

ЖУРНАЛ

# КАНЦЕЛЯРИЯ

ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА И УЧЕБЫ • ОФИСНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

декабрь-январь

2011-2012

№52



Новая коллекция  
элегантных подарков

[www.samsonopt.ru](http://www.samsonopt.ru)

*Galant*<sup>®</sup>

подробнее на стр. 30

# Офисная планета®

товары для офиса  
общероссийская система обеспечения организаций  
товарами для офиса по каталогу



Каталог  
**ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА**

Единые стандарты



Маркетинговая и  
рекламная поддержка

Товары  
**ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА**



Промо-материалы  
и корпоративный стиль

Ваш собственный  
Интернет-магазин  
[www.office-planet.ru](http://www.office-planet.ru)



320 городов России уже обслуживаются  
дилерами системы **ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА**.  
Присоединяйтесь!

Предложение  
ограничено!

Подробности Вы можете уточнить у менеджеров сбытовых подразделений ГК «САМСОН»

# СОДЕРЖАНИЕ

4	<b>Новости</b>	30	<b>Торговая марка</b>	49	<b>Белая книга</b>
16	<b>Товарный обзор</b>		<b>Galant — время подарков</b>		<b>Bosch: лучше потерять деньги, чем доверие</b>
26	<b>В фокусе</b>	34	<b>Знакомство с дилером</b>	50	<b>Школьный базар</b>
	<b>В2С : верный способ увеличить продажи</b>		<b>Дилер корпоративной торговли</b>		<b>Рынок механических карандашей</b>
		43	<b>Событие</b>		
			<b>«Самсон» в Казани — новая прописка</b>		

## РЕКЛАМОДАТЕЛИ

Acco Brands .....	22	САМСОН .....	1, 2, 5, 8,
Casio .....	38	.....	11, 13, 19, 21, 25, 33,
DURABLE .....	7	.....	41, 46-47, 48, 58-60
ErichKrause .....	44	Сегмент .....	42
АПКОР .....	29	СТАММ .....	53
ГАММА .....	55	Старлесс .....	45
Гамма-Центр .....	9	Хатбер .....	15

## КОМПАНИИ-НЬЮСМЕЙКЕРЫ

ГАММА .....	13
DURABLE .....	11
Гамма-Центр .....	12
САМСОН .....	4- 14
СТАММ .....	7, 8
Хатбер .....	5, 7, 8, 14

## ПРАЙС-ЛИСТ

### НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В ЖУРНАЛЕ «КАНЦЕЛЯРИЯ»

Позиция	Стоимость, руб
<b>обложка</b>	
1-я страница .....	75 000
2-я страница .....	50 000
3-я страница .....	45 000
4-я страница .....	60 000

### внутренние полосы

Центральный разворот .....	70 000
Разворот (2 полосы) .....	50 000
1 полоса .....	40 000
1/2 полосы .....	23 000
1/3 полосы .....	17 000

ЖУРНАЛ  
**КАНЦЕЛЯРИЯ**

№ 52, декабрь-январь 2011-2012

Учредитель: ..... ООО «БРГ инвест»

Главный редактор: ..... Мария Тарасенко

Корреспонденты: ..... Анна Власова,  
..... Александр Котляров

Дизайн и верстка: ..... С. Подпоронова

#### Прием и оформление рекламы:

Тел.: (473) 242-59-37, 89107498552

info@kancelaria.ru

Распространяется бесплатно

Тираж: 7000 экз.

#### Адрес редакции:

394026, Воронеж, ул. 45-й Стрелковой Дивизии, 261а

Интернет: www.kancelaria.ru

Перепечатка материалов, опубликованных в журнале «Канцелярия», допускается только с разрешения авторов и письменного разрешения редакции. Редакция не предоставляет справочной информации. Редакция не несет ответственности за достоверность информации, опубликованной в рекламных объявлениях и в рубриках «Новости» и «Новинки».

Ответственность за содержание материалов, опубликованных на коммерческой основе, несет рекламодатель.

Рекламируемые товары и услуги подлежат обязательной сертификации.

Журнал «Канцелярия» зарегистрирован в Министерстве РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций. Свидетельство

ПИ №77-13476 от 30 декабря 2002 г.

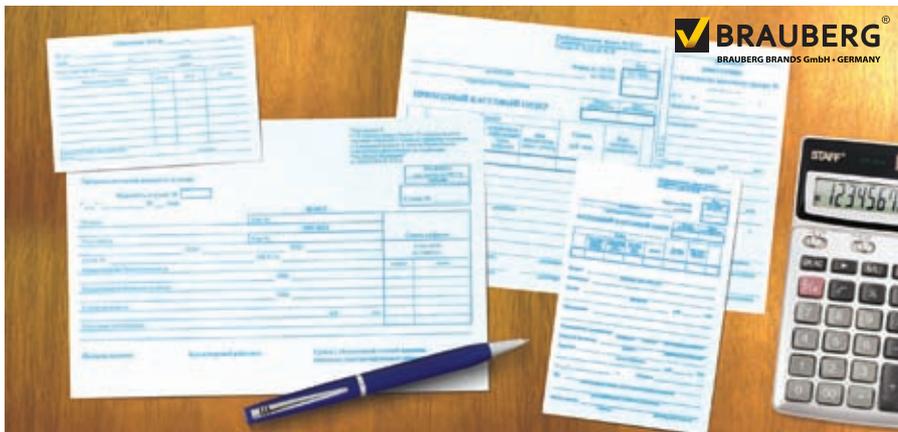
© ООО «БРГ инвест», 2006

## Бухгалтерские бланки BRAUBERG

Слова «Накладная» или «Товарный чек» сегодня знает практически каждый, поэтому для бесперебойной работы современной организации важно постоянное наличие бухгалтерских бланков. Группа компаний «Самсон» рада сообщить своим клиентам о том, что теперь ассортимент бумажной продукции BRAUBERG пополнился линейкой бухгалтерских бланков,

предназначенных для ведения бухгалтерского документооборота с максимальной эффективностью.

Бухгалтерские бланки напечатаны на офсетной бумаге. Их форма и размер соответствуют государственным стандартам ведения бухгалтерского учета. Внутренний блок проклеен по одному краю. Бланки поставляются комплектами по 100 штук. Упакованы в термоусадочную пленку.



## Лидер продаж подарочных ручек Galant

В свете приближающихся многочисленных праздников группа компаний «Самсон» подготовила для своих клиентов своевременную акцию с полезными подарками. Всем известно, что письменные принадлежности в стильных фирменных упаковках являются самым популярным и актуальным бизнес-презентом к любой дате. Чтобы соответствовать запросам покупателей и получить ценный приз, становитесь участником акции «Лидер продаж подарочных ручек GALANT». В период с 1 октября 2011 г. по 31 марта 2012 г. при покупке подарочных ручек GALANT на максимальную сумму Вы получаете шанс стать обладателем одного из призов. Победитель гарантированно получит зеркальную фотокамеру CANON 550D, которая позволяет делать профессиональные фотоснимки высокого каче-

ства. За второе место предусмотрен стильный планшетный компьютер ACER, за третье – удобный и функциональный нетбук ACER.

Стать лидером продаж будет намного проще, если параллельно принять участие в дополнительной акции «Правильная выкладка – залог успешных продаж!», которая проводится с 21 ноября по 31 декабря 2011 г. По условиям акции при единовременной покупке подарочных ручек GALANT от 150 штук клиент группы компаний «Самсон» гарантированно получит фирменную настольную или напольную витрину GALANT, предназначенную для удобной выкладки товара.

Подробнее ознакомиться с условиями акций можно на сайте [www.samsonopt.ru](http://www.samsonopt.ru) или у менеджеров группы компаний «Самсон».

Желаем удачных продаж!



## Детекторы банкнот DOCASH

Ассортимент банковского оборудования группы компаний «Самсон» пополнился 3-мя детекторами банкнот DOCASH.

### Детектор банкнот DOCASH 430.

Автоматический детектор самостоятельно делает заключение о подлинности банкнот, не требуя от кассира знаний о признаках защиты денежных знаков. Емкости аккумулятора хватает на 6 часов работы без подзарядки.

### Детектор банкнот DOCASH 502.

Ультрафиолетовый просмотровый детектор обеспечивает надежную проверку подлинности банкнот и ценных бумаг при максимальном использовании мощных УФ ламп.

**Детектор банкнот DOCASH DVM Lite D.** Определяет подлинность банкнот по наличию специальных инфракрасных меток, нанесенных метамерными красками. Оснащен сенсорным ЖК-монитором (11,9 см). Также обладает функцией автовыключения.



## «Germanium» — новый офисный хит от BRAUBERG

Торговая марка BRAUBERG бросает вызов пластиковым офисным принадлежностям и предлагает Вашему вниманию стильную коллекцию «Germanium», выполненную из металла. Украшение рабочего стола, придание ему стиля, а иногда и игривости — все это под силу замечательным новинкам из металлической сетки.

Например, настольный набор из черной сетки, состоящий из 7 предметов, поможет любому офисному работнику «настроить» свой рабочий день и сделать его успешным. В набор входят: 2 поддона для бумаг формата А4, подставка для бумаг и писем, 3-х секционная, подставка для бумажного блока размером 100x100 мм, подставка-органайзер для канцелярских мелочей, подставка-органайзер для пишущих принадлежностей, подставка для визиток. Набор поставляется без канцелярского наполнения.

Организовать удобное хранение журналов, проспектов и каталогов, не задевая, при этом пространство

рабочего стола позволят настенные наборы из 3 металлических лотков серебристого и черного цветов. Размер каждого лотка (ВxШxГ) — 215x355x85 мм. Лотки крепятся к стене или другой вертикальной поверхности в произвольном порядке, поэтому легко смогут вписаться в любой интерьер.

Представительницам прекрасной половины человечества наверняка понравятся разноцветные подставки-органайзеры желтого, фиолетового, светло-зеленого и розового цветов.

Преимуществами товаров из коллекции «Germanium» являются качественные материалы, строгий контроль в процессе производства, гарантирующий отсутствие брака и однородный цвет. Более 50 товарных позиций, изготовленных из металлической сетки черного и серебристого цветов — это потенциальные хиты продаж, которые выгодно отличаются от своих «традиционных» пластиковых собратьев. Не упустите отличную возможность повисить свой доход.



## Новинка от Hatber — тетради The HEAD



О чем думает современный человек, какие эмоции, чувства и мысли заполняют современные умы? Весьма интересно! Иногда кажется, что информационный поток переполняет... А ведь так оно и есть!

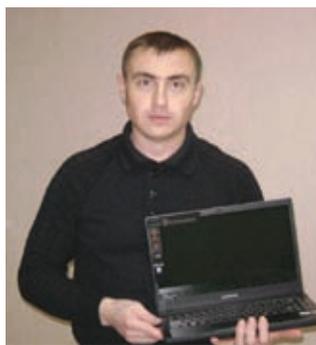
Наш мозг — это совершенный командный центр. Он способен производить триллион операций в секунду. Его нельзя сравнить по скорости и совершенству ни с каким другим технологическим устройством, известным нам.

В дизайнах новой серии Hatber показал многогранность человеческих мыслей и эмоций. Серия The HEAD привлекает своей новизной и выглядит весьма экстраемально и креативно. В замысловатых дизайнах прослеживается скрытая нотка юмора, каждая обложка неповторима.

Обложки серии вобрали лучшее, что есть в современном графическом дизайне.



# Поздравляем победителей акции «Призы за максимальный рост закупок SvetoCopy»



Компания «Бюрократ»,  
г. Магнитогорск



ООО «Микс Трейд»,  
г. Ставрополь



ЗАО «Офисный Мир-Саратов»,  
г. Саратов



ООО «Мобиус Тэк»,  
г. Барнаул

Группа компаний «Самсон» рада сообщить своим клиентам о подведении итогов акции «Призы за максимальный рост закупок SvetoCopy», которая проводилась для клиентов, показавших наибольший рост закупок бумаги SvetoCopy в 2011 году в процентном соотношении к соответствующему периоду 2010 года.

По результатам акции первые три клиента в каждом филиале получили ценные призы от группы компаний «Самсон» — мощный ноутбук за первое место, лазерное МФУ — за второе и уничтожитель документов за третье место.

Группа компаний «Самсон» от души поздравляет всех победителей и приглашает к участию в новых акциях, которые обязательно будут проводиться и в 2012 году!



ООО «Аргумент»,  
г. Москва



ООО «Доктор Канц»,  
г. Ульяновск



ООО «Офис- Кубань»,  
г. Краснодар



ООО «Белый остров»,  
г. Белгород



Компания «Оптима»,  
г. Первоуральск



ООО «Удмуртполиграфия»,  
г. Ижевск

## Коллекция «Сочный офис» от СТАММ

Компания СТАММ в преддверии наступающего нового 2012 года выпустила эксклюзивную серию товаров офисного направления в изумительно яркой цветовой гамме — коллекцию «Сочный офис». Данная серия товаров включает лотки вертикальные «Торнадо» и «Фаворит», лотки горизонтальные СТАММ «Люкс» и «Эксперт», лоток с широкой загрузкой «Филд». Новая

палитра коллекции «Сочный офис» представлена цветами «Лайм», «Вишня» «Слива» и способна внести яркую ноту в рабочие будни, добавить солнечного летнего настроения.

Компания СТАММ выражает уверенность, что серия «Сочный офис» порадует Вас в период холодной зимы и будет настоящим взрывом красок в офисе!



## Начни свой день с «Coffee Break»!



Утро. Начало рабочего дня. Миллионы людей по всей стране просыпаются и наливают себе спасительную чашечку кофе перед тем, как поехать в офис. Для всех кофеманов и кофелюбов, для тех, кто не мыслит себе утро без чашечки кофе предназначена новая серия Coffee Break. Насыщенный цвет кофейных зерен вызывает ассоциации с утренней чашечкой кофе, дизайны обложек легко позволяют представить их аромат, настолько натурально они выглядят. А яркие элементы дизайна настроят на лучшее в течение всего рабочего и учебного дня.

**DURABLE**  
THE STYLE OF SUCCESS

### SHERPA® STYLE

КЛАССИКА СТИЛЯ



5842-00

Настольная дисплейная система с 10-ю демопанелями SHERPA® "PANEL PLUS".

Утяжеленная подставка, съемный модуль. L-образные панели для быстрой смены информации гарантируют комфортное чтение благодаря антибликовому свойству.



DURABLE - HUNKE & JOCHHEIM GMBH & CO. KG  
WWW.DURABLE.DE - WWW.DURABLE-RUSSIA.COM

**КИСТИ И НАБОРЫ КИСТЕЙ**

**BRAUBERG**  
BRAUBERG BRANDS GmbH - GERMANY

**ПИФАГОР**

**Более 50 моделей!  
Высокое качество!  
Доступные цены!**

**Заказывайте  
в интернет-магазине  
[www.samsonopt.ru](http://www.samsonopt.ru)**

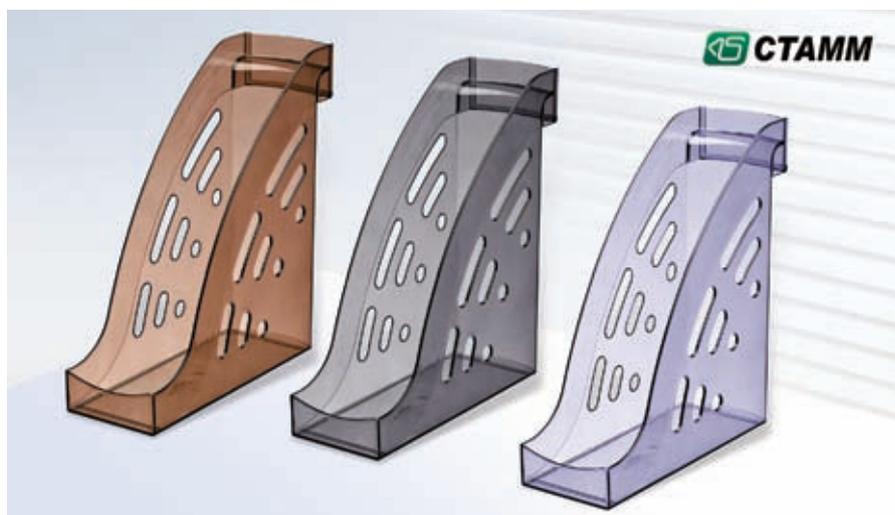


**Мощь, сила, «Торнадо» — лоток вертикальный от СТАММ**

Стильный, вместительный и надежный вертикальный лоток «Торнадо» от компании СТАММ будет полезен для систематизации деловых бумаг и подходит даже для хранения тяжелых папок и каталогов. Новинка подчеркнет индивидуальность Вашего офиса, поскольку имеет уникальный и неповторимый дизайн. Особенностью лотка «Торнадо» является сочетание традиционной надежности и устойчивости лотка с плавными оригинальными линиями, что является определяющим критерием при выборе товара. При помощи боковых округлых отверстий лоток легко перемещать в пространстве офиса. Лоток вертикальный «Торнадо» имеет сменные таблички для маркировки, на которых можно разместить необходимую информацию о содержащихся в лотке документах. Ширина лотка «Торнадо» — 95 мм.

Новинка имеет безупречную гладкую поверхность и изготавливается на высокотехнологичном европейском оборудовании из экологичного полистирола. Лоток вертикальный «Торнадо» представлен как в классической цветовой гамме — серый, черный, прозрачный, тонированный серый, тонированный голубой, тонированный коричневый, так и в серии цветов «Сочный офис» — тонированные «Вишня», «Слива», «Лайм». Серия «Сочный офис» — порадует Вас в мире серых будней и будет настоящим взрывом красок в офисе.

Мощный вертикальный лоток Торнадо — невероятно стильная новинка и настоящий помощник в работе. Мы выражаем уверенность, что лоток «Торнадо» будет востребован на рынке и обеспечит Вам массу преимуществ и выгод!



**В ассортименте компании Hatber новинка — тетради «WATCH»**

Над годами не властно время! С момента зарождения часового искусства прошло немало веков, но по сей день эта тема остается интересна. Если речь идет о красоте часового механизма и точности конструкции, каждый элемент приобретает ключевое значение.

Циферблаты часов неподражаемы, они сделаны с великолепным мастерством и с использованием лучших материалов, традиционно применяемых для дорогих часов. В оформлении использованы выпуклые формы и четкость линий. У каждой модели часов свой необычный и неповторимый циферблат, помещенный в оригинальный серебряный или золотой корпус. Все элементы продуманы до мелочей.

Выборочный лак на обложке удачно подчеркивает дизайнерскую идею, обложка выглядит стильно и привлекательно.



## MAPED: новый яркий бренд в ассортименте нашей компании



**САМСОН®**

Группа компаний «Самсон» представляет более 100 товарных позиций офисных принадлежностей, школьных канцтоваров, пишущих принадлежностей и офисной техники от всемирно известного бренда MAPED (Франция). Сегодня бренд MAPED, который ведет свою историю с 1947 года, является одним из мировых лидеров в таких товарных категориях, как ножницы, ластики, точилки, циркули и чертежные инструменты.

Офисный ассортимент MAPED — это самые передовые технологии и уникальные дизайнерские решения. Функциональный набор из 3-х поддонов для документов станет замечательным помощником для любого офисного служащего. 5 фиксаторов по высоте позволяют создать с помощью лотков 3 или 4 отделения. В прочные лотки из прозрачного синего пластика легко помещаются картонные папки и скоросшиватели. Замечательным решением для малого офиса является компактный роликовый резак «Compact», позволяю-

щий разрезать до 5 листов формата А4 (210x297 мм). Длина реза — 300 мм. Имеет метрическую и дюймовую линейки: 30 см/12». Размеры станины — 366x70 мм. В комплект входит сменное лезвие.

Детский ассортимент MAPED — лучшее, что можно дать детям для их безграничного самовыражения и эффективного обучения. Например, работа с цветной бумагой принесет ребенку огромное удовольствие, если в его руках будут изготовленные из высококачественной нержавеющей стали ножницы «Коору». Специальная пружинка позволяет ножницам открываться автоматически, облегчая усилия, а кончики лезвий закруглены для безопасности. Оригинально стилизованные под лапы панды, эти ножницы вызовут восторг у юных покупателей. Не меньшую бурю эмоций вызовет оригинальная «растягивающаяся» точилка «Срос Срос» в форме червячка. Чтобы начать заточку, червячка требуется растянуть. Точилка имеет 2 отверстия для карандашей разного диаметра.

## Фоторамки BRAUBERG

Ассортимент фоторамок группы компаний «Самсон» пополнился новинками от ТМ BRAUBERG. Рамки изготовлены из дерева и пластика. В зависимости от формата, они могут использоваться для оформления фотографий, дипломов, сертификатов, грамот, лицензий и других документов. Можно подобрать рамки для настольного и настенного размещения.



# EVA

Немецкая компания EVA гордится тем, что благодаря использованию высококачественных материалов и применению технологий, многие из которых являются уникальными, ей удается уже на протяжении более 80 лет выпускать самые надежные и безопасные уничтожители документов.

Эксклюзивный представитель EVA в России – Компания «Гамма-Центр»  
[www.gamma-center.ru](http://www.gamma-center.ru)  
 Москва, Ленинградский пр-т, 77/2, корп.4  
 тел. (499) 158 0044 ■ факс (499) 158 5330

## Шредеры EVA

умеют хранить тайны...



## Лопаты, ледорубы и скреперы для уборки снега

Уборка снега — довольно утомительное занятие, однако соответствующий инвентарь позволит значительно упростить процесс. Поэтому выбор инструмента для уборки снега имеет немаловажное значение. Группа компаний «Самсон» рада сообщить своим клиентам о сезонном расширении ассортимента снегоуборочного инвентаря ледорубами, лопатами и скреперами для уборки снега.

Особенности наших новинок:

- эргономичный дизайн, позволяющий уменьшить нагрузку на руки и плечи;
- ковши и лезвия инструментов изготовлены из морозостойчивых материалов, благодаря чему к ним не прилипает снег;
- не ржавеют;
- легко чистятся.

Лопаты-снегоочистители из пла-

стика, фанеры, алюминия и оцинкованной стали высотой 130 см, шириной рабочей поверхности до 50 см и деревянными или алюминиевыми черенками предназначены для уборки сугробов и большого количества снега. Скреперы — наиболее удобные инструменты для уборки снега. Легкие по весу, они помогают быстро убрать снег с большой территории благодаря большой ширине ковша — до 82 см. Ковши выполнены из пластика или оцинкованной стали. Пластиковые ковши усилены стальной кромкой. Колесики на одной из моделей скреперов создают дополнительное удобство в эксплуатации.

Ледорубы предназначены для расчистки поверхности ото льда. Лезвие из закаленной стали и металлическая ручка делают инструмент идеальным выбором для быстрого удаления наледи или снятия коры с деревьев.



## Перчатки ЛАЙМА большого размера

Группа компаний «Самсон» сообщает о пополнении популярных серий латексных перчаток торговой марки ЛАЙМА «Стандарт» и «Премиум» новыми моделями размера XL (очень большой).

Перчатки защищают руки от воздействия грязи, влаги, моющих и чистящих средств при любых бытовых и хозяйственных работах: мытье посуды, стирка белья, уборка, садоводческая работа и т. д.

Ассортимент уборочно-хозяйственного инвентаря также пополнился тряпками для мытья пола ЛАЙМА. Тряпки обладают высокой прочностью и увеличенным сроком службы, отлично впитывают, отжимаются и быстро сохнут. Идеальны для уборки больших площадей. Могут применяться с бытовыми моющими средствами, включая хлор. Упакованы в индивидуальную упаковку.



## Официальный статус группы компаний «Самсон» — HP PartnerOne!



Группа компаний «Самсон» получила официальный статус «HP PartnerOne Gold Imaging and Printing Value Specialist» на 2012 год от признанного мирового лидера ИТ-отрасли — компании Hewlett-Packard. Только небольшая группа партнеров по всему миру получает этот уважаемый статус.

Достижение статуса PartnerOne Gold подтверждает высокий уровень работы группы компаний «Самсон», осуществление масштабной деятельности по их продвижению и применение в своей работе всех стандартов качества HP.

Необходимо отметить, что присвоенный статус дает преимущественно не только для компании его получившей, но также и для ее клиентов. В ассортиментном предложении группы компаний «Самсон» представлены только оригинальная техника и расходные материалы.

Hewlett-Packard — компания, один из лидеров на мировом рынке решений в области компьютерных технологий, работающая в 170 странах.

Ни одна другая компания не может предложить такой широкий ассортимент технологических решений, как HP. Предложение компании включает разнообразные продукты, начиная от карманных устройств и заканчивая одними из самых мощных в мире суперкомпьютеров.

## Новые цветовые решения магнитной рамки MAGAFRAME™



Немецкий производитель компания DURABLE знаменит своей широкой линейкой готовых информационных решений. Магнитная информационная рамка MAGAFRAME™ успела завоевать уже 6 наград и по праву может считаться самым функциональным информационным решением для дома и офиса. Самоклеящаяся основа, магнитная рамка, двусторонний цветной контур, антибликовая поверхность, возможность многократного переклеивания и двухстороннего размещения информации. Все это позволяет быстро, наглядно и красиво разместить необходимую информацию. Рамка клеится на любую гладкую поверхность. К началу 2012 года DURABLE подготовил новые цветовые решения магнитной рамки MAGAFRAME™. Теперь, помимо черного, серебристого, красного, синего и оранжевого цветов MAGAFRAME™ формата А4 будет выпускаться с зеленым и золотым профилем. Золото — цвет престижа и роскоши, как нельзя кстати придется по вкусу отельерам и рестораторам, а зеленый — цвет успокоения, можно использовать для офисного оформления. Не стоит забывать, что красный, зеленый и синий цвета наиболее часто становятся корпоративными цветами компаний, поэтому спешите сделать предложение Вашим партнерам.



## Стильные и надежные пластиковые портфели BRAUBERG «Contract»

Ассортимент пластиковых портфелей и сумок группы компаний «Самсон» пополнился надежными пластиковыми портфелями BRAUBERG «Contract». Основное отделение портфелей расширяется книзу и позволяет разместить значительное количество документов. Один из карманов оснащен молнией. Карман-сетка разбит на отделения для предметов, требующих быстрого доступа.



## РУЧКИ БИЗНЕС-КЛАССА



- Металлический корпус
- Лучший выбор для индивидуального или корпоративного подарка
- Подходят для нанесения логотипа
- Подарочный футляр

доступны для заказа  
в оптовом интернет-магазине  
[www.samsonopt.ru/zakaz](http://www.samsonopt.ru/zakaz)

## Клей-карандаш BRAUBERG: новая формула, НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ



Ассортимент клеев-карандашей группы компаний «Самсон» пополнился новинкой от BRAUBERG. Новая формула клея BRAUBERG гарантирует надежное склеивание бумаги, картона и фотобумаги. После нанесения высыхает без образования пятен. Безопасен для здоровья. Увеличенный срок годности — 3 года.

- Вес клея — 40 г.
- Время высыхания — 1 мин.
- Изготовлен на основе полимерного материала.

## Картон CANSON: новые возможности для бизнеса и для творчества

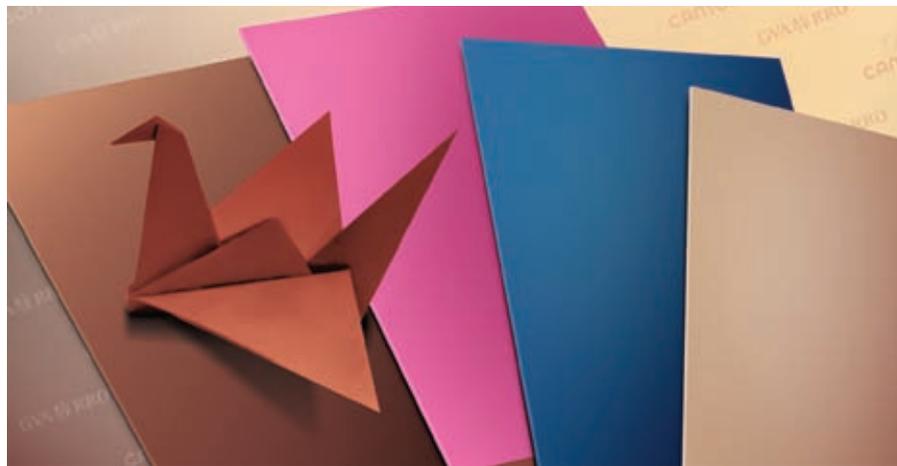


Вот уже более 400 лет французская торговая марка CANSON помогает творческим людям воплощать свои художественные замыслы. Группа компаний «Самсон» сообщает своим клиентам о значительном расширении ассортимента цветной бумаги для творчества новинками цветного двустороннего картона от CANSON.

Богатая цветовая гамма — более 20 ярких цветов, в том числе неоновые и «золотая фольга» — позволяет удовлетворить вкусы самого взыскательного покупателя. Картон плотностью 240 г/м<sup>2</sup> изготовлен из качественного сырья без использования кислоты и предназначен для художественных и оформительских ра-

бот, коллажей, аппликаций. Он также подходит для лазерной и струйной печати. Листы размером 500х650 мм (формат A2+) упакованы в пленку по 25 штук. Благодаря наличию индивидуальной наклейки с информацией о товаре на каждом листе, возможна поштучная реализация картона.

Картон высокого качества от CANSON послужит прекрасной основой для воплощения идей Ваших покупателей и подарит им незабываемое ощущение удовольствия от использования этого материала. Наши новинки в Вашем ассортименте позволят Вам значительно расширить аудиторию покупателей и увеличить продажи.



## DoCash DVM mini — максимальное удобство и эффективность

Компания «Гамма-Центр» анонсирует выход нового инфракрасного детектора DoCash DVM mini, созданного для оперативной проверки подлинности банкнот, ценных бумаг, паспортов и других документов с элементами защиты.

Контроль инфракрасной (ИК) защиты позволяет идентифицировать элементы изображения, нанесенные ИК-метамерными красками, что гарантирует максимально надежные результаты при определении подлинности денег (ИК метки подделывают реже всего). В режиме двухдиапазонной ИК подсветки детектор обеспечивает визуализацию специального элемента «М» — мигающие (появляющиеся и исчезающие) изображения (например, у 100-долларовой купюры «пропадает» герб и серийный номер).

Чтобы проверить банкноту, ее помещают в просмотровую зону, и встроенная в детектор камера передает изображение инфракрасных меток на большой (4,3") ЖК

дисплей. Для увеличения скорости проверки, пользователь может просматривать банкноты веером. При этом ему заметна только та часть единого рисунка, которая выполнена с помощью метамерной краски, отражающей ИК лучи. Изображение четкое, контрастное, без оптических искажений.

Область применения прибора самая широкая. Детектор DoCash DVM mini рекомендован различным кассовым подразделениям банков, предприятиям розничной торговли и сферы услуг. Благодаря возможности работы от 12В, он может использоваться в автомобиле при проведении выездной торговли («продажа с колес» — Van Selling), а также будет полезен водителям такси и общественного транспорта.

Детектор отличают очень компактный размер и стильный, изящный дизайн. Предусмотрена возможность заказа аппарата в корпоративном цвете. Его инновационная настольная подставка усилена ре-

брами жесткости, что исключает «кивание» и опрокидывание прибора. Резиновые ножки препятствуют скольжению по столу. При необходимости, с помощью двухсторонней самоклеящейся застёжки, DVM mini можно крепить к стене, что освобождает рабочее пространство и делает прибор еще более удобным в работе.



## Доски BRAUBERG и ПИФАГОР для интересной учебы и плодотворной работы

Одним из самых простых и эффективных средств визуальных коммуникаций в офисе или школе являются информационные доски. Группа компаний «Самсон» предлагает Вашему вниманию новинки информационных досок BRAUBERG и ПИФАГОР формата А4 и А3. Магнитно-маркерные, пробковые, с текстильным покрытием — все они предназначены для разных целей, однако их объединяют малые размеры и высокое качество исполнения.

Даже в самом «густо населенном» офисе найдется место для настенной магнитно-маркерной доски BRAUBERG формата А4 с рамкой из МДФ. На рабочую поверхность доски размером 214х302 мм нанесено белое лаковое покрытие, позволяющее писать на ней специальными маркерами и легко размещать информацию при помощи магнитов. Такая

доска даст возможность производить ежедневные заметки или отмечать достигнутые результаты. В комплект входят крепление и 2 магнита.

Для детских учреждений настоящей находкой станут новинки от торговой марки ПИФАГОР. Например, двухсторонняя доска для мела и маркеров ПИФАГОР на регулируемом стенде — прекрасный выбор для учебы и творчества. Разные материалы рабочих поверхностей позволяют писать на доске маркерами или мелом. Малогабаритные доски формата А4 и А3 BRAUBERG и ПИФАГОР будут востребованы среди офисных работников, студентов, в школах, детских садах и развивающих центрах. Большой выбор моделей позволит Вам сформировать ассортимент, отвечающий требованиям самых взыскательных покупателей.



## Новинка от «Гамма»: ЛЕГКАЯ масса для лепки!



Компания «Гамма», следуя самым передовым тенденциям развития на рынке материалов для творчества, ежегодно дополняет свой ассортимент. Новинка «АэроФОРМ» — пластичная масса для лепки и моделирования, самоотверждающаяся на воздухе.

Масса может использоваться детьми с трех лет. Масса легко разминается и хорошо моделируется, не липнет к рукам, не окрашивает их. Занятия с «Аэроформ» доставят удовольствие не только детям, но и родителям. Легкая масса для моделирования представлена наборами по 4 и 6 цветов, которые легко смешиваются для получения новых оттенков. «Аэроформ» высыхает на воздухе в течение 12 часов. После высыхания поделки становятся плотными и упругими, сохраняя легкость. Работа с «Аэроформ» способствует развитию не только моторики рук, но и творческого воображения у ребенка.

## Восковые мелки и карандаши

для юных творцов



Доступны для заказа  
в оптовом интернет-магазине  
[www.samsonopt.ru/zakaz](http://www.samsonopt.ru/zakaz)

## Телефонные книги от Erich Krause серии «Armonia»

Ассортимент телефонных книжек от Erich Krause группы компаний «Самсон» пополнился новинками из популярной серии «Armonia».

Серия «Armonia» выполнена из мягкого на ощупь материала со слегка выраженным рельефом, который подчеркивает строгость этой серии.

- Формат А7 (80x155 мм).
- Обложка — «фактурная кожа».
- Вырубной алфавит.
- Внутренний блок — офсет, 70 г/м<sup>2</sup>, шитый, с капталом.
- 72 листа.
- Закладка-ляссе.
- 28-буквенный ламинированный рубрикатор.
- Дополнительный раздел: телефонные коды стран и городов.
- Обложка подходит для горячего тиснения.
- Цвет — коричневый, синий, черный.



## Новинка — BRAUBERG «Kids Series»

Представляем Вашему вниманию «Kids Series» — серию товаров для детей от бренда BRAUBERG. «Kids Series» — это линейка товаров для детского творчества, включающая альбомы, цветную бумагу, картон, цветные карандаши и многое другое. Знакомство с «Kids Series» мы предлагаем начать с цветной бумаги, цветного и белого картона.

Белый картон, цветной картон и цветная бумага представлены наборами формата А3 и А4. Цветные листы отличаются высоким качеством прокраски и яркими, сочными цветами. Бумага и картон «Kids Series» позволяют создавать различные виды аппликаций и проявлять вообра-

жение и изобретательность. Любая творческая задумка ребенка найдет свое выражение — ведь с большим разнообразием цветов есть, где разгуляться фантазии.

Каждый набор имеет упаковку оригинального дизайна, на которой указан штрих-код и исчерпывающая информация о товаре.

Мы уверены, что наши новинки очень быстро завоюют признание широкой аудитории юных покупателей, ведь картон и цветная бумага BRAUBERG «Kids Series», предназначенные для детского творчества, могут с успехом использоваться детьми всех возрастов: от воспитанников детского сада до школьников.



## Мяу-тетрадь «Прикольные коты»

В коллекции тетрадей Hatber-HD — пополнение! На обложках мяу-тетрадей появились прикольные коты, глядя на которых никто не сможет удержаться от улыбки. На форзацах силуэты тех же котов, причем выполнены они в виде раскраски — вне зависимости от того, кто будет пользоваться тетрадкой — школьник, студент или взрослый человек, у всех

у них возникнет желание раскрасить этих забавных персонажей. Наши дизайнеры не удержались и раскрасили некоторых из них.

Тетради выполнены в уже знакомом качестве продукции Hatber-HD. Блок тетради 48 листов, плотность бумаги 65 гр/м, серая клетка, красные поля. Форзацы запечатаны.





*Hatber*

ПРЕДСТАВЛЯЕТ

НОВАЯ ЛИЦЕНЗИЯ СЕЗОНА-2012

тетради  
альбомы  
краски  
карандаши



дневники  
блокноты  
ранцы  
фломастеры

А ТАКЖЕ

папки, записные книжки, пеналы, наборы для творчества



Текст: Анна ВЛАСОВА

# И на работе, и в быту (рынок мелкой бытовой техники)

*«Лень — двигатель прогресса» — такое утверждение свидетельствует лишь о том, что люди находятся в постоянном поиске, как облегчить свою жизнь. Действительно, решение простейших повседневных задач мы все чаще доверяем одной кнопке. Раз, нажали кнопку — и закипел чайник, сварился кофе, в комнате стало чисто, или тепло, или, наконец, установилась благоприятная атмосфера. Мы настолько привыкли, что мелкие бытовые приборы быстро откликаются на наши просьбы и оперативно устраняют возникшие проблемы, что не готовы расстаться с ними ни дома, ни на работе.*

*Считаете, что бытовая техника и канцелярские товары находятся в разных секторах бизнеса? Не спешите с ответом! С помощью наших экспертов мы докажем Вам, что расширение ассортимента — это эффективный способ привлечения новых клиентов и повышения лояльности существующих.*

## **Бытовая техника и корпоративные продажи**

Практически в каждой квартире и в каждом офисе есть мелкая бытовая техника (МБТ). И это уже давно не роскошь, а возможность не прилагать лишних усилий, не отвлекаться на мелочи и полностью посвятить себя важной работе. Безусловно, не все оборудование, относящееся к бытовой технике, можно встретить в современных офисах. Например, очень сложно представить себе кухонный комбайн или фритюрницу, которые используются для собственных нужд компании. Однако электрические чайники, кофеварки, микроволновые печи, пылесосы и климатотехника (обогреватели, кондиционеры, увлажнители воздуха и т. д.) — далеко не редкость в российских офисах любого масштаба.

«Потребительский спрос на мелкую бытовую технику и другие товары повседневного использования очень высок, — считает менеджер груп-

пы компаний «Самсон» **Елизавета Дюкова**. — Об этом свидетельствует постоянное появление новых брендов и большая конкуренция, которая особенно заметна в сегменте электрических чайников, микроволновых печей, пылесосов. Гораздо ниже уровень конкуренции среди специфических товаров, недавно пришедших на рынок. Например, очистители воздуха».

«Наиболее стабильными, с точки зрения покупательского спроса, являются такие товарные категории, как утюги, электрочайники и пылесосы, несмотря на максимальный уровень насыщения (проникновения в домохозяйства) — в категориях утюги и чайники — более 90%. К растущим сегментам на данный момент времени относятся, например, выпрямители, блендеры, пароварки. К стагнирующим — СВЧ-печи, фены, пылесосы с мешком для сбора пыли», — **перечисляет менеджер компании «Голдер-Электроникс» (TM Vitek) Алексей Костарев.**

Рассматривая различные каналы сбыта бытовой техники, эксперты однозначно сходятся во мнении, что самым популярным вариантом для потребителей остаются специализированные магазины, чаще всего сетевые. Отметим, что данное утверждение справедливо для розничных продаж, ориентированных на конечного покупателя.

«Специфика рынка МБТ такова, что оптовое звено фактически вытеснено, — рассказывает **Алексей Костарев (ТМ Vitek)**. — Сегодня оставшиеся на рынке дистрибьюторы обслуживают, в основном, региональные точки. Ситуацию в рознице можно охарактеризовать, как «олигополия федеральных торговых специализированных сетей». Безусловно, специализированные торговые точки — наиболее интересный канал сбыта. Также свою долю имеют и неспециализированные сети («Ашан», «Реал» и др.). Очень перспективным направлением являются интернет-продажи и продажа техники по каталогам. Однако на данный момент на них приходится не более 2% оборота МБТ».

Его мнение подтверждает и **Елизавета Дюкова («Самсон»)**: «Специализированные гипермаркеты бытовой техники, например, «М-Видео», «Техносила» и т. д. — наиболее выгодные каналы сбыта. За каждым участником рынка уже закрепилась определенная репутация и клиентам привычнее обращаться к ним за покупками. В последнее время набирают популярность интернет-магазины. В первую очередь, из-за возможности найти более низкую цену».

Однако вернемся к корпоративным продажам. Всем понятно, что наличие мелкой бытовой техники и климатотехники в ассортименте компаний, комплексно обслуживающих организации, — это не способ конкурировать со специализированными магазинами, а возможность предложить клиентам более широкий выбор. Поэтому товарная линейка не должна включать максимум брендов и неисчислимо разнообразие моделей. Достаточно выбрать наиболее популярные торговые марки, сделать акцент на определенный ценовой сегмент, ориентируясь на собственную покупательскую аудиторию.

Чайник и пылесос — не сверхсложный механизм, который требует внимательного изучения перед началом эксплуатации. Разные модели имеют схожие, если не идентичные, характеристики и отличаются только внешним видом. Приобретая в офис мелкую бытовую технику, клиенту удобно заказать ее, не покидая рабочего места. В этом случае большую роль играет наличие подробного описания товарной позиции в печатном каталоге или в интернет-магазине поставщика с обязательной фотографией продукции. Доверие к

продавцу, созданное за время закупок канцелярских товаров, дает покупателю уверенность, что он получит качественную технику, в кратчайшие сроки с полагающейся гарантией.

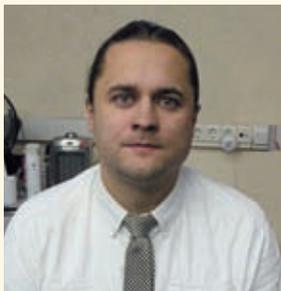
### Потребительский спрос

По мнению экспертов, рассчитать потребительский спрос на бытовую технику довольно просто: начиная от наиболее популярных товарных позиций и заканчивая сезонностью продаж. Начнем с того, что после кризисного периода 2009 года ситуация на российском рынке бытовой техники стабилизировалась. Во многом это связано не только с улучшением финансового положения населения, но и с началом нового цикла потребления техники и реализацией отложенного спроса.

Как известно, жизненный цикл бытовой техники довольно длителен. На этом фоне проявляется цикличность: первая волна значительных покупок пришлось на 1994-1997 г.г., вторая — 2002-2005 г.г., в этом году наблюдается очередной всплеск, который продлится и в ближайшем будущем.



## О рынке в целом



Прежде чем начать разговор о предпочтениях покупателей в выборе мелкой бытовой техники, стоит оценить ситуацию, сложившуюся на российском рынке в последнее время, а также рассмотреть изменения, которые происходили в течение нескольких лет. Понимание тенденций, свойственных сегменту бытовой техники, позволяет достоверно прогнозировать дальнейшее развитие, предугадывать спрос и потребности покупателей. Точку зрения производителей высказывает **менеджер компании «Голдер-Электроникс» Алексей Костарев (ТМ Vitek).**

### — Что представляет собой российский рынок мелкой бытовой техники?

— Рынок мелкой бытовой техники является частью рынка бытовой техники и электроники, который, по оценкам экспертов, признан одним из крупнейших в РФ. По обороту денежных средств он уступает только рынку продуктов питания. Сегмент МБТ включает в себя более 30 товарных категорий и у каждой своя специфика. У ритейлеров и производителей нет единого похода к классификации. Наиболее распространенным является деление на товары для ведения быта (техника для кухни, поддержания порядка в доме и т. д.) и технику для красоты (индивидуальный уход).

По данным 2008 года, рынок МБТ стал лидером продаж в натуральном выражении, уступив в стоимостном сегменту аудио- и видеотехнике.

### — Охарактеризуйте, пожалуйста, темпы роста рынка бытовой техники.

— Докризисный этап развития

рынка можно охарактеризовать ежегодным ростом на 20-30%. Однако уже в 2006-2007 г.г. российский рынок начал снижать темпы роста, что отчасти свидетельствует о насыщении и постепенному переходу покупателей к европейской модели потребления — замене устаревшей техники на новую.

Что касается падения в кризис, то оценки экспертов расходятся: от 5 до 35% в рублевом эквиваленте. По оценке объема розничных продаж, рынок МБТ в 2009 году снизился по сравнению с 2008 г. на 19% в штуках и 23% в деньгах. При этом самое сильное падение показали категории, которые не относятся к товарам первой необходимости, такие как фритюрницы и кухонные комбайны. Меньше всего пострадали категории, динамично развивавшиеся до кризиса (пароварки и погружные блендеры). Наиболее востребованные на рынке товары, которые уже давно перешли в разряд предметов первой необходимости (чайники, утюги, пылесосы, фены) снизились в продажах в количественном выражении на 12-21% (при этом меньше всего падение сказалось на фенах и чайниках — на 12-15%).

По оценкам экспертов, объем рынка в 2010 году составил 2,2-2,4 млн. евро. В структуре продаж Москва занимает порядка 25%, остальные регионы — 75%. По итогам первого квартала 2011 года по сравнению с аналогичным периодом 2010 года рост рынка в денежном выражении составил порядка 40%.

— Назовите наиболее известных российских производителей и популярные бренды, представленные на отечественном рынке.

— Среди российских производителей выделяются компании «Голдер-Электроникс», «Технопарк», «Арима Холдинг Корп». Бренды, известные каждому покупателю, — PHILIPS, TEFAL, MOULINEX, ROWENTA, BOSCH, BRAUN, BORK, VITEK, ZELMER, SCARLETT, REMINGTON и многие другие.

— Среди российских производителей выделяются компании «Голдер-Электроникс», «Технопарк», «Арима Холдинг Корп». Бренды, известные каждому покупателю, — PHILIPS, TEFAL, MOULINEX, ROWENTA, BOSCH, BRAUN, BORK, VITEK, ZELMER, SCARLETT, REMINGTON и многие другие.



Стоит отметить, что в офисах число пользователей мелкой бытовой техники обычно выше, чем в среднестатистическом домохозяйстве, поэтому оборудование быстрее вырабатывает свой ресурс. Вклад в более частое приобретение новой техники для офиса вносит и увеличение численности сотрудников, необходимость улучшить условия труда.

Эксперты также отмечают такую тенденцию спроса, как замена устаревшей техники, т. е. насыщение рынка товарами уже произошло, но развитие технологий и внедрение инновационных разработок подталкивает покупателей к совершению новых покупок. В значительной мере этот фактор проявляется в сегменте аудио-, видео- и бытовой техники. В меньшей степени сказывается на товарах повседневного спроса, без которых нельзя обойтись: холодильники, кухонные плиты, пылесосы и чайники. На эти товарные категории спрос не упадет ниже минимального уровня даже при отсутствии инноваций.

«Возможности роста рынка за счет появления новых товарных категорий сильно ограничены.

Для офиса и дома, для деловых переговоров  
и душевных бесед

# WALTZ



Красивая посуда в красивой упаковке прекрасно подойдет  
для личного или корпоративного подарка!



## Рекомендации для канцелярских компаний

Повышенный покупательский спрос на бытовую технику, которая используется и в быту, и на рабочем месте, должен стать ключевым моментом для принятия решения о включении данной товарной категории в ассортимент. Компаниям, занимающимся комплексным обслуживанием организаций, расширять количество позиций до бесконечности не имеет смысла. Однако в качестве дополнения бытовая техника — отличный способ повысить уровень продаж и обеспечить стабильность. Учитывая специфику работы операторов канцелярского рынка, **менеджер группы компаний «Самсон»** **Елизавета Дюкова** дает несколько советов.

— **На какие торговые марки стоит обратить внимание при составлении ассортимента?**

— Безусловно, выбирать нужно наиболее популярные бренды, которые пользуются стабильным спросом на российском рынке: Samsung, Philips, Vitek, Scarlett, Delonghi, LG, Panasonic и другие. Стоит учитывать, что в большинстве случаев бытовая техника производится в странах Юго-Восточной Азии, в России выпуск такой продукции практически отсутствует. Поэтому необходимо различать понятия «страна-изготовитель» (сегодня для многих товаров — это Китай) и «страна-производитель» (страна, где зарегистрирована торговая марка может быть любой, чаще всего — это Европа).

— **На какие параметры обра-**

**щает внимание потребитель при совершении покупки?**

— Для потребителей, в первую очередь, имеет значение цена. И только потом они смотрят на торговую марку, материал изготовления и качество. Стоимость продукции складывается из многих составляющих. Одна из них — маржа, которую закладывает производитель. От нее зависит, в каком сегменте будет позиционироваться товар. Поэтому не всегда высокая цена — показатель безупречного качества. Покупатели это прекрасно осознают.

Сегодня даже товары эконом-класса имеют обязательную гарантию. Проблем с реализацией своих прав на ремонт у покупателей не должно возникать. Все производители бытовой техники имеют обширную сеть сервисных

центров, иначе их продажи просто бы остановились.

— **Какие особенности организации продаж стоит учитывать операторам канцелярского рынка?**

— Все зависит от канала сбыта, в котором работает компания, комплексно обслуживающая организации. Преимущество розничных магазинов заключается в возможности рассмотреть товар со всех сторон перед совершением покупки. Продажа по печатным каталогам и через интернет-магазин этого лишена. Поэтому важно наличие фотографии продукции, подробного описания товара с указанием эксплуатационных характеристик, точных габаритов. Красочная упаковка редко играет решающую роль: ее не замечают даже в магазинах.



Основное увеличение объема продаж происходит в существующих позициях, «локомотивом» спроса служит «реплейсмент» — замена устаревших моделей на более современные, — отмечает **Алексей Костарев (TM Vitek)**. — В силу различных факторов, связанных с эволюцией потребительских представлений и предпочтений, с появлением новых технологий, внутри товарных категорий спрос постоянно меняется: 2006 год — рост продаж соковыжималок и начало «реплейсмента» в чайниках; 2007 год — рост спроса на металлические чайники в ценовом диапазоне от 2000 до 4000 руб., на пылесосы с HEPA-фильтром и без пакета для сбора пыли, кофеварки-эспрессо по цене 10-15 тыс. руб. и от 30 тыс. руб., ионизаторы воздуха; 2010 год — рост продаж пароварок, пылесосов «циклонического» типа».

По мнению **Алексея Костарева (TM Vitek)**, при совершении покупки, потребители в первую очередь обращают внимание на дизайн модели и материал изготовления. Затем оценивают качество продукции. В сегменте мелкой бытовой техники наименьшее значение имеют эксплуатационные свой-



# Rexel®



**Polaris 1420**  
Электрический степлер/  
дырокол



**Gazelle**  
Степлер с запатентованным  
индикатором загрузки скоб,  
окрашивающимся в красный цвет  
по мере расходования скоб

## Степлеры и дыроколы Rexel – выбор профессионалов

Исследования потребителей показали, что основным критерием оценки качества степлеров и дыроколов является прежде всего идеальное выполнение ими своих функций. Элегантный дизайн является дополнительным преимуществом. Rexel является лидером в инновационных разработках и дизайне офисной продукции.

### *Мало места на рабочем столе?*

Polaris 1420 переключается с функции степлера на функцию дырокола простым нажатием кнопки и экономит место на рабочем столе!

### *Скобы в степлере неожиданно закончились?*

С индикатором загрузки скоб Вы всегда контролируете ситуацию!

### *Документы в папке неаккуратно подшиты?*

С индикатором выравнивания бумаги всегда ровное пробивание!



**P225**  
Дырокол Premium,  
пробивающий до 25 листов,  
с уникальным индикатором  
выравнивания бумаги

ства, наличие гарантии и красочной упаковки.

**Елизавета Дюкова («Самсон»)** уверена, что предпочтения потребителей сконцентрированы в сегменте продукции эконом-класса и среднего ценового уровня. «Выбирая товары низкого ценового сегмента, клиент отдает себе отчет в том, что он покупает продукт не самого лучшего качества, но за минимальную цену потребитель готов закрыть на это глаза, — считает она. — Стабильным покупательским спросом за оптимальное сочетание цены и качества пользуется продукция среднего сегмента. Попробовав качественный товар, клиент часто переносит положительное мнение на всю товарную линейку бренда».

Не лишена бытовая техника и сезонных колебаний в продажах. Общий рост спроса на все товарные категории наблюдается в праздничные периоды. «Пик спроса приходится на декабрь, — отмечает **Елизавета Дюкова («Самсон»)**, — наступает предновогодний ажиотаж, а бытовая техника считается универсальным подарком. Падение продаж происходит в апреле-мае и продолжается до августа-сентября, пока люди находятся в отпусках».

Однако эксперты выделяют рост продаж и в отдельных товарных категориях. «Ярко выраженная сезонность прослеживается в сегменте климатической техники (обогреватели, конвекторные обогреватели, вентиляторы, кондиционеры и сплит-системы), — рассказывает **Алексей Костарев (ТМ Vitek)**. — Основной пик приходится на летние месяцы (для охлаждающей техники) и осень, до периода включения отопления в домах (для обогревателей). В остальных категориях наблюдается небольшой рост продаж, связанный с сезонами: мясорубки — осень и зима, средства по уходу за волосами — весна и лето».

Принципиальное отличие рынка бытовой техники от рынка канцелярских товаров заключается в существенной роли бренда, на который обращает внимание каждый покупатель при осуществлении выбора. Потребители склонны доверять рекламе, которой заполнены все виды информационных носителей (телевидение, радио, печатные издания, уличная реклама, реклама на транспорте и т. д.). Кроме того, как уже отмечалось, покупатели распространяют положительный опыт использования техники какой-либо торговой марки на всю ассортиментную линейку бренда. Нередки случаи, когда для офиса или дома приобретается бытовая техника одного производителя.

«Потребители очень подвержены влиянию рекламы, — подтверждает **Елизавета Дюкова («Самсон»)**. — По силе воздействия его можно сравнить с влиянием, которое оказывает



реклама продуктов питания, предназначенных для повседневного использования, например, творожков. Среди всего многообразия брендов бытовой техники покупатель часто делает выбор по принципу «слышал название». При этом даже дизайн может не играть существенной роли. У некоторых производителей модели практически не отличаются по внешнему виду (что неудивительно, ведь многие товары выпускаются на одних и тех же заводах)».

«Фактор отношения покупателей к бренду становится все более определяющим при принятии решения о покупке», — соглашается **Алексей Костарев (ТМ Vitek)**. Введение в ассортимент продукции известных и популярных торговых марок способствует организации успешных продаж.

### Рекомендации

Выгодное ведение бизнеса зависит и от многих других параметров. Например, от умения определять, к какой категории относятся ваши покупатели. «По стратегии покупки МБТ можно условно выделить две большие группы потребителей (в силу специфики отдельных товарных категорий, это деление носит условный характер), — отмечает **Алексей Костарев (ТМ Vitek)**. — Первая группа — покупатели, которые самостоятельно изучают информацию на этапе планирования покупки. Они ориентированы на сбор данных из внешних источников, в первую очередь, из интернета. При этом наличие собственного опыта не является достаточным основанием для принятия решения. Как правило, такие потребители выбирают конкретную модель товара на предварительном этапе и затем уже определяют место покупки. Данную категорию составляют около 30% покупателей, среди них высок процент совершения онлайн покупок. Вторая группа — потребители, которые, в первую очередь, ориентируются на собственный опыт. Они, как правило, принимают решение в местах про-





даж и идут за покупками в специализированные сети. Основная функция продавцов-консультантов, с точки зрения таких потребителей, — внушение уверенности в правильном выборе. К данной категории относится большинство покупателей — около 70% от общего числа».

При организации продаж стоит обращать внимание на практические советы, которые дают наши эксперты. **Елизавета Дюкова («Самсон»)** рекомендует при составлении ассортиментной линейки читать отзывы пользователей о конкретных моделях и торговых марках. «Сопоставив разные мнения, всегда можно выделить полезную информацию, выбрать качественный товар, который будет пользоваться спросом. Относительно условий хранения и транспортировки существуют общие правила: упаковка не должна промокать, подвергаться ударам и падению. На всех коробках обязательно указаны манипуляционные знаки, которым необходимо следовать», — продолжает она.

«При выкладке товаров на полку стоит придерживаться следующих принципов, — рассказывает **Алексей Костарев (ТМ Vitek)**, — чистая полка и чистый товар, верные ценники и их наличие, равномерное заполнение полки или витрины. Для представления продукции предназначены полки, расположенные на уровне от пояса до глаз, остальные — для коробок. Товар размещается без упаковки так, чтобы было видно название бренда. Коробки также должны быть обращены «лицом» к покупателю (когда виден логотип). По возможности продукты из одной коллекции должны располагаться на одной полке или отдельном стенде».

Операторам канцелярского рынка не следует забывать о комплексном подходе при обслуживании корпоративных клиентов. Покупатели по достоинству оценят, если вместе с электрическим чайником и кофеваркой смогут приобрести питьевую воду, чай, кофе, сахар, а также красивые чайные наборы, которые станут украшением офиса. В комплекте с обогревателями

и вентиляторами нередко покупают сетевые фильтры, защищающие от скачков напряжения, и удлинители, способствующие свободному передвижению оборудования в помещении. Любая бытовая техника нуждается в тщательном уходе, поэтому не лишними будут хозяйственные салфетки и средства для уборки. Максимальный выбор — прекрасная возможность для клиента сделать заказ, не покидая рабочего места.

### Вместо заключения

По оценкам экспертов, в настоящее время на российском рынке преобладают товары импортного производства. Но наблюдается тенденция к снижению доли импорта за счет строительства иностранными компаниями заводов по выпуску бытовой техники на территории России. Уменьшение объема зарубежных поставок особенно заметно в сегменте стиральных машин, холодильников и кухонных плит. Во Владимирской области в 2006 г. производственные мощности создали компании «БЕКО» и «Вестел-СНГ». В том же году в Московской области был открыт завод концерна LG Electronics, а в 2007 году в Санкт-Петербург пришла корпорация BSH Bosch und Siemens Hausgeraete GmbH.

Открытие производств на территории России положительно сказывается на ценообразовании. За счет отсутствия таможенных пошлин производители имеют возможность устанавливать более привлекательную стоимость, а покупатели — приобретать качественную бытовую технику по низкой цене. Наличие собственных заводов также способствует оперативному выполнению гарантийных обязательств производителей.

Шаги производителей навстречу своим потребителям повышают желание приобрести товар. Грамотная организация продаж усиливает стремление к совершению покупки. Поэтому никогда не следует пренебрегать высоким уровнем сервиса, который клиент всегда оценит по достоинству. ■



# СОВРЕМЕННАЯ ОРГТЕХНИКА В АССОРТИМЕНТЕ - ЗАЛОГ ВАШЕГО УСПЕХА В ОБСЛУЖИВАНИИ КОРПОРАТИВНЫХ КЛИЕНТОВ

Огромный ассортимент на любые офисные нужды!

Самые современные модели оргтехники!

В наличии и под заказ!



**Panasonic SHARP Canon SAMSUNG Rexel acer Fellowes GBC texet.**  
**hp brother ASUS NEC SONY CASIO Kingston Transcend Verbatim TDK Logitech**

Широкий выбор оргтехники, поставляемой под заказ клиента, позволяет клиентам Группы компаний «Самсон» увеличивать продажи без поддержания остатков на складе и отвлечения средств. Вся продукция сертифицирована и обеспечена гарантией качества.

**Полный и ежедневно обновляемый  
ассортимент оргтехники на [WWW.SAMSONOPT.RU](http://WWW.SAMSONOPT.RU)**



Текст: Александр Котляров

# В2С: верный способ увеличить продажи

*С каждым днем все более популярной альтернативой классическим розничным продажам через магазины становится интернет-торговля. За последние несколько лет оборот бизнеса в Интернет вырос более чем в 25 раз. Ни одна другая отрасль экономики не может похвастаться таким стремительным ростом. В связи с этим сегодня интернет-канал осуществления торговли представляется наиболее перспективным. Прогрессивные компании, идущие в ногу со временем, стараются развивать этот канал сбыта, постоянно увеличивая объемы продаж.*

## О росте продаж через Интернет

Наиболее впечатляющими темпами растет оборот в сфере business-to-consumer, или В2С. Интернет-магазины — это самый оперативный и управляемый канал сбыта: новые товары, актуальные цены, акции, постоянное обновление ассортимента — все это неотъемлемые черты настоящего времени, и никакой розничный магазин не может похвастаться теми сервисами, которые сегодня предлагает Интернет.

По прогнозам Data Insight — первого в России исследовательского агентства, специализирующегося на рынке электронной коммер-

ции, — к 2015 году объем российского рынка онлайн-продаж увеличится в 2,5 раза и составит порядка \$20 млрд.

Основной рост придется на регионы, где количество заказов увеличится примерно в четыре раза — с \$3 млрд. до \$12 млрд. Не исключение и канцелярская отрасль: объем продаж, осуществляемых через интернет-магазины, на рынке офисных товаров неуклонно растет. При этом следует принять во внимание, что товары для офиса — это сегмент, демонстрирующий один из самых высоких показателей роста интернет-продаж. Именно поэтому использование электронного канала сбыта для компаний, работающих на канцелярском рынке, — это прямой путь к увеличению оборотов и успешному развитию бизнеса. Ведь Интернет сегодня — это не только способ получения информации, общения и всевозможных коммуникаций, но и возможность с комфортом совершать покупки.

## Группа компаний «Самсон»: в ногу со временем

Группа компаний «Самсон» уже давно и успешно развивает собственные интернет-магазины, предлагая торговые площадки не только частным клиентам, но и своим дилерам, которые могут воспользоваться готовыми интернет-ресурсами компании и существенно увеличить объемы продаж.

Участникам дилерской программы группы компаний «Самсон» больше не нужно тратить время и средства на создание и обслуживание собственного сайта или электронного магазина, они получают готовый продукт для продаж через Интернет. Большое количество заказов осуществляется с помощью бумажного каталога, но в связи с тем, что каталог выпускается один раз в год, его ассорти-



мент и наполняемость неизменно теряют свою актуальность по сравнению с интернет-магазином, который актуален постоянно.

Для дилера удобство заключается в получении заказа в электронном виде, что сокращает время на его обработку, а также позволяет значительно расширить продажи таких позиций товаров, для которых актуальна частая смена номенклатуры.

Корпоративные клиенты участников дилерской программы всегда имеют «под рукой» актуальный ассортимент, видят цену, по которой покупают товар, а главное — получают огромное удовольствие от работы с интернет-магазином.

Используемые клиентами «Самсон» интернет-магазины [www.office-planet.ru](http://www.office-planet.ru) и [www.office-zakaz.ru](http://www.office-zakaz.ru) разработаны на современной технологичной платформе и представляют собой удобный и оперативный инструмент для обслуживания корпоративных клиентов.

## Интернет-магазин [www.office-planet.ru](http://www.office-planet.ru)

Магазин предлагает широкий постоянно обновляющийся и всегда актуальный ассортимент более чем из 7000 товаров для офиса. Клиенты имеют возможность легко найти необходимый им товар, набрав в окне поиска его наименование, воспользовавшись алфавитным каталогом или функцией поиска по бренду. Кроме этого, клиенту совсем не обязательно помнить адрес электронной почты своего поставщика — дилера торговой системы «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА». Достаточно просто указать свой город или область, и система автоматически «выдаст» список ближайших к клиенту дилеров. Остается только выбрать своего поставщика из предоставленного списка.

У каждого дилера торговой системы на сайте есть персональная страничка, где размещаются справочные данные о компании, фото, сведения о проводимых дилером акциях и спецпредложениях. Клиент в любое время может воспользоваться этой информацией, чтобы сделать заказ.

Оформление заказа также максимально быстро и удобно. Новому клиенту достаточно зарегистрироваться на сайте, выбрать необходимый товар и поместить его «в корзину». После того, как все позиции выбраны, достаточно просто нажать кнопку «Оформить заказ» и, указав свои реквизиты и адрес доставки, кликнуть «Подтвердить заказ». После этого система автоматически присваивает заказу номер и передает его дилеру, который свяжется с клиентом для уточнения деталей доставки и оплаты.

Кроме этого, клиент имеет возможность совершить новый заказ, редактируя уже сформированный, поскольку все введенные данные сохраняются в памяти системы: для этого достаточно просто удалить или добавить необходимый товар с указанием его количества в форме заказа и отправить ее своему поставщику.

## Интернет-магазин [www.office-zakaz.ru](http://www.office-zakaz.ru)

Ресурс позволяет клиенту максимально быстро, комфортно и в любое удобное время сделать покупку. В ассортиментном предложении интернет-магазина тысячи наименова-

ний самых необходимых товаров для офиса популярных торговых марок со всего мира по привлекательным ценам.

Клиент может приобрести товар, не регистрируясь в интернет-магазине. Найти необходимые позиции возможно несколькими способами: воспользовавшись подробным рубрикаторм, алфавитным каталогом, поиском по бренду или просто введя наименование товара в строку поиска. Весь представленный в каталоге ресурса ассортимент имеет подробные описания и яркие фото. Для добавления товара в форму достаточно просто нажать кнопку «К заказу».

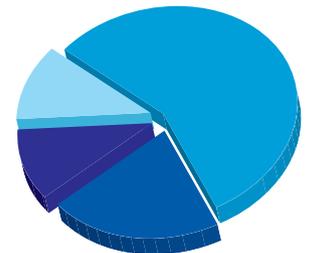
После того, как все позиции выбраны, клиент переходит на страницу «Мой заказ», где указывает количество единиц товара или удаляет лишние позиции. Внизу клиент видит общую сумму покупки. Готовый заказ можно распечатать непосредственно с сайта для согласования с руководителем. Чтобы завершить его оформление, клиенту достаточно заполнить форму со своими данными, указать адрес электронной почты своего поставщика и нажать кнопку «Оформить заказ». Он будет принят на обработку. При этом корзина обнулится для подготовки новой покупки. Сервисы магазина включают легкий подбор сопутствующих товаров, что также, несомненно, удобно.

## Задача – обеспечить доставку

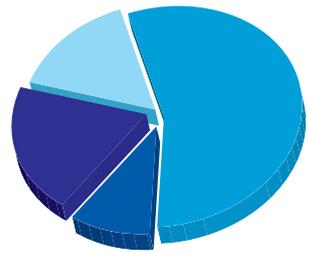
Возможности интернет-магазинов, которые использует группа компаний «Самсон», позволяют ее дилерам и корпоративным клиентам разместить заказ в системе реального времени и быстро получить необходимый товар, ведь одно из самых главных требований, предъявляемых сегодня к компаниям, работающим в сфере B2C, является оперативность доставки товара каждому корпоративному клиенту.

Группа компаний «Самсон» выделяет интернет-коммерцию как отдельное звено, где работает профессиональная команда, управляющая интернет-проектами. Она тесно взаимодействует со службой маркетинга, снабжения и сбыта и логистики. Все это при-

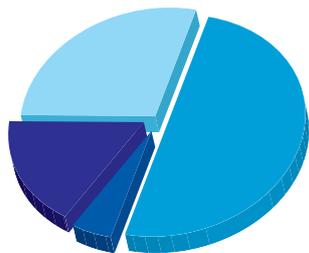
## Динамика долей заказов посредством различных инструментов коммуникации



2009



2010



2011

- Каталог
- Телефон+факс
- E-mail
- Интернет магазин

**Офисная ПЛАНЕТА**

Выберите ваш город, чтобы увидеть цены

Введите название или код товара

Заказ

Свой заказ

Каталог

Спецпредложения

Мой кабинет

Помощь

Товары для офиса

Бумага и бумажная продукция

Техника

Расходные материалы

Мебель

Товары для школы

Холодильники, стиральные машины

Продукты питания

Специальная доставка и установка

Все линии ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА

**Товары для офиса**

- Деловые подарки
- Демонстрационное оборудование
- Карты географические, атласы, глобусы
- Настольные принадлежности
- Офисные принадлежности
- Папки, архивы, картотеки
- Письменные принадлежности
- Портфели, папки и сумки деловые

**Техника**

- Аудио- и видео-техника
- Банковское оборудование
- Бытовая техника
- Кабели и адаптеры
- Компьютерная техника
- Компьютерные аксессуары
- Мониторы, проекторы, экраны
- Носители информации и аксессуары

**Мебель**

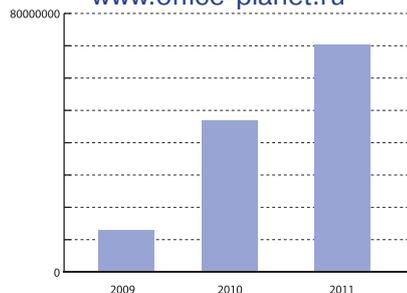
- Кресла, стулья и многоместные секции
- Мебель для учебно-аспирантских учреждений
- Металлическая мебель
- Мягкая мебель для офиса
- Предметы интерьера
- Столы
- Шкафы и стеллажи



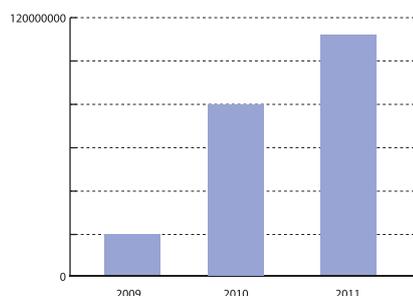
### Преимущества интернет-магазина для клиента

- **Широкий ассортимент товаров.** Товарное предложение розничного магазина ограничено площадью торгового зала (или склада). Интернет-магазин отличается широким перечнем предлагаемых товаров и предоставляет полную свободу выбора покупателю.
- **Актуальность информации.** В интернет-магазине отражается самый полный ассортимент и актуальные цены.
- **Быстрый поиск.** Сформулировав свою потребность и введя ключевое слово в поисковую строку, можно сразу выбрать товар из предложенного списка.
- **Новинки ассортимента и акции.** Выбрав интернет-магазин в качестве инструмента для формирования заказа, клиент всегда в курсе новинок и акций.
- **Режим работы.** Интернет-магазин открыт в режиме 24/7. Для него не существует ни дня, ни ночи. Он никогда не закрывается на обед.
- **Он всегда рядом.** Интернет-магазин доступен из любой точки мира, где есть доступ в сеть. Это экономия денег и времени на ставших бессмысленными поездках в офис (магазин) поставщика.
- **В нем нет очередей.** Интернет-магазин способен одновременно вместить сколь угодно много посетителей и уделить максимум внимания каждому.
- **История ваших заказов.** Интернет-магазин позволяет хранить историю заказов. Если ваши заказы из раза в раз включают в себя ряд одинаковых товаров, то при формировании очередного заказа история поможет сэкономить массу времени. Добавьте целиком один из прошлых заказов в корзину и отредактируйте его.
- **Обдуманый выбор и взвешенное решение.** В розничном магазине часто бывает сложно внимательно рассмотреть тот или иной товар и выбрать «правильный» из ряда аналогов. Интернет-магазин предоставляет возможность ознакомиться с подробным описанием товара, рассмотреть детальное изображение и выбрать именно то, что наиболее полно удовлетворяет вашим требованиям по качеству, функционалу и цене.

Динамика заказов через интернет-магазин [www.office-planet.ru](http://www.office-planet.ru)



Динамика заказов через интернет-магазин [www.office-zakaz.ru](http://www.office-zakaz.ru)



обретают и наши клиенты, воспользовавшись современными методами ведения торговли. Ведь идеальный поставщик должен не просто предоставить клиенту инструмент — интернет-магазин, но и обеспечить соблюдение сроков и отсутствие ошибок при доставке заказа, иметь достаточные товарные запасы и транспортные возможности для обслуживания своих клиентов.

В обеспечении заказа товаром, в логистике, в слаженной работе всех подразделений компании и в возможности осуществлять поставки по всей территории России — важные преимущества группы компаний «Самсон».

### Преимущества — у дилеров «Самсон»

Как видно из диаграмм, доля заказов, осуществляемых через интернет-магазины [www.office-planet.ru](http://www.office-planet.ru) и [www.office-zakaz.ru](http://www.office-zakaz.ru), год от года неуклонно и стабильно растет. При этом темпы роста довольно существенны. Клиенты все чаще предпочитают совершать покупки не по телефону, а через интернет-магазины — эта тенденция сегодня наиболее очевидна. Рост доли заказов через Интернет выражается не только в увеличении их количества, но и в увеличении денежной суммы покупки. Это объясняется несомненным удобством для клиента приобретать необходимые товары посредством интернет-магазинов группы компаний «Самсон».

Каждый дилер компании может воспользоваться всеми преимуществами интернет-торговли, а это: непрерывный режим работы, широчайший ассортимент, равные возможности для предложения товаров своим клиентам как у крупных, так и у небольших компаний, эффект географической близости поставщика и возможность своевременного и быстрого выполнения заказов.

### Еще аргумент в пользу интернет-торговли

Товары для офиса — одни из самых «легких» товаров для приобретения онлайн после цифрового контента (музыки, видео или игр). И со временем, по мнению специалистов, организации будут приобретать до 90 % товаров для офиса именно через Интернет, поскольку это действительно быстро, легко и удобно. В США и Европе у операторов корпоративного рынка товаров для офиса количество заказов, поступающих через интернет-магазины, доходит до 80 % от общего числа заказов. В России данный сервис сегодня также находится в стадии активного роста. Поэтому наличие готового интернет-магазина — несомненное преимущество любого участника рынка товаров для офиса, и дилеры группы компаний «Самсон», уже использующие интернет-магазин, обладают несомненным преимуществом перед другими участниками рынка.

# ErichKrause®

важна каждая мелочь





Текст: Анна  
ВЛАСОВА

# Galant®

## Время подарков

Новый год и следующая за ним череда праздников характеризуются приятным и в то же время хлопотным мероприятием – выбором подарков для близких и друзей, коллег и бизнес-партнеров. Торговая марка Galant позаботилась о своих покупателях. Значительно сократить время поисков и подобрать полезный функциональный презент помогает широкая ассортиментная линейка подарочных наборов и элегантных ручек премиум-класса в фирменной упаковке.

В преддверье многочисленных праздников интересные новинки в классическом и оригинальном исполнении займут достойное место в рейтинге популярных и удачных подарков.

### Подбери пару

Новые подарочные наборы, дополнившие ассортимент торговой марки Galant, продолжают серию гармоничных коллекций, в которых удачно сочетаются дизайн предметов, входящих в комплект, и эффектное оформление упаковки.

Разработке подарочной коробки наборов Galant было уделено особое внимание: она выгодно демонстрирует преимущества продукции благодаря прозрачному окошку на верхней крышке, подчеркивает элегантность и стиль изделий. Коробка подарочных наборов Galant изготовлена из материала черного цвета, имитирующего натуральную кожу, с двойной темно-коричневой отстрочкой по периметру. Логотип торговой марки нанесен методом слепого тиснения, который позволяет создавать рельефные изображения на поверхности путем выдавливания без использования краски.

На заднюю крышку упаковки нанесен штрихкод, по которому легко распознается товар, что обеспечивает оперативное обслуживание в магазинах свободного доступа. Для дополнительной защиты подарочного набора от повреждений и царапин во время транспортировки и хранения коробка обтянута вакуумной полиэтиленовой пленкой (полибэг).

Новые подарочные наборы Galant укомплектованы двумя предметами, гармонично сочетающимися друг с другом по дизайну.

### Ручка и брелок

В этой группе новинок представлены 4 позиции. Комплект подарочного набора состоит из брелока с большим хромированным кольцом для ключей и удобной автоматической ручки. Изделия внутри подарочной коробки размещены в специальных углублениях, фиксирующих предметы на строго отведенных местах. Подложка подарочного набора изготовлена из мягкого и одновременно износостойкого EVA-материала, обеспечивающего презентабельный внешний вид. Легкий и прочный EVA-материал часто используется в современной промышленности. Его неоспоримые достоинства — эластичность, водонепроницаемость, устойчивость к воздействию низких температур, повышенная износостойкость.

Золотистая коллекция (код 141368\*) идеально подходит для подарка бизнес-леди. Утонченный корпус автоматической ручки элегантно сочетает золотой цвет и серебристую отделку. Набор дополнен прямоугольным брелоком с закругленными углами.

Шариковая ручка еще одного подарочного набора (141369) выполнена в классическом цветовом сочетании синего и серебристого. Хромированный корпус дополнен колпачком темно-синего цвета и серебристым клипом. Прямоугольный брелок из блестящего металла украшен темно-синей матовой вставкой.



Код для заказа  
141370

Код для заказа  
141375

Основной черный цвет — казалось бы, традиционное решение для письменных принадлежностей. Однако потребители по достоинству оценят черно-серебристый подарочный набор (141367) за оригинальные детали дизайна. Корпус автоматической шариковой ручки оснащен противоскользящими вставками, выполненными в виде равномерно расставленных серебристых точек. Дополнительно модель украшена фигурным клипом. Изогнутая линия повторяется в оформлении брелока с центральной черной вставкой.

Сочетание матового и блестящего серебра положено в основу другого подарочного набора Galant (141370). Благодаря антискользящим элементам шариковая ручка удобна в использовании. Гармонично дополняют друг друга волнообразные линии клипа ручки и брелока, который привлекает к себе внимание с первого взгляда. В очертаниях оригинального брелока отсутствуют правильные геометрические формы. Абстрактная фигура блестящего серебристого цвета украшена матовым кругом, расположенным в центре.

Лаконичное оформление и изысканный стиль упаковки подарочных наборов ставят продукцию на высокий уровень бизнес-подарков. В то же время привлекательная цена позволяет сделать подобный презент большому количеству сотрудников.

### **Ручка и визитница**

Наиболее широко в ассортименте новинок торговой марки Galant представлена группа наборов, включающих ручку и визитницу. Товарная категория состоит из 12 позиций. Качественный материал и нестандартный дизайн изделий выгодно подчеркнут индивидуальный стиль владельца. Подложка наборов с фиксирующими углублениями изготовлена из тонкого прочного пластика с напылением из EVA-материала, что придает мягкость внутреннему оформлению.

Благодаря оригинальному дизайну и различным отделочным материалам наборы даже одной серии заметно отличаются друг от друга. Неповторимое оформление расширяет ассортимент и позволяет выгодно представить продукцию на витрине. Безусловно, основное отличие наборов заключается в широкой цветовой гамме и фактуре использованных материалов. Однако есть и различия в самой конструкции визитниц. В одних моделях визитки вставляются в держатель узкой стороной, в других — широкой. Особенности конструкции не влияют на функциональность изделий, а лишь расширяют модельный ряд.

Классическим вариантом дизайна можно назвать визитницы с отделкой из гладкой кожи. Такая фактура широко распространена во всех видах деловых аксессуаров, поэтому подобрать

комплект к подарку в дальнейшем не составит труда. Модели представлены в черном (141371), темно-коричневом (141372) и бордовом (141373) цветах. В набор входит автоматическая ручка с отделкой, соответствующей по цвету и фактуре визитнице.

Дизайн второй группы наборов создан на основе одной из самых популярных фактур — крокодиловой кожи. Такие деловые аксессуары пользуются стабильным спросом у потребителей, поэтому в качестве цветовых решений для модельного ряда выбраны не только традиционные цвета — черный (141378), темно-коричневый (141379) и бордовый (141380), но и цвет фуксии (141381) и бежевый (141382), расширяющие целевую аудиторию покупателей.

Оригинальная фактурная кожа черного (141374), оранжевого (141375) и синего (141376) цвета использована в качестве отделки визитниц и ручек еще одной группы подарочных наборов Galant. Интересная структура использованного материала подчеркнет индивидуальность владельца деловых аксессуаров. Удобная автоматическая ручка прекрасно дополняет набор.

Из общего ряда выделяется визитница, выполненная исключительно в серебристых тонах: блестящий металл, гладкая кожа, отстрочка по периметру (141377). В паре с моделью поставляется серебристая шариковая ручка без дополнительной отделки. Стильный набор станет отличным подарком элегантным бизнес-леди.

### **Ручка и фоторамка**

Следуя сложившейся традиции последних лет, на рабочих столах соотечественников все чаще появляются фоторамки с фотографиями родных и близких. Это еще один повод в течение дня вспомнить о тех, кто тебе дорог. Универсальным подарком для мужчин и женщин станет набор, включающий фоторамку и ручку. Классические фоторамки наборов Galant имеют четкую прямоугольную форму и традиционные офисные цвета.

В любой интерьер прекрасно впишется фоторамка серебристого цвета с аналогичной ручкой, украшенной рельефными линиями (141383). Не менее актуальным решением для российских офисов является фоторамка с коричневым фоном и серебристой отделкой (141384).

Подложка подарочных наборов Galant выполнена из белой атласной ткани, подчеркивающей благородное исполнение рамки для фотографий формата 10x15 см и шариковой ручки со стержнем типа «Паркер».

### **Ручка и фляжка**

Тканевая отделка подложки использована также в подарочных наборах, включающих ручку и фляжку. Применение ткани выгодно отличает упаковку, повышает добавочную

Код для заказа

141378



Код для заказа

141377



Код для заказа

141386



стоимость набора и позволяет устанавливать хорошую наценку на продукцию. Несмотря на приемлемую цену, атласная ткань подложки позволяет относить продукцию к категории премиум-класса, в котором учтены все тонкости — внешнее и внутреннее оформление.

Фляжка подарочного набора объемом 170 мл с толщиной стенок 0,5 мм оснащена удобной крышкой, которая крепится к основанию емкости. Такая конструкция не создает помех при откручивании крышки и позволяет не потерять мелкую деталь подарка. В группе представлены 2 позиции, отличающиеся отделкой фляжки: металлическая стенка без использования кожаной вставки (141385) и серебристый металл с отделочным материалом, имитирующим крокодиловую кожу черного цвета (141386). Дизайн автоматических ручек подарочного набора основан на сочетании черного пластика и серебристого металла. Удобная толщина корпуса обеспечивает комфортное письмо и надежный хват ручки.

Наборы Galant — это подарок, который не требует дополнительной подготовки перед вручением. Фирменная упаковка, соответствующая высоким стандартам качества, позволяет преподнести полезный презент в выгодном свете. Наборы — стильный и элегантный подарок коллегам, бизнес-партнерам, сотрудникам компании, рассчитанный на любой уровень достатка.

### Ручки премиум-класса

Стильные ручки в красивой упаковке являются самым популярным подарком на любой праздник. Такой презент можно преподнести женщине и мужчине, рядовому сотруднику и топ-менеджеру. Ручки премиального сегмента с изысканным дизайном

обязательно должны присутствовать в ассортименте розничных магазинов и компаний, осуществляющих комплексное обслуживание офисов.

Идеальным новогодним подарком станут ручки премиум-класса Galant, упакованные в фирменный футляр с бархатной подложкой бежевого цвета. В качестве внутреннего держателя для письменных принадлежностей использована диагональная полоса, выполненная из материала, аналогичного подложке. По периметру футляра установлена металлическая окантовка, соответствующая по цвету корпусу ручки.

Ручки укомплектованы качественным стержнем типа Parker с чернилами синего цвета. Из корпуса шариковой ручки стержень выдвигается с помощью поворотного механизма.

Ручки премиум-категории Galant декорированы стильным сочетанием цветов, гравировкой, камнями и оригинальными узорами. В дизайне преобладают золотистый, серебристый и черный цвета. Однако есть и модели, заметно выделяющиеся из ассортимента ряда.

Шариковая ручка Galant «Moulin Rouge» (141355) предназначена для стильных бизнес-леди. Металлический корпус ручки розоватого оттенка декорирован хромированными деталями. Особую изысканность модели придает наличие розового прямоугольного камня на клипе и круглого на топе — верхнем конце ручки.

Схожий дизайн использован в оформлении ручек Tokio (141359) и Sarrago (141360). Корпус автоматической шариковой ручки декорирован продольной витой гравировкой. Однако различная цветовая гамма — черно-серебристая у Tokio и золотистая у Sarrago — делает модели неповторимыми и обеспечивает разное восприятие письменных принадлежностей у потребителей.

Оригинальная дизайнерская идея воплощена в оформлении ручки Kawasaki (141361). Серебристо-графитовый цвет корпуса делает модель стильной, современной, не похожей на классические варианты и в то же время изящной и элегантной. Интересный декор в виде множества кругов разного диаметра, вписанных друг в друга, покрывает корпус ручки. Дополнительным элементом выступает розовый камень на клипе, который выделяет модель на фоне других ручек премиального сегмента.

Необычная деталь — и классическая ручка с золотисто-черным корпусом становится оригинальной находкой. Топ ручки премиум-класса Detroit (141365) выполнен в виде гайки. Такая модель будет стильным тематическим подарком владельцам строительного бизнеса, автомобильной отрасли и других сфер деятельности, связанных с использованием инструментов.

Различные дизайнерские решения, использованные при создании новых ручек премиум-класса Galant, позволяют выбрать идеальный подарок для делового человека. Интересные детали, классические цветочные решения, оригинальные декоративные элементы подчеркнут индивидуальность владельца.

Чтобы преподнести по настоящему полезный подарок, не всегда требуется масса сил и времени. Поиски проходят легко и незаметно, если производитель заранее подумал о качественном оформлении стильного презента. Новинки торговой марки Galant в полной мере соответствуют запросам взыскательных потребителей, которые стремятся найти в подарке индивидуальность и повышенную функциональность.

\*коды указаны для заказа продукции в группе компаний «Самсон».



БРАУБЕРГ БРЕНДС ГмбХ • ГЕРМАНИЯ

Готовальни  
Циркули  
Линейки  
Треугольники  
Транспортиры  
Чертежные наборы

- ✓ для школьников, студентов и профессионалов
- ✓ более 70 позиций
- ✓ привлекательные цены



Доступны для заказа в оптовом интернет-магазине [www.samsonopt.ru/zakaz](http://www.samsonopt.ru/zakaz)

# «Дилер корпоративной торговли»: знакомство продолжается

Подробнее о дилерской программе читайте на [www.samsonpt.ru](http://www.samsonpt.ru)

В рамках рубрики «Знакомство с дилером» журнал «Канцелярия» продолжает рассказывать о компаниях, работающих по дилерскому каталогу компании «Самсон». Сегодня у нас в гостях компания из Ачинска, Серова, Великих Лук, Кирова, Саратова и Нижегородской области.

Текст: Мария ТАРАСЕНКО

## Компания «Офис +» — находить новые решения



Компания «Офис +»  
**ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА**  
[www.office-planet.ru/offis-centr](http://www.office-planet.ru/offis-centr)  
 заказ бесплатного каталога  
 и прайс-листа:  
**(391) 2-111-443**

Сотрудники компании



**Компания «Офис +»**

**Год основания компании — 1996**

**Количество сотрудников — 20**

**Обслуживаемые рынки —**

г. Ачинск, г. Красноярск, Ачинский район, Улуйский район, Бирилюсский район, Назаровский район, Боготольский район

«Развитие компании началось с открытия отдела «Оргтехника и канцтовары», — рассказывает директор компании **Грюк Надежда Романовна**, — тогда, в середине 90-х, товары для офиса не были представлены в широком ассортименте, в то время как у населения наблюдался спрос на качественную продукцию отечественного и импортного производства.

Что же касается нашей фирмы, то ввиду специфики реализуемого товара с момента открытия отдела предполагалась работа с корпоративными клиентами. Тем более что обслуживание корпоративного сектора гарантировало фирме стабильность получения прибыли.

С развитием корпоративного рынка повысился спрос на товары для офи-

са, что привело к необходимости увеличения ассортимента этой товарной группы.

В связи с ростом конкуренции на канцелярском рынке увеличились и требования к уровню сервиса. Сегодня требуется индивидуальный подход к клиенту, быстрота оформления заказа, высокое качество товара, считают в компании.

И компания идет в ногу с современными требованиями. Работа по дилерским каталогам компании «Самсон» стала очередным этапом ее развития. Такая работа удобна и для нас, и для клиентов. Очень важно наличие каталога, который мы смогли заказать, став участником дилерской программы. Главным преимуществом мы считаем возможность выбрать товар и изучить его характеристики, не выходя из офиса: клиенту не обязательно посещать выставочный зал, чтобы выбрать товар; также в каталоге он найдет

позиции, не представленные на витрине. Благодаря удобной системе поиска и форме заказа товар можно выбрать и заказать быстро и легко. Более того, дилерская программа позволяет расширить клиентскую базу, а каталог позволяет не держать на складе большой ассортимент товара.

В условиях растущей конкуренции приходится находить новые решения. Как показывает практика, цена сегодня не является первопричиной, по которой клиент покупает именно у нас. Покупатель хочет, чтобы в офисе все было под рукой, необходимый товар был доставлен вовремя и в нужном объеме. Мы предлагаем нашим покупателям широкий ассортимент, качественный товар и сервис, а также оперативность. Все это позволяет говорить о том, что каталог является прекрасным стимулирующим фактором в работе компании, занимающейся обслуживанием офисов».



Коллектив компании «Офис +»

# ООО «Мо Тэк» — опыт, дающий результат



«Мо Тэк»  
**ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА**  
[www.office-zakaz.ru/motek](http://www.office-zakaz.ru/motek)  
 заказ бесплатного каталога  
 и прайс-листа:  
**(8332) 53-30-30**

Генеральный директор компании Сергей Викторович Брыляков



**Компания «Мо Тэк»**  
**Год основания — 2000**  
**Количество сотрудников — 21**  
**Обслуживаемые рынки — г. Киров, Кировская область**

Вот уже 11 лет на рынке г. Кирова и Кировской области успешно работает компания «Мо Тэк». Развитие фирмы началось с принятия решения об учреждении собственного бизнеса по продаже офисной бумаги. Однако узкая специализация по продаже только офисной бумаги продержалась недолго, конкуренция и спрос покупателей подтолкнули компанию к предложению и других товаров для офиса.

«С самого начала деятельности компании были поставлены конкретные цели и задачи, — рассказывает директор ООО «Мо Тэк» Сергей Викторович Брыляков, — укрепиться на рынке и держать на нем свои позиции успешно и долгосрочно, поэтому основным направлением работы стало обслуживание корпоративных клиентов. В этот период времени рынок корпоративного обслуживания, с одной стороны, развивался, но при

этом был довольно стабилен. Однако кризис 2008 года пошатнул устоявшиеся отношения с клиентами — они сократили заказы из-за урезания собственных бюджетов и стали тщательно сравнивать цены, лучше разбираться в торговых марках. Но, тем не менее, низкая цена не стала главным показателем для сотрудничества — на первый план вышел качественный сервис.

Конкуренция в корпоративном сегменте сегодня очень высокая. На сегодня, чтобы удержать свою нишу рынка компания «Мо Тэк» предлагает своим клиентам услугу: «Комплексное снабжение офисов». Для этого в ассортимент компании были введены новые группы товаров: бытовая химия, хозтовары, спецодежда, офисная мебель и другие товары, которые необходимы для жизнедеятельности любого офиса. Работа только с одним поставщиком по многим группам товаров

дает нашему клиенту экономии денег и времени. Кроме того, сегодня корпоративным клиентам важен не только хороший сервис, но и наличие складских остатков, а также оперативность выполнения заказа. Все это мы даем своим покупателям, используя готовые интересные, а главное современные инструменты для развития бизнеса, которые предлагает дилерская программа компании «Самсон»:

— каталог товаров для офиса с подробным описанием товаров, который позволил повысить уровень обработки заказов, как со стороны покупателя, так и со стороны наших сотрудников. — интернет-магазин [www.office-zakaz.ru/motek](http://www.office-zakaz.ru/motek), который дает возможность нашим клиентам самостоятельно и современно сформировать заказ в удобное для них время.

Четкий график поставок товара и наличие товарных запасов на складах позво-

лили компании ООО «Мо Тэк» повысить уровень обслуживания клиентов, оперативно и качественно выполнять заказы. Дилерская программа дала компании новые возможности и открыла новые перспективы развития. Став независимым дилером группы компаний «Самсон», компания «Мо Тэк», вышла на качественно новый уровень обслуживания клиентов. Сегодня «Мо Тэк» известна на рынке Кировской области как надежный поставщик офисных товаров с серьезным подходом, который может предложить высокий уровень сервиса. Мы гарантируем нашим клиентам профессиональные консультации по любым товарам, широкий сбалансированный ассортимент и значительный объем товарных запасов, удобные и современные условия работы, гибкую систему скидок и отсрочек, выполнение заказов в полном объеме и в кратчайшие сроки».



Сотрудники торгового зала



Ведущий менеджер Лоншакова Любовь



Сотрудники складской и логистической службы

# Компания «Офис сервис» — каталог помогает сделать правильный выбор

Компания «Офис сервис»  
**ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА**  
www.office-nn.ru  
заказ бесплатного каталога  
и прайс-листа:  
**(831) 421-15-78**

Учредитель компании:  
Кошелев Алексей  
Николаевич  
Директор:  
Шкурина Ольга  
Николаевна



**Компания «Офис сервис»**  
**Год основания компании — 2005**  
**Количество сотрудников — 25**  
**Обслуживаемые рынки —**  
**Нижегородская область, Приволжский**  
**Федеральный округ.**

В первый год своего существования, работая в корпоративном секторе, компания «Офис сервис» занималась поставкой вычислительной и оргтехники, а также оказанием сопутствующих услуг — ремонтом, сервисным обслуживанием оборудования, монтажом структурированных кабельных сетей и пр.

«К осени 2006 года, постоянно общаясь со своими клиентами, мы выявили их потребность в комплексном обслуживании по широкому спектру офисных товаров: картриджи, канцтовары, хозтовары, офисная мебель, — рассказывает **учредитель компании Алексей Кошелев.** — Данные товарные группы всегда были востребованы и имели хорошую маржинальную наценку (существенно больше, чем компьютерная техника). Сейчас в направление «Офисные товары», которые поставляет компания своим клиентам, входят

следующие группы — канцтовары, спецодежда, хозяйственные товары, бытовая техника для офиса, посуда, школьная продукция. Используя потенциал нашей фирмы, мы можем обеспечить любую комплектацию всеми необходимыми товарами! В настоящий момент товары для офиса и офисная мебель составляют основу бизнеса компании. Для развития направления офисной мебели открыт салон, а для поддержания складских запасов и увеличения ассортимента товаров для офиса был максимально расширен склад компании.

Направление «Офисные товары» оказалось весьма кризисоустойчивым. В 2009 году, несмотря на сложности, мы увеличили свои объемы продаж по канцтоварам, что оказало очень позитивное влияние на развитие компании в целом.

До текущего года мы специализировались на работе с крупными VIP-

клиентами, для которых каталог офисных товаров играет лишь презентационную роль. В этом году, проанализировав свою клиентскую базу и полученный доход, мы пришли к решению о развитии продаж в сегменте малого и среднего бизнеса. Для данной группы клиентов каталог имеет первостепенное значение как инструмент продаж. Именно по нему поступают заказы и ведутся отгрузки. Для поддержания имиджа компании и предоставления клиентам удобного инструмента для работы в 2011 году мы заказали каталог с индивидуальной обложкой, выпуск которой был приурочен к началу офисного сезона. Сегодня для клиента немаловажно, как происходит отбор нужного товара, а каталог позволяет сделать правильный выбор товара клиентом.

Преимущества работы по каталогу почувствовали и наши менеджеры по

продажам, ведь их зарплата напрямую зависит от дохода по их сделкам. Теперь им достаточно убедить клиента в надежности нашей компании и передать наш каталог. Дальше работает служба поставок, а менеджеры только контролируют ее, отслеживая удовлетворенность клиента. В результате зарплата активных менеджеров значительно увеличилась и сейчас превышает среднерыночный показатель.

В настоящее время наши клиенты отмечают не только конкурентные цены, хороший сервис, но и оперативность выполнения заявки. Наличие собственного склада по всем направлениям работы фирмы позволяет нам доставлять товар клиенту в течение нескольких часов после получения заказа. С развитием транспортной службы мы начали доставлять товары по всей Нижегородской области и Приволжскому федеральному округу».



Баженова Елена, Полетаева Ольга,  
Сластов Александр, Шелег Илья

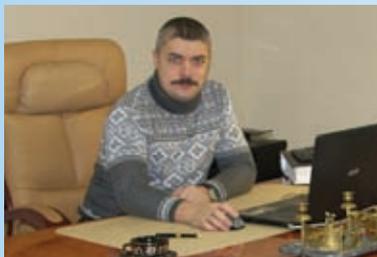


Кошелева Ирина Валерьевна, Маренко Марина

# ООО «Бизнес-Центр» — предупреждая желания

ООО «Бизнес-центр»  
**ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА**  
[www.office-planet.ru/bizcentr](http://www.office-planet.ru/bizcentr)  
заказ бесплатного каталога  
и прайс-листа:  
**(81 153) 5-75-38,**  
**5-95-29**

Директор  
Снетков  
Святослав  
Владимирович



**Компания ООО «Бизнес-Центр»**  
**Год основания компании — 1994**  
**Количество сотрудников — 25**  
**Обслуживаемые рынки —**  
*г. Великие Луки, Великолукский, Невельский, Куньинский, Новосокольнический и Усвяцкий районы Псковской области*

Компания «Бизнес-Центр» работает на рынке товаров для офиса почти 18 лет. И это огромный стаж, свидетельствующий о накопленном опыте и конкурентоспособности фирмы.

Деятельность компании началась с поставки корпоративным клиентам канцелярских товаров и офисной мебели. Отсутствие конкуренции на рынке, новизна товара в то время помогли молодой фирме быстро стать заметной в городе и области и завоевать признание клиентов — частных фирм, которые в начале девяностых только начинали обустривать молодой российский бизнес и собственные офисы. Компания «Бизнес-Центр» стала для них незаменимым помощником в вопросе обеспечения организаций любимыми товарами для офиса — начиная от карандашей и заканчивая столами и стульями.

Позднее ООО «Бизнес-Центр» открывает в Великих Луках и розничное направление — магазины-салоны, в которых представлен не только широкий ассортимент товаров для офиса и офисной мебели, включая готовые кабинеты, но и сувениры, подарки, деловые аксессуары и многое другое.

Сегодня компания постоянно вводит в ассортимент новые группы товаров — на данный момент складские остатки насчитывают около 10000 наименований.

Руководство компании следит за современными тенденциями в ведении бизнеса и использует все инструменты для успешной работы — одним из таких инструментов стал дилерский каталог и сотрудничество с группой компаний «Самсон» в рамках дилерской программы.

Несмотря на то, что ООО «Бизнес-Центр» с самого начала своей деятельности предлагал своим клиентам широкий спектр услуг, возможность воспользоваться до-

полнительным преимуществом, таким как работа по каталогу, безусловно, означала еще один удобный и качественный сервис для покупателя. А для самой компании — увеличение клиентской базы и расширение бизнеса за счет привлечения новых клиентов, предпочитающих совершать покупки, не выходя из собственного офиса.

В компании «Бизнес-Центр» считают, что, несмотря на успешный бизнес, огромный опыт работы и репутацию, заслуженную годами, нельзя останавливаться на достигнутом.

Сегодня ООО «Бизнес-Центр» продолжает свое развитие, открыв в Великих Луках новый магазин-салон «Деловой» — слоган которого — «Предупреждая желания» — может считаться и девизом самой компании, на протяжении многих лет стремящейся удовлетворять запросы самых взыскательных клиентов.



Сотрудники компании



Коллектив компании «Бизнес - Центр»



КАЛЬКУЛЯТОРЫ  
**CASIO.**  
№1 В МИРЕ



Калькуляторы CASIO серии fx-ES  
официально разрешены для  
использования при сдаче ЕГЭ!

[www.samsonopt.ru](http://www.samsonopt.ru)

# Компания «Школьник» — очевидные преимущества работы по каталогу

Компания «Школьник»  
**ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА**  
[www.office-zakaz.ru/shkolnik](http://www.office-zakaz.ru/shkolnik)  
заказ бесплатного каталога  
и прайс-листа:  
**(34385) 6-22-66**

Генеральный директор  
Карасс Владимир Валерьевич



**Компания «Школьник»**  
**Год основания компании — 2000**  
**Количество сотрудников — 11**  
**Обслуживаемые рынки — г. Серов, Серовский район, г. Краснотурьинск, Карпинск, Североуральск, Лобва, Новая Ляля, Верхотурье, Волчанск.**

Работа компании началась более 11 лет назад с торговли «в палатке», или, как ее тогда называли, уличной торговли. В связи с развитием фирмы, осенью 2000 года был открыт небольшой отдел по продаже канцелярских товаров в торговом центре. В 2002 году появился первый магазин «Школьник», а в 2009 году открылся второй розничный магазин. В 2010 году начал свою работу оптовый магазин «Школьник — ОПТ» для корпоративных клиентов. «Школьные канцтовары можно было купить в любом, даже небольшом отделе, торгующем канцелярией, — говорит ди-

ректор фирмы **Карасс Владимир Валерьевич**, — а специализированных магазинов, продающих офисные товары, было в то время не так много. С открытием магазина увеличился ассортимент, появились первые корпоративные клиенты. В дополнение к школьной канцелярии, нами были выбраны офисные товары для расширения товарного предложения и привлечения новых клиентов.

Для корпоративных клиентов появились неспециализированные товарные группы, такие как офисная техника, хозяйственные товары, инвентарь, демонстрационное оборудование, которые позволили значительно

повысить эффективность бизнеса.

Немного позже нас заинтересовало предложение группы компаний «Самсон» работать по каталогам, которых до этого не было в нашем городе. Мы решили попробовать поработать в этом направлении и не просчитались. Преимущества работы по каталогам оценили не только мы, но и наши клиенты - это и удобство, и скорость обработки заказа, и увеличение количества клиентов, которым нравится такой сервис, когда все наглядно представлено в иллюстрированном каталоге, а конкретное решение о покупке того или иного товара можно принимать, не выходя из

офиса. В связи с автоматизацией системы магазина появилась возможность приема заявок клиентов по электронной почте, через интернет-магазин, по факсу, телефону.

Стали возможны обработка, сбор и бесплатная доставка товара в офис клиента в день заказа. У наших клиентов появилась возможность внимательно рассмотреть весь ассортимент предлагаемой продукции, а у нас — предлагать им товары из сфер, в которых мы раньше не работали, таких как хозяйственные товары, мебель, оргтехника, а также поставлять товары под заказ, что очень удобно, поскольку товары не залеживаются на складе».



Коллектив магазина «Школьник»



Оператор Екатерина и офис-менеджер Евгения

# Компания «Офисные решения»: предоставить максимальный уровень сервиса

ООО «Офисные решения»  
ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА

www.office-zakaz.ru/tosar  
заказ бесплатного каталога  
и прайс-листа:

(452) 72-55-65

Генеральный директор  
Воронин  
Алексей  
Викторович



**Компания «Офисные решения»**  
**Год основания компании — 2008**  
**Количество сотрудников — 25**  
**Обслуживаемые рынки — Саратов и Саратовская область**

«Товары для офиса — это неотъемлемая составляющая ведения любого бизнеса, — говорит директор компании «Офисные решения» **Воронин Алексей Викторович**, — именно поэтому мы выбрали обеспечение организаций товарами для офиса в качестве специализации нашей компании. Нашими основными клиентами являются юридические лица, но вместе с этим, ни один розничный покупатель, приходящий к нам в офис, не остается без внимания. Для розничных клиентов предоставляется уникальная возможность приобрести товары по специальным ценам, предназначенным для корпоративных клиентов, а это очень выгодно!

Основным важным, ключевым отличием нашей работы мы считаем нацеленность компании на

высокие стандарты по обслуживанию потребностей клиентов. Огромное количество аналогичных фирм пытаются в ущерб качеству предложить самую низкую цену. Поэтому для нас работа по дилерской программе группы компаний «Самсон» является очень важным элементом предоставления максимального качества и ассортимента по выгодной цене, которая на самом деле является одной из самых низких в городе Саратове. Конечно же, есть организации, которые торгуют дешевле, но большинство из нас уже научено горьким опытом, что дешевое качественным не бывает.

Основной задачей на сегодняшний день мы считаем построение тесных партнерских отношений с клиентом и в этом вопросе заимствуем опыт, учимся

сами и приглашаем к сотрудничеству экспертов, таких как компания «Турман Консалтинг» — один из лидеров по вопросу развития бизнеса в регионе.

Каталог становится инструментом эффективной продажи только в том случае, когда он попадает в умелые руки. Поэтому без профессионального качественного консультирования и сервиса он становится стопкой бумаги. В руках умелого менеджера по продажам он превращается в мощное средство убеждения и позиционирования на рынке товаров для офиса.

Клиенты однозначно положительно оценивают возможность выбора товаров по каталогу, это опять же способствует увеличению размера среднего заказа. Когда у клиента перед глазами

находится качественный каталог, менеджеру по продажам намного легче сделать дополнительное предложение и таким образом увеличить итоговую сумму заказа.

Это обуславливает высокий спрос на полиграфическую продукцию и приводит к тому, что клиенты просят по два, а иногда даже и по три каталога, для того чтобы поделиться со своими знакомыми и партнерами — руководителями бизнеса, для того, чтобы рекомендовать компанию, стремящуюся предоставить максимальный уровень сервиса при минимальных ценах.

Мы надеемся, что путь, намеченный компанией «Офисные решения», позволит ей стать одним из лидеров саратовского региона по реализации офисных товаров».



Ком. директор Свистунов Денис Сергеевич



Трубицина Екатерина, Филатова Алена,  
Воронин Алексей Викторович

# УЧАСТВУЙТЕ В ДИЛЕРСКИХ АКЦИЯХ-2011

**САМСОН**<sup>®</sup>  
федеральный оптовик

Группа компаний «Самсон»  
представляет акции  
для участников ТС «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА»  
и НЕЗАВИСИМЫХ дилеров.

Премия с ценными призами проводится  
в 13 номинациях. Среди которых:

- ▶ «Лучший дилер 2011»
- ▶ «Лучший стремительный рост»
- ▶ «Стабильный результат с Самсоном»
- ▶ «Лучшее продвижение года»
- ▶ «Лучший Интернет-партнер»

Призы победителям:

- Ноутбуки
- МФУ
- Персональные и планшетные компьютеры
- ЖК-телевизоры
- Проекторы
- Цифровые фотоаппараты
- Видеокамеры
- iPhone
- 1000 индивидуальных каталогов

Период проведения акции:  
01.01.11 – 31.12.11

## СУПЕРПРИЗЫ

Платиновый оператор ТС «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА»



Тур-поездка в Куршевель\*

Платиновый НЕЗАВИСИМЫЙ дилер



Тур-поездка на Бали\*

\* победителю вручается денежный сертификат.

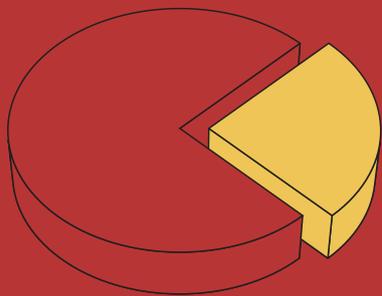
## Больше призов – выше шансы на победу!



Подробные условия акций на нашем сайте [www.samsonopt.ru](http://www.samsonopt.ru)  
и у менеджеров сбытовых подразделений группы компаний «Самсон»



Компания «САМСОН-ОПТ»  
сертифицирована по системе  
менеджмента качества  
ISO 9001:2008 фирмой  
TUV International Certification  
(Германия)



# сегмент

[www.segment.ru](http://www.segment.ru)

первый национальный канцелярский портал

## Знаем все о канцтоварах

Участники  
Рынка

Акции

Хиты

Бренды

Новинки

Новости

Выставки

Интервью

Обзоры

Мнения

Общение

Купить

Продать

ТОП 100  
компаний

Каталог  
товаров

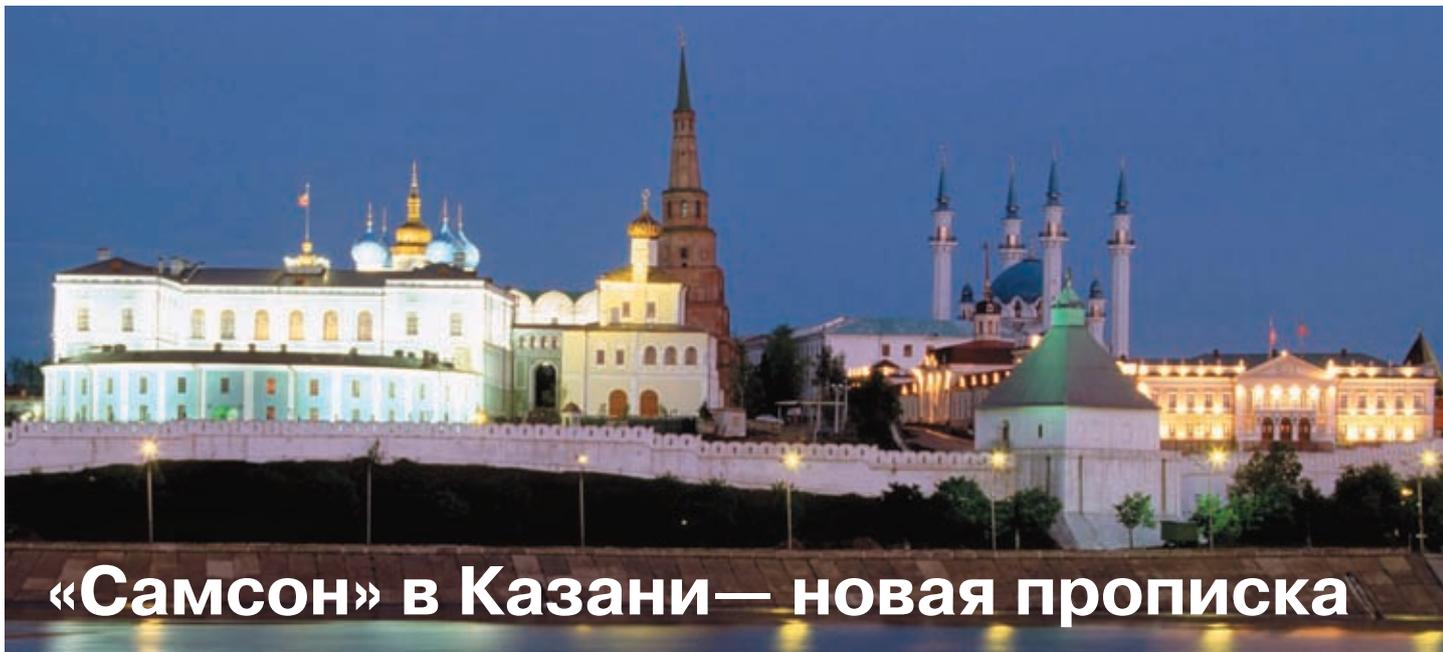
Рассылки

## Вся жизнь канцелярской отрасли на одном сайте



Тел: +7(812) 335-59-15

E-mail: [segment@segment.ru](mailto:segment@segment.ru)



## «Самсон» в Казани — новая прописка

Казань — один из крупнейших экономических, политических, научных и культурных центров нашей страны. Город имеет зарегистрированный бренд «третья столица России» с одной из самых динамично развивающихся региональных экономик и одним из самых развитых рынков розничной торговли в стране, количество торговых площадей которых на жителя республики превышает московский показатель.

Именно в Казани расположен один из самых крупных и важных филиалов группы компаний «Самсон», основанный в августе 1999 года и, как любое подразделение компании, казанский филиал включает в себя современный складской комплекс, торговый зал и офисные помещения, расположенные в промышленной зоне, в 15 минуте езды от федеральной трассы М7 Москва-Уфа.

На сегодня в ООО «Самсон-Казань» работает более 50 квалифицированных сотрудников, а площадь склада составляет 1300 м<sup>2</sup>, пополнение товарных запасов которого производится не менее 3-х раз в неделю с распределительного склада.

Благодаря эффективной работе транспортного отдела компании, филиал осуществляет доставки товара клиентам в удобные для них сроки как собственным, так и наемным автотранспортом любой грузоподъемности.

И все же, в связи с расширением компании и увеличением количества клиентов группы компаний «Самсон» казанскому филиалу стало «тесно» в прежних стенах, в связи с чем было принято своевременное решение о расширении представительства и переезде его в новый просторный офис и современный склад, оснащенный современным стеллажным и погрузочно-разгрузочным оборудованием.

К слову, в сентябре 2011 года состоялось успешное открытие филиала группы компаний «Самсон» в Санкт-Петербурге — и вот теперь, получив от Северной столицы «эстафетную палочку», подразделение в Казани готовится к открытию нового офиса и склада.

Переезд состоится, что называется, без отрыва от производства — работа не будет остановлена ни на один день. И уже в феврале 2012 года филиал начнет принимать клиентов на новом месте — в новейшем складском комплексе «Q Парк Казань», который благодаря своей планировке и техническим характеристикам становится в один ряд с аналогичными международными проектами. Особое внимание, уделенное технологической составляющей и инновационной разработке комплекса, обеспечивают эффективность, намного превосходящую существующие на рынке аналоги, а близость к международному аэропорту «Казань» и федеральной трассе Казань-Оренбург гарантирует быстрый беспрепятственный доступ к основному автомагистральному, ведущим к Москве, Екатеринбургу, Самаре, Перми, Челябинску, Нижнему Новгороду и Уфе.

В просторном офисе обновленного филиала начнет свою работу штат из 90 квалифицированных сотрудников, что позволит с максимальными удобствами обслуживать оптовых клиентов. Общая площадь (с офисами и подсобными помещениями) составляет 6500 м<sup>2</sup>. Новый оптовый склад, площадью 6000 м<sup>2</sup> с товарными запасами более 110 млн. рублей обеспечит возможность поставки свыше 10 000 наименований по Татарстану, республике Марий Эл, Кировской области и республике Удмуртии, где уже действуют регулярные маршруты доставки товара клиентам.

Основными заказчиками «Самсон-КФ» являются организации, занимающиеся корпоративным обслуживанием, и специализированные магазины. Для них очень важно наличие широкого ассортимента продукции, поэтому клиенты смогут оценить возможности нового склада и продолжить успешное сотрудничество с компанией «Самсон», значительно увеличив объемы закупок.

Кроме того, сегодня сама Казань обновляется и преобразуется, готовясь к Универсиаде 2013 года — строятся новые объекты, создается современная инфраструктура, древняя столица молодеет и становится еще красивее. Не отстает от масштабных преобразований города и ООО «Самсон-КФ», стремясь соответствовать новым стандартам времени. Филиал становится еще более современным, еще более надежным партнером, способным удовлетворить требования самых взыскательных клиентов.

Кстати, все клиенты обновленного филиала, как и прежде, смогут получить не только высокий уровень сервиса, востребованный ассортимент и конкурентоспособные цены, но и всестороннюю поддержку своего бизнеса, которую обеспечивают программы компании «Самсон». Ждем Вас в новом офисе ООО «Самсон-КФ»!



Международные  
Канцелярские  
Игры

13–16  
марта



MOSCOW'12

Россия, Москва  
МВЦ «Крокус Экспо»  
3 павильон, 14 зал



СКРЕПКАЭКСПО  
SKREPKAEXPO

XVI Международная специализированная выставка  
канцелярских и офисных товаров

Информационная поддержка:



office file

Официальный  
медиа-партнер



Официальный  
интернет-партнер

сегмент

Официальный  
информационный  
партнер

Дирекция выставки:

+7 (495) 648 91 38

+7 (495) 789 93 80

expo@apkor.ru

www.skrepkaexpo.ru

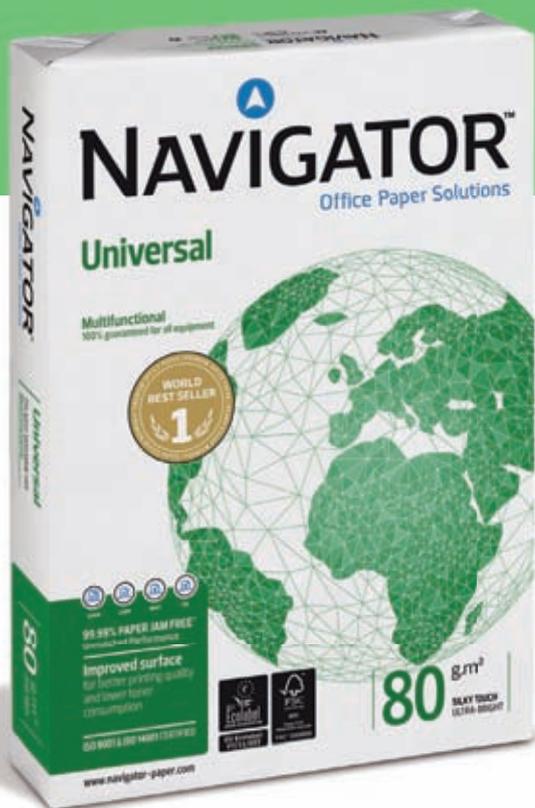
При поддержке:

АПКОР

КРОКУС ЭКСПО

# grupo Portucel Soporcel

## ПОРТУГАЛИЯ ЖДЕТ ЛУЧШИХ ДИЛЕРОВ «СТАРЛЕСС»!

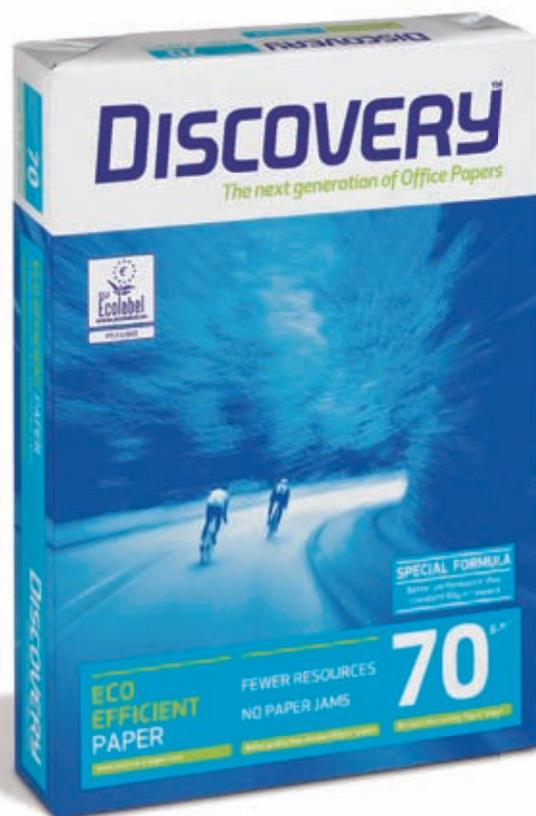


**NAVIGATOR** - мировой бестселлер класса А универсального применения!

- ✓ 99,99% гарантия отсутствия замятия бумаги
- ✓ многофункциональная (100% гарантия для любого офисного оборудования)
- ✓ ультраяркая бумага с шелковистой поверхностью
- ✓ улучшенная поверхность для более качественной печати
- ✓ снижает затраты на тонер!

Компания «СТАРЛЕСС» является единственным дистрибьютором, представляющим на территории России офисную бумагу **NAVIGATOR** и **DISCOVERY**.

Производитель этих известных европейских брендов - крупнейшая европейская компания и один из мировых лидеров по производству бумаги - «grupo Portucel Soporcel» (Португалия).



С ноября 2011 года среди клиентов «СТАРЛЕСС» началась акция, по окончании которой представители компаний, показавшие лучшие продажи по бумагам **NAVIGATOR** и **DISCOVERY**, будут награждены поездкой в Португалию с посещением завода по производству бумаги. Стоит отметить, что собственные эвкалиптовые плантации «grupo Portucel Soporcel» составляют 4% от площади Португалии, а весь процесс производства от выращивания деревьев до упаковки увлечет любого посетителя завода!

«СТАРЛЕСС» рекомендует всем убедиться в высоком качестве португальской бумаги и приглашает желающих присоединиться к акции, в результате которой есть реальный шанс посетить Португалию!

**DISCOVERY** – новый стандарт офисной бумаги класса В+!

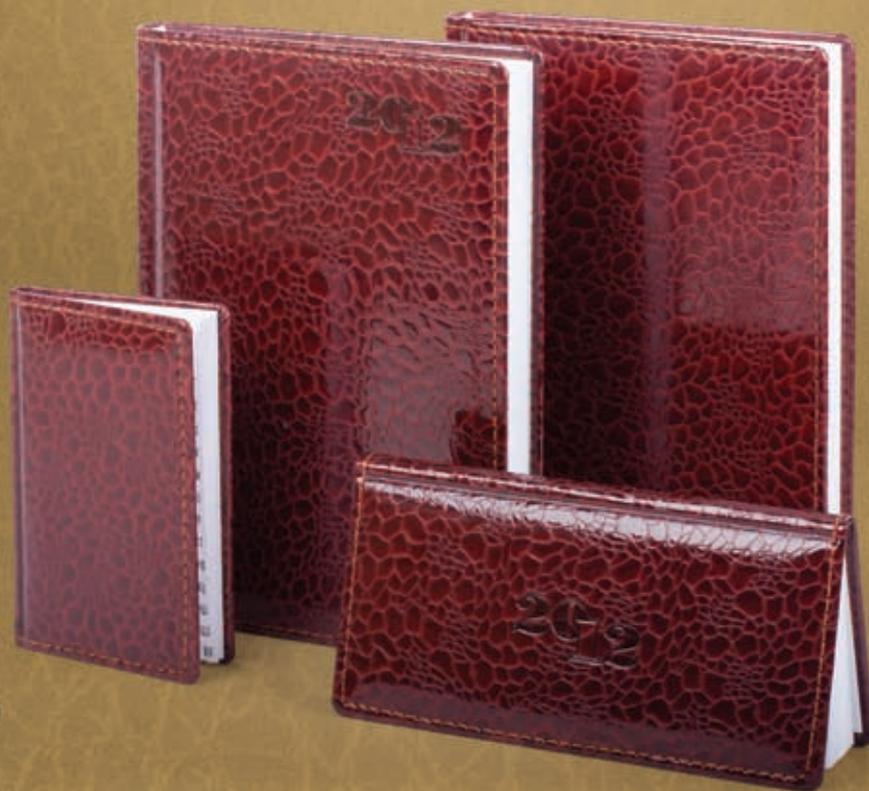
- ✓ специальная формула превосходит качество бумаг плотностью 80 г/м<sup>2</sup>
- ✓ обеспечивает эффективную бесперебойную работу
- ✓ экологичная

АКЦИЯ ДЛЯ ДИЛЕРОВ КОМПАНИИ СТАРЛЕСС



**Эксклюзивный дистрибьютор в России: ООО «СТАРЛЕСС ТРЕЙД»,**  
193079, г. Санкт-Петербург, Октябрьская наб., д. 104, кор. 6  
Тел.: (812) 447 66 80, 447 82 40, 335 08 79  
**WWW.STARLESS.RU**

# Лучшие коллекции деловых аксессуаров



*Galant*<sup>®</sup>

**ErichKrause**



Новинки 2012 года уже в наличии!

ведущих европейских брендов!



 **BRAUBERG**<sup>®</sup>  
BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY



**Nazareno Gabrielli**

Подробности на [www.samsonopt.ru](http://www.samsonopt.ru)

# STAFF®

МАКСИМАЛЬНАЯ НАДЕЖНОСТЬ - МАКСИМАЛЬНАЯ ВЫГОДА



# Bosch: лучше потерять деньги, чем доверие

<b>Год основания:</b>	1886
<b>Сфера деятельности:</b>	производство автомобильного и промышленного оборудования, потребительских и бытовых изделий
<b>Оборот:</b>	более 47,259 млрд. евро
<b>Число сотрудников:</b>	более 283 507
<b>Охват:</b>	более 140 стран мира
<b>Штаб-квартира:</b>	Германия, Герлинген
<b>Руководство:</b>	председатель совета директоров Франц Ференбах



# BOSCH

2011 год стал для компании Bosch юбилейным дважды: компания отметила 125 лет со дня создания и 150-летний юбилей своего основателя Роберта Боша. Но обо всем по порядку.

1861 год. В семье зажиточного и очень грамотного крестьянина Серванциуса Боша, который управлял собственной гостиницей и пивоварней в небольшом местечке Альмек неподалеку от Ульма родился одиннадцатый ребенок — Роберт Бош. Надежды отца, что сын станет священником или аптекарем, не сбылись. Роберт проявлял интерес к технике и механике. С 8 лет он начал работать помощником мастера, позже поступил на службу в инженерный батальон и стал офицером, посещал лекции в Высшей технической школе Штутгарта, основал свою знаменитую компанию и стал одним из пионеров индустриального развития.

Компания Боша появилась в Штутгарте в 1886 году. Она называлась «Мастерская точной механики и электротехники» и производила электрическое оборудование. Роберта и сотрудников его компании узнавали в Штутгарте по тому, что они ездили к клиентам на велосипедах, — довольно редкий для того времени способ передвижения работал на развитие имиджа молодой фирмы.

Роберт Бош задал очень высокую планку, поставив во главу угла качество изобретений, которые должны были улучшать повседневную жизнь потребителей. Главные ценности в своем бизнесе он провозгласил в нескольких постулатах: «Лучше потерять деньги, чем доверие клиентов!», «Продавать лучшее из лучшего!» и «Удовольствие ваших партнеров по бизнесу намного важнее минутной выгоды!». Бош проявлял чрезвычайную заботу о своих сотрудниках: в 1906 году он ввел 8-часовой рабочий день, в 1910 году рабочий день субботы сделал сокращенным. В его компании работали лучшие механики. Бош понимал, что для достижения успеха необходимо создавать разветвленную сеть представительств компании по всему миру. Первый офис Bosch за границей был открыт в 1898

году в Великобритании. В 1899 предприятия Bosch появились на французском и бельгийском рынках, с 1906 по 1911 годы офисы компании появились в США, ЮАР, Австралии и Новой Зеландии, в Китае, Бразилии и Японии.

В развитии бизнеса Роберт Бош сделал основную ставку на инновации. Компания сыграла огромную роль в развитии автомобильного рынка: начало этому направлению положило изобретение в 1897 году низковольтного магнето для автомобильных двигателей, с 1913 года началось производство системы освещения автомобилей, которая питалась от генератора или батареи, электрического стартера, сирены, стеклоочистителей, механизированных тормозов и указателей направления. Эти изобретения сделали автомобиль более удобным, комфортным и безопасным. В 1921 году была заложена основа развития первой в мире международной системы постпродажного сервисного обслуживания автомобилей. После кризиса 1926 года Бош решил усилить влияние в сегменте бытовой техники и профессионального оборудования.

В 1933 году на рынок был представлен первый холодильник BOSCH. Он был круглым и весил 80 кг. Сегодня многие производители холодильников поняли, что предложенная инженерами BOSCH цилиндрическая форма холодильной камеры теряет меньше энергии, чем прямоугольная, что позволяет сохранять свежесть продуктов в 2 раза дольше.

В 1932 году компания выпустила первый в мире электроперфоратор, а в 1946 году уже после смерти Роберта Боша — первый в мире электролобзик.

В 50-е годы прошлого века BOSCH стала лидером по производству бытовой техники, представив на суд потребителей кухонную плиту, морозильную камеру и стиральную машину. В 1965 году было начато серийное производство посудомоечных машин. В 1967 году произошло объединение компаний Robert Bosch GmbH и Siemens AG, начал выпуск телефонных аппаратов, массажеров, пылесосов и другой бытовой техники.



В 2006 году торговая марка BOSCH, по результатам опросов журнала Readers' Digest, получила номинацию «Марка доверия 2006».

Сегодня компания Bosch продолжает движение по пути внедрения инноваций. Она сосредоточилась на разработке систем энергосбережения и экологически чистом производстве, ежегодно выделяя более 100 млн. долларов на защиту окружающей среды.

В деятельности компании Bosch — 4 основных направления: автомобильные технологии, промышленные технологии, потребительские товары и строительные технологии. Компания имеет 300 отделений и региональных представительств в более чем 60 странах мира. Торговые представительства открыты в более 140 странах мира. Интенсивно развивающимися направлениями деятельности Bosch в последние годы стали упаковочная техника и солнечная энергетика.

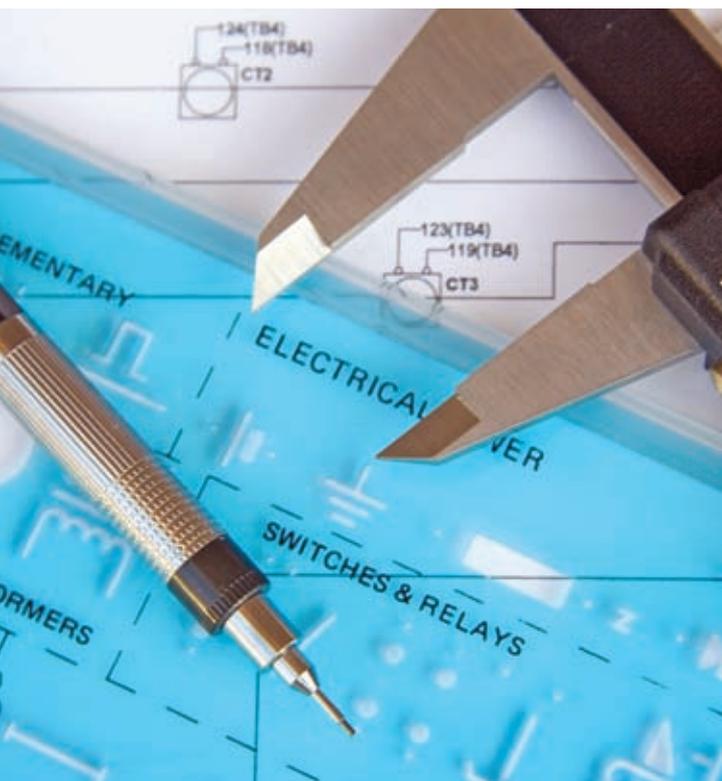
Сегодня компания ежегодно подает более 3500 патентных заявок и вкладывает более 3,5 млрд. евро в научные исследования и разработки. В этом руководство видит залог процветания и устойчивого развития в будущем. ■

# Механизм и карандаш: ожидаем рост продаж!



Текст: Александр Котляров

*В России механический карандаш стал широко распространен сравнительно недавно — его появление приходится на 90-е годы 20 века — одновременно со становлением российского канцелярского рынка. В отличие от Европы и США российский рынок в этом сегменте пока накапливает потенциал роста. Уже наметились явные тенденции к увеличению доли продаж механических карандашей, и в скором времени количество должно перейти в качество — прорыв весьма и весьма ожидаем. О специфике товарной группы «механические карандаши», о ее преимуществах и перспективах, о новинках и тенденциях пойдет речь в настоящем обзоре.*



## Путь к механике

Все началось в 1565 году, когда в Англии в графстве Камберленд был найден ранее неизвестный минерал, позднее названный графитом. Средневековые мастера оборачивали графитовый стержень тесьмой, которая сматывалась по мере его расходования при письме. Такими были первые прототипы современного карандаша. Их использовали первоначально пастухи для пометки овец.

В 1795 независимо друг от друга француз Никола Жак Конте и чех Гармут придумали технологию изготовления стержней различной твердости для карандашей. Они смешивали графит с глиной и обжигали эту смесь. Стержень укладывался между двумя деревянными дощечками. Это был уже новый этап в развитии карандаша.

В России карандаши стали известны благодаря Михаилу Васильевичу Ломоносо-

ву, который организовал их первое отечественное производство. Он ввел термин «гросс» — дюжина дюжин. Первоначально «гросс» — это норма выработки для одного мастера и его подмастерья. Современные производители исчисляют количество изготовленной продукции именно в гроссах.

Сделать деревянный корпус карандаша шестигранным предложил немец граф Лотар фон Фабер Кастел.

До появления механического карандаша оставался лишь один шаг. Казалось бы, трудно было что-либо усовершенствовать в этой незатейливой конструкции. Но нашлись люди, которые придумали, как изменить ее в лучшую сторону, сделав более удобной, а главное — экономичной. Было очевидно, что обычный деревянный карандаш необходимо постоянно затачивать. В ре-

зультате этого почти 60 процентов грифеля становилось довольно дорогим мусором. Это подтолкнуло американца Алонсо Таунсенд Кросса в 1869 году к изобретению карандаша с металлическим корпусом, внутри которого был заключен графитовый стержень. Он выдвигался по мере расходования грифеля при письме. Механизм позволял существенно экономить. Кросс в своем изобретении был не одинок.

В 1913 году мещанин из Омска по фамилии Гиндельман не зависимо от американца запатентовал «ручку для карандаша, отличающуюся тем, что для выдвигания графитового стержня, помещенного в канале, служит палец гайки».

Но, пожалуй, самым известным изобретателем механического, или, как его еще называют, «вечно острого» карандаша стал японец Токудзи Хаякава — основатель известной во всем мире компании Sharp Corporation. В 1912 году он также поместил графитовый стержень в металлический футляр, грифель же выдвигался благодаря

го карандаша, во-первых, более удобно, а во-вторых, экономически более выгодно.

### Механический или аналоговый

В России механический карандаш — товар, который в полной мере пока не воспринят потребителем, и в этом смысле ему многое предстоит.

**Маркетинг директор компании «ООО Пентел Рус» Елена Кулешова** говорит: «Исторически сложилось так, что в России механический карандаш уступает чернографитному по популярности. Это связано с традиционными предпочтениями российских покупателей и ценой, как фактором выбора продукта».

**Начальник управления продаж компании «Группа Товарищей» Наталья Матвеева** отмечает: «По объему продаж механические карандаши уступают деревянным аналогам, главным образом, из-за более высокой цены. Однако в ассортименте письменных и чертежных принадлежностей они занимают достойное место. Широкий выбор марок и

Слово «карандаш» произошло от тюркских слов «кара» — черный и «даш» («таш») — камень. В 14-16 веках в качестве орудий для письма широко использовались свинцовые палочки, которыми было возможно делать записи на бумаге. Такими инструментами рисовали великие художники Дюрер, Боттичелли, Ван Эйк.

вращению металлического корпуса. Интересно, что в Японии — в стране, где существуют многовековые традиции каллиграфии, — карандаши Хаякавы продавались крайне мало по двум основным причинам: металлический корпус был холодным и неприятным для руки и — вторая причина еще более «банальна» — карандаш Хаякавы плохо сочетался с традиционным кимоно. Зато в Европе и США продукцию ожидал головокружительный успех. Количество заказов из Европы росло в геометрической прогрессии. «Вечно острый карандаш» Хаякавы завоевал Старый Свет.

Сегодня механические карандаши пользуются в Европе и в США большим спросом, чем их деревянные аналоги. И дело здесь не только в экономии древесины и в стремлении улучшить экологию, что сейчас так модно на Западе. Европейцы давно поняли, что использование механическо-

моделей, представленных на рынке, говорит сам за себя».

В этой товарной группе традиционно выделяют 3 качественно-ценовых сегмента. Премиум-сегмент образован, главным образом, торговыми марками Faber-Kastell, Koh-i-Noor, Stabilo, Penac, Pelikan, Zebra, Pilot, Parker, BIC и некоторыми другими. В среднем сегменте наиболее популярные марки — Erich Krause и Brauberg, здесь же представлен ряд моделей Pilot, Rotring, Koh-i-Noor, INDEX, Paper Mate. В низком сегменте реселлер и потребитель имеют дело с продукцией, выпускаемой различными канцелярскими компаниями под собственными торговыми марками. При этом участники обзора отмечают, что 80 процентов товара производится в Китае и лишь 20 процентов приходится на Европу и Японию.

В каждом сегменте механические карандаши обладают вполне определенными ка-



чественными характеристиками. **Маркетолог отдела бренд-маркетинга группы компаний «Самсон» Александра Сливко** говорит: «В недорогом сегменте корпус и внутренний механизм карандаша выполнены, как правило, из пластика. Модели имеют традиционную кнопку сверху и 2-3 удерживающих грифель лепестка. Товар без всяких изысков. Минусы: пластиковая цапга со временем расшатывается и стирается, что приводит к частой поломке грифеля. В результате увеличивается его расход. При нажиме грифель часто уходит внутрь, поскольку лепестки держат его неплотно. Зона захвата ничем не обработана. При использовании таких карандашей рука быстрее устает, пальцы скользят. Но такие карандаши имеют очевидное преимущество в цене.

В карандашах более высокой ценовой категории присутствует резиновый грип. Иногда он точечный, что позволяет определенным образом массировать пальцы при письме. В последнее время стали очень популярны карандаши трехгранной формы, которые наиболее удобны и ре-





комендованы специалистами при обучении детей письму и рисованию. В карандашах среднего сегмента присутствуют разные формы корпуса, стирательная резинка лучшего качества, карандаши имеют металлическую цангу, металлический выдвижной механизм и более надежный и долговечный трехлепестковый зажим.

В моделях высокого ценового сегмента представлен, как правило, выдвижной механизм «Press and Shake» с кнопкой сбоку, может использоваться как пластик, так и металл. Узел, удерживающий грифель, состоит из 5 лепестков. Эти карандаши недешевы и подходят больше в качестве подарка, сувенира».

**Елена Кулешова (компания «ООО Пентел Рус»)** констатирует: «Преимущества автоматических карандашей — это отсутствие необходимости постоянной заточки, тонкая аккуратная линия письма постоянной толщины, наличие ластика в комплекте.

Недостаток механического карандаша при использовании детьми — более высокая цена и неумение распределять нагрузку при нажиме — дети могут порвать бумагу при сильном нажиме».

**Наталья Матвеева (компания «Группа Товарищей»)** отмечает: «Механические карандаши удобнее своих обычных деревянных коллег. Они всегда остры, всегда готовы к работе, дают предсказуемую ровную линию выбранной длины (в зависимости от толщины грифеля), с ними школьные тетрадки и

учебники выглядят аккуратно. Многие модели механических карандашей оснащены ластиками — с их помощью можно быстро убрать и исправить ошибку. Благодаря эргономичному корпусу с комфортной зоной захвата, ими удобно писать — почти так же, как ручкой. В некоторых школах первоклассники учатся чистописанию при помощи механических карандашей, только потом переходя на ручки. Перед тем, как убрать карандаш в пенал или сумку, грифель можно спрятать, поэтому даже на дне школьной сумки такой карандаш не сломается».

Но почему же при, казалось бы, вполне очевидных преимуществах механического карандаша российский потребитель упорно продолжает приобретать, главным образом, аналоговый деревянный? Основных факторов, определяющих потребительские предпочтения, два: цена, продиктованная во многом экономическими условиями жизни в стране, и менталитет, который подталкивает покупать то, что дешевле «здесь и сейчас», а не то, что окупится в перспективе. Эксперты обращают особое внимание на то, что оба фактора не являются константами, и сегодня на рынке существует тенденция к изменению потребительских предпочтений, которая кардинальным образом способна определить перевес в пользу механики.

## «Механика» в школе

Основная целевая аудитория, на которую рассчитывает большинство участников отечественного канцелярского рынка в продажах механических карандашей, — это сотрудники конструкторских бюро и студенты технических вузов, где требуют чертежи, сделанные при помощи карандаша. А как обстоят дела в школьном сегменте рынка?

**Александра Сливко (группа компаний «Самсон»)** говорит: «Механические карандаши в ассортименте занимают от 2 до 5 процентов от всех пишущих принадлежностей для школы. В школе в основном используются 2 типа карандашей: с толщиной 0,5 и 0,7 мм. Доля школьников, которые приобретают механические карандаши, пока невелика, но в последнее время постоянно и замет-

но растет. Они делают спорадические, преимущественно разовые покупки товаров этой группы. Дети часто устают от чего-то однотипного, а покупать каждый раз новый механический карандаш объективно дорого. Для школьников покупка механического карандаша, как правило, импульсивная. В школьном сегменте основная аудитория, приобретающая механические карандаши, — это учащиеся средних и старших классов, у которых в списке изучаемых предметов есть черчение».

**Наталья Матвеева («Группа Товарищей»)** отмечает: «Механические карандаши — востребованный школьный товар, уверенно набирающий популярность. При помощи такого карандаша легко провести ровную и тонкую линию в тетради, сделать аккуратную отметку в учебнике или в книге, написать черновик домашней работы. Эти карандаши не нуждаются в заточке. Благодаря запасу микрогрифелей механические карандаши всегда готовы к работе. Частота приобретения механических карандашей — от одного до нескольких раз в год. С одной стороны, это долговечный товар, а с другой, у школьников канцтовары часто теряются или ломаются. Иногда мотивом для покупки новой модели становится яркий дизайн новинки».

**Елена Кулешова (компания ООО «Пентел Рус»)** подчеркивает: «Есть группа покупателей, которые основывают свой выбор исключительно на цене. Они выберут продукты по-пате. Если родители берут с собой в магазин детей, то выбор ребенка проходит по яркому цвету, оригинальному дизайну, каким-то примочкам, отличающим этот продукт от ординарного».

Основной трудностью в продажах механических карандашей является, по мнению экспертов, то, что потребитель пока в своем большинстве не осознал, что механический карандаш выгоднее аналогового. Кроме этого, потребитель пока не всегда понимает, из чего складывается цена на те или иные модели.

**Елена Кулешова (компания «ООО Пентел Рус»)** отмечает: «Сложность продаж в незнании покупателем особенностей того или иного продукта. За счет чего форми-





**СОЧНЫЙ ОФИС**

[www.stamm.ru](http://www.stamm.ru)



руется цена, почему она выше на тот или иной продукт – на материал, который используется в их производстве. По

Существует ряд обозначений твердости грифеля, которые различаются в России, Европе и США. Мягкий грифель обозначается литерами М или В; твердый — литерами Т или Н; твердо-мягкий — литерами ТМ, НВ или F. В США используется числовая система обозначения твердости грифеля.

стикере описать невозможно. Качество корпуса, прочность грифеля, дополнительные приспособления типа боковой кнопки выдвижения грифеля, страна производства влияют на стоимость продукта. Но она аргументирована. Эти аргументы должны быть понятными и для продавца и для покупателя. Также доверие к бренду помогает осуществлению успешных продаж».

**Александра Сливко (группа компаний «Самсон»)** поясняет: «В силу сложившейся экономической ситуации в стране и определенного менталитета цена играет решающую роль при выборе товаров. Поскольку механический карандаш дороже, то потребители предпочитают деревянные карандаши. Но при регулярном затачивании обычного деревянного карандаша хватает приблизительно на полтора месяца. Механический карандаш при условии, что ребенок не рассчитывает силу нажима, еще не умеет чертить или писать, может служить порядка 3 месяцев. Его грифель легко заменить на новый. Кроме этого, деревянные карандаши постепенно дорожают, поскольку дорожает дерево — основной

цене купить новый деревянный карандаш или упаковку запасных грифелей — одинаково. Только новый карандаш покупают всего на месяц, а грифели на 3 месяца. Российский покупатель пока до конца не понимает этого. Для него очевидно то, что дешевле «здесь и сейчас», но он совершенно не задумывается о том, что, заплатив сегодня немного дороже, он сэкономит эти деньги в перспективе».

**Наталья Матвеева (компания «Группа Товарищей»)** говорит: «Механические карандаши — товар, востребованный в течение всего учебного года, поэтому они должны всегда быть в ассортименте. Однако предлагать интересные новинки правильнее всего к учебному году — с августа по сентябрь, в период наибольшего спроса на пишущие принадлежности для школы. Но даже такая небольшая сезонность предполагает необходимость планирования и заблаговременной закупки наиболее популярных моделей или новинок».

## Хорошие перспективы

Как показывает практика, российский рынок повторяет тенденции европейского, но с некоторым отставанием. Перспективы увеличения продаж механических карандашей в России эксперты связывают с тем, что в Европе они существуют уже без малого полтора века, а на отечественном рынке этот товар представлен только 2 десятилетия и еще не освоен потребителем, который только начинает понимать и видеть его преимущества. Вместе с тем, тенденция перехода к «механике» проявляется все более явно. Реселлер, который опередив время, предусмотрительно сделает ставку на механические карандаши, расширив их ассортимент, будет готов удовлетворить изменившиеся потребности рынка. Прогнозы и оценки экспертов таковы...

«В течение 3-4 лет товарная группа «механические карандаши» в России покажет ощутимый рост. Потребитель просто не может не обратить внимание на то, что использование механического карандаша выгодно для его кошелька. Понимание этого рано или поздно придет. К тому же, позитивные настроения участников рынка залог его неизбежного роста», — **констатирует Александр Сливко (группа компаний «Самсон»)**.

«Мы отмечаем нормальный стабильный рост этой товарной группы. Успешным продажам автоматических карандашей, на наш взгляд, ничего не мешает, тем более, что демографический прогноз на ближайшие годы позитивный, а значит, рынок школьной канцелярии будет только расти. Ассортимент механических карандашей должен быть разнообразным, удовлетворяющим интересам разных групп покупателей. Его основу должны составлять наиболее востребованные модели из средней ценовой категории.

На выбор потребителя, несомненно, влияет цена, дизайн и надежность той или иной модели. Можно посоветовать реселлерам не пропускать новинки, успевать с ними к началу школьного сезона и помнить о важности наличия в продаже сопутствующих товаров — микрогрифелей нужного размера», — прогнозирует **Наталья Матвеева (компания «Группа Товарищей»)**.

Тенденция перехода к «механике» отнюдь не означает, что сегмент аналоговых карандашей будет сокращаться. Вместе с тем, в сегменте механических карандашей намечались хорошие перспективы роста, который уже проявляет себя особенно в «школьный сезон».

## Выбор есть! Обзор интересных новинок

Какие модели механических карандашей наиболее востребованы? Ответ на этот вопрос не может быть однозначным, поскольку потребительская аудитория этой группы товаров весьма неоднородна: школьники, студенты вузов, офисные работники, сотрудники конструкторских бюро, дизайнеры, инженеры, художники и т. д. Задача реселлера — удовлетворить



серия материалов  
**Юный художник**



**Акварель**



**Гуашь**



**Пластилин**

**Я рисую мир**



ОАО «ГАММА»,  
г. Москва, ул. М. Семёновская, 5  
[www.artgamma.ru](http://www.artgamma.ru)  
тел. (495) 741-02-88

**гаМа**





ассортиментным предложением различных категории потребителей.

Модели низкого и среднего ценовых сегментов наиболее востребованы школьниками, студентами и офисными работниками. Они имеют самую большую потребительскую аудиторию. Особенно это касается среднего сегмента, который, по замечанию экспертов, представлен на отечественном рынке пока недостаточно широко.

Из новинок для школы в низком и среднем сегментах нельзя не заметить серии механических карандашей BRAUBERG, недавно представленные группой компаний «Самсон»: «Smart», «Track Control», «Praktik», «Tetra» и «Black Jack». Карандаши недорогих серий «Smart», «Track Control» и «Praktik» имеют пластиковый корпус и пластиковый механизм. Они улучшены тем, что их прорезиненная зона захвата не позволяет карандашу выскальзывать при письме и облегчает давление на фаланги пальцев. Это очень важно для ребенка, который только начинает осваивать орудия письма. Наличие удобной зоны захвата в большинстве случаев залог успешных занятий, на которых ребенок меньше устает и меньше отвлекается из-за боли в кисти руки.

Серию карандашей «Praktik» с диаметром грифеля 0,5 и 0,7 мм отличает грип с оригинальной насечкой

«Diamond», которая также предотвращает скольжение пальцев при письме.

Карандаши серии «Smart» выполнены в едином стиле с популярными ручками BRAUBERG «Smart» и сочетаются с ними в плане дизайна. Они имеют стильный гляцевый корпус синего цвета. Этим они и привлекательны. Плюс хорошая цена у оптовика позволит реселлеру сделать разумную наценку.

Серии среднего сегмента «Tetra» и «Black Jack» отличаются от предыдущих тем, что оснащены износостойчивым металлическим механизмом и 3-лепестковым держателем стержня. Карандаши серии «Black Jack» представлены в надежном металлическом корпусе, что значительно повышает их износостойчивость. Корпус предохраняет механизм карандаша от повреждений. Для школьников, которые носят письменные принадлежности в ранце, это особенно важно. Карандаши этой серии смотрятся очень солидно и подойдут не только для школьников, но и для менеджеров и руководителей бизнес-подразделений.

Модели серии «Tetra» имеют удобный эргономичный трехгранный корпус. Специалисты считают такой корпус наиболее подходящим как для обучающихся, так и для опытных пользователей. Исследования показали, что использование орудий письма с трехгранным корпусом значительно уменьшает усталость кисти руки во время обучения.

**Александра Сливко (группа компаний «Самсон»)** отмечает: «Группа компаний «Самсон» ввела в ассортимент механические карандаши с диаметром грифеля 0,9 мм. Такие карандаши оказались весьма востребованными для чертежников. Исследования спроса показали, что потребителям реально не хватает этой толщины. К тому же есть люди, которые пишут карандашом. Обычный карандаш быстро затупляется при письме, а механический карандаш с грифелем 0,9 мм подходит даже для тех, кто при письме сильно нажимает на бумагу. При сильном нажиме грифели 0,5 и 0,7 мм часто ломаются, а 0,9 мм подходят для письма практически идеально».

Карандаши серий «Tetra» и «Black Jack» представлены с грифелями толщиной 0,5, 0,7

и 0,9 мм. Модели BRAUBERG имеют прозрачную блистерную упаковку, которая позволяет потребителю видеть товар. На упаковке есть индивидуальный штрихкод, что удобно для продаж в магазинах свободного доступа. Описание включает все преимущества карандаша, о которых покупатель может прочитать, чтобы принять решение о покупке. Заметим, что серия «Track Control» имеет упаковку по 24 штуки. При этом индивидуальный штрихкод присутствует на корпусе каждого карандаша.

Кроме этого, разные серии отличаются индивидуальной картинкой и оригинальным дизайном упаковки. Это очень важно для организации яркой и визуально понятной выкладки. Серия «Black Jack» представлена в упаковке, которая выполнена в темных тонах с орнаментом бордового цвета. В серии «Tetra» корпус карандашей с разной толщиной грифеля имеет разные цвета: 0,5 мм — черный, 0,7 мм — синий, 0,9 — бордовый. Серии Smart и Praktik представлены в блистерной упаковке с ярким оформлением.

Все новые серии карандашей BRAUBERG объединяет улучшенная грипсовая зона и качественная стирательная резинка, расположенная под колпачком-кнопкой.

Особо отметим, что для потребителя очень привлекательны наборы BRAUBERG «Tetra», включающие механический карандаш и запасные грифели в количестве 12 штук. Наборы представлены в блистерной упаковке в 3 вариантах: с грифелями 0,5; 0,7 и 0,9 мм. Некоторые особенно запасливые потребители обязательно предпочтут приобрести набор с запасными грифелями, чем покупать их отдельно.

Также стоит обратить внимание на то, что в ассортименте группы компаний «Самсон» присутствуют запасные грифели различных диаметров и степеней твердости для механических карандашей BRAUBERG, которые позволяют реселлеру сделать привлекательное предложение для своих покупателей.

В среднем сегменте для школы интересные модели предлагает марка **Erich Krause**. Заметен на фоне остальных механический карандаш Erich Krause «Delta» в пластиковом корпусе ярко-



желтого цвета с диаметром сменного грифеля 0,5 мм. Модель отличается от других тем, что имеет сменный ластик. Яркий и сочный дизайн, несомненно, привлечет внимание школьников.

Другой интересной моделью от Erich Krause стал механический карандаш с защитой грифеля от поломки «Megapolis Concept». Модель имеет грифель диаметром 0,5 мм, противоскользкий резиновый упор для пальцев, нажимной механизм и стирательную резинку. Карандаш выполнен в эргономичном корпусе черного цвета с хромированным наконечником пишущего узла. Цанга убирается внутрь корпуса, что очень удобно для хранения на дне

тем, что внутри каждого карандаша находятся 3 стержня диаметром 0,5 мм. Марка BIC предлагает также модель «Matic Classic» с грифелем 0,7 мм в несколько измененном дизайне — в полупрозрачном корпусе с черными деталями.

Для девочек весьма привлекателен набор из 3 механических карандашей BIC «Matic» с диаметром грифеля 0,7 мм, выполненных в ярких цветах с преобладанием розовых тонов. На пластиковом корпусе карандашей помещены изображения стильной современной девочки в векторном исполнении. Карандаши представлены в прозрачном блистере, дизайн которого трудно не заметить на витрине.

Карандашом со стержнем длиной 18 см можно провести линию в 55 км или написать 45 000 слов. Известно, что грифель в механических карандашах используется не полностью: оставшиеся 10–12 мм грифеля перестают держаться в пишущем узле. Новинкой на рынке механических карандашей стала система «Zero Slider», разработанная инженерами компании Penac. Она позволяет надежно удерживать грифель, пока его длина не станет меньше 2 мм.

школьного ранца. Строгий дизайн подходит как для учащихся старших классов, так и для студентов вузов и сотрудников офиса.

Марка Erich Krause представила также набор «Megapolis Concept», который включает механический карандаш в стильном корпусе черного цвета и пенал со сменными грифелями 0,5 мм. Набор выполнен в прозрачной блистерной упаковке и удобен для размещения в магазинах свободного доступа.

Нельзя не отметить модель Erich Kraus «Tropic» с грифелем 0,5 мм. Модель оснащена защитой грифеля от поломки и сменным ластиком. Карандаш выполнен в приглушенных цветах с покрытием, напоминающим прорезиненное. Он очень приятен в руке.

В среднем качественном ценовом сегменте для школы привлекательны механические карандаши торговой марки BIC. Наиболее простая модель — «Matic Classic» в полупрозрачном пластиковом корпусе с цветным клипом и серебристыми деталями. Модель отличается не только тем, что имеет удобный шестигранный корпус, что, несомненно, привычно для российского пользователя, но и

Как для мальчиков, так и для девочек BIC представила набор из 3 механических карандашей «Matic Sofia» в более строгом нейтральном дизайне с диаметром грифеля 0,7 мм в прозрачной блистерной упаковке. Карандаши имеют вставки разных ярких цветов и по 3 стержня внутри каждого карандаша. Дизайн блистера выполнен в фирменных оранжевых цветах торговой марки BIC.

К моделям среднего ценового сегмента можно отнести и механические карандаши PILOT REX GRIP и PILOT SUPER GRIP H-185. Это более серьезные образцы, которые подойдут учащимся старших классов, а также студентам вузов и офисным работникам.

Модель PILOT REX GRIP выполнена в непрозрачном пластиковом корпусе синего цвета, оснащена удобным резиновым упором для пальцев, нажимным механизмом с кнопкой сверху и расположенной под колпачком-кнопкой стирательной резинкой. В дизайне модели ничего лишнего: все строго, стильно и надежно. К тому же карандаш представлен с самым ходовым диаметром грифеля 0,5 мм.

Модель PILOT SUPER GRIP H-185 имеет более сложный, но при этом весьма строгий дизайн: она выполнена в прозрачном пластиковом корпусе с деталями синего цвета, оснащена резиновым упором для пальцев и стирательной резинкой, которая расположена под колпачком-кнопкой. Диаметр грифеля самый ходовой 0,5 мм.

Обе модели механических карандашей PILOT представлены в упаковке-коробке по 12 штук.

К моделям высокого сегмента относятся карандаши Koh-i-Noor и Faber-Castell.

В модельном ряду Koh-i-Noor выделим цанговый карандаш Koh-i-Noor 2 мм, 5201CN с кнопкой-точилкой для грифеля, 3-лепестковым зажимом стержня диаметром 2 мм. Карандаш выполнен в ярко-оранжевом корпусе с блестящими деталями под металл и металлическим держателем-зажимом. Очень удобная модель как для старшеклассников, так и для офисных работников.

В ассортименте торговой марки Faber-Castell обращают на себя внимание две модели: GRIP-MATIC 1375 и TK-FINE EXECUTIVE.

Модель Faber-Castell GRIP-MATIC 1375 вполне подходит для школы и вуза. Карандаш выполнен в полупрозрачном пластиковом корпусе в 3 вариантах цвета: розовом, зеленом и бирюзовом. Модель имеет выдвигающуюся стирательную резинку и удобную резиновую зону захвата. Поставляется в упаковках-ассорти.

Высококачественный механический карандаш Faber-Castell TK-FINE EXECUTIVE оснащен убирающейся внутрь корпуса цангой, что защищает грифель от поломки, и выдвигающейся стирательной резинкой. Модель выполнена в фирменном корпусе зеленого цвета, имеет удобный упор для пальцев и блестящие металлизированные детали.

Обе модели механических карандашей Faber-Castell представлены с диаметром грифеля 0,5 мм.

Со всеми описанными моделями механических карандашей можно подробно ознакомиться и сделать их заказ на сайте группы компаний «Самсон» [www.samsonopt.ru](http://www.samsonopt.ru)



Чистота в каждом  
офисе!

**ЛАЙМА**®

Хозяйственные перчатки  
и гигиенические товары

[www.samsonopt.ru](http://www.samsonopt.ru)



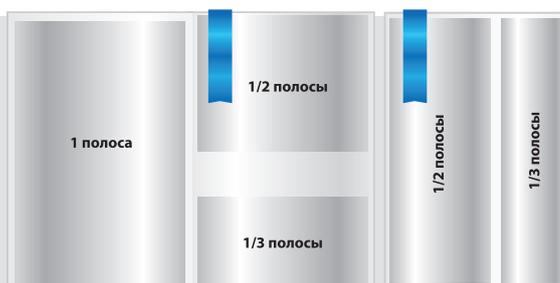
# ЖУРНАЛ КАНЦЕЛЯРИЯ

[WWW.KANZELARIA.RU](http://WWW.KANZELARIA.RU)

**САМАЯ  
ЭФФЕКТИВНАЯ  
РЕКЛАМА**

прямая адресная рассылка  
территория охвата - вся Россия

КПД - 99,9% **7000**  
экземпляров



рекламные модули

1/4 полосы (88x130) - 14 000 руб.  
1/3 полосы (58x265) - 17 000 руб.  
1/2 полосы (180x130) - 23 000 руб.  
1/1 полосы (210-297) - 40 000 руб.

реклама на обложке

1 полоса - 75 000 руб.  
2 полосы - 50 000 руб.  
3 полосы - 45 000 руб.  
4 полосы - 60 000 руб.

**Скидки от 2-х НОМЕРОВ  
РЕКЛАМНЫЕ СТАТЬИ  
70% стоимости  
рекламных модулей**

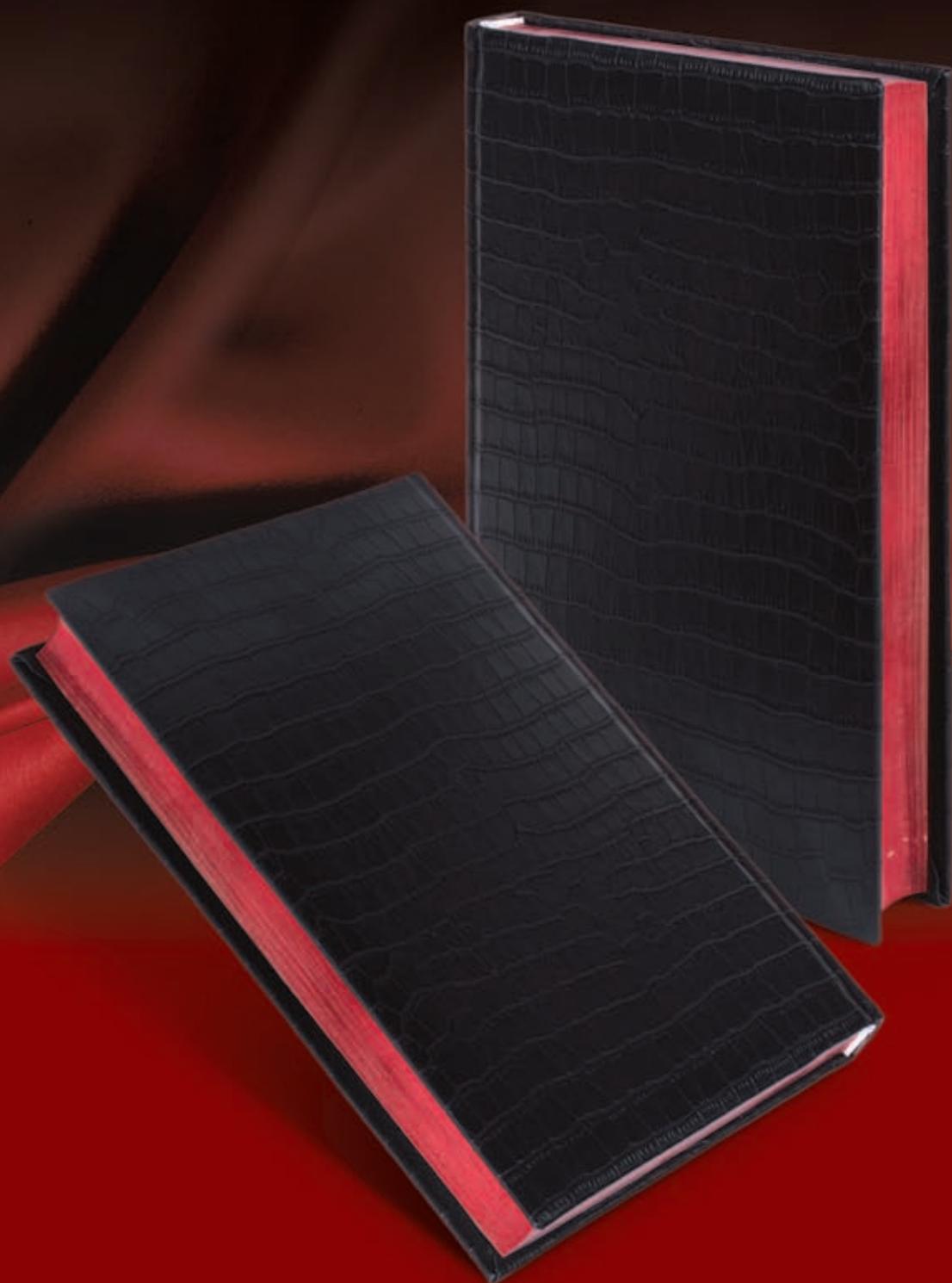


**ВКЛЮЧАЙТЕ  
В РЕКЛАМНЫЙ  
БЮДЖЕТ**

Адрес редакции: 394026, Россия, г. Воронеж  
ул. 45-й Стрелковой Дивизии, 261а  
тел. (4732) 42-59-37 e-mail: [info@kancelaria.ru](mailto:info@kancelaria.ru)

 BRAUBERG® // Коллекция ежедневников

# BLACK JACK



Лучшие коллекции ведущих европейских брендов!

 BRAUBERG®  
BRAUBERG BRANDS GmbH - GERMANY

**ErichKrause®**

*Galant®*



Nazareno Gabrielli

подробности на [www.samsonopt.ru](http://www.samsonopt.ru)

# Galant®

*Создавая имидж*



арт. 500814



4 606224 065564

*Стильный и элегантный  
подарок для коллег и  
партнеров.*



Доступны для заказа в оптовом интернет-магазине [www.samsonopt.ru/zakaz](http://www.samsonopt.ru/zakaz)