НОВЕЛИР ТЕX

ювелирные технологии для профессионалов | jewellertech.ru

РОССИЙСКИЕ драгоценные металлы





Выгодная сделка в твоём кармане!

Разделы «Аукционы» и «Камни» уже доступны в мобильном приложении!

Удобно Безопасно Выгодно



Отсканируйте QR-код телефоном и скачайте бесплатное приложение «Российские Драгоценные Металлы»

8 (800) 444-08-86

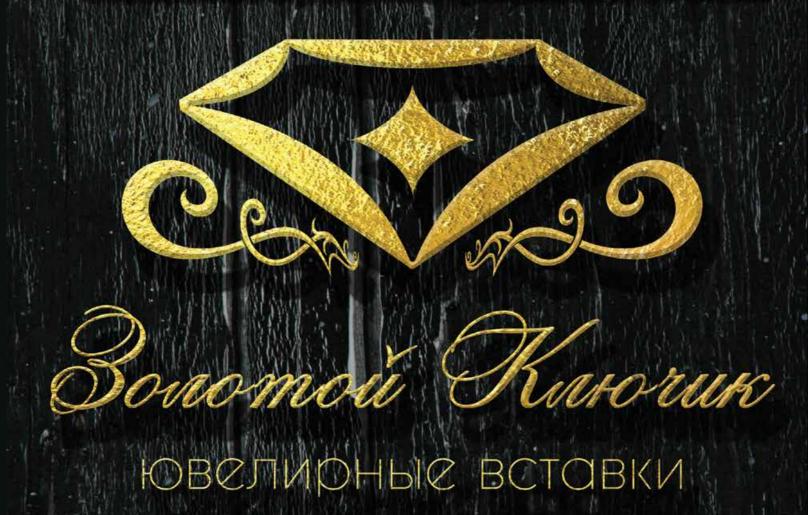
www.trade-gold.ru

info@trade-gold.ru





Электронная торговая площадка «Российские драгоценные металлы» разработана с участием Ассоциации Профессиональных Участников Рынка Драгоценных металлов Более 10 лет на рынке Собственное ограночное производство в России





Кострома, ул. Титова, 20 +7 (4942) 42-44-75, 37-72-12 www.goldkey-gem.ru e-mail! gk@goldkey-gem.ru



WASTAND TEX

Свидетельство о регистрации Π И N° TУ 61 - 00751 от 28.04.2012 г.

Выдано управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Ростовкой области

Учредитель

ООО «Золотой Профиль»

Издатель

000 «Альфа»

Адрес редакции и издательства

344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Станиславского, д. 118/25-27/107, офис 601

Телефоны отдела рекламы

+7 (863) 282-21-87, 282-21-88

Тираж 9000 экз. РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ БЕСПЛАТНО

Все права защищены. Полное или частичное воспроизведение материалов, опубликованных в журнале «Ювелир-ТЕХ», без письменного согласия редакции категорически запрещено. За содержание рекламных материалов редакция ответственности не несет.

Генеральный директор

Андрей Викторович Дзюба director@expomedia.ru

Коммерческий директор

Оконечникова Ирина Петровна irina@expomedia.ru

И.О. Главного редактора Оконечникова Ирина Петровна

Арт-директор

Александр Тутов art@expomedia.ru

Дизайн и верстка

Александр Тутов art@expomedia.ru

Корректор Анастасия Кравцова

Отдел рекламы

Светлана Женихова svetlana@expomedia.ru nataly@expomedia.ru nblagova@expomedia.ru n.blagova@expomedia.ru

Интернет-продвижение

Иван Синявский ivan@expomedia.ru

https://www.expojeweller.ru https://www.uvelir.info | https://www.uvelir.net Дата выхода 20.09.2020 в 14.00

Заказ N°206843

Отпечатано:

ИП Зубков О.П., г. Ростов-на-Дону, пр. Буденновский, 19а, офис 4

НАШИ ПРОЕКТЫ:

ВСЕРОССИЙСКИЙ ВЫСТАВОЧНЫЙ ЖУРНАЛ-КАТАЛОГ





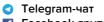




КОМПАНИИ, ПРЕДСТАВЛЕННЫЕ В КАТАЛОГЕ:

• •	
1 теория. практика. опыт	
2 драгоценные и полудрагоценные камни, вставки	
A.S.DIAM DESIGN	2.10
AVROS	2.10
DIADEMA	2.12
GEMSLAND	2.11
INDIAN GEMS	2.11
SKYGEM	2.9
SUNDAYGEMS.COM	2.12
А.С.ДИАМ ДИЗАЙН	2.10
ABPOC	2.10
БРИЛЛАНС	2.12
ГОРЕВА НМ ИП	
ЗОЛОТОЙ КЛЮЧИК	ОБЛ 2
СКАЙДЖЕМ	
ЮВЕЛИРНЫЙ ДИСКАУНТЕР	2.12
3 драгоценные металлы	
DR.GOLD	3.16
GRAMM	
NEVA GOLD	
TRADE-GOLD	
АП ДМОБЈ	
ДОКТОР-ГОЛД	
30ЛОТО ОПТ	
МЕТАЛЛ	
ІЄ МДОП	О - ОБЛ 1
РОДОНИТ	
РУССКИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ СТАНДАРТ	4.19
САВИТАР	3.17
4 упаковка, оборудование и материалы для ювелирного производства, услуги	
3D CAST	4.18
BLUECAST	
CDEK	4.19
UVELIRMAG	4.18
TEXHOKOM AC	4.20
ТИГОННОТИ	
ЮМО НЕВА	
ЮТОС-К	4.19

«ЮвелирТех» в социальных сетях и мессенджерах



Facebook-группа

Instagram

https://t.me/jewellertech https://facebook.com/groups/jewellertech https://instagram.com/jewellertech

КАК СОЗДАТЬ ТРАФИК И ПОВЫСИТЬ КОНВЕРСИЮ В ПОКУПКУ

С ПОМОЩЬЮ **ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОСВЕЩЕНИЯ** В ЮВЕЛИРНОМ МАГАЗИНЕ



Михаил Гусманов

Международный эксперт-практик в области светодиодного освещения для retail, основатель компании NLT Trade, автор серии книг «Свет в ритейле»

+7 985 764-69-21 www.**gusmanov.expert** facebook.com/**mikhael.gusmanov** аждый кризисный период ярко демонстрирует, что јewellery-retail относится к наиболее пострадавшим направлениям торговли. Рост продаж здесь традиционно начинается после завершения неблагоприятного периода, и текущий «коронакризис» не стал исключением.

Сейчас многие ритейлеры в разных сегментах розничных продаж наращивают объемы через Интернет в надежде использовать новые каналы сбыта и выйти на аудиторию, которая изменила свое покупательское поведение и предпочитает делать покупки онлайн.

Однако приобретение ювелирных изделий — это про другое. Здесь важна не только визуализация, но и тактильность. Прежде чем купить драгоценность, необходимо увидеть ее в реальности, потрогать, ощутить энергетику и сравнить с другими моделями.

Ювелирные украшения относятся к товарам импульсивного спроса. Они сильно связаны с эмоцией: радость события, подарок в честь важной даты, признание в любви... Онлайн-среда сегодня не может в полной мере эмоционально удовлетворить покупателя. Поэтому, к счастью или к сожалению, ювелирная сфера еще долгое время будет оставаться одним из направлений offline-розницы.

В текущих условиях усиления конкуренции с учетом резкого падения платежеспособности населения борьба за внимание покупателя в ювелирной сфере возрастает. И здесь невозможно победить без использования современных технологий визуального мерчандайзинга. Сюда входит не только профессиональное торговое оборудование, правильная выкладка товара на витрине и стеллажах, но и профессиональное освещение.

Как известно, в кризисы богатые богатеют, бедные беднеют. Премиальные и люксовые ювелирные игроки, торгующие изделиями известных мировых брендов, знают, как привлечь трафик и удержать покупателя. Свои салоны они оформляют, опираясь на передовой международный опыт, и трудностей с корректным освещением у них нет: витрины выглядят достойно, товар представлен максимально «вкусно».

Иное положение дел в магазинах среднего ценового диапазона и масс-маркета. Здесь наблюдается ряд проблем. Такие магазины заведомо проигрывают федеральным сетям, которые более-менее уже осваивают визуальный мерчандайзинг и начинают разбираться в тонкостях освещения.

В этой статье мы подробно рассмотрим основные ошибки в освещении ювелирных магазинов.







НИЗКИЙ УРОВЕНЬ ОБЩЕГО ОСВЕЩЕНИЯ

В универсальных ювелирных магазинах зачастую недостаточно света не только для максимально развернутого представления товара, но и просто для комфортного пребывания посетителя. И виной тому приборы прошлого поколения: светильники типа «армстронг» в потолках, металлогалогенные прожекторы с лампами, отработавшими свой ресурс. Бонусом эти «раритеты», не имея встроенной вентиляции, могут хорошенько прогреть павильон. В летний период в магазинах, оснащенных такими светильниками, заметно снижаются трафик и работоспособность персонала из-за нестерпимой жары. Кроме того, ультрафиолетовое излучение, выделяемое такими лампами, может негативно повлиять на состояние ювелирных изделий и торгового оборудования, изготовленного из дерева.

НИЗКИЙ УРОВЕНЬ ОСВЕЩЕННОСТИ ВИТРИН И СТЕЛЛАЖЕЙ

Высокий уровень освещенности – это гарантия возникновения максимально комфортного контакта между ювелирным изделием и

покупателем. Без привязки к цветовой температуре показатель освещенности на витрине должен быть не менее 2000-2500 люкс. Некоторые премиальные и люксовые бренды рекомендуют освещать витрины и стеллажи очень ярко, что может составлять 3000-4000 люкс. Это вызвано тем, что общая освещенность в магазинах этого сегмента составляет 1500 люкс и выше. И потому на уровне взгляда человека среднего роста (примерно 1,6 м) внутреннее пространство витрин должно быть подсвечено в 2-3 раза интенсивнее. Обеспечить такие высокие показатели и равномерную засветку товара посредством бытовых китайских светильников даже мощностью в 30 Вт практически нереально. Все бюджетные китайские источники света имеют общую проблему – узкий световой луч около 20-24 градусов. Они не способны равномерно осветить широкую витрину, а значит, часть экспозиции будет освещена пятнами.

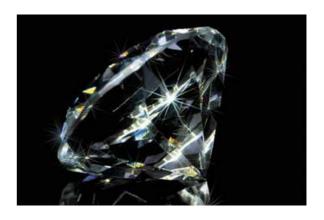
Монтаж таких светильников в качестве подсветки сверху также будет неэффективен. Узкий луч, пущенный с большой высоты, раскрываясь, не даст необходимого уровня освещенности на стеллажах и витринах, поскольку световой поток этих приборов довольно слабый.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕКАЧЕСТВЕННЫХ СВЕТОДИОДНЫХ ЛЕНТ

Непрофессиональная светодиодная лента мощностью 10–15 Вт не способна обеспечить оптимальную освещенность. Кроме того, использование этого источника света без должного охлаждения или специальных режимов питания быстро приведет к его деградации. Лента перегревается, интенсивность светового потока падает. Может также произойти смещение по цветовой температуре в сторону синевы или даже фиолетового спектра. В результате уровни освещенности будут далеки от рекомендуемых.

Еще одной ошибкой, которая по факту является мифом, можно считать использование светодиодной ленты, содержащей микс теплых и холодных светодиодов. Такой подход применяют, руководствуясь идеей показать чистоту и глубину цвета драгоценных камней. Согласно ей свет должен приходить в огранку очень тонкими лучами из разных точек. Однако на светодиодной ленте источники света расположены близко друг к другу, а угол распространения излучения при этом равен 120 градусам. С такими характеристиками исполнить данное световое решение практически невозможно.





НИЗКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЦВЕТОВОЙ ТЕМПЕРАТУРЫ

Большинство ювелирных салонов универсальны. В их ассортименте представлены различные изделия из белого или желтого золота, серебра и платины. Есть все основные типы украшений: кольца и колье, перстни, серьги с бриллиантами, а также искусственными и цветными камнями. Но независимо от типа изделий рекомендованное значение цветовой температуры для освещения товара находится в пределах 3500–4000 К, что соответствует нейтральному спектру.

Идея использовать в золоте и в камнях теплый спектр, а в платине — холодный интересна, но с точки зрения эстетики, мягко говоря, некорректна. Руководствуясь многолетним опытом, могу сказать, что оптимальным вариантом будет выдержка одной цветовой температуры в 4000 К, так как естественный цвет ювелирных изделий работает лучше, чем световой усилитель. Если серебро или золото потускнело, то мы не заставим его сверкать в любом случае. Но лучше будет обработать изделие и убрать следы окисления.

ОШИБКИ В ОСВЕЩЕНИИ ОБОРУДОВАНИЯ

Еще лет 20 назад само наличие ювелирных украшений на витрине было неоспоримым преимуществом, а стоимость грамма – фактором, определяющим покупательский выбор.

Освещать оборудование и ассортимент считалось делом необязательным. Сейчас, хоть некоторые ритейлеры до сих пор верны старым традициям, этого недостаточно. Потребительские предпочтения изменились, и люди скорее пойдут туда, где придают значение композиционной выкладке и ее эффективной визуализации.

В освещении витрин важно найти баланс внешней и внутренней засветки. Зачастую правильная выкладка товара в витрине может вовсе не требовать дополнительного света внутри. Достаточно подачи лучей сверху. При этом важно, чтобы свет, отражаемый от стекла, не создавал дискомфорта и не ослеплял посетителя.

Верхнюю подсветку витрины я бы рекомендовал использовать при наличии витрин вертикальной конфигурации. В этом случае стекло не будет бликовать, а товар обретет естественность. А при использовании нескольких источников света разной цветовой температуры мы придадим украшениям дополнительный блеск. Покупатель, двигаясь относительно этой неподвижной витрины, краем глаза будет видеть лучи, интенсивно отражаемые от камней.

Сейчас трендом в подсветке витрин и стеллажей является интеграция во внутреннее пространство светодинамических приборов со встроенными источниками света разной цветовой температуры, приводимых в действие электрическим двигателем. При перемещении этих источников света создается эффект блеска товара. Такие витрины, установленные, например, в торговом центре, привлекут дополнительное внимание проходящих мимо посетителей и создадут необходимый трафик.



Также интересный элемент в освещении витрин и стеллажей – это внешние акцентированные трековые светильники. С помощью нескольких лучей с разной цветовой температурой, направленных из разных точек к месту «примерки» или выкладки товара, мы можем дать возможность покупателю увидеть «игру бриллиантов», подчеркнув их чистоту и натуральность.

Эффективное освещение места примерки украшений – очень важный

элемент зонирования магазина, потому что здесь посетитель принимает решение о приобретении товара. Именно в этом месте необходимо максимально раскрыть все особенности драгоценности и показать ее качество. Оптимальный результат в этом дает естественный свет, но вряд ли ритейлер позволит покупателю покинуть павильон с неоплаченным товаром. Поэтому важно создать специальные условия освещения внутри магазина. Для этого можно использовать среднемощные световые приборы в цвет потолка, дающие узкие лучи. Таким образом мы создадим wow-эффект в процессе рассмотрения изделия, не ослепляя при этом покупателя.

КОНЦЕПЦИЯ ОСВЕЩЕНИЯ ЮВЕЛИРНЫХ САЛОНОВ ПРАКТИЧЕСКИ НЕ ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ ОСВЕЩЕНИЯ МАГАЗИНОВ ОДЕЖДЫ ИЛИ ОБУВИ.

СХЕМА **«ВИТРИНА – ВХОДНАЯ ЗОНА – ТОРГОВЫЙ ЗАЛ – ПРИМЕРОЧНАЯ»** РАБОТАЕТ И ЗДЕСЬ

Для начала посредством актуальных технологий мы привлекаем внимание покупателя к витрине, далее, чтобы человек зашел в магазин, эффективно подсвечиваем входную группу и витрины с акционным товаром или с новинками. В этом поинте посетитель принимает решение о дальнейшем нахождении в данном салоне. Потому ошибочно выставлять на входе неликвид или, напротив, самые дорогие позиции. Это снижает конверсию. Входная зона призвана показать человеку, что именно в этом магазине он может сделать оптимальные для себя покупки.







УСТАРЕВШЕЕ ТОРГОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ И ДЕШЕВЫЙ ИНТЕРЬЕР

Многие витрины и стеллажи старого парка ввиду особенностей конфигурации не позволяют монтировать современные приборы освещения. Важно уже на этапе проектирования магазина или замены мебели уделять пристальное внимание тому, какие источники света будут установлены в витринах. После сборки мебели красиво и эффективно интегрировать в них осветительные приборы будет непросто.

Общее освещение в магазине премиального и люксового сегмента ритейла всегда теплое (около 3000 K) с высоким индексом цветопередачи. Теплый свет подчеркивает натуральность материалов интерьера, выполненного, например, в дорогом дереве, а также премиальность магазина.

Если вы установили в салоне мебель из стекла и железа, а в потолке светильники «армстронг», то, независимо от качества ассортимента, ваш потенциальный покупатель не будет иметь иного выбора, кроме как требовать от вас скидки. Поскольку визуально такой салон не соответствует нарративам восприятия премиальности.

По исполнению дизайна и освещенности важно всегда быть на класс выше. Если ваш магазин принадлежит категории «масс-маркет», то исполнение его должно соответствовать среднему ценовому сегменту. Если вы торгуете изделиями средней цены, то дизайн интерьера необходимо делать премиальным. В этом случае лояльность покупателей будет гораздо выше и у них не возникнет желания требовать от вас дисконт.

Используйте передовой опыт fashion-ритейла, где все ведущие сетевые игроки особое внимание уделяют дизайну и освещению. К ним подтягивается food-retail, где уже сейчас многие федеральные игроки не только открывают магазины с низкими ценами, но и делают ставку на удобство и визуальный комфорт своих покупателей.





РАБОТА С БОЛЬШИМ
КОЛИЧЕСТВОМ УКРАШЕНИЙ.
ВЫДЕЛЯЕМ КОМПОЗИЦИОННЫЙ
ЦЕНТР И СОЗДАЕМ
ФОКУСНЫЕ ТОЧКИ

чевидно, что композиция в дизайне, живописи, фотографии имеет большое значение. Но что такое композиция? Если коротко – это пространство, где отдельные элементы образуют единое целое: изображения, текст, графика, формы и цвета. Все части сочетаются между собой. Удачная композиция предполагает, что вы упорядочили и верно распределили все составляющие. Это не только эстетично, но и эффективно с точки зрения дизайна и визуального мерчандайзинга. Эффективно — значит не раздражает, а привлекает покупателя, не мешает ему, обращает на себя внимание и возбуждает желание купить.

Правила композиции равны как в живописи, так и в витринистике*. Поэтому над каждой витриной мы работаем, как художник над своей картиной. Тщательно продумываем персонажи и их расположение: украшения, демонстрационное оборудование. Уделяем внимание фону: пространству витрины и магазина в целом, декору. И, наконец, прорабатываем фокусную точку: центральную группу украшений или одно украшение — наш композиционный и смысловой центр.

Витринистика – искусство эффектно оформлять витрины с точки зрения визуального мерчандайзинга, эстетики, эмоций покупателя.



Рис. 1. Композиционный центр витрины выделен контрастным цветом демонстрационного оборудования и акцентной группой украшений



Рис. 2. POS-материалы в акриловой рамке являются дополнительной навигацией в витрине

КАК ВИЗУАЛЬНО ВЫДЕЛИТЬ КОМПОЗИЦИОННЫЙ ЦЕНТР?

- Расположить по центру витрины акцентную группу украшений, уравновесив левую и правую стороны (рис. 1, 2).
- 2. В центр поставить контрастное по цвету демонстрационное оборудование (рис. 1, 2).
- 3. Поставить демонстрационное оборудование с центральным украшением или украшениями на подиум.
- 4. Разместить вращающийся подиум в центральной части витрины. Этот прием работает при условии, что такая витрина в магазине одна.
- 5. Добавить динамики в свете. В большинстве случаев внутреннее 8. освещение в витрине статичное. Для концентрации внимания на центральной группе украшений рекомендую устанавливать допол-

- нительный источник освещения или динамический вращающийся светильник.
- Грамотно использовать информацию. Расположите информационную справку об украшении или коллекции слева от центральной группы. Но помните, что информация должна помогать выбирать украшение, а не забирать все внимание на себя (рис. 1, 2).
- Не забывать про «воздух». Центральное украшение или группа отделяются от второстепенных расстоянием, свободным пространством.
- 8. Добавить сопровождение. Помимо центрального элемента в витрине присутствуют второстепенные, не менее важные группы украшений.

КАК СКОМПОНОВАТЬ БОЛЬШОЕ КОЛИЧЕСТВО УКРАШЕНИЙ В ВИТРИНЕ БЕЗ УЩЕРБА ВИЗУАЛЬНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ?

- 1. Вся композиция должна быть уравновешена. Это может быть симметричная композиция, где левая группировка украшений такая же, как и правая. Или асимметрия, где центральный элемент смещен влево или вправо. В любом случае в витрине должен прослеживаться определенный ритм, композиция, гармония.
- 2. Одну группу украшений от другой следует отделять пустым полем. Это как точка, которая отделяет два разных по смыслу предложения. На рис. З обозначены товарные группы. Каждая товарная группа отделена от другой рамкой из свободного пространства и образует простую геометрическую форму.
- 3. В то же время не увлекайтесь «воздухом». Его может быть слишком много. Если украшения внутри одной группы находятся на большом расстоянии друг от друга, группа визуально дробится. Нет фокусировки, каждое украшение само по себе. При большом количестве украшений в витрине это мешает восприятию (рис. 4).

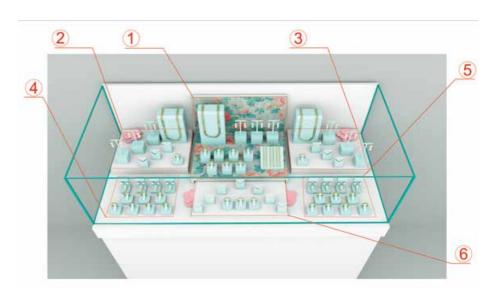


Рис. 3. Визуальное распределение икрашений по товарным группам



Рис. 4. Частая ошибка. Разгруппированная выкладка украшений с декором в фокусных точках



Рис. 5. Выкладка согласно правилу организующих линий

4. В каждой группе должна быть фокусная точка. В центральной части каждой товарной группы рекомендую делать акцент на одном-двух украшениях. Это может быть самое дорогое украшение или украшение с самым крупным камнем. Как обозначить фокусную точку? Другим цветом или размером вставки в планшет, цветом демонстрационного оборудования. Можно поставить украшение на возвышение или разместить в центре, добавив к нему несколько украшений до полного комплекта.

Для второстепенных товарных групп фокусной точкой могут быть одно, два, три украшения, расположенные по центру или на расстоянии от остальных украшений. Посмотрите на рис. 4: в группах $N^{\circ}2$ и 3 фокусная точка находится не в центре, а немного смещена, отделена расстоянием от других украшений группы.

5. Декор не должен быть фокусной точкой. Ни за что и никогда. Мы продаем украшения, а не бумажные розы (рис. 5).

Компоновка украшений в витрине играет немаловажную роль. Один и тот же магазин, одна и та же витрина, один и тот же набор украшений, один и тот же декор... Даже без участия продавца продуманная выкладка расскажет значительно больше, чем выкладка, созданная без учета правила организующих линий (рис. 4).

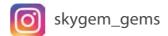
Отрывок из книги Анастасии Береговой «Оформление ювелирного магазина от А до «Я беру!»



ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ БРИЛЛИАНТАМИ И ДРАГОЦЕННЫМИ КАМНЯМИ



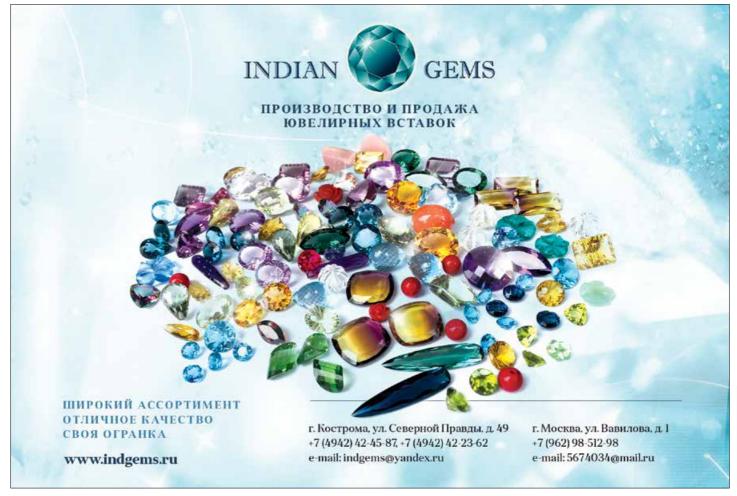
www.skygem.ru Эл.почта: donavi@mail.ru WhatsApp/Тел.: +7 (916) 704-80-38

















+7 985 7772847

+7 916 5089361 +7 977 8630733

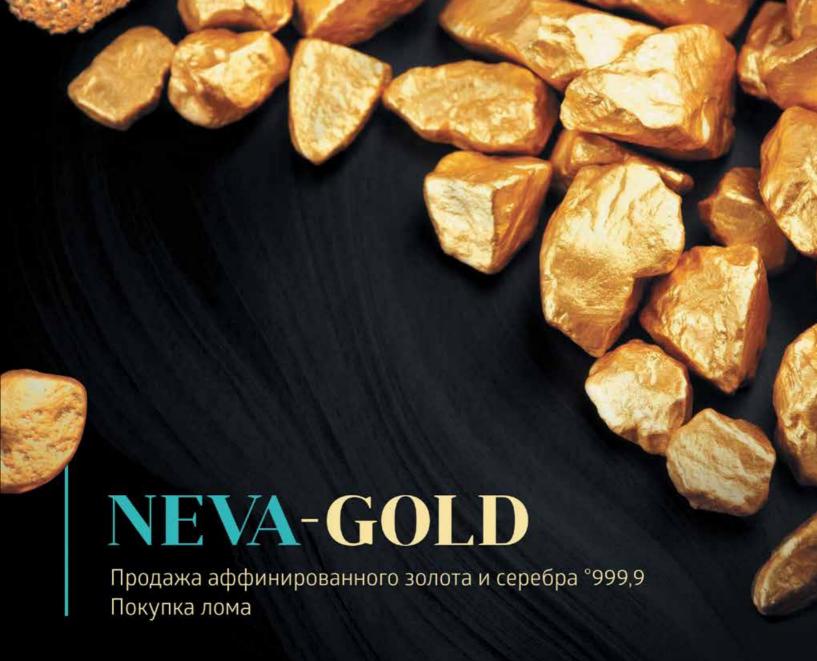
www.siamgem.ru

E-mail:ansiamgems@gmail.com

+66 61 9165623 Alex







- НАДЕЖНАЯ РЕПУТАЦИЯ НА РЫНКЕ ДРАГОЦЕННЫХ МЕТАЛЛОВ
- КОНКУРЕНТНЫЕ ЦЕНЫ
- ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К КАЖДОЙ СДЕЛКЕ
- СОБЛЮДЕНИЕ СРОКОВ ПОСТАВКИ
- ДОСТАВКА В ЛЮБОЙ РЕГИОН РОССИИ

г. Санкт-Петербург, пр.Римского-Корсакова, д.73/33 Тел.: +7 800 550-585-1, +7 921 900-28-16, +7 (812) 571-57-02

E-mail: mail@neva-gold.ru

WWW.NEVA-GOLD.RU



Электронная торговая площадка

Позвоните нам

+7 (800) 444 - 08 - 86

Или напишите свой вопрос

info@trade-gold.ru

Формируем современную и цивилизованную среду рынка драгоценных металлов

Обеспечиваем прозрачность и законность сделок, и открытую конкуренцию

Экономим деньги



Используем правовые и экономические инструменты в рамках действующего законодательства

Электронная торговая площадка «Российские драгоценные металлы» (Площадка) – это новая точка отсчета в цифровом пространстве для российского рынка драгоценных металлов. Безопаное, цивилизованное и комфортное место, где вы сможете найти надежных партнеров, выйти на выгодные сделки и просто быть в курсе и на связи. Площадка упростит ваши процессы купли-продажи драгоценных металлов, уменьшит издержки и обеспечит прозрачность сделок на условиях полного соблюдения законодательства РФ.

Сервисы доступные на нашей площадке:

Биржевые курсы драгоценных металлов и валют

Мы собираем информацию о биржевых котировках из разных источников и предоставляем их в удобном, компактном виде, адаптированном к российскому рынку. На площадке вы можете найти текущие курсы металлов и валют, АМ/РМ фиксы по Лондону и их историю до 2000 года. Фиксы в рублях считаются по курсу ЦБ на завтра.

Купля - продажа драгоценных металлов

Нами разработана уникальная система публикации предложений на рынке драгоценных металлов, учитывающая специфику российского рынка. Мы мотивируем пользователей обновлять цены на свои предложения каждый день, поэтому на площадке всегда актуальные цены и объемы.

Все ваши сделки, которые проходят на площадке, доступны в вашем рабочем кабинете. Есть удобная система обмена «сканами» документов по сделке. Кроме этого, обеим сторонам сделки всегда доступны сканы учредительных документов друг друга.

Купля - продажа драгоценных камней

В этом году мы добавили новый раздел "Камни" для организации купли-продажи драгоценных и полудрагоценных камней. Он доступен как на сайте, так и в мобильном

приложении. Здесь всё то же самое, что и в металлах: вы можете покупать, продавать, обмениваться документами; из дополнительных удобств — публикация фото камней, поиск по характеристикам камней, можно задавать цену в долларах, а в рубли она будет пересчитываться автоматически по текущему курсу.

Аукционы

Еще один новый и важный для нас раздел, появившийся в этом году. В этом разделе вы можете самостоятельно организовать аукцион на ваших условиях с соблюдением правовых норм законодательства РФ. Мы много работали с представителями ломбардов и скупки, чтобы создать действительно удобный сервис, учитывающий специфику этого сегмента. Площадка уже сейчас позволяет проводить публичные аукционы, удовлетворяющие требованиям согласно ст. 196 ФЗ «О ломбардах». Эта возможность доступна всем зарегистрированным пользователям площадки.

Поиск по реестру пробирной палаты

Время от времени возникает необходимость проверить какую-любо компанию, есть ли она в реестре пробирной палаты. Мы решили помочь нашим пользователям в этом вопросе, поэтому сделали удобный поиск по всем компаниям из этого реестра. Данные мы получаем непосредственно от самой палаты, им можно доверять.

У нас на площадке зарегистрировано уже более 270 активных компаний-участников. Мы помогаем им жить, работать и процветать на рынке драгоценных металлов.

Просто зайдите на площадку, зарегистрируйтесь, и наши менеджеры проконсультируют вас по работе на ТП РДМ. Мы всегда поможем вам и ответим на все интересующие вас вопросы.

Единый телефон для связи: 8 (800)444-08-86.

Мобильное приложение «Российские драгоценные металлы»

Надежный инструмент вашего бизнеса

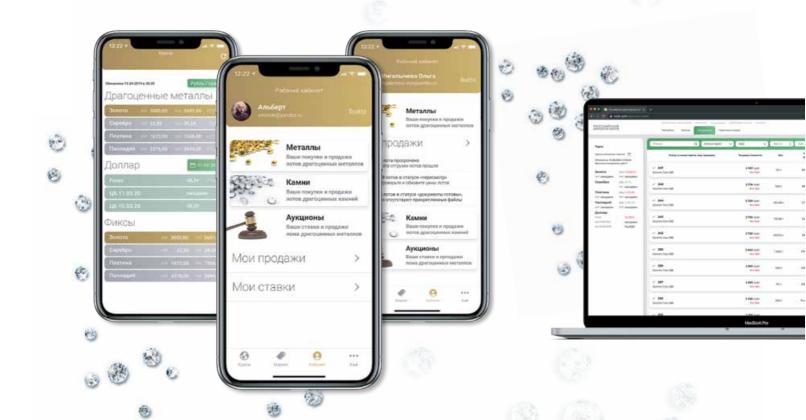






НОВЫЕ РАЗДЕЛЫ ПЛОЩАДКИ

«КАМНИ» и «АУКЦИОНЫ»



Котировки и фиксы драгоценных металлов

Всегда актуальные цены драгоценных металлов по курсу LME

- Гибкие настройки отображения
- Курсы LME
- Курс доллара
- Фиксы Лондонской биржи

Поиск сделок в режиме онлайн

Покупка и продажа драгоценных металлов и камней удобно и безопасно

- Функциональная система фильтрации
- Отображение лучших сделок
- Подбор сделки с любым объемом
- Менее 5 минут на поиск лучшей сделки

Рабочий кабинет

Простой и функциональный инструмент для совершения всех видов сделок

- Удобный рабочий кабинет
- Поддержка бизнес процессов
- Наглядное отображение
- Гибкая фильтрация

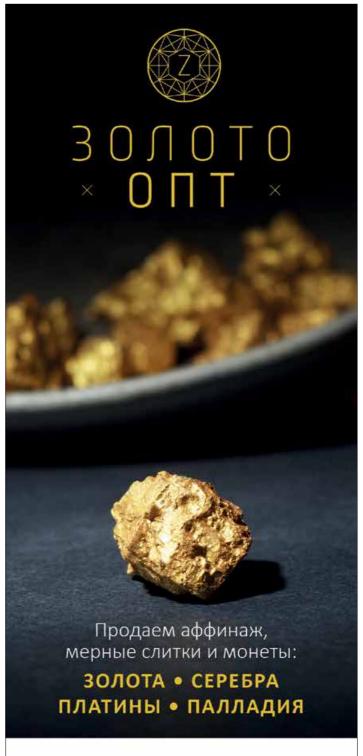
000 «МЕТАЛЛ»

SILVERSALT.RU



+7 926 720-19-37

e-mail: drgold@bk.ru



+7 499 391-97-20 -

по вопросу сотрудничества **+7 926 258-25-15** — отдел продаж **+7 925 581-94-10** — бухгалтерия 119017, г. Москва, Б. Толмачевский пер., д. 5, стр.1, офис 242

> ooodragmetall@mail.ru сайт: золото-опт.рф

Ювелирный технопарк «Сапфир»,

торговый зал, синий павильон

ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ



ПЕРЕВОЗКА ДРАГОЦЕННЫХ МЕТАЛЛОВ



ПЕРЕВОЗКА

ювелирных изделий и драгоценных металлов на бронированных автомобилях в кратчайшие сроки

ЖАНИФФА

по выгодным условиям на крупнейших аффинажных заводах

ХРАНЕНИЕ

ювелирных изделий и драгоценных металлов в специально оборудованном хранилище

127473, г. Москва, улица Селезнёвская, 13, стр. 2 Телефон: +7 (495) 150-44-04 Email: info@savitar-logistics.ru www.savitar-logistics.ru фотополимеры для 3d-принтеров

модельный воск для ЧПУ-станков инструменты, оборудование

муассаниты, фианиты, жемчуг полудрагоценные камни



ИТАЛЬЯНСКИЕ ВЫЖИГАЕМЫЕ ФОТОПОЛИМЕРНЫЕ СМОЛЫ ДЛЯ ПЕЧАТИ МОДЕЛЕЙ НА 3D-ПРИНТЕРАХ И ПОСЛЕДУЮЩЕГО ПРЯМОГО ЛИТЬЯ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

РФ, г. Краснодар, ул. Леваневского, 108, оф. 11 +7 (967) 30 30 900, +7 (967) 30 30 990

www.uvelirmag.com | uvelirmag@mail.ru | @@uvelirmag

Прейскурант услуг: www.dondragmet.ru



+7 925 836 56 68 whatsapp +7 495 739 43 11 доб 155

+7 903-634-69-96

+7 962-180-13-23

+7 962-180-13-21

+7 962-180-11-75





156016, г. Кострома,

ул. Петра Щербины, д. 6, оф. 8

e-mail: legioncrimea@mail.ru





научно-технический центр «ТЕХНОКОМ АС»

- 1. Гальваническое оборудование, гальванические ванны и расходные материалы для гальванических процессов (золочение, серебрение, родирование, никелирование, меднение, металлизация пластика и др.)
- 2. Бесцианистые электролиты для гальванических ванн и для локального нанесения карандашом (золото, серебро, родий, платина, палладий, никель, медь и др.)
- 3. Приборы для экспресс-диагностики драгоценных металлов и камней.
- 4. Электролиты для подготовки и обезжиривания поверхности, электролиты для электрохим-полировки и размерного травления различного назначения.
- Технологии нанесения гальванических покрытий на диэлектрики.
- Технологии и оборудование для процесса гальванопластики.
- 7. Аноды любой конфигурации, по чертежам заказчика: титановые платинированные, никелевые, медные, аноды из нержавеющей стали и др.

Принимаем заказы на гальванические покрытия на изделия заказчика (золото, серебро, родий, платина, палладий, медь, никель и др.)







123995, г. Москва,

ул. Электродная, д. 2,

стр. 13, подъезд 11, офис 301

Тел.: 8 (499) 948-06-79

8 (903) 252-15-07

e-mail: mail@technocom-as.ru

www.technocom-as.ru

HEBA

(812) 438-56-28, 438-56-29 www.jmoneva.ru

Наш новый адрес:

Санкт-Петербург, пр. Обуховской Обороны, 48

info@jmoneva.ru







пломбы и пломбираторы ЮМО ювелирный инструмент, оборудование, расходные материалы



STOPTIME

ТИГОН

ЕСТЬ ВЕЩИ,

способные пополнить коллекцию лучших моментов вашей жизни

И МЫ ИХ ЗНАЕМ

 Активно развивая собственное производство, оптимизируя затраты, обновляя оборудование, МЫ ПРЕДЛАГАЕМ СВОИМ КЛИЕНТАМ МЯГКУЮ УПАКОВКУ ОТ 10 РУБ.

СЖАТЫЕ СРОКИ ПОСТАВОК
 наше производство находится в Московской области

100% KAYECTBO

ОГРОМНЫЙ ОПЫТ РАБОТЫ, СЛАЖЕННАЯ КОМАНДА, ОТЗИЧНО ОБУЧЕННЫЙ ПЕРСОНАЛ



ТИГОН – ЭТО КОМПАНИЯ С ПЕРЕДОВЫМИ ТЕХНОЛОГИЯМИ, МАКСИМАЛЬНЫМ КАЧЕСТВОМ И ЛУЧШИМИ ЦЕНАМИ

БУДЕМ РАДЫ ВИДЕТЬ ВАС С НАМИ!

тел. +7 495 782-28-93 e-mail: mk@tigon.ru www.tigon.ru **③** tigon_ttd

НОВЕЛИР ТЕX

ювелирные технологии для профессионалов | jewellertech.ru

РОССИЙСКИЕ драгоценные металлы





Выгодная сделка в твоём кармане!

Разделы «Аукционы» и «Камни» уже доступны в мобильном приложении!

Удобно Безопасно Выгодно



Отсканируйте QR-код телефоном и скачайте бесплатное приложение «Российские Драгоценные Металлы»

8 (800) 444-08-86

www.trade-gold.ru

info@trade-gold.ru





Электронная торговая площадка «Российские драгоценные металлы» разработана с участием Ассоциации Профессиональных Участников Рынка Драгоценных металлов