

# ADAMAS

СТОЛИЧНЫЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД

# АДАМАС



- 21 год на рынке
- Крупнейший производитель ювелирных изделий в России и Европе
- Входит в ТОП-3 российского ювелирного ритейла
- Доля рынка — порядка 12%
- Партнерская сеть — более 3 000 оптовых и розничных клиентов
- Розничная сеть — более 250 салонов в 60 регионах РФ
- Более 50 млн. россиян — обладатели украшений АДАМАС

# В ПОИСКАХ ГОЛУБОГО ОКЕАНА



## «Красный» океан:

- Большое количество обитателей, борьба за выживание
- Продукты и компании похожи друг на друга
- Донести информацию до потребителя с каждым днем сложнее и дороже
- Главный фактор выбора – цена.



## «Голубой» океан:

- Нет конкурентов
- «Деньги лежат под ногами», нужно только наклониться за ними
- Первооткрыватель – получает львиную долю прибыли,
- Постепенно другие участники населяют голубой океан.

# СТОИТ ЛИ ИСКАТЬ «ГОЛУБОЙ ОКЕАН»

---



- Шанс -- 1/1000
- Методологии нет
- Построение бизнес-модели невозможно
- Любой принципиально новый продукт – высоко инвестиционный – убытки стартового периода



# УПРАВЛЕНИЕ В КРИЗИС

Модель принятия решений  
не меняется

- Цикл управления — короткий,
- Роль менеджера растет,
- Цифры условные, качество оценки — вторично, приоритет — скорость принятия решения



ПОНЯТИЯ «НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ»  
НЕ СУЩЕСТВУЕТ

Логика принятия решения в кризис:

ШАГ 1. Оценка наиболее вероятных гипотез развития.

ШАГ 2. Создание модели: принятие условных входных данных за базис.

ШАГ 3. Регулярный мониторинг, сокращение цикла между оценочными мероприятиями.

# КАК ОБЕСПЕЧИТЬ РАЗВИТИЕ КОМПАНИИ?



**ШАГ К СМЕРТИ ИЛИ  
НОВЫЙ ВИТОК  
РАЗВИТИЯ?**

Задача менеджмента:

- Своевременно выявить,
- Создать импульс для роста вверх

# ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТЬ БИЗНЕСА

---

Маркетинг

**УМЕР**

Менеджмент

**УМЕР**

Планирование

**100 ДНЕЙ**

- Как жить в условиях кризиса?
- Как двигаться вперед?

# ИНСТРУМЕНТЫ

---

- Анализируем массивы данных – случайных трендов не бывает
- Стремимся видеть необычное в повседневной практике
- Не стоит привлекать к «сверхзадачам» агентства – углубление в проект позволит вам выявить новые резервы роста
- Собственное участие во всем
- Ликвидность это жизнь
- Трафик, конверсия и средний чек не все – это всего лишь показатели
- Потребители это не только гендерные признаки, возрастные и доходности - они еще живут
- Команда правит
- Для понимания потребителей не всегда нужны большие исследования
- Малые улучшения - слушаем людей



# НА ПУТИ К «ГОЛУБОМУ ОКЕАНУ»

Расширение целевой аудитории компании. Вывод новых брендов

Новые направления производства и ритейла: наградной символики, торговля на массовых мероприятиях.



# НА ПУТИ К «ГОЛУБОМУ ОКЕАНУ»

---



**Сервисоориентированность  
как стратегия развития  
компании**

- Самый широкий спектр сервисных услуг в ювелирном ритейле.
- Сервисность в основе HR-политики и как «руководство к действию» для каждого в компании.
- Апгрейд ценностей компании. Обязанность сотрудников разделять идеологию. «Авторский» надзор за реализацией.

# НА ПУТИ К «ГОЛУБОМУ ОКЕАНУ»



- Комплексная многоуровневая программа лояльности
- Комплексная программа кросс-маркетинга с федеральными и локальными партнерами
- Локальные решения в маркетинге
- Эконометрическая модель в основе медиа планирования



# ADAMAS

СТОЛИЧНЫЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД