

Олег РЫЖОВ:

“Подбирая
ключи к успеху,
одним из главных
я выбрал роскошный
продукт”

ОЛЕГ РЫЖОВ — ВЛАДЕЛЕЦ СТОЛИЧНОГО БУТИКА НЕАПОЛИТАНСКОГО БРЕНДА ISAIA — АБСОЛЮТНО НЕОБЫЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ. С НИМ НЕТ СМЫСЛА РАЗГОВАРИВАТЬ О СУХИХ ЦИФРАХ ИЛИ О СТАТИСТИКЕ ПРОДАЖ. ДЛЯ НЕГО УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕСОМ СРОДНИ ВЫСОКОМУ ИСКУССТВУ СОЗДАНИЯ МУЖСКОГО КОСТЮМА. ОЛЕГ НЕ РУКОВОДИТ ПРОЕКТАМИ, А ЖИВЕТ ИМИ. ЖИВЕТ КРАСИВО, ЯРКО, ЧЕСТНО И, ЧТО УЖ ТАМ, РОСКОШНО, ПЕРЕДАВАЯ ЭТИ ОЩУЩЕНИЯ И НАСТРОЙ КАЖДОМУ, КТО ВСТРЕЧАЕТСЯ НА ЕГО ЖИЗНЕННОМ ПУТИ. ЭТО ИМЕННО ТОТ СЛУЧАЙ, КОГДА УПРАВЛЕНЕЦ ВЫХОДИТ НА НОВЫЙ УРОВЕНЬ СМЫСЛОВ, ПРЕВРАЩАЯ БИЗНЕС В НАСТОЯЩУЮ ФЕЕРИЮ ПОЗИТИВНЫХ ЭМОЦИЙ И ВПЕЧАТЛЕНИЙ. В ИНТЕРВЬЮ AIRPORT ОЛЕГ РЫЖОВ РАССКАЗАЛ О ТОМ, КАК НЕСТАНДАРТНЫЙ ПОДХОД К РАБОТЕ И ЖЕЛАНИЕ ДАРИТЬ ЛЮДЯМ ХОРОШЕЕ НАСТРОЕНИЕ ПОМОГАЮТ ЕМУ ДЕЛАТЬ СВОЙ БИЗНЕС И ОКРУЖАЮЩИЙ МИР ЛУЧШЕ.

Записала: Grey FREY

Фото: Эвелина ЗИДИНОВА

Об учебе в политехе

Я всегда мечтал об актерской карьере: играл в школьных постановках, пел. Но мой отец, мастодонт в области микроэлектроники, не хотел, чтобы сын занимался «несерьезным делом». Было принято решение поступать в КПИ, на «видео и звукотехнику». Для меня эти пять лет стали серьезным испытанием, но именно благодаря им я научился систематизировать свою деятельность и все те эмоции, идеи и стремления, которые меня переполняют. Всё-таки я человек творческий, а у нас с этим сложно.

О первом бизнес-проекте

После окончания института мы с друзьями решили открыть бар «Коктейли мечты». Позиционировали его как место, где мы в первую очередь будем общаться с друзьями и клиентами. Я с головой углубился в детали: например, просчитывал, как сделать так, чтобы колени клиента упирались не в твердую деревянную обшивку барной стойки, а в мягкую кожу. Прорабатывал каждый момент, чтобы гость чувствовал себя комфортно и, распивая коктейли, мог полностью расслабиться. Кстати, этот проект существует до сих пор, но уже под другим названием. Я же занимался им недолго: углубился в учебу, у меня росла

и начал формироваться мой стиль управления: я нестандартно относился к бизнесу и клиентам, постоянно пребывая в поиске новых подходов и концепций. Многие нас не понимали, многих мы забавляли. Но это не мешало бизнесу эффективно работать. Именно благодаря ему в 2000-м со мной связались представители компании Ermenegildo Zegna в Украине.

Об эволюции клиентов

Я искренне считаю, что клиенты не меняются. Меняется исключительно их отношение к жизни. И тогда, и сейчас они спешат. И тогда, и сейчас они доверяют профессионалам. Но вот что изменилось, так это отношение к потреблению. Наш клиент знает, что пока у него есть час времени, он может не только заказать новый костюм, но и обсудить тенденции и тренды, поговорить на любые темы с бокалом односолодового виски. Задача любого успешного управленца — чтобы клиент вышел из магазина в приподнятом настроении. Ведь именно эмоции позволяют вывести общение между бизнесом и потребителем на качественно новый уровень. Раньше об этом не думали. Но теперь человеку мало купить дорогое изделие. Ему нужно нечто большее, но, к сожалению, это немногие понимают.

Наш клиент знает, что пока у него есть час времени, он может не только заказать новый костюм, но и обсудить тенденции и тренды, поговорить на любые темы с бокалом односолодового виски

дочь — пришлось переключить внимание на другие вещи. Но рад, что в самом начале мог наполнить это место своими идеями. А сама концепция общения с клиентами, желание создать место, в которое им захочется возвращаться, с тех пор не покидали меня.

Об увлечении модой

С детства я постоянно наблюдал за тем, как одеваются окружающие. Мне было интересно разглядывать людей, представлять себя взрослым — в роскошных костюмах, «своим парнем» где-нибудь в Голливуде. Именно тогда я начал проявлять интерес к деталям образа. К тому же я был очень активным ребенком, и, конечно, моя одежда часто рвалась после уличных игр. Мама всегда брала меня с собой «ремонтировать» порванные вещи, и я постоянно просил ее сделать кожаные вставки (на коленях, например) или добавить другую интересную деталь. О том, как мы доставали эту кожу в конце 70-х, можно рассказать целую историю!

О начале карьеры в модном бизнесе

В институте мы с другом решили открыть магазин классических костюмов Baltman (сейчас — Monton) и обратились к дизайнерам из Прибалтики — узнали, как они работают. На нас не возлагали особых надежд, но мы приобрели первую партию товара, арендовали помещение и открыли магазин. Именно тогда

О влиянии кризисов

На наш сегмент рынка кризисы особо не повлияли. Ведь когда ты привыкаешь к определенному образу жизни, к ощущениям, которые дарит одежда, созданная вручную, то ни за что не променяешь их на меньшее. Но процесс и частота шоппинга изменились, безусловно. Джентльмены, которые раньше заказывали дюжину костюмов за сезон, сейчас покупают три-пять комплектов. Но это одежда высочайшего класса, с уникальными купажми, уникальной нитью. С точки зрения бизнеса, стоимость этих трех костюмов равносильна стоимости дюжины, приобретенной пять-шесть сезонов назад. Да, мне приходится работать в три раза больше, всегда предлагая клиентам что-то большее, нежели просто костюм их мечты. И учить свою команду тому же.

О секрете хорошего продавца

Хороший продавец всегда должен быть вовлечен в процесс закупок. Когда у тебя эксклюзивный товар, то тут перестает работать схема, в которой эти этапы бизнеса строго распределены. У каждого члена команды есть свое мнение, кроме статистики, собранной за сезон, и оно обязательно должно учитываться при закупках. Ведь именно команда всегда знает, чего хотят наши клиенты. Продавцы в бутиках, будучи на переднем фронте общения с клиентом, должны понимать, чем он живет и чем «дышит». Я, как собственник бизнеса, всегда заинтересован



в том, чтобы максимально вдохновлять ребят. Так, после баинга в Италии, например, в Милане, у нас всегда есть пара свободных дней, которые я оплачиваю ребятам, чтобы они остались в стране и напитались ее атмосферой, вдохновились, съездив в другие города — в Венецию или Рим. Эти впечатления обязательно скажутся на их работе.

А секрет хорошего управленца очень прост: нужно выбирать лучших из лучших, платить им хорошие деньги и уважать своих коллег.

О профессионализме команды

Легче начинать работу с непрофессионалом. У профессионала всегда есть свой стиль, и не всегда он может нам подойти. А в нашей команде каждый легко ассистирует друг другу. Иногда главную роль играю я, а ребята мне помогают, иногда — наоборот. Никто не чурается принести клиенту чашку кофе или донести вещи под зонтом до автомобиля, когда идет дождь. В основе этой работы лежит очень много деталей. У меня не все хорошо считают цифры, но это не важно. Значит, всегда найдется тот, кто сможет это сделать лучше вас. Такому подходу меня научила консультант в Zegna. Она всегда говорила: «Не мучайте того, кто не хочет складывать вещи. Возьмите

и тот мир, который он создает. В случае с Isaia мне повезло: я работаю с фантастическим продуктом высочайшего качества. Не говоря уже о том, что одного только посыла нашей марки — «Мужчины, которые плачут. Мужчины, которые грешат. Мужчины, которые блефуют. Настоящие мужчины» — достаточно, чтобы продавать. Но для меня это только начало прекрасной коммуникации, которую можно развивать с клиентом.

Об успехе бутика Isaia

У нас есть действительно уникальный продукт, который не нуждается в рекламе. Но главное то, что я создал место нового образца и что все мои клиенты знают, что именно здесь всегда можно хорошо провести время. Свою философию жизни я стараюсь отобразить в работе. Мне кажется, это дает прекрасные результаты. У нас часто собираются большие компании мужчин на рерарту. Мы выпиваем, говорим о футболе, об увлечениях, наслаждаемся обществом друг друга. По сути, это чем-то похоже на классические английские клубы, вот только атмосфера по-настоящему итальянская. Легкая и непринужденная, без излишней чопорности, столь свойственной жителям Туманного Альбиона.

В вашем бизнесе всё должно работать на те эмоции, которые клиент испытывает от вашего бренда. И они должны быть максимально положительными

для этой задачи отдельного человека. Курица должна нести только золотые яйца». У хорошего продавца не должно портиться настроение от того, что его заставляют что-то делать, — у него всегда должно быть экстрахорошее настроение. Ведь клиенты чувствуют это с лету.

О работе с Isaia

Несколько лет назад у Isaia уже было представительство в Киеве. И я, будучи искренним почитателем этой торговой марки, понимал, что их бизнес в Украине — абсолютно неэффективен. Я обратился к итальянцам. Но они — люди, которые чтят связи и договоренности, поэтому рассматривать новые предложения отказались. Со временем я их таки взял измором. Каждый раз, приезжая в Милан, я встречался с менеджментом бренда, рассказывал новости, делился своей философией, говорил о том, как я буду работать. В итоге они сдались. По правде говоря, у меня и не было другой альтернативы — мне было суждено работать с Isaia.

О маркетинге Isaia

Маркетинг — неотъемлемая часть успешного бизнеса. Да, за ним определенно будущее. Но очень важно понимать, что коммуникации и системы меняются ежедневно. Появляются новые сервисы, правила, возможности. Но главным всегда остаются бренд

и я делаю всё, чтобы клиент получал в нашем магазине максимум удовольствия, и это — главное. Как для меня, так и для успешности бизнеса в целом.

О роскоши

Сегодня роскошь — это ощущение полного удовольствия от жизни. Это тот уровень, к которому стоит стремиться, открывая для себя новые горизонты и впечатления. Все самое прекрасное в нашем земном существовании базируется на эмоциях. И если забывать об этом, то ничего хорошего просто не будет.

Об управлении бизнесом

В бизнесе всё должно строиться на простых вещах и об этом просто нельзя забывать. Как я уже говорил раньше, эмоции превыше всего. Клиента нужно забавлять, развлекать. И, конечно же, направлять к чему-то лучшему.

В вашем бизнесе всё должно работать на те эмоции, которые клиент испытывает от вашего бренда. И они должны быть максимально положительными. Работаете с фантастическим продуктом? Расскажите об этом, дайте потребителю возможность окунуться в этот прекрасный новый мир. И сделайте всё, чтобы его дружба с брендом становилась только крепче. Это и есть простой, но действенный секрет успеха.