**Tiffany&Co: история успеха**

 На вопрос о том, какой же ювелирный бренд у вас ассоциируется с роскошью и безупречным стилем, многие без каких либо сомнений ответили: **Tiffany&Co**. Данная компания вызывает фурор и восхищение, ведь мастера **Tiffany&Co** вот уже более чем 150 лет радуют нас неземной красотой серебряных украшений и тонкой ювелирной работой.

 **Первые шаги Tiffany&Co**

 Как бы удивительно это ни звучало, но для **Tiffany&Co** все началось с маленького магазинчика, в котором продавали канцелярские товары. Было это в сентябре далекого 1837 года, когда два начинающих предпринимателя Чарльз Льюис Тиффани и Джон Би Янг решили открыть небольшую лавку на нью-йоркском Бродвее.

 Но, к сожалению или к счастью, заработать на продаже канцелярии юным Чарльзу и Джону не удавалось, и они начали усердно искать другие пути получения прибыли. Таким решением стала продажа поддельных, но очень красивых, украшений из Парижа. Данные изделия мгновенно сметались с прилавков тогда еще не очень привередливыми американцами, что приносило предпринимателям реальный заработок.

 За короткий промежуток времени Чарльзу и Джону удалось собрать достаточную сумму денег, что бы перейти к продажам подлинных золотых украшений и искусственных драгоценных камней. Кроме них, в магазине **Tiffany&Co** можно было приобрести китайский фарфор, французские аксессуары и очень много изделий из серебра.

 **Путь к успеху**

 На продаже подлинных украшений, как известно, далеко не уедешь, а потому основателям **Tiffany&Co** были нужны оригинальные идеи и необычные решение. Именно к таким нестандартным решением можно отнести фиксированную стоимость для каждого товара, указанную на ценнике. В то время, а точнее почти два столетия тому, выставлять заранее уговоренную цену было непринято, ведь за любую вещь предпочитали спорить и торговаться. Ценовая политика, предложенная **Tiffany&Co,** сделала революционный переворот в то время, что оказалось залогом дальнейшего успешного развития ювелирной компании.

 Еще одним фактором успеха **Tiffany&Co** стало решение Чарльза Льюиса Тиффани и Джона Би Янга обзавестись собственными атрибутами и так называемым фирменным стилем. В качестве основного цвета был выбран специфический бирюзовый оттенок голубого цвета. Таким образом, маленькие коробочки бренда, а также, стены магазина, промо-публикации и другие материалы стали выполняться сугубо в нежном бирюзовом оттенке. Вскоре данный цвет стал визитной карточкой **Tiffany&Co**, а заветная бирюзовая коробочка надолго укрепит свои позиции в женских сердцах.

 Третьим предпринимательским решением, которое впоследствии привело дуэт Тиффани-Янг к успеху, стало использование особой пробы серебра. Компания **Tiffany&Co** стала первой из тех, кто взял за основу пробу (пропорцию) 925. Это означает, что на 1000 единиц общей массы сплава приходиться 925 единиц очищенного серебра, прочие 75 единиц – другие материалы, в основном цинк или медь. Серебро отвечало за красоту ювелирного украшения, а цинк и медь придавали изделиям необходимую прочность и твердость.

 В последствие такой подход к серебру, как к основе ювелирных украшений, стал называться стерлинговым стандартом, а серебро 92,5% начали широко использовать другие компании.

 **Всемирное признание Tiffany&Co**

 В 1853 году у компании появляются два новых партнера - Джэбиз Л.Эллис и Эдвард С.Мур. Новые люди приносят свежие идеи и революционные решение, с ними приходит и первые международные признания.

 Сначала в 1863 году **Tiffany&Co** получает европейские похвалы и одобрения на всемирной ювелирной выставке в Париже. Чуть позже бренд выигрывает Гран-при за высокое мастерство производства украшений из серебра. Ранее ни одному из американских ювелирных брендов ни удостаивался таких высоких европейских наград.

 Настоящее же признание ждет **Tiffany&Co** на инаугурации американского президента Абрахама Линкольна. Именно мастерам «бирюзовой» компании было поручено оформить дизайн кувшина, из которого пил будущий президент во время официальной части данного мероприятия. В знак благодарности и признательности Линкольн уже во время празднования преподносит своей жене Мэри Тод ювелирный набор из мелкого жемчуга от **Tiffany&Co**.

 **«Завтрак у Тиффани»**

 До начала Большой американской депрессии в 1292 году продажи и популярность **Tiffany&Co** только росли. Но все изменилось с приходом экономической нестабильности и затяжной военной обстановки. С того времени в течение 20 лет реализации компании только падали аж до 1950 года. Именно тогда свет увидела легендарная книга Трумана Капоте «Завтрак у Тиффани». Экранизация истории, в которой участвовала успешная актриса Одри Хепберн, ознаменовала новый виток развития **Tiffany&Co**.

 Стоит отметить, что ювелирные изделия, в которых когда красовалась Хепберн в успешном фильме, до сих пор уходят с молотка за весьма солидные суммы. Так, жемчужное ожерелье, которое Одри надевала, мечтая о завтраке у Тиффани, было выставлено на продажи со стартовой ценной в 123 миллиона долларов.

 Сегодня **Tiffany&Co** – один из самых популярных и востребованных ювелирных брендов. Выпуская по несколько коллекций в год, торговая компания надолго закрепила для себя имя «ювелирной королевы».