



Ювелирная Россия

Новостной еженедельник

851 от 03 декабря 2024

- www.junwex.com

Международная выставка
ювелирных украшений и подарков

JUNWEX

Лучшие украшения в России

12–15 декабря 2024

Москва, ВДНХ, павильон 57



ВЫБИРАЕМ ПОДАРКИ НА «JUNWEX ЛУЧШИЕ УКРАШЕНИЯ В РОССИИ»

Новый год — пожалуй, один из самых чудесных праздников. Мы с детства ждем сказок, чудес, волшебства именно в предновогодние дни и получаем их в избытке. Но детство заканчивается, и повзрослевшие люди сами превращаются в Дедов Морозов и Снегурочек, выбирая подарки под елку для своих близких. Теперь мы волшебники и дарим сказку нашим любимым.

Что же подарить? Какие новогодние презенты станут самыми долгожданными и желанными?

**НА ВЫСТАВКЕ МЫ
ПРЕДЛОЖИМ ВАМ ЛУЧШИЕ
ИДЕИ ЮВЕЛИРНЫХ ПОДАРКОВ,
КОТОРЫЕ ТОЧНО НИКОГО НЕ
ОСТАВЯТ РАВНОДУШНЫМ!**

Во-первых, вещь, которую вы дарите, должна нравиться вам. Если вас привлекает украшение, драгоценность, сувенир, которые вы выбрали, то и процесс их покупки и дарения, и эмоции получателя будут на высоте!

Во-вторых, подарок должен подходить человеку: учитывайте пол, возраст и социальный статус того, кому дарите. Принимайте во внимание ваши отношения с тем, кому предназначен презент. Подумайте, что уместнее в том или ином случае: золотое кольцо или серебряная авторучка, брошь с фианитами или кулон с бриллиантами...

Внимательно отнеситесь к стоимости подарка, ведь зачастую слишком дорогой подарок может создать неловкую ситуацию. Хотя на любой вопрос о роскошном презенте можно ответить: «Принес Дед Мороз» и сделать загадочное лицо.

Обратитесь к восточным поверьям. В китайском календаре каждый знак находится под влиянием одной из пяти стихий (элементов): металл, дерево, вода, огонь и земля. Наступающий год будет проходить под эгидой Зеленой деревянной змеи. В восточной культуре этот образ обозначает спокойствие,



гибкость, умение подстраиваться под обстоятельства без ущерба для себя. А значит, в 2025 году можно браться за дела, к которым мы долгое время боялись подступить.

Поскольку Змее нравятся элегантность и роскошь, чтобы заручиться поддержкой покровительницы года, выбирайте драгоценные подарки из блестящего золота или благородного серебра. Из камней она предпочитает гранат — камень страсти, силы и решительности, яшму — символ стабильности и защиты, а также оникс, агат, черный турмалин, лазурит.

Абсолютно универсальные и нейтральные **варианты подарков «со смыслом»**, подходящие и мужчине, и женщине, — драгоценная статуэтка Змеи, серебряные фигурки елки и ангелов, кулон со знаком зодиака (например, в комплекте с цепочкой или каучуковым шнурком). Верующему человеку можно подарить нательный медальон с изображением святого или подвеску с религиозными символами.

Для мужчины, занимающего руководящую должность, отличным выбором будет зажим для галстука. Дорогой, но эффектный подарок — золотые или серебряные мужские часы.

Чиновнику может понравиться драгоценный значок, например, в виде двуглавого орла — герба России. Возможно, мужчина оценит и массивный золотой перстень с государственными геральдическими символами, вставкой черного агата или эмалью, с загадочной гравировкой или россыпью черных и бесцветных бриллиантов...

Даже самое суровое мужское сердце дрогнет при виде ювелирного брелока для автомобильных ключей с эмблемой любимой марки.

От драгоценного блеска тают, словно эскимо, и женские сердца. Общеизвестно, что девушки любят

PRIMOSSA



НОВАЯ КОЛЛЕКЦИЯ
ОБЛЕГЧЕННЫЕ МОДЕЛИ

light

СЕРЕБРЯНЫЕ ОБРУЧАЛЬНЫЕ КОЛЬЦА



любой дизайн

от 2 грамм

посадка comfort fit

родий или позолота

ЗОЛОТЫЕ ОБРУЧАЛЬНЫЕ КОЛЬЦА ПУСТОТЕЛЫЕ



ЗОЛОТЫЕ ОБРУЧАЛЬНЫЕ КОЛЬЦА С ВЫБОРКОЙ



арт.: 600-000-230
вес: 1,54 гр.
ширина: 3 мм

арт.: 600-000-240
вес: 2,08 гр.
ширина: 4 мм



арт.: 600-000-350
вес: 2,39 гр.
ширина: 5 мм

арт.: 600-000-718
вес: 1,91 гр.
ширина: 5 мм



арт.: 900-000-240
вес: 2,71 гр.
ширина: 4 мм

арт.: 900-000-250
вес: 2,88 гр.
ширина: 5 мм



арт.: 600-000-454
вес: 1,95 гр.
ширина: 4 мм

арт.: 600-000-554
вес: 2,00 гр.
ширина: 5 мм

УТОЧНЯЙТЕ ЦЕНУ У ПРОИЗВОДИТЕЛЯ PRIMOSSA

Входящие заявки:

+7 981 721-25-57 - Владимир Григорьевич

+7 911 214-46-79 - Александр Валентинович

e-mail: primossa@mail.ru

PRIMOSSA.RU

украшения, и мужчины должны пользоваться этим. Смело дарите золото окружающим вас дамам, и не только на Новый год, — они это оценят.

Конечно, **классические варианты для женщин** — это кольцо, серьги, подвеска. Постарайтесь сразу определиться, золотые или серебряные украшения вы хотите подарить. Решите, должны быть в изделии камни, либо оно будет без вставок. А дальше — доверьтесь собственному вкусу и слушайте сердце.

К костюму **деловой женщины** легко подобрать часы в корпусе из драгоценных металлов — стильное и полезное украшение, которое всегда на виду, а также броши с белым, черным или розовым жемчугом.

Жемчужные серьги прелестно смотрятся на блондинках, но и представительницам других цветотипов тоже подойдут. Роскошным подарком станет комплект (кольцо с подвеской или браслетом) либо полный гарнитур — кольцо, серьги, кулон. Такие драгоценные ансамбли выглядят богато и стильно и зачастую воспринимаются дороже, чем стоят на самом деле.

Еще один секрет: сейчас многие компании выпускают серьги со

съемными подвесными элементами. Поменяв декоративные детали, обладательница украшения сможет легко изменить свой образ — очень удобно и экономно.

В качестве симпатичного и необычного подарка можно выбрать серебряную расческу, которая не только помогает содержать прическу в идеальном порядке, но и благотворно влияет на состояние волос и кожи головы.

Кроме того, расческа из серебра сама по себе является красивым дамским аксессуаром. Всегда удачный подарок — тонкая золотая цепочка, которую можно дополнить красивой подвеской в форме сердца или подковы. Если вы решили по-настоящему поразить свою избранницу, выбирайте из широчайшего ассортимента золотых колец, серег или кулонов с бриллиантами, сапфирами, изумрудами и другими драгоценными камнями. Безудержный восторг и бурю эмоций вашей дамы сердца вызовет золотое кольцо в элегантном бархатном футляре.

Надеемся, наши советы и идеи по выбору подарков оказались для вас полезны. С наступающим Новым годом! Счастья, удачи и успехов во всех начинаниях!

Мария Тихонова



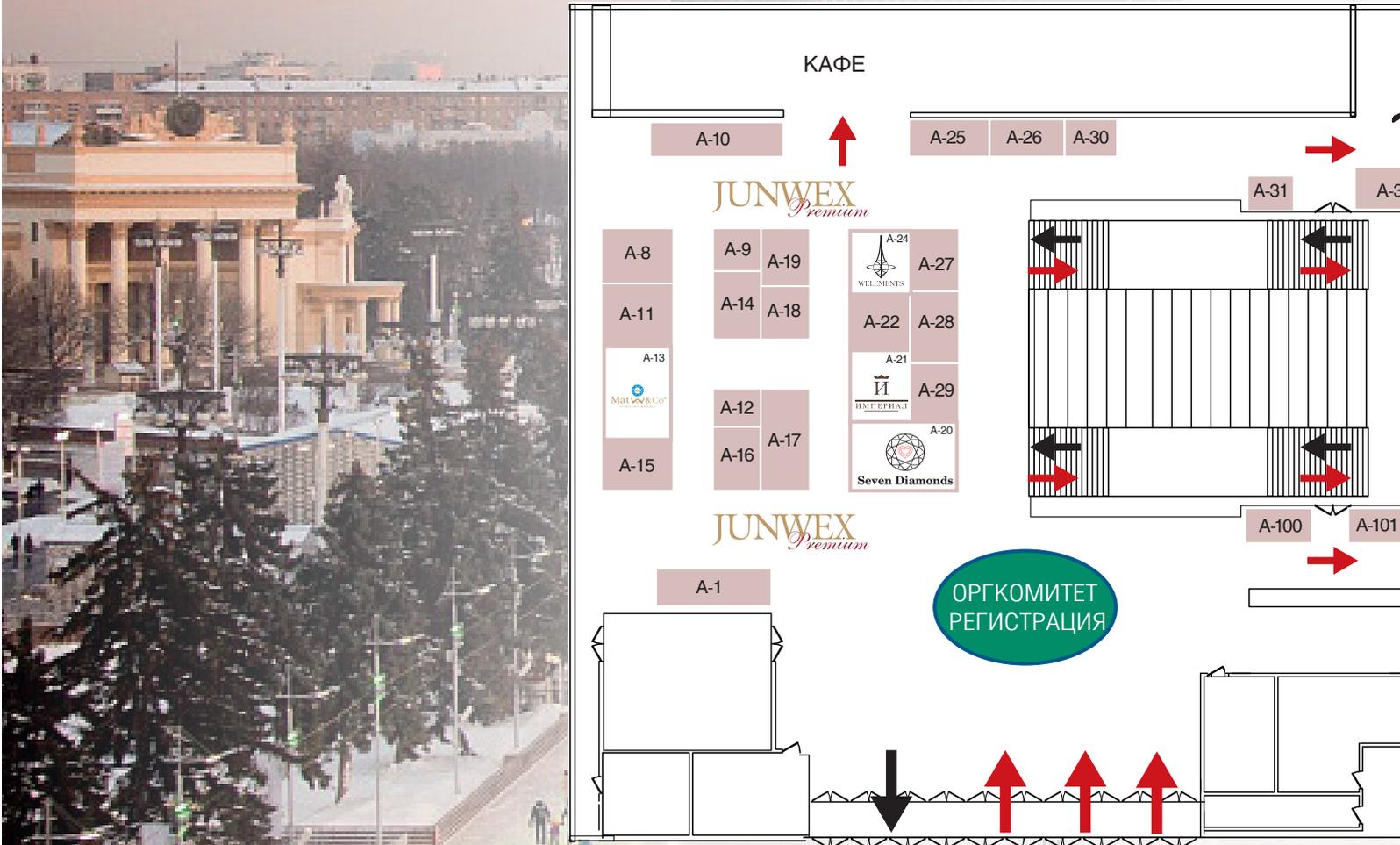
Подарок "Олень"
Серебро 825
Масса нето. 450,0

Подарок изготовлен
в г. Москва по заказу
Министерства культуры
РФ
№104 0412200701000000

Международная выставка ювелирных украшений и подарков

12–15 декабря 2024

Москва, ВДНХ, павильон 57

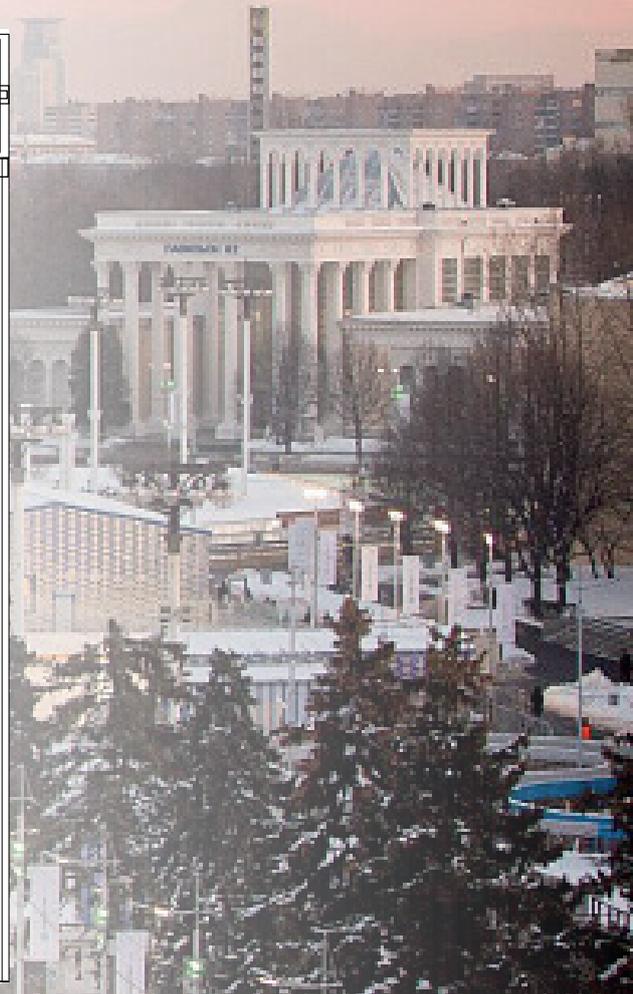


НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
ALFAGEOLOGY	A-87
AML STUDIO	A-136
ART-NIKKO	A-60
BERLIANI JEWELRY HOUSE	A-11
BRIALL	A-16
BROVANZ	A-43
CASSIOPEA	A-8
CLARITY	A-10
CONTESSA DIAMONDS	A-19
DIAMARE	A-111
ELEMENT SOUL JEWELRY	A-28
EN JEWELLERY	A-28
FRANCHESKA	A-135
GEORGE KEVISIN	A-133
GF.ITALIA	A-34
ISTOR (ИСТОП)	A-68
KARL BOLT	A-68
LEO TOTTI	A-136
MAGIC JEWELLERS	A-135
MATVEEV&CO	A-13
MEDEA	A-41
НАТАЛЬЯ ЗИНЯКОВА	A-85

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
NINA VIKONT	A-88
NOBLE ZONE	A-112
NORD DIAMOND	A-40
OLAFА	A-48
PASHMINA KASHMIRA	A-51
PEROVA ALINA	A-133
PREMIUM. DIAMONDS	A-36
RUBINOV JEWELRY	A-17
SEVEN DIAMONDS	A-20
SHNUROK-GAITAN	A-87
SILVER FLY	A-62
STILE.ME	A-63
SURH&DIAMOND	A-9
TOMGEM	A-103
WELEMENTS BY JULIA BORO	A-24
ZARINA GEMS	A-83
АКВАМАРИН СПБ	A-114
АКЦЕНТ	A-89
АЛМАЗТРАСТ	A-81
АЛМАЗЫ НЮРБЫ	A-118
АЛЬДЗЕНА, ЮЗ	A-12
АЛЬФА, ЮК	A-33

JUNWEX

Лучшие украшения в России



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
АТОЛЛ, ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР	A-65
АУДЖА	A-26
БОБЫЛЕВ А. А., ИП	A-14
БРИЛЛИАНТЫ БЕЛОМОРЬЯ	A-83
ВАЛЕНСИЯ (VALENCIA)	A-42
ВЕРБИЧ СВЕТЛАНА	A-50
ВОРОНИНА ИРИНА	A-64
ГРАЦИЯ, ТД	A-62
ДЖУZZ	A-60
ДЖУЛИАНИ РОМАНО	A-66
ДЗЮБЬЯК ВИКТОР	A-133
ЗЛАТОГОР	A-44
ИМПЕРИАЛ	A-21
ИМПЭКС	A-31, A-64
КАБРИ ЮК, МЮЗ	A-62
КАСТИНГ ХАУЗ	A-104
КЛАССИКА	A-133
КОЛЛЕКЦИЯ АРТ	A-135
КОМДРАГМЕТАЛЛ РС(Я) АО	A-15
ЛАВКА ПОДАРКОВ	A-68
ЛАДА	A-89
ЛЕСНОЙ ТРОФЕЙ 24	A-47

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
МАСТЕРСКАЯ ЛЕБЕДЕВЫХ	A-49
МЕРКУРИЙ, ТД	A-27
НАТУРАЛЬНЫЕ КАМНИ	A-113
ПАРМА	A-114
ПЕРЛАМУТР-АРТ	A-134
ПИ JEWELRY	A-37
ПЛЮТА Т. В., ИП	A-43
САХА АЛААС ЯКУТИЯ	A-101
САХА АЛМАЗ	A-100
СЕЗОН СЕРЕБРА	A-80
СИЯНИЕ СИБИРИ	A-1
СТОЛИЦА, МЗЮИ	A-30
УЗОР УТУМ	A-110
УРАЛЬСКОЕ ЗОЛОТО & ДЕМАНТОИДЫ	A-105
ФОМЕНКО ЮД	A-132
ХОКО, ЮК	A-113
ЧИРИНЕЛИ / МИАРУССИ	A-106
ШЕЛКОВЫЙ РАЙ	A-88
ЮВЕЛИРЫ КОСТРОМЫ	A-22
ЯНТАРНОЕ ДЕРЕВО	A-115

ОТРАСЛЬ

ЗА 9 МЕСЯЦЕВ ПЕТЕРБУРЖЦЫ ПОТРАТИЛИ 19,2 МЛРД РУБ НА УКРАШЕНИЯ

С января по сентябрь текущего года жители Санкт-Петербурга потратили на украшения около 19,2 млрд рублей. Всего за это время в Северо-Западном федеральном округе на приобретение ювелирных изделий было потрачено 32 млрд рублей, сообщили в аналитическом центре SOKOLOV.

Около 12% оборота ювелирной розницы страны по итогам девяти месяцев пришлось на СЗФО. Лидером по объему продаж стал Петербург, вторую строчку рейтинга по округу заняла Калининградская область — оборот ювелирного рынка там составил 3,4 млрд рублей.

В пятерку лидеров по объему продаж ювелирных изделий на Северо-Западе также вошли Мурманская (1,6 млрд руб.), Вологодская (1,5 млрд руб.) и Ленинградская (1,5 млрд руб.) области.

Примечательно, что в среднем петербуржцы тратят на «ювелирку» 9,7 тыс. рублей. Следом идут жители Мурманской области и Ненецкого автономного округа, где в среднем на украшения у них уходит 8,8 тыс. и 7,9 тыс. рублей соответственно.

При этом больше всего оборот ювелирного рынка в СЗФО вырос в Ленинградской (+43%), Калининградской (+36%) и Вологодской (+31%) областях по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.



ИНОСТРАНЦЫ В РОССИИ ЧАЩЕ ВСЕГО ПОКУПАЮТ ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ

В начале ноября правительство РФ продлило эксперимент по внедрению tax free в России до конца 2027 года. Система возврата налога распространяется на товары, включая технику, продукты питания, одежду, ювелирные изделия, книги, лекарства, приобретенные в течение одного дня на сумму не меньше 10 тысяч рублей.

"Чаще всего иностранные туристы покупают в России ювелирные изделия (52%), одежду (22%) и парфюмерно-косметические товары (13%). Среди "любимых" категорий покупок - золотые кольца и браслеты, брендовое нижнее белье, верхняя одежда и женская уходовая косметика", -

рассказал Клементьев, ссылаясь на исследование компании DigiTaxFree, в котором были проанализированы оформленные через нее чеки tax free с января по ноябрь 2024 года.

Самыми активными для покупок месяцами в этом году, по данным компании, стали июль и август, в которые совершено порядка 13,8% и 14,2% покупок соответственно.

"На субботу (18,8%) и воскресенье (29%) также пришлось больше всего покупок, совершаемых иностранными туристами в России", - добавил исполнительный директор цифрового оператора tax free.



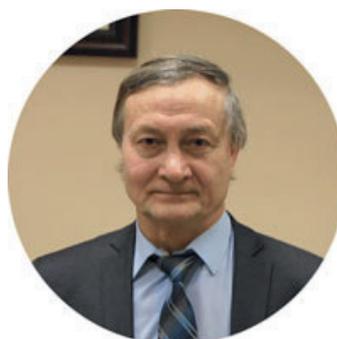
МНЕНИЕ: НЕСМОТРЯ НА РОСТ ОНЛАЙН-ПРОДАЖ, МАССОВЫЕ ЗАКРЫТИЯ МАГАЗИНАМ НЕ ГРОЗЯТ

ЗА ГОД ПРОДАЖИ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ ЧЕРЕЗ ОНЛАЙН-ПЛОЩАДКИ ВЫРОСЛИ НА 65%. В ОСНОВНОМ ТАМ ПОКУПАЮТ БИЖУТЕРИЮ, ХОТЯ НЕ РЕДКО ВЫБИРАЮТ ДРАГОЦЕННОСТИ С БРИЛЛИАНТАМИ.

Несмотря на активные продажи в Интернете, массовые закрытия обычным магазинам не грозят, считает исполнительный директор Гильдии ювелиров России Владимир Збойков.

Эксклюзивные изделия, конечно, покупать онлайн, не видя, наверное, неправильно. И такое происходит очень редко. Обычно это масс-маркет, то есть массовый сектор. Для покупателя маркетплейсы иногда играют несколько странную роль.

В.Збойков



Они не столько там выбирают, сколько просто делают покупки. То есть, придя в обычный офлайн-магазин, человек выбирает какое-то изделие, смотрит, потом он находит его на маркетплейсе.

Если брать удаленные регионы, где недостаточная плотность ювелирных магазинов, там появилась возможность приобрести изделия, которые раньше было практически невозможно купить –

нужно было ехать в областной город и так далее.

Увидеть подделку ювелирных украшений в специализированных магазинах практически невозможно. Рынок жестко контролирует в том числе и Федеральная пробирная палата. С контрафактом активно борются и на маркетплейсах, хотя люксовые украшения там покупать все еще боятся, говорит управляющий партнер LiteLab Александр Подвальный.

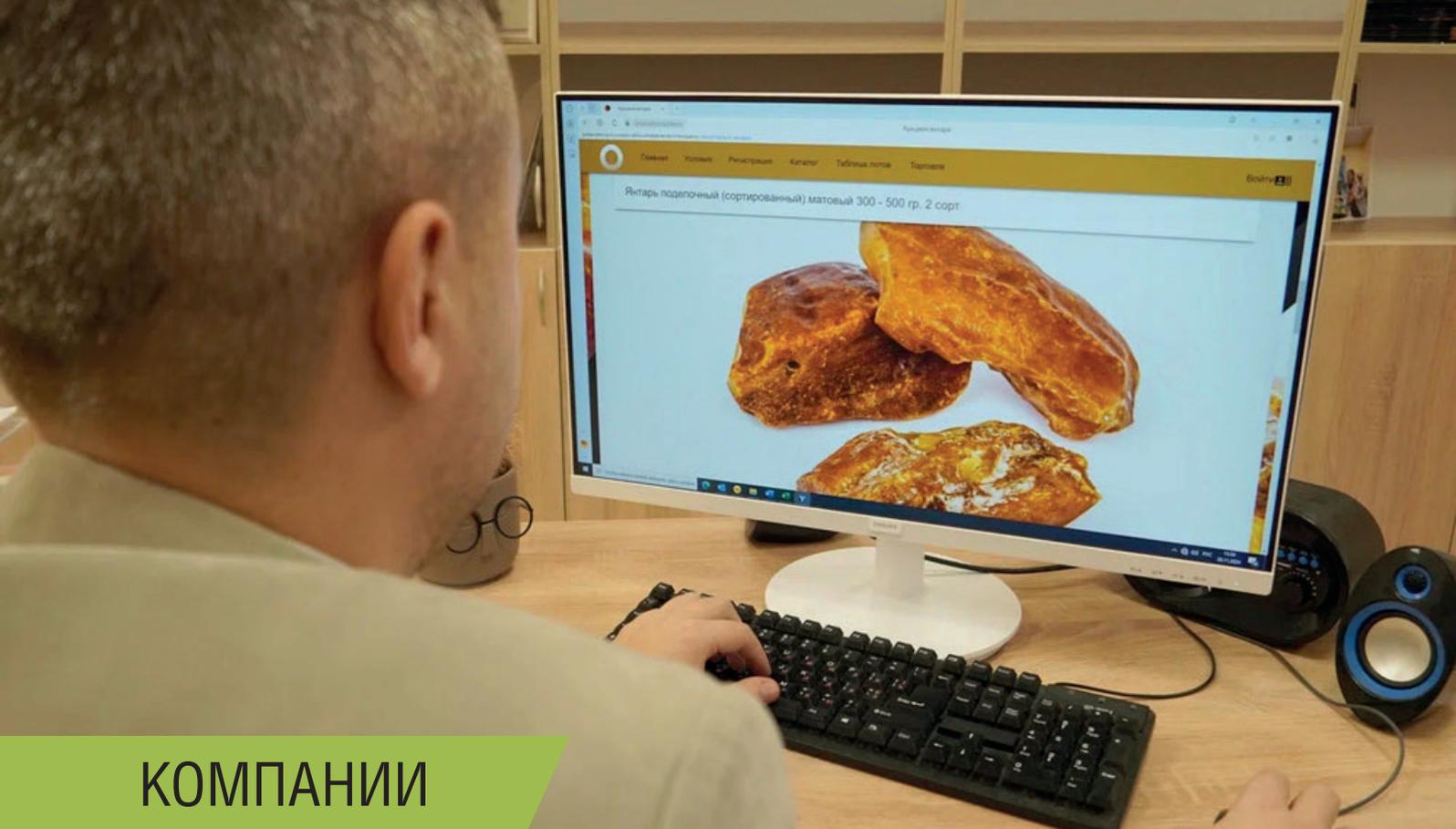
"Весь упор идет в контент на карточке продавца. Продавцы начали прилагать туда любые сертификаты, сертификаты подлинности, сертификаты соответствия, производства и так далее. Полностью пытаются обелить эту сферу, чтобы пользователя возникло больше доверия.

Но будем откровенны: покупается в основном не дорогая ювелирка, а сегмент, не знаю, до 2-3 тысяч рублей, где люди, скорее всего, просто готовы рискнуть. Не сталкивались с продукцией с бриллиантами и прям дорогой-дорогой ювелиркой какого-то там премиум-сегмента. Масс-маркет-сегмент будет работать в этой сфере".

Рынок драгоценных камней также усиленно контролируют, говорит исполнительный директор Гильдии ювелиров России Владимир Збойков. Однако покупателю все равно надо внимательно изучать все сертификаты.

Кстати, общий вес всех проданных в стране колец, цепочек и сережек за последние полгода составил примерно 17 тонн. Это примерно на 4% превышает прошлогодние показатели.





КОМПАНИИ

ЯНТАРНЫЙ КОМБИНАТ УВОДИТ АУКЦИОНЫ В ОНЛАЙН

Новый формат максимально упростит процедуру регистрации и позволит абсолютно бесплатно участвовать в торгах с любого электронного устройства, подключенного к сети Интернет, включая смартфон.

Электронный формат торгов стартует в декабре 2024 года. Они будут проводиться на электронной площадке АО «Восточная биржа имени В.В. Николаева». Для участия потребуется лишь подать заявку и загрузить на сайт необходимые

документы. После этого предпринимателю будет присвоен обезличенный номер, который во время аукциона отобразится на экране. Информация о том, кто именно приобрел тот или иной лот, появится только после завершения торгов. Наблюдать за ходом борьбы и вносить свои предложения по стоимости лота можно будет из любой точки мира.

«Прежде всего, новый формат – это максимальное удобство для переработчиков. Теперь

нет необходимости ни привозить документы, ни лично приезжать на торги. Просмотр содержимого лотов будет также доступен онлайн. Регистрация на электронной площадке бесплатная.

Мы рассчитываем, что онлайн формат сделает участие в аукционе более комфортным, а также даст возможность приобретать сырье компаниям и художникам из других регионов страны, которые в силу дополнительных издержек не участвовали в оффлайн торгах», - комментирует генеральный директор Янтарного комбината Михаил Зацепин.

На Янтарном комбинате действует прозрачная торгово-сбытовая политика: для обеспечения равного доступа компаний к сырью весь добываемый янтарь-сырец реализуется только через открытые конкурсные торговые процедуры – на бирже АО «Восточная биржа» и в ходе аукционов для переработчиков. Лоты на аукционные торги формируются с учетом запросов самих предпринимателей и, как правило, отличаются объемом: от 1 кг для художников и до нескольких тонн для крупного бизнеса.



В 2015 году Янтарным комбинатом был проведен всего один аукцион, в плане 2024 года их уже десять. Всего состоялось 62 аукциона, в рамках которых 525 участников выкупили почти 126,5 тонн янтаря.

В этом году из 10 запланированных торгов проведены 9. Последняя продажа с молотка в оффлайн формате прошла на территории Янтарного комбината 29 ноября

Заключительные торги этого года, которые запланированы на 20 декабря, пройдут уже в новом формате. Далее вживую будут продавать лишь редкий янтарь - самородки и инклюзы - на площадке Международного экономического форума янтарной отрасли AmberForum.

SOKOLOV ОТКРЫЛ ФЛАГМАНСКИЙ МАГАЗИН В КАЛИНИНГРАДЕ

Новая торговая точка площадью 150 кв.м. расположилась в одном из ключевых торговых центров города — «Европа». Магазин станет пятым собственным магазином бренда в Калининградской области, еще пять точек открыто по франшизе.

Ожидается, что к концу 2025 года флагманская точка войдет в топ-5 магазинов по выручке сети по всей стране. Расширение сети обусловлено в первую очередь потенциалом и динамикой роста рынка Калининграда.

По данным аналитического центра Sokolov, с января по сентябрь 2024 года рынок ювелирной розницы Калининграда в денежном выражении достиг 2,2 млрд рублей, что на 34% выше показателей аналогичного периода прошлого года. Рынок Калининградской области в целом вырос на 36%, заняв пятое место по росту оборота в России. В денежном выражении его объем впервые достиг 3,4 млрд рублей, заняв второе место по Северо-Западу.

«За 9 месяцев 2024 года наши продажи в Калининграде выросли на 47%, а средний чек увеличился на 22% до 10 959 рублей, — рассказал Максим Чижов, директор розничной сети Sokolov. Мы ожидаем, что средний чек на ювелирные изделия благодаря открытию флагманской точки в ТЦ „Европа“ вырастет до 15,5 тысяч рублей».

Флагманский магазин Sokolov в ТЦ «Европа» в Калининграде открылся в обновленном дизайне. Новая концепция сочетает в себе улучшенную визуализацию и диджитализированный подход к оформлению витрин и пространства, более удобную навигацию и зонирование. В магазине представлено 7 000 моделей ювелирных украшений, в том числе расширенный ассортимент изделий с бриллиантами. 47% представленного ассортимента приходится на золотые ювелирные изделия.

LAMODA УВЕЛИЧИТ ОБЪЕМ ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ НА ПЛОЩАДКЕ

Маркетплейс Lamoda планирует существенно расширить ассортимент украшений на площадке. К середине 2025 года ретейлер начнет хранить изделия на своем складе и доставлять их. Пока что доставкой занимаются сами продавцы украшений, а Lamoda выступает только как витрина. Как ожидается, к 2028 году доля украшений в выручке ретейлера должна достичь 5% против неполного 1% сейчас.

Сейчас практически все украшения на площадке — изделия бренда Sokolov. Маркетплейс планирует заметно расширить число партнеров, в особенности в дорогостоящем сегменте. Также в 2025 году Lamoda планирует запустить продажи аксессуаров и бижутерии под собственной торговой маркой Nume.

В 2024 году рынок украшений заметно вырос. Продажи ювелирных изделий на Wildberries за 10 месяцев 2024 года выросли год к

году на 24% в штуках и на 32% — в деньгах. На Ozon Fashion продажи за девять месяцев выросли на 70% в штуках и на 120% — в деньгах.

Ювелирный бизнес органично дополнит портфель маркетплейса, считает партнер Data Insight Федор Вирин. Украшения ориентированы на основную аудиторию площадки — тех, кто предпочитает брендованные вещи в ценовом сегменте «средний плюс». Однако значимого прироста выручки и прибыли украшения маркетплейсу не принесут, считает аналитик. Он отмечает, что объем рынка в деньгах напрямую зависит от стоимости золота. С начала 2024 года цена 1 грамма драгметалла выросла на 58% — до 9 304 руб.

В ближайшее время Lamoda будет искать партнеров на рынке ювелирных украшений и бижутерии. В таком сотрудничестве производители смогут расширить рынки продаж.

СПОСОБЫ РАЗВИТИЯ ЮВЕЛИРНОГО РИТЕЙЛА

В последнее десятилетие сфера ювелирного ритейла характеризуется повышенным уровнем конкуренции, поэтому успех игроков бизнеса напрямую зависит от эффективности применяемых ими маркетинговых инструментов.

Привлечение новых клиентов и удержание существующих – две ключевые задачи, которые требуют комплексного подхода, а не набора случайных действий.

Комплекс маркетинга не ограничивается только продвижением компании на рынке. В это понятие входит совокупность действий, включающая следующие составляющие.

1. ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ. ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВНИМАНИЯ ОНЛАЙН-АУДИТОРИИ.

1.1. Веб-сайт - ваша виртуальная витрина. Создайте сайт, который не просто предоставляет информацию



КУЗНЕЦОВ А.В.

*Основатель сети "Ювелирцентр"
(90 магазинов в Башкортостане,
Татарстане, а также в Москве и
области)*

о компании или товарах, но и вдохновляет. Онлайн-каталог с высококачественными фото- и видеоизображениями украшений предназначен для того, чтобы клиенты смогли не только оценить ваш ассортимент, но и влюбиться в него.

Добавьте возможность онлайн-заказа и интеграцию с системами оплаты для удобства оформления покупки. Информацию о магазине, его истории, ценностях бренда и контактах представьте в доступной и привлекательной форме.

1.2. Социальные сети - ваша платформа для взаимодействия с клиентами. Создайте активные страницы в социальных сетях и публикуйте качественный контент (фото украшений в разных стилях, видео с демонстрацией изделий, истории о ювелирном искусстве, модных трендах и т. д.).

Проводите конкурсы и акции, чтобы повысить интерес к вашему бренду и поощрять аудиторию к взаимодействию. Обеспечьте возможность прямых трансляций, чтобы показать магазин; процесс создания украшений на производстве от замысла дизайнера в эскизе до финишной обработки; презентацию новой коллекции и т. д.

1.3. Email-маркетинг – это личное общение с клиентами. Проводите email-рассылки на регулярной основе, но не слишком часто. Рассказывайте о новинках, скидках, специальных предложениях, сезонных коллекциях, событиях. Сегментируйте аудиторию, чтобы отправлять релевантные предложения, учитывая интересы клиентов.

1.4. Онлайн-реклама - целевое приглашение новых клиентов. Используйте платформы Google Ads, Яндекс.Директ для таргетированной рекламы, нацеленной на определенные сегменты аудитории, интересующиеся ювелирными изделиями. Проводите рекламные кампании в социальных сетях, используя таргетирование по интересам, демографическим данным и другим параметрам.

1.5. Контент-маркетинг – повышение ценности бренда в сознании клиентов. Создавайте полезный контент:

- блог с интересными статьями о ювелирных изделиях, их истории и значении, рекомендации по выбору украшений и уходу за ними;

- видеоканал с обзорами новинок, практическими советами и мастер-классами.

Уникальный контент позволит повысить авторитет вашего бренда и привлечь новых клиентов, ищущих информацию о ювелирных изделиях.

1.6. Сотрудничество с блогерами и инфлюенсерами – современный инструмент для продвижения бренда. Выбирайте партнеров с аудиторией, соответствующей вашей. Организуйте совместные акции с предоставлением скидок или подарочных сертификатов. Запускайте конкурсы с участием инфлюенсеров.

2. ТРАДИЦИОННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ, ИСПОЛЬЗУЮЩИЕ БАЗОВЫЕ ПРИНЦИПЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ.

2.1. Реклама в печатных изданиях – по-прежнему эффективный инструмент для доставки информации потребителям. Выбирайте газеты и журналы, которым доверяет именно ваша целевая аудитория. Создавайте привлекательные рекламные объявления с яркими изображениями и заманчивыми предложениями.

2.3. Радио- и телереклама

- отличный способ широко распространить информацию о магазине и бренде (особенно актуально для крупных компаний с большим бюджетом). Используйте короткие и яркие ролики с запоминающимся слоганом и призывом к действию.

2.4. Участие в выставках и ярмарках

- важная возможность представить свой бренд и ассортимент более широкой аудитории. Подготовьте привлекательную визуальную презентацию ваших украшений.

Выгодно позиционировать бренд не только как розничную сеть, но



и как производителя отдельных коллекций, обращая внимание аудитории на уникальность этих изделий и персоналии дизайнеров. Создайте особую атмосферу на вашем стенде, чтобы привлечь внимание посетителей, предложите им специальные акции и скидки.

3. МАРКЕТИНГ В ТОЧКЕ ПРОДАЖ - ПРЕВРАТИТЕ МАГАЗИН В АТТРАКЦИОН.

3.1. Наружная витрина – это ваш шанс произвести благоприятное первое впечатление на клиентов. Создайте эффектную и запоминающуюся витрину, которая отражает стиль и ценности вашего бренда. Демонстрируйте в ней лучшие предложения, новинки и сезонные коллекции. Используйте профессиональное освещение и декоративные элементы, чтобы привлечь внимание прохожих.

3.2. Интерьер магазина - приятная атмосфера для покупок. Создайте уютную и комфортную обстановку, отражающую стиль вашего бренда. Обеспечьте качественное освещение, которое выгодно подчеркнет красоту украшений. Торговый зал должен представлять из себя пространство, где клиенты будут чувствовать себя комфортно и расслабленно.



3.3. Профессиональное обслуживание - ключевой фактор успешной работы ювелирной розницы. Персонал должен знать ассортимент, особенности украшений, правила ухода за ними, базовые ювелирные понятия, геммологическую терминологию и т. д. Научите сотрудников искусству комплиментов и умению подбирать подходящие слова и варианты украшений для разных типов клиентов. Создайте систему получения отзывов о качестве обслуживания, чтобы выявить и устранить проблемы в работе персонала.

3.4. Бонусные программы и скидки – поощрение лояльности клиентов и стимулирование их повторных покупок. Введите накопительные карты с бонусной системой, предоставляющей скидки и специальные предложения. Организуйте сезонные распродажи и акции с привлекательными условиями. Делайте специальные предложения для постоянных клиентов в их дни рождения или на другие знаменательные даты.

3.5. Персонализация – каждый визит клиента в магазин должен стать уникальным. Предлагайте покупателям возможность создать индивидуальное украшение по их заказу. Помните о предпочтениях клиентов и предлагайте им соответствующий ассортимент. Внедрите систему отслеживания покупок, чтобы предлагать клиентам товары, отвечающие их предпочтениям.

4. ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ - ЗАВОЕВАНИЕ СЕРДЕЦ ВАШИХ КЛИЕНТОВ.

4.1. Накопительные карты - простая и эффективная система поощрения покупательской лояльности. Предлагайте скидки на покупки, бонусы за покупки на определенную сумму, возможность



участвовать в особых акциях. Разработайте систему начисления бонусов и их обмена на товары или услуги.

4.2. Клуб привилегий – это избранный круг постоянных клиентов. Обеспечьте им специальные скидки, доступ к эксклюзивным предложениям, приглашения на мероприятия. Создайте систему уведомлений членов клуба о новых коллекциях, акциях и событиях.

4.3. Программы вознаграждения – поощрение клиентов за активность и лояльность. Предлагайте подарочные сертификаты за покупки на определенную сумму.

Предоставляйте скидки на дни рождения и другие знаменательные даты. Сформируйте систему накопления баллов и обмена их на товары или услуги.

5. ПОВЫШЕНИЕ УЗНАВАЕМОСТИ БРЕНДА.

5.1. Участие в благотворительных акциях – демонстрация социальной ответственности вашей компании. Жертвуйте деньги на сохранение природы, поддержите благотворительные фонды, организуйте акции с благотворительными целями. Выпустите специальные коллекции украшений, часть выручки от продажи которых будет перечислена в благотворительный фонд.

5.2. Формирование уникального бренда – выделение его среди конкурентов.

Разработайте фирменный стиль, включающий логотип, шрифт, цветовую гамму и визуальный образ бренда. Продумайте историю, которая отражает его ценности и философию. Создайте уникальную атмосферу в магазине и онлайн-ресурсах, воплощающую характер бренда.

5.3. Сотрудничество с известными личностями

- повышение узнаваемости и престижа вашего бренда.

Предложите известным личностям продемонстрировать ваши украшения на мероприятиях. Сотрудничайте с дизайнерами и артистами, которые могут использовать ваши украшения в своих проектах. Создайте коллекции украшений в партнерстве с известными личностями.



Важно не только проводить в жизнь вышеперечисленные технологии, но и отслеживать эффективность маркетинговых кампаний. Анализируйте результаты рекламной деятельности, веб-статистику и отзывы клиентов, чтобы определить, какие инструменты работают наиболее успешно. Изменяйте свою стратегию маркетинга в соответствии с полученными данными. Постоянно совершенствуйтесь: следите за новыми трендами и технологиями в маркетинге. Посещайте конференции и мастер-классы, читайте отраслевые издания и блоги, изучайте специальную литературу, будьте в курсе новейших решений в цифровом маркетинге и внедряйте их в свою стратегию.

Все это в комплексе позволит ювелирному ритейлу эффективно привлекать новых клиентов, увеличивать продажи и создавать сильный бренд, который будет узнаваемым и конкурентоспособным на протяжении многих лет.

*Сокращенная версия под
рецензией Каплуна Д.С.*





JUNWEX

Отраслевой медиа-холдинг

(812) 303 98 69

press@rjexpert.ru

www.junwex.com

Иллюстрация на обложке предоставлена
компанией ИМПЕРИАЛ