анализировать и критично рассмотреть со всех сторон, но в целом впечатления хорошие.

Наблюдения этих дней позволяют оценивать хорошую перспективу и результаты, несмотря на трудный период в жизни государства. И очень надеюсь, что следующая выставка в Москве пройдет уже в мирное время в победившей стране в просторном 75 павильоне, о чем интересовались с надеждой все и каждый. Это бы сняло многие проблемы и предоставило возможность нам удовлетворить запросы участников.

А пока- всем прийти в себя после напряженных дней работы! Не забыть ничего из важного о чем договорились с партнерами. Увидеть и понять свои просчеты и учесть в дальнейшей работе.

Еще раз благодарю всех за партнерство и взаимопонимание. Успехов, сил и удачи!

С уважением и благодарностью, Валерий Будный.









А.С.Горыня:

"То, что я увидел на выставке, очень радует: новые работы по-своему замещают западные бренды. Сегодня я впервые за многие годы увидел совершенно новое направление, которое мне очень понравилось. Компания Palekh Watch представила часы, аналог которых был представлен в 2012 году Cartier. Так вот Palekh сделал, на мой взгляд, гораздо лучше и эффективнее, и это очень радует!"



Д.Замышляев:

"Я бываю на зарубежных выставках и есть возможность сравнивать. Наши ювелиры изготавливают потрясающие, удивительной красоты вещи! Я рад, что вы продолжаете работу даже несмотря на сложные времена, когда действительно рынок проседал. Уверен, что искусство, которое вы создаёте, сохранится и будет продолжаться".













"ЮВЕЛИРНАЯ JUNWEX TECH

Проведенный на выставке «JUNWEX Москва» опрос показал, что рынок восстанавливается и находится на стадии развития.

Треть предприятий испытывают зависимость от импортного оборудования. Часть заводов проводят закупки критично важных технологических составляющих в рамках параллельного импорта. Но большинство участников уже готовы обходиться без него.

Альтернативой импортному оборудованию становятся сопоставимые по качеству и характеристикам отечественные аналоги. На выставке в павильоне 33 участвовало свыше тридцати компаний, которые представляли как российское, так и зарубежное оборудование, инструментарий и различные расходные материалы.

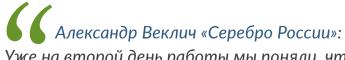
Оживление, царящее в этом павильоне, подтвердило,

насколько актуален сегодня поиск отечественных поставщиков оборудования и комплектующих. В связи с этим редакция «Ювелирная Россия» приняла решение в рамках формирования традиционного раздела JUNWEX Tech в феврале на «JUNWEX Петербург» запустить в помощь ювелирам специальную рубрику в журнале, где будут регулярно публиковаться материалы о предлагаемых на отраслевом рынке технологиях.

Приглашаем к сотрудничеству всех российских поставщиков оборудования и комплектующих, принимая на рассмотрение экспертно-информационные статьи и макеты со скидкой 50%.

Уверены, что это откроет новые возможности для отечественных предпринимателей!

Татьяна Носкова, ИД «Ювелирная Россия»:



Уже на второй день работы мы поняли, что выставка проходит так хорошо, как никогда не было!





Очень порадовало не только большое количество оптовиков, но и их драйв, эмоции, задор! После всех законодательных нововведений рынок почистился, остались самые активные и готовые работать в изменившихся условиях. Именно эти ритейлеры планируют открывать новые торговые точки. Я трудилась на стенде с 10 до 10 и эта работа была весьма продуктивной!





С первого дня работы в павильоне 57 были не только множество оптовиков, но и хороший трафик розницы!

Яна Мукушева, **1**



Участвовали в первый раз, увидели огромный интерес клиентов к нашему бренду!









Виталий Чарторийский, «Промтех»:

Наблюдаю повышенный спрос на оборудование, результаты выставки для себя оцениваю на твердую четверку!



ВСТРЕЧА С МИНИСТРОМ ПОСОЛЬСТВА ШРИ-ЛАНКИ

В Клубе "Российская Ювелирная Торговля" состоялась встреча для производственных компаний, посвященная международной выставочной программе 2023 – 2024.

Татьяна Будная, директор Клуба, рассказала о ближайших поездках, в первую из которых делегация отправится сразу после выставки JUNWEX. Следующая выставка в планах - CIIE в Шанхае с 4 по 10 ноября.

Тонкости таможенного оформления, логистики и другие процедурные вопросы разобрал Роман Шипилов, директор ТОО "ICS Logistics".

Особым гостем встречи стал Чамила Джаяратна (Chamila Jayarathna), министр-советник Посольства Шри-Ланки в России. Страна хорошо известна драгоценными камнями и, как говорят, даже когда англичане колонизировали Шри-Ланку, они нашли её по драгоценным камням. Страна занимает 9 место в рейтинге экспортёров и добывает 75 разновидностей драгоценных камней.

"Я хотел бы пригласить вас на выставку Facets, которая будет пройдет в Коломбо с 6 по 8 января. Это станет отличной возможностью для знакомства с ключевыми фигурами.

Кроме того, наше Посольство в ближайшее время планирует провести мероприятие, куда мы обязательно пригласим всех участников рынка. Будем рады видеть членов Клуба "Российская Ювелирная Торговля" на этой встрече!", - добавил Чамила Джаяратна.

"По результатам встречи мы уже начали формировать группу, которая отправится в январе на Шри-Ланку. При содействии Организаторов и Посольства, Клуб, как обычно, получит привилегированные условия для посещения", - заключила Татьяна Будная.



ПЕРВЫЕ ПОБЕДИТЕЛИ КОНКУРСА "ЧЕЛОВЕК ГОДА"

Церемония награждения "Человек года" собрала в Клубе лучших из лучших. Практически для всех победителей награда стала приятным сюрпризом, ведь участниками конкурса стали свыше 120 представителей ювелирных компаний.

Экспертами выступили руководители ведущих отраслевых Ассоциаций: Гильдии Ювелиров России, Союза ювелиров Северо-Запада, Клуба "Российская Ювелирная Торговля", эксперты Гильдии маркетологов и представители СМИ.

Победителями 2023 стали:

- Сергей Рыбаков, сеть салонов «Александрит» (номинация «Общественник года»)
- Семья Смирновых, Ивано-Вознесенская ювелирная компания "Статус" (номинация «Семейный бизнес»)
- Станислав Мазурчик, компания "Грант" (номинация "Производственник года")
- Компания "Sergey Slotin" (номинация "Личный бренд")
- Влада Федорова, компания Fresh Jewelry ("Деловая леди")











ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА

ОБСУДИЛИ ОБНОВЛЕНИЯ В ГИИС ДМДК

27 сентября мы вновь собрались на JUNWEX, чтобы обсудить изменения в системе ГИИС ДМДК. Об обновлениях и особенностях работы в системе рассказал Дмитрий Румянцев, глава компании "Ювелирсофт".

В августе в ГИИС ДМДК добавили признак наличия маркировки и нужно будет считывать конкретный dm-код. Как и чем удобнее это сделать, Дмитрий показал на примерах тестирования нескольких сканеров. А во время семинара можно было самостоятельно поработать со считывателем Кодлайм.

Статистика по времени считывания от КЮФ «Топаз»:



	май-июнь	24-25.07	04-07.08	01.09-10.09	11.09-17.09
				обновленное ПО	
до 10 сек.	2,48%	1,58%	0,33%	13,72%	27,88%
10-20 сек.	30,71%	15,25%	6,89%	43,55%	25,97%
20-30 сек.	16,64%	18,42%	8,52%	8,87%	20,19%
30-40 сек.	8,76%	10,53%	8,52%	8,06%	2,88%
40-60 сек.	13,98%	22,11%	26,23%	4,03%	12,50%
свыше 1 мин	27,43%	32,11%	49,51%	21,77%	10,58%



Что еще обсудили?

Как быть, если не считывается dmкод?

Что поменяется при упаковке на примере работы в УЮП?

Как подготовиться производственным предприятиям: отправить пробные партии, отрабатывать модели и перестраивать бизнес-процессы

Как маркировать парные изделия (считать УИН каждого из них и создать комплект с новым ИН, указав входящие в него УИН-ы)

Что делать с ассиметричные серьгами (комплект нужно будет разделять и сдавать по одному изделию, вложить бирку (бумажку) с УИН изделия в пакет.

Главное по маркировке остатков:

- 1. Ограничение ГИИС ДМДК в квитанции 500 шт. (строк). Если добавлять больше, то долго подписывается документ (из-за шифрования)
- 2. Оператор ФПП за смену сможет промаркировать 500 изделий. Рекомендация от ФПП: квитанции формировать по 100 изделий для упрощения распределения нагрузки по пробирерам.
- 3. На маркировку сдавать нужно в пакетах и с бирками. Оператор ФПП сканирует с бирки УИН, сверяет с данными в ГИИС ДМДК и далее прожигает dm-код на изделии.
- 4. Время нахождения на маркировке не нормируется, в отличие от клеймения.













УЗНАЛИ, КАК ВЕРНУТЬ ПОКУПАТЕЛЕЙ В МАГАЗИНЫ

Ювелирный консилиум на JUN-WEX был посвящен маркетинговым стратегиям. А чтобы осветить максимум актуальных тем, мы пригласили в Клуб на конференцию экспертов нескольких областей.

"Проблема каждого магазина - покупатель пришел, примерил товар и ушел без покупки. Мы поставили перед собой задачу вернуть покупателя и мотивировать совершить покупку, и считаем, что получили отличные результаты", - рассказал в своем выступлении - H.Синякин (агентство MediaNation).

Речь шла о кейсе компании Adamas, в котором использовались MAC адреса - идентификаторы мобильного телефона. Их можно собирать в определенном радиусе и затем передавать в рекламные платформы для демонстрации адресной рекламы.

"Мы разделили аудиторию на два сегмента и разместили в точках продаж WI-Fi ловушки. Откалибровав их, мы идентифицировали тех, кто зашел в магазин и тех, кто прошел рядом.Система помогает

собрать данные о посетителях и передать в рекламные платформы. После чего нас осталось лишь настроить и запустить рекламные ремаркетинговые кампании на две аудитории с разными промокодами и креативами", - рассказал Н.Синякин.

Результаты только первого этапа рекламной кампании впечатлили: стоимость одного вернувшегося посетителя (расходы на рекламу+аренда и настройка оборудования) составила 46 руб. Второй этап позволил увеличить

ROMI (коэффициент возврата маркетинговых инвестиций) - он составил 315%!

Обобщив результаты двух этапов, Николай выделил 4 главных фактора, влияющие на успех стратегии offline-to-online, а также обозначил наиболее перспективные меры для дальнейшей работы. Это смена креативов, их адаптация под конкретные торговые центры, дальнейшая сегментация аудитории и регулярная отчетность об активации промокодов.



КАК ЗАЩИТИТЬ БРЕНД И ПРАВА СОБСТВЕННОСТИ

Вопросы интеллектуальной собственности при продвижении на маркетплейсах затронули в своем выступлении Лидия Раймм - генеральный директор Центра интеллектуальной собственности инноваций IPHub и партнер предпринимательских креативных и инновационных кластеров и сообществ, и Елена Мельник - основатель агентства Elena Melnik, эксперт и спикер российского общества "Знание".

Спикеры еще раз акцентировали внимание на том, как сделать продукт брендом: помнить о решаемой задаче, не забывать про фирменный стиль, работать по

брифу и не бояться выходить за рамки, запрашивать like/dislike рефы и обязательно тестировать решения до выхода на маркетплейс.

Далее эксперты привели примеры патентов на изобретение и ПМК, а также подробнее остановились на вопросе, как защитить бренд:

- обезопасить идею на стадии оформленной идеи (депонирование)
- проверить нейминг и инициировать регистрацию TM
- инициировать регистрацию ТМ
- мониторить и охранять ваш ТМ
- оценить, насколько актуально патентование





ПОДВЕЛИ ИТОГИ КОНКУРСА ЮВЕЛИРОВ

В этом году участие в конкурсе приняли 34 предприятия, представив 79 изделий. Все гости церемонии смогли оценить на презентации богатством форм, материалов и драгоценных камней в представленных изделиях.

"Каждый раз наши ювелиры демонстрируют мастерство, новые творческие идеи и непревзойденное владение техниками изготовления ювелирных украшений", - отметили члены жюри.

Презентацию с изделиями можно скачать на сайте junwex.com



Международная выставка ювелирных украшений и подарков



7–10 декабря 2023 Москва, Гостиный двор

В центре экспозиции работы лауреатов Всемирного конкурса ювелиров имени Карла Фаберже



JUNWEX

Отраслевой медиа-холдинг

: (812) 303 98 69 Тел : (812) 320 01 41 Fax

www.junwex.com

