

ЭКОНИКА – СОБЫТИЕ В МИРЕ МОДЫ РОССИЙСКОГО РЫНКА. АНАЛИЗ КОМПАНИИ

ECONIKA IS AN EVENT IN THE FASHION WORLD OF THE RUSSIAN MARKET. COMPANY ANALYSIS

Коршунов Александр А., студент, Государственный университет по землеустройству, Москва

Korshunov A. A., student, State university of land use planning, Moscow

Аннотация

Своё название компания получила неслучайно. «Экона» и «Ника» - греческая богиня победы. Название стало символичным для компании, за многолетний опыт своего существования компания достигла значительных результатов и является одной из ведущих обувных сетей на российском рынке. В работе будут рассмотрены особенности, делающие компанию уникальной и любимой на протяжении многих лет.

Annotation

The company got its name for a reason. «Ekona» and «Nika» are the Greek goddess of victory. The name has become symbolic for the company, for many years of experience of its existence, the company has achieved significant results and is one of the leading shoe chains in the Russian market. The paper will consider the features that make the company unique and beloved for many years.

Ключевые слова: компания, мотивация, персонал, ценности, успех, стиль

Keywords: company, motivation, staff, values, success, style

Эконика - первая сеть специализированных магазинов модной обуви, которая создаёт коллекции обуви и аксессуаров исключительно для женщин. В

настоящее время под брендом «Эконика» работает более 150 фирменных салонов в России и Казахстане.

Коллекции обуви и аксессуаров этого магазина разрабатываются российскими дизайнерами и модельерами в сотрудничестве с мировыми экспертами модной индустрии. В каждой коллекции всегда есть как эффектные модные вещи, так и базовые повседневные варианты. Ультразудобная обувь, натуральные материалы, безупречное качество и современный дизайн – являются неотъемлемой частью обуви и аксессуаров от «Эконики».

«Эконика» постоянно повышает уровень своего сервиса, который основан на русских традициях гостеприимства и доброжелательности и отличается индивидуальным подходом к каждому клиенту. Честность, доверие, забота, уважение, поддержка, атмосфера дружелюбия и гостеприимства - то, что любят сотрудники и клиенты «Эконики» - это отражение «русской души» компании. Компания очень дорожит русскими национальными традициями и поэтому старается относиться к своим клиентам тоже искренне, гостеприимно - с душой! Настоящий успех компании связан не только с получением прибыли и коллаборации с Пугачёвой, но и с радостью покупателей. В основу торговой концепции бренда заложена идея места встречи любителей эстетического наслаждения, моды, стиля, и конечно же, качественных и натуральных обуви и аксессуаров. Именно поэтому интерьер салонов напоминает больше не магазин, а уютную квартиру стильных знакомых. Это не просто магазин - это место встречи, где можно вместе искать вдохновение, делиться своими новостями, радоваться жизни. Это место, где можно стать и быть стильными и, при этом, всегда оставаться собой. Именно то, что последние десятки лет такая певица, как Леди Гага и пытается донести, внести в моду – оставаться со

Консультант по коллекции - это не обычный продавец!

Консультант, согласно философии «Эконики» - это прежде всего друг

клиента, его поддержка, к которому вы с удовольствием можете обратиться за стильным советом и в то же время быть полностью уверенным, что он поймёт ваши потребности, будет внимательным и дружелюбным. Настоящий друг никогда не будет навязывать ненужные товары и услуги, но всегда создаст хорошее настроение и даст дельный совет.

В компании регулярно проводятся различные кадровые соревнования. Лучшие сотрудники торговой сети получают ценные призы и другие приятные сюрпризы в конце месяца, сезона или года. Например, в конце месяца лучшие сотрудники розничной торговли могут выбрать любой подарочный сертификат из «меню» подарочных сертификатов компании, а лучшие сотрудники в конце года награждаются поездкой в одну из европейских стран. Отмеченные наградами сотрудники уже посетили Милан, Вену и Прагу. Города, богатые как историческим, так и модным наследием. А кто сказал, что чтить ценности и культуру страны немодно? Невозможно построить карьеру, имея семью? «Эконика» доказывает обратное - очень большое внимание и поощрение оказывается семейным ценностям и ценностям нашей страны со стороны сотрудников.

Сотрудники, внёсшие значительный вклад в развитие бизнеса компании, также ежегодно награждаются в рамках специально учреждённой для этих целей корпоративной премии «Создаем с любовью». Регулярно проводится опрос всех сотрудников, посвящённый сбору мнений о компании, где каждый может высказать своё мнение и внести предложения по улучшению своей работы и компании в целом.

Сотрудники, проработавшие в компании более трёх лет, ежегодно приглашаются на специальные мероприятия, на которых им торжественно вручается корпоративный золотой значок. В компании действует программа дополнительных социальных льгот для «ветеранов».

Таким образом, шаг за шагом компания вместе со своими сотрудниками, как единое целое, делает всё для того, чтобы «Эконика» стала лучшим местом

как для покупок, так и для работы. Перейдя от мужской – женской коллекций, компания, рискуя, сделала акцент исключительно только на женской. Сделав ставку на современный стильный интерьер, персональный подход и обслуживание клиента и, главное, принципиально тщательный подход к формированию коллекций обуви и аксессуаров, они, на мой взгляд, если не перегнали мировые бренды, то точно перегнали все российские, затмив, заняли лидирующее место. Коллекции создаются на основе зарубежных исследований последних модных тенденций и одновременно с учётом вкусовых предпочтений и особенностей как строения ног российских клиенток, так и российского климата. Мне весьма симпатичны ценности, которые делают данную компанию уникальной и помогают каждому сотруднику достичь успеха. А именно - постоянное развитие и совершенствование. Казалось бы, большинство скажет, мол, подноси нужные размеры да продавай, чего ещё надо?

«Постоянно развиваясь, мы достигаем поставленных целей. Изменяя и совершенствуя настоящее, мы создаём будущее». Именно так гласит слоган компании. Мотивирует? Ещё бы, меня так точно! А что он ещё делает? Правильно, привлекает новых инвесторов и людей – дизайнеров, модельеров. Компания явно выражает нацеленность на будущее, у неё есть перспективы.

Развитие компании невозможно без развития её сотрудников, поэтому уделяется особое внимание подготовке персонала. Повышается квалификация, сотрудники посещают различные тренинги, мастер-классы и перенимают опыт лучших сотрудников сети.

На мой взгляд, залог успеха компании - это то, что не видно со стороны. Наличие решимости внести изменения в результат, не останавливаться на достигнутом, когда это сделали другие. Находясь в движении, развитие имеет принципиальное значение для компании и, возможно, именно это даёт результат. Конечно, стоит отметить слаженную работу всей команды компании, которая быстро переходит от решения к реализации.

И самое главное, теперь, когда компания уже реализовалась на рынке, она продолжает внимательно относиться к отзывам. И при необходимости быстро вносит коррективы.

Литература

1. Мишаненкова Е. А. Алла Пугачёва: Единственная звезда, глава «Эконика энд Алла Пугачёва». Изд. АСТ, Москва, 2015. 320 с.
2. Елена Провоторова. Игра на чувствах// Периодический журнал «Секрет фирмы». Изд. ЗАО Издательский дом «Секрет фирмы», Москва, 2005. № 41 (128).
3. Сергей Саркисов. Эконика: Даже в кризис важно думать о возможностях по увеличению доходности // Периодический журнал «Shoes Report», № 142.

Literature

1. Mishanenkova E. A. (2015). Alla Pugacheva: The only star, the head of «Econika and Alla Pugacheva». ACT Publishing House, Moscow, 320 p.
2. Elena Provotorova. (2005). Playing on feelings. Periodical magazine «The Secret of the firm». Ed. CJSC Publishing House «The Secret of the firm», Moscow, № 41 (128).
3. Sergey Sarkisov. Econika: Even in a crisis, it is important to think about opportunities to increase profitability. The periodic magazine "Shoes Report", No. 142.