

«Когда часы IWC узнают лучше, в них влюбляются»

Джордж Керн, генеральный директор IWC Schaffhausen

У IWC ВЫСОКИЙ ПО РЫНКУ

показатель количества часов на клиента —

в среднем один покупатель является обладателем двух с половиной часов



— Что происходит сейчас с российским рынком часов?

— Продажи растут, и, по моим ощущениям, это связано с тем, что в России растет численность среднего класса. Практическое отсутствие среднего класса по сравнению, например, с Китаем, где доля среднего класса просто огромна, представлялось мне главной проблемой российского рынка — и она постепенно исчезает. Вторая проблема — все было сосредоточено в Москве, а сейчас соотношение тоже меняется в пользу регионов. По крайней мере, наши клиенты теперь не сконцентрированы в Москве, прекрасные продажи показывают разные регионы.

— Есть еще один немаловажный момент: и в России, и вообще в мире уменьшается возраст покупателей люксовых часов, клиенты «молодеют»...

— Вы совершенно правы! Возраст наших клиентов в диапазоне 30-50 лет. Схожий процесс — рост числа молодых успешных людей — заметен в Китае и Индии. Это очень хорошо информированная аудитория: они в курсе всех последних обновлений, знают все лимитированные серии и, главное, всегда понимают, чего хотят. И согласно мировой статистике, одни и те же наши продукты успешны или неуспешны в разных странах мира.

— То есть национальных особенностей вы вообще не видите?

— Нет, определенные, конечно, есть: русские, например, крупнее и выше азиатов, поэтому корпуса крупных размеров здесь популярнее, чем в Азии. Но в остальном я бы не делил клиентов по странам. Я бы скорее сказал, что это некий клуб людей с определенным культурным уровнем и социальным статусом.

— Кстати о клубе: IWC — редкий бренд, у которого есть настоящие фанаты. Вы не афишируете это так сильно как, например, Rolex, но это широко известный в узких кругах факт: по всему миру есть коллекционеры, охотящиеся за моделями IWC разных лет, встречающиеся независимо от вас, приезжающие — уже по вашей инициативе — на ежегодные встречи на мануфактуру...

— Ну я бы еще внутри этого клуба разделил настоящих коллекционеров и любителей бренда. Ведь у нас вообще очень высокий по рынку показатель количества часов на клиента — в среднем один покупатель является обладателем двух с половиной часов. Для большинства фирм нормально, что клиент приобретает одни часы и не возвращается никогда! В нашей маркетинговой терминологии это называется «a loved brand»: меньшее количе-