



Татьяна Сибгатулина:

«Комфортно работать с теми, кто понимает философию модной одежды»

Компания ATVS Fashion Group специализируется на французских и итальянских брендах. С момента своего основания (1995 год) она вывела на российский рынок 20 марок, о которых раньше были наслышаны только на берегах Сены или Тибра. Но как именно бренд уходит в народ, генеральный директор компании Татьяна Сибгатулина рассказывает впервые.



— Татьяна Юрьевна, как вы выбираете бренды, чьи интересы затем лоббируете на российском рынке?

— Хороший вопрос. В первую очередь мы должны четко знать, что марка окажется коммерчески успешной. Для этого, например, в коллекции должен быть представлен полный размерный ряд — только это обеспечит оборот для нас и выбор для клиента. Предприятие, которое стоит за брендом, должно быть сильным, что гарантирует бесперебойный выпуск коллекций. Конечно, хотелось бы, чтобы хотя бы часть продукции, а лучше — вся, производилась на территории Италии или Франции. К слову, в последней из этих стран, например, существует такое понятие, как «предприятие живого наследия». Столь высокий статус присваивается тем производителям, которые на протяжении всей своей истории дорожат профессионализмом и качеством. Конечно, прежде всего мы стремимся к сотрудничеству именно с ними.

— Но на свой вкус опираетесь?

— В нашей работе все «вкусовые рецепторы» необходимо отключать. Допустим, марка может удовлетворять всем требованиям рынка, но при этом не высекать искру у вас. В этой ситуации ничего не остается, как просто заставить себя полюбить

ее, поскольку главное – ее потенциальный коммерческий успех.

– *Опишите, пожалуйста, лояльную аудиторию ваших брендов.*

– Мы работаем в сегменте современной классики и ориентированы на людей взрослых и работающих, желающих выделиться своей индивидуальностью.

– *Я правильно понимаю, что Вы говорите сейчас о самодостаточности?*

– Да. Как ни странно, но молодежь достаточно консервативна. Она в первую очередь стремится к комфорту, поэтому в девяноста девяти случаях из ста выберет джинсы и толстовку. Но с определенного возраста женщины и мужчины начинают позволять эксперименты с внешним видом, не чувствуя себя при этом неуверенно. Это происходит примерно после 35 лет. На Западе немного позже в силу разного эстетического восприятия действительности.

– *Из всех марок, которые вы вывели на российский рынок, какой гордитесь особенно?*

– Конечно, французским шиком и элегантной классикой для женщин в лице Devernois – эта марка, которая всегда славилась своим высококачественным трикотажем, например, представлена в парижской Galeries Lafayette, а в самой компании трудится уже третье поколение ее основателей. Также хочу отметить Saint James – одна из старейших французских марок, популяризирующих морскую тематику. Строго говоря, именно ею вдохновлялись создатели тельняшки, о чём мало кто знает.

– *Меня поразило, что на 800-граммовый свитер этого бренда уходит до 23 километров шерсти...*

– Более того, на каждом этапе так или иначе, но присутствует ручная работа. Могу уверить, что такой свитер можно будет передавать в семье по наследству. (Улыбается.)

– *Татьяна Юрьевна, сколько времени проходит с момента знакомства клиента с коллекцией и до того, как она окажется в его магазине?*

– В среднем – полгода. Недавно мы «закрыли» зиму. В июле начнем поставку – ведь в нашем шоу-руме представлена не готовая, а перспективная коллекция, которую необходимо отшить. С июля и вплоть до ноября клиенты будут торговаться зимней коллекцией, после чего она постепенно сменится весенне-летней. Помните, в миниатюре Ар-

DEVERNOIS
ВЕСНА-ЛЕТО 2016



реклама



Усть-Каменогорск, Алма-Ата и Актау открыты бутики Devernois. На подходе – Армения.

– Вы предлагаете скидки?

– Мы, конечно, стараемся делать клиентам скидки, но это не постоянная практика. В нашем шоу-руме и так самые низкие цены, которые можно предложить за данный товар. Единственное послабление, которое мы делаем всем клиентам, желающим торговаться нашими марками – отсутствие роялти.

– Чем тогда вы заинтересовываете клиентов?

– Легендой и силой марки, которая существует не один десяток лет, а то и не одно столетие.

– А покупателей?

– Ассортиментом. Могу сказать, что и красиво оформленная витрина магазина, как бы это ни казалось странным, уже половина успеха. Особенно, если речь идет о мегамолле. Большинство покупателей ведь не читают название бренда – они заходят в магазин, который им кажется красивым, с неясной мыслью о том, что именно они хотят купить. И только потом обращают внимание на профессионализм консультантов и качество товара: если и то, и другое обмануло их ожидания, назад они не вернутся.

– Татьяна Юрьевна, а на что обращаете внимание Вы, когда ведете переговоры с потенциальными клиентами?

– Конечно, товар хочется отдать, как говорится, в хорошие руки. Но на поиски идеального клиента, который влюблен в марку и долго искал именно ее, можно потратить всю жизнь. Пожалуй, нам особенно комфортно работать с теми, у кого есть опыт в продаже модной одежды, и кто понимает ее философию.

Беседовал **Сергей**
Фото:

«Лакированные есть?» – «Есть». – «Белый верх, черный низ есть?» – «Есть». – «А черный верх, белый низ есть?» – «Есть». И мы стремимся к созданию в шоу-руме таких условий, при которых на все вопросы наш клиент будет получать утвердительные ответы. Иными словами, найдет все, что его интересует.

– Для вас имеет значение, в каком формате будут представлены марки – моно- или мультибрендовым?

– Монобрендовый магазин для товара – это как престижное собственное жилье. Но в настоящий момент данный формат могут осилить только Москва и очень крупные города. В Минске, кстати, наш клиент представлял марку Devernois сначала в мультибрендовом формате, но затем вывел ее в автономный режим. Конечно, это имиджевый момент и более высокая ступень цивилизованной торговли – все стремятся к монобрендам. Но в нашем сегменте пока рано рассчитывать на успех этого формата. Причины самые разные – от культуры потребления до доходов.

– В каких еще странах ближнего зарубежья представлены ваши бренды?

– Во всех крупных украинских городах, в Баку, в Таллинне. В таких казахских мегаполисах, как Астана,

127473, Москва,
1-й Волконский пер., 11,
стр. 2, 2-й этаж
Тел. (495) 781-10-71
Факс (495) 781-01-72
E-mail: info@atvs.msk.ru
www.atvs-fg.ru

ATVS
FASHION GROUP