



Город-Е

Ювелирная Россия

Новостной еженедельник

899 от 18 ноября 2025

• www.junwex.com

ТЕМА НОМЕРА

ГОТОВ ЛИ ВАШ МАГАЗИН К НОВОГОДНЕМУ «СРАЖЕНИЮ» ЗА КЛИЕНТА?

ЕСТЬ ПОСЛОВИЦА «ДЕНЬ ГОД КОРМИТ», И 31 ДЕКАБРЯ ДЛЯ ЮВЕЛИРНОЙ ОТРАСЛИ – ТОТ САМЫЙ ДЕНЬ, КОТОРЫЙ КОРМИТ ВЕСЬ ГОД.

По статистике сезонность декабрьских продаж примерно в 2- 2,5 раза выше, чем в средний месяц года. Декабрь - это именно тот месяц, когда можно либо существенно улучшить результаты работы за год, либо потерять все. Вся работа ювелирного магазина в течение года - это подготовка к новогоднему сражению за деньги покупателя.

Конкуренты

Не воспринимайте конкурентами только ювелирную отрасль. За деньги клиентов с нами воюют и парфюмерия, и бытовая техника, и одежда, и вся остальная розница. И на покупателя обрушивается буквально шквал предложений

«КУПИТЕ У НАС!», «ТОЛЬКО СЕГОДНЯ!», «ТОЛЬКО В НАШЕМ МАГАЗИНЕ!» и так далее. И неудивительно что людьми случается «рекламная слепота», мозг, перегретый огромным количеством стимулов, начинает паниковать, и та его часть, которая отвечает за сознательный выбор буквально отключается. Продажи перед Новым годом носят еще более эмоциональный характер, чем обычно.

Как мы можем это использовать?

1 Уменьшите количество «рекламного шума»

и сконцентрируйтесь на действительно уникальных предложениях (небольшое количество рекламных предложений с лучшими условиями позволяют направить деньги покупателя в нужное нам направление).



2 Эмоции - наш союзник

Если уж люди делают покупки на эмоциях, усильте этот посыл.

СЕМЬЯ, ДЕТИ, РОДИТЕЛИ – ВОТ НАШИ СОЮЗНИКИ В ТОМ, ЧТО БЫ ДОСТУЧАТЬСЯ ДО КЛИЕНТА.

Посыл «подарок любимой маме», «с любовью для дорогой супруге» и тому подобное будет воспринят точно лучше, чем безликое «Новогодние скидки на все!».

3 Облегчите «муки выбора клиента»

Заранее подготовьте новогодние предложения, комплекты, или

изделия, на продаже которых вы делаете особый акцент. Выкладка комплектов, которая сопровождается подписью «готовый подарок», принесет вам точечное внимание клиента за счет того, что вы уже сделали за него работу по осуществлению сложного выбора в условиях паники.

4 Сократите время выбора клиента.

Усильте эмоциональную составляющую, не дайте ему «уйти подумать». Хорошо работают посылы - «ограниченная коллекция», «акция работает только сегодня», «До нового года осталось... дней».



5 Создайте задел на будущее.

Предновогодний подарок в виде сертификата или промокода на скидку, который начинает действовать после Нового года, позволит вам вернуть часть новогоднего трафика в начале января, и таким образом получить вторую продажу тем же самым клиентам.

6 Продавцы должны знать акции

Особое внимание уделите подготовке продавцов в вашем магазине – в декабре уровень подготовки и знание акций и спецпредложений играет решающую роль. Как говорится, условия главной вашей новогодней акции должны у продавца «от языка отскакивать», недопустимы даже малейшие задержки в коммуникации с клиентом.

7 Продавцов должно хватить на всех покупателей

Продумайте и оцените сколько продавцов в какой день вам будет нужно в магазине, - ключевой посыл – «все клиенты должны быть

обслужены за максимально короткий период времени», и не забываем о том, что покупатели часто приходят «электричками».

Один из вариантов оценить количество сотрудников – поделить план продаж магазина в день на норму продаж, которую вы планируете на одного продавца в сутки – и это будет минимальное количество сотрудников в смене.





Можно также использовать количество входящих, которые к вам заходят в предновогодние дни и разделить на время обслуживания одного клиента – так вы получите количество человекочасов сотрудников, которые должны быть в магазине.

8 Очередь на кассе – ваш враг

Продумайте вариант, когда перед новым годом на кассе стоит один сотрудник, который осуществляет расчеты с покупателем, в то время, когда остальные занимаются консультированием и подбором изделий.

9 Продавцы тоже в предновогоднем состоянии

Усиьте это конкурсами для продавцов. Конкурсы, мотивирующие на достижения: «за самое высокое выполнение личного плана», «подарок за самый большой чек за день», «за самый длинный чек за неделю», «за перевыполнение плана магазина в целом на ***%». Не ограничивайте вашу фантазию. Но очень важно – подводить итоги в режиме реального времени.

Олег Смирнов
эксперт маркетолог



А ВЫ УЖЕ ГОТОВЫ К НОВОГОДНИМ ПРОДАЖАМ?

А мы закупили новогодние ПОДАРКИ для каждого покупателя. Отпечатали новогодние банеры и постеры.

24 ноября оформим свой красивый эксклюзивный дизайн.

Подготовили АКЦИЮ с 1 декабря и выстамим ее в интернет магазине и соц.сетях.

Привлекли партнеров КРАСОТЫ для обмена клиентами.

И самое главное ПОЛУЧИЛИ посылки с яркой, модной, стильной коллекцией украшений и сувениров.

СПАСИБО вам наши самые ЛУЧШИЕ партнеры!

Подготовили новогоднюю упаковку. И обязательно специальные ПОДАРКИ для VIP - клиентов.

НОВЫЙ ГОД - это ВОЛШЕБСТВО, так давайте подарим отличное настроение своим ДРАГОЦЕННЫМ покупателям!



Надежда Ткаченко

генеральный директор сети магазинов "Золотой Ажур" и вице-президент Клуба в ДФО

Выставка ювелирных
украшений и подарков

JUNWEX

Лучшие украшения в России

18–21 декабря 2025

Москва, ВДНХ, павильон 57



КОСТРОМСКОЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД

junwex.com



АНОНС

«ГЕРОИ НАШЕГО ВРЕМЕНИ. ФАБЕРЖЕ VS СОВРЕМЕННЫЕ КАМНЕРЕЗЫ» **NEW**

В рамках февральской выставки JUNWEX ПЕТЕРБУРГ приглашаем вас на уникальную интерактивную лекцию, построенную как интеллектуальная игра.

МЫ ПРЕДЛАГАЕМ ВАМ НЕ ПРОСТО СЛУШАТЬ, А СТАТЬ СОУЧАСТНИКОМ ДИАЛОГА ЭПОХ.

В фокусе нашего исследования:

Шедевры легендарной мастерской Фаберже и смелые работы современных художников-камнерезов.

Главный челлендж для зрителей: «Угадай, кто есть кто?». Это практикум для насмотренности, где вы научитесь видеть нюансы.

**В ходе лекции мы проведем
детальный арт-анализ и
найдем ответы на ключевые
вопросы:**

- Почему при разности почерков так много современных работ отсылают нас к Фаберже? Где грань между влиянием и цитированием?
- Как научиться видеть различия школ? Разберем коды и особенности Петербурга, Иркутска, Урала, европейских традиций и современного арт-объекта.
- Что объединяет гениев прошлого и настоящего? Ищем точки соприкосновения времен.
- Как современные мастера возродили искусство и вошли в коллекцию Эрмитажа? История феномена российского камнерезного ренессанса.

**ЭТО НЕ ЛЕКЦИЯ. ЭТО
— НАСМОТРЕННОСТЬ В
ДЕЙСТВИИ.**

Формат сравнения и поиска различий — самый эффективный способ развить профессиональный взгляд. Когда ваш мозг активно анализирует изображения, знания усваиваются на глубинном уровне, рождая моменты подлинного озарения. Это и есть тот фундамент, с которым вы начнете видеть и понимать камнерезное искусство совершенно иначе.



Ведущая - Юлия Гоголь

Художник по камню, скульптор,
почетный член Российской
Академии Художеств,
основатель и преподаватель
камнерезной студии
«Италия».

Мероприятие будет интересно коллекционерам, искусствоведам и всем, кто увлечен историей искусства и хочет научиться видеть и понимать больше.



Подробности - info@jewellerclub.ru

NEW «СКРЫТОЕ СИЯНИЕ: ЛЮМИНЕСЦЕНЦИЯ И РАДИОАКТИВНОСТЬ МИНЕРАЛОВ»

В рамках февральской выставки JUNWEX ПЕТЕРБУРГ пройдет интересное событие для ценителей научных опытов — интерактивная лекция, в которой вы своими руками проведёте опыты и узнаете о свечении камней.

Спикер проведёт вас по миру внутреннего сияния камней с конкретными примерами, расскажет про разницу типов излучения, исходящего от них, и навсегда изменит точку зрения. Это не магия, это — наука!

В центре нашего исследования Явление люминесценции и радиоактивности минералов. Вместе с ведущим вы откроете для себя скрытую в кристаллах радугу, а также то, что не видно глазу — опасные проникающие лучи. Способы распознать их, стоит ли беспокоиться, взаимодействуя с синтетическим сырьём — всё это

и даже больше разберём в ходе занятия.

Ответим на ключевые вопросы:

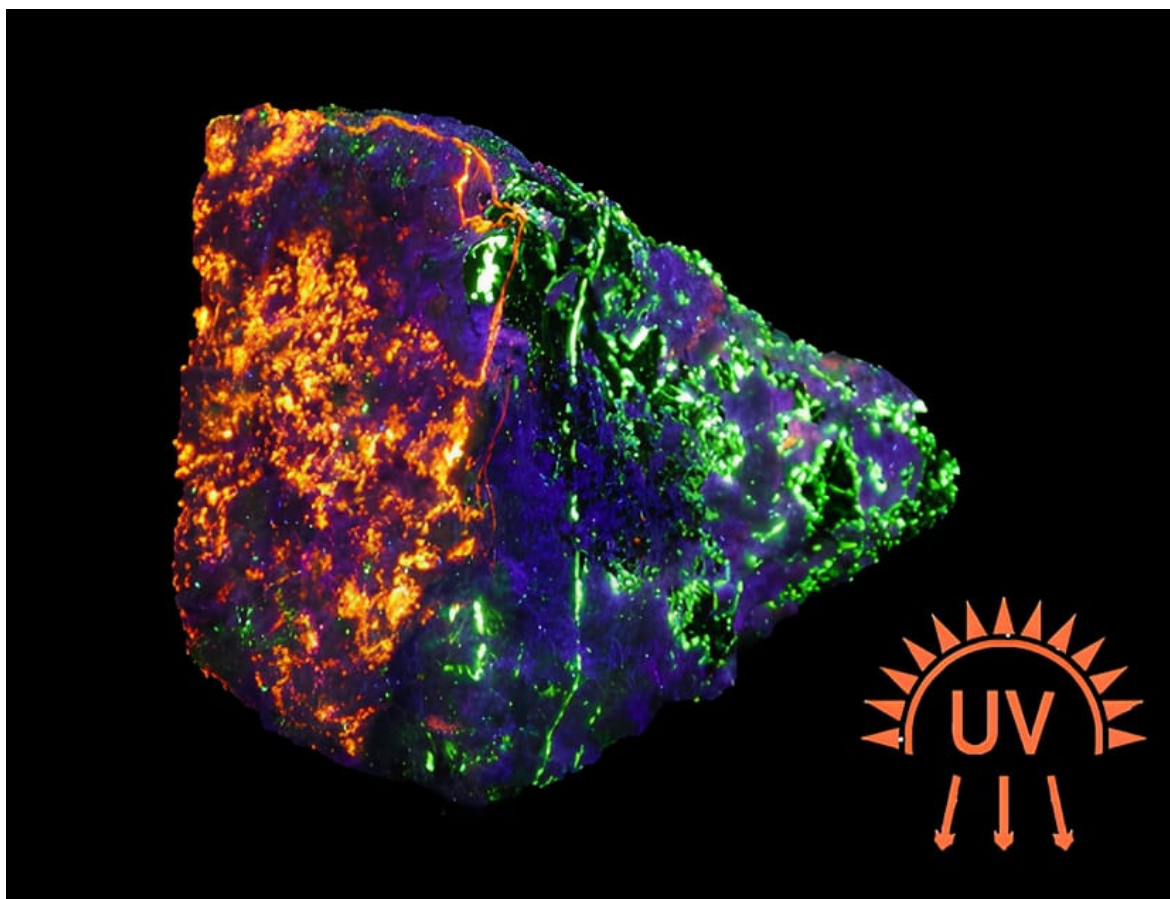
- Почему минералы светятся? Какие цвета для них характерны? Потому что природа — самый талантливый художник
- Как научиться распознавать опасные лучи? Правила безопасности и развенчание мифов. Никакого страха — только логика и цифры
- Как связаны видимое свечение и радиоактивность? Ищем точки соприкосновения явлений.
- Можно ли попробовать самому попробовать наблюдать явление? Можно! Формат представляет собой зрелищные эксперименты с сырьём.

Это не сухая теория. Это — получение знаний своими руками.
Наглядные научные опыты — самый эффективный способ усвоить любую информацию. То, что видел и держал в руках, уже не забудешь.
Мероприятие будет интересно камнерезам, ювелирам, продавцам и любителям минералов, а также всем, кто интересуется миром вокруг нас.



**Ведущая — Марина
Кузнецова**

Геолог-минералог, выпускница
кафедры минералогии СПбГУ,
действительный член РГО,
преподаватель студии «Инталия».





КОМПАНИИ

GRANT ПЕРЕХОДИТ НА D2C ТЕПЕРЬ ИЗДЕЛИЯ ДОСТУПНЫ В РОЗНИЦУ

Розничным покупателям уже доступны покупки в интернет-магазине GRANT. Ранее сделать заказ могли только оптовые клиенты – ювелирные сети и магазины. Следующим шагом станет запуск продаж на крупных маркетплейсах.

Чтобы сделать ценовую политику прозрачной, в карточки товаров добавили рекомендованную розничную цену. По ней GRANT будет продавать изделия физлицам. Эту же цену GRANT рекомендует устанавливать в ювелирных сетях партнерам.

«Для нас рекомендованная розничная цена (PPЦ) — это не

просто цифра на ценнике. Это фундамент честных и прозрачных отношений как с оптовыми партнерами, так и с конечными покупателями. PPЦ позволит поддерживать единый ценовой уровень на наши изделия. », — прокомментировал основатель завода GRANT Станислав Мазурчик.

Переход на модель D2C – это новый этап в развитии бренда GRANT. Теперь производитель сможет получать обратную связь напрямую от розничных клиентов, анализировать их предпочтения и запросы и эффективнее управлять ассортиментом.

«РОСТОВСКАЯ ФИНИФТЬ» ПОДПИСАЛА СОГЛАШЕНИЕ С ТД «КУЛЬТУРА ДОМА»

11 ноября в Москве состоялся международный форум «Культура. Традиции. Наследие». В рамках форума, организованного Союзом промышленников и предпринимателей «Иволга», поднимались самые актуальные вопросы государства и бизнеса, культуры и производства.

Фабрика «Ростовская финифть» выступила участником форума и представила изделия из финифти, в которых нашла отражение русская культура.

Итогом участия в форуме стало подписание Меморандума о долгосрочном и взаимовыгодном сотрудничестве с торговым домом «Культура дома». Меморандум направлен на реализацию совместных уникальных проектов с целью возрождения и популяризации культурного образа России, участие в совместных проектах, выставках и форумах.



В СЕРДЦЕ МОСКВЫ ОТКРЫЛАСЬ ГАЛЕРЕЯ «ЧАСТНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ»

В столице состоялось долгожданное событие для ценителей прекрасного — 13 ноября на Волхонке, 6, напротив стен Кремля, торжественно открылась галерея современного ювелирного и камнерезного искусства «Частная коллекция». Этот уникальный для столицы проект обещает стать новым культурным центром, объединяющим искусство и сообщество коллекционеров.

«Наша миссия – помогать реализации творческих замыслов в самых разных видах искусства, пробуждать вдохновение, способствовать обмену идеями, – говорит основательница и бессменный руководитель галереи «Частная коллекция» Нина Глушакова. – Мы стремимся всеми силами содействовать различным видам творчества, изучению произведений искусства и давать возможность разного рода творческим коллаборациям».



«ЧАСТНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ» ПОЗИЦИОНИРУЕТ СЕБЯ КАК МУЛЬТИБРЕНДОВАЯ ПЛОЩАДКА. В ЭКСПОЗИЦИИ ПРЕДСТАВЛЕНЫ КАК АВТОРСКИЕ РАБОТЫ, ТАК И КОЛЛЕКЦИИ ВЕДУЩИХ ЮВЕЛИРНЫХ ДОМОВ РОССИИ.

Maxim Demidov представил эксклюзивные украшения, созданные специально для галереи.

Бренд Natasha Libelle привез на Волхонку свою флагманскую коллекцию «Кружевные сказы», а также работы-лауреаты престижных конкурсов.

Но галерея — это не только экспозиция предметов искусства. В планах основателей — интенсивная программа мероприятий, работа закрытого клуба коллекционеров и открытие второго этажа для встреч и событий.





"ИМПЕРИАЛ" ПРЕДСТАВИЛ МОДЕЛЬ ПОДАРОЧНОГО ШАРА "АРХИТЕКТУРА КОСТРОМЫ"

Это не просто новогоднее украшение, а ювелирная прогулка по одному из самых душевных городов России. В Костроме каждый фасад хранит дыхание времени. Всё от купеческих церквей до гражданских построек — говорит о достоинстве, спокойствии и уважении к прошлому.

Шар выполнен из серебра 925 пробы, с элементами золочения и холодной эмали. Диаметр 5,5 см.

На поверхности — знаковые архитектурные и культурные образы: пожарная каланча, костромской кремль, церковь Воскресения Христова на Дебре, беседка Островского, памятник Ивану Сусанину.

Все элементы переданы в объёмном рельефе, с ювелирной точностью и художественной выразительностью.



СТАТИСТИКА

СРЕДНИЙ ЧЕК ПОКУПКИ УКРАШЕНИЙ СОСТАВИЛ ОКОЛО 9,5 ТЫС. РУБЛЕЙ

Аналитический центр SOKOLOV в преддверии Черной пятницы изучил продажи ювелирных украшений в розничных магазинах бренда и сравнил данные с аналогичным периодом прошлого года. Средний чек по России составил 9 531 рубль. Самые высокие значения зафиксированы в Сочи – 12 644 рубля, Краснодаре – 12 206 рублей и Москве – 11 571 рубль. Более половины покупок (53%) совершают миллениалы, еще 31% – зумеры.

Самым популярным металлом остаётся серебро. Среди золотых украшений чаще выбирают изделия из красного и белого золота. Всё больше россиян отдают предпочтение трендовым минималистичным моделям – спрос на украшения без вставок вырос на 26% по сравнению с прошлым годом.

При этом не теряют популярности и классические варианты с фианитами и бриллиантами. В топ продаж за период вошли серебряные цепи.

«Украшения без вставок и в минималистичном дизайне становятся все более популярными: такие модели легко сочетать с любыми образами и они подходят для ежедневного ношения. Сейчас покупатели всё чаще делают выбор с оглядкой на универсальность и долговечность, особенно в преддверии новогоднего сезона – когда хочется подобрать подарок, который точно не выйдет из моды», – отмечают в SOKOLOV.

В РОССИИ ОБЪЕМ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ ВЫРОС НА 32% ЗА 9 МЕС.

"Объем интернет-торговли в России за девять месяцев 2025 года составил почти 8,2 триллиона рублей. Это на 32% превышает показатели аналогичного периода прошлого года. Большая часть онлайн-покупок - 97% от общей суммы - приходится на российские интернет-магазины и платформы. В общем объеме розничных продаж страны онлайн-канал занимает 18,3%. Годом ранее этот показатель был 15,4%", - говорится в сообщении Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ).

Заметнее всего увеличились онлайн-продажи в таких категориях, как продукты питания, цифровые товары, инструменты и ювелирные изделия. Рост в каждой из этих категорий превысил 50%.

Доля интернет-торговли в общем объеме розничных продаж меняется в зависимости от региона. Так, самый высокий уровень зафиксирован на Чукотке, там доля онлайн достигла 38%. В Мурманске, Карачаево-Черкессии и Калужской области этот показатель составляет 26%, а в Ненецком автономном округе, Республике Алтай, Ямало-Ненецком автономном округе и в Москве - более 24%. А в Чечне, Кабардино-Балкарии, Дагестане, Севастополе и Крыму зафиксированы самые низкие показатели - около 10%.

Регионы-лидеры по объемам интернет-продаж остались прежними. Это Москва, Московская область, Санкт-Петербург, Краснодарский край, Ростовская и Свердловская области, Самарская, Нижегородская области и Татарстан, Красноярский край.



Вконтакте



Telegram

JUNWEX

Отраслевой медиа-холдинг

(812) 303 98 69

press@rjexpert.ru

www.junwex.com