

ЖУРНАЛ

КАНЦЕЛЯРИЯ

ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА И УЧЕБЫ • ОФИСНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

апрель - май 2012

№54



Цветная бумага и картон



BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

Для воплощения творческих фантазий



**Форматы А3 и А4
Яркие, сочные цвета**

**Мелованный, глянцевый, флуоресцентный,
волшебный, двухсторонний - ЕСТЬ ВСЕ!**

Премия «КАРАНДАШ»



В период с 01.04.2012 по 30.09.2012, покупая чернографитные карандаши BRAUBERG и ПИФАГОР, Вы получаете шанс стать обладателем ценного приза! Выделяются шесть призовых мест в 3-х номинациях:

Номинация №1

«Первый среди всех» (1 призер) — планшетный компьютер;

Номинация №2

«Преследователи лидера» (2 призера) — музыкальный центр;

Номинация №3

«Бронзовые призеры» (3 призера) — цифровой фотоаппарат.

Победителями становятся те клиенты, у которых за период акции будет наибольший оборот в рублях по закупке чернографитных карандашей BRAUBERG и ПИФАГОР.



НОВАЯ АКЦИЯ

Цветные фантазии



В период с 01.05.2012 по 30.09.2012, покупая цветную бумагу и картон BRAUBERG, Вы можете получить "яркие" призы:

1 место —

зеркальная фотокамера;

2 место — видеокамера;

3 место — фотопринтер.

Победителями становятся те клиенты, у которых за период акции будет наибольший оборот в рублях по закупке цветной бумаги и картона BRAUBERG.

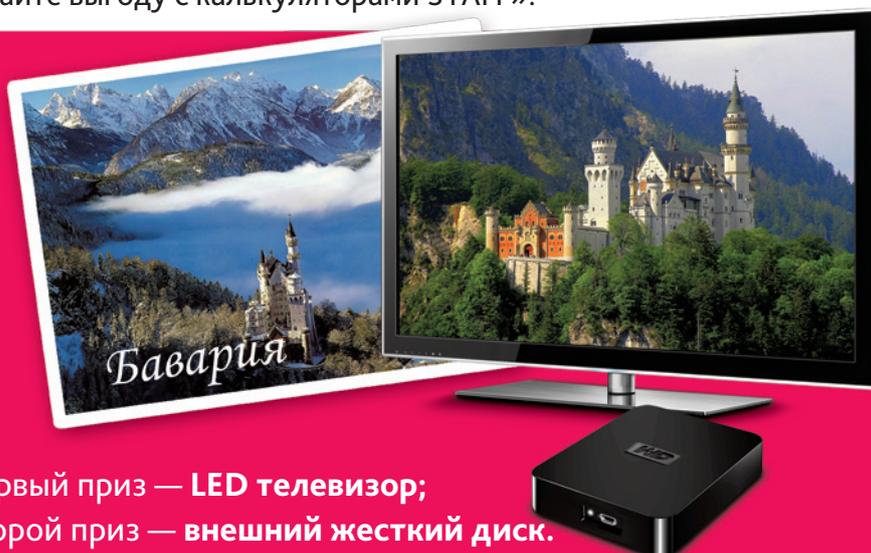


НОВАЯ АКЦИЯ

Считайте выгоду с калькуляторами STAFF®

В период с 01.04.2012 по 28.02.2013, покупая калькуляторы STAFF,
Вы становитесь участником акции «Считайте выгоду с калькуляторами STAFF».

**Главный приз акции* —
ПУТЕШЕСТВИЕ
в «сердце Европы» —
БАВАРИЮ!**



**Первый приз — LED телевизор;
Второй приз — внешний жесткий диск.**

Клиент группы компаний "Самсон", у которого будет максимальный оборот в рублях за период акции и при этом прирост оборота за период акции к аналогичному предыдущему периоду составит не менее 30%, получит **ГЛАВНЫЙ** приз. Первые два клиента в каждом филиале группы компаний "Самсон", у которых будет максимальный оборот в рублях за период акции и прирост оборота за период акции к аналогичному предыдущему периоду составит не менее 30%, получают **ПЕРВЫЙ** и **ВТОРОЙ** призы соответственно.

Для клиентов, которые не закупили ранее калькуляторы STAFF, условий по приросту не существует.

* В качестве главного приза выдается подарочный сертификат турагентства на сумму 60 000 руб.

Правильная выкладка — залог успешных продаж

С 01.04.2012 по 31.12.2012 за покупку подарочных ручек GALANT
Вы **ПОЛУЧИТЕ В ПОДАРОК** специальную витрину GALANT для выкладки товара.

Galant®



За одновременную покупку 300 подарочных ручек GALANT
(одного или нескольких видов) — **настольная витрина GALANT**.
За одновременную покупку 450 подарочных ручек GALANT
(одного или нескольких видов) — **напольная витрина GALANT**.



Спешите!!! Количество подарков ограничено.

АДРЕСА ФИЛИАЛОВ

МОСКВА

142006, г. Домодедово, микрорайон
Востряково, ул. Заборье, д. 2д, стр. 10,
тел./факс: (495) 645-83-26, 645-83-27,
e-mail: moscow@samsonopt.ru

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

196626, п. Шушары, Московское
шоссе, д.70, корп. 4, литера А,
тел./факс: (812) 456-52-45, 456-52-46,
e-mail: spb@samsonopt.ru

ВОЛГОГРАД

400032, п. Веселая балка, д. 44а,
тел./факс: (8442) 45-32-84, 45-32-85,
45-32-86,
e-mail: volgograd@samsonopt.ru

ВОРОНЕЖ

394026, ул. 45 Стрелковой дивизии,
д. 261а, тел./факс: (473) 242-58-12,
242-58-13, 242-58-14, 242-58-15,
e-mail: vrn@samsonopt.ru

КАЗАНЬ

422624 с. Столбиче, ул. Советская, д. 271
тел./факс: (843) 567-32-20, 567-32-21
e-mail: kazan@samsonopt.ru

Н. НОВГОРОД

603124, ул. Айвазовского, д. 10а,
тел./факс: (831) 274-86-30, 274-86-31,
274-86-32, 274-86-33,
e-mail: nn@samsonopt.ru

НОВОСИБИРСК

630052, шоссе Толмачевское, д. 43/1,
тел./факс: (383) 303-19-22, 303-16-95,
303-13-22, 303-18-23, 303-17-67,
e-mail: nsk@samsonopt.ru

ПЕРМЬ

614500, д. Хмели, ш. Космонавтов,
д. 330а/7, тел./факс: (342) 297-92-97,
297-98-17, 297-98-19,
e-mail: perm@samsonopt.ru

РОСТОВ-НА-ДОНУ

344112, ул. Студенческая, д. 11,
тел./факс: (863) 250-84-02, 250-84-03,
250-84-06, 250-84-07, 250-84-09,
e-mail: rostov@samsonopt.ru

САМАРА

443082, ул. Лунная, д. 1,
тел./факс: (846) 372-74-00, 372-74-01,
372-74-02, 372-74-03, 372-74-04,
e-mail: samara@samsonopt.ru

САРАТОВ

410086, ул. Буровая, д. 40,
тел./факс: (8452) 753-999,
753-833, 753-828,
e-mail: saratov@samsonopt.ru

СТАВРОПОЛЬ

355008, ул. Селекционная, д. 9/4,
тел./факс: (8652) 29-89-30,
29-89-34,
e-mail: stavropol@samsonopt.ru

УФА

450112, ул. Юбилейная, д. 21/1,
тел./факс: (347) 246-06-01, 246-06-02,
e-mail: ufa@samsonopt.ru



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

Офисная планета®

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



Каталог
ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА

Единые стандарты



Офисная планета®
товары для офиса

Комплексное обслуживание организаций по каталогу
БЕСПЛАТНАЯ ДОСТАВКА

ПОЛНЫЙ АССОРТИМЕНТ ТОВАРОВ ДЛЯ ОФИСА

- Канцтовары
- Оргтехника
- Расходные материалы
- Офисная мебель
- Бумага

ЗАКАЗ БЕСПЛАТНОГО КАТАЛОГА

Индустриальный бизнес-центр «Солнечный» 141 км от МКАД
г. Москва, 125080 Солнечный т.п., (495) 272-87-84
г. Подольск, Ленинский пр., 100-14 Солнечный т.п., (495) 248-15-82
г. Краснодар, 350000 Красная ул., (8652) 31-31-34
г. Астрахань, 380000 Астраханский т.п., (8502) 45-27-37
www.officeplanet.ru

Товары
ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА



Промо-материалы
и корпоративный стиль



Офисная планета®
товары для офиса

- канцтовары
- оргтехника
- расходные материалы
- хозяй товары
- офисная мебель

promcom-64@yandex.ru • бесплатная доставка т.: 46-02-98
пл. Свердлова, д. 69 • заказ по каталогу 46-05-99

Маркетинговая и
рекламная поддержка

Ваш собственный
Интернет-магазин
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	Новости	34	Менеджмент	51	Юбилей «САМСОН-Сибирь»
16	Товарный обзор		Рецепт успешных продаж		Белая книга
	Рынок этикеток и этикет-пистолетов		Знакомство с дилером	53	Ryman Group Ltd.
26	Выбирайте лучшее	36	Дилер корпоративной торговли	54	Школьный базар
	Бум одноразовой посуды		Событие		Цветная бумага, картон и фольга
30	Торговая марка	48	Весенняя «Скрепка»	64	Событие
	Brauberg: новинки ручек бизнес-класса				Награждение по итогам года

РЕКЛАМОДАТЕЛИ

Acco Brands	23
ErichKrause	42
MAPED	29
Paprerworld Russia	38
АЦБК	6
Гамма-Центр	12
ГАММА	57
Питер Арт Сервис	61
САМСОН 1, 2-3, 4, 7, 9, 10, 11, 13, 19, 25, 33, 41,	44-46, 50, 62, 66-68, 43, 50, 55, 65, 66-68
Сегмент	52
Старлесс	47
Хатбер	15
ХАРИС	59

ПРАЙС-ЛИСТ

НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В ЖУРНАЛЕ «КАНЦЕЛЯРИЯ»

Позиция	Стоимость, руб
обложка	
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**

№ 54, апрель-май 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

Группа компаний «Самсон» — лауреат премии «Золотая Скрепка 2012»!



13 марта 2012 года в московском «Крокус Сити Молле» прошла торжественная церемония награждения лауреатов Национальной премии рынка канцелярских и офисных товаров России «Золотая Скрепка 2012», организованная Ассоциацией Производителей и Поставщиков Канцелярских и Офисных товаров России (АПКОР).

В этом году престижной награды в номинации «Национальная компания года» удостоена группа компаний «Самсон» — критериями оценки претендентов на самую главную номинацию, как всегда, были широта охвата компании, ее репутация на рынке, рост объемов продаж, расширение ассортимента предлагаемой продукции, а также развитие компании и эффективность внедрения передовых технологий производства и продаж.

Авторитетный экспертный совет, который состоял из руководителей и ведущих специалистов крупнейших компаний, работающих на рынке офисных и канцелярских товаров нашей страны, а также пред-

ставителей специализированных СМИ, отдал свои голоса за группу компаний «Самсон», показавшую в 2011 году наилучшие результаты.

Национальная премия рынка канцелярских и офисных товаров «Золотая скрепка», организованная в 2003 году, по праву считается одной из самых престижных наград в области канцелярских и офисных товаров в России, а церемония вручения дипломов и золотых статуэток — значительное мероприятие в индустрии, участие в котором принимают крупнейшие игроки канцелярского рынка. Более того, за годы своего существования «Золотая скрепка» стала для большинства участников рынка своего рода «знаком качества» в области канцелярских и офисных товаров.

Лауреаты Национальной премии по праву гордятся полученными наградами, подтверждающими высокое качество предоставляемых товаров и услуг, позволяющими их обладателям с уверенностью заявлять о себе как о лидерах рынка канцелярских и офисных товаров России.



НОВИНКА



АРХАНГЕЛЬСКИЙ
ЦЕЛЛЮЛОЗНО-БУМАЖНЫЙ
КОМБИНАТ

- Школьные тетради 12-, 18-листные с однотонной тетрадной обложкой
- Тетради 12, 18, 24-листные с цветной обложкой на мелованной и офсетной бумаге
- Общие 48-листные тетради с цветной обложкой на мелованной бумаге

164900, Архангельская обл., г. Новодвинск, ул. Мельникова, д. 1
Тел: (81852) 63-122, 63-123, 63-197
факс: (81852) 63-279
sale@appm.ru, market@appm.ru
www.appm.ru

Новые тетради с цветной обложкой

К сезону 2012 года Архангельский ЦБК вновь приступил к производству тетрадей 12, 18, 24 и 48 листов с полнокрасочной цветной обложкой. Зеленая тетрадь, составляющая основу ассортимента тетрадного цеха АЦБК на протяжении более 50 лет, сохраняется при этом как приоритетный продукт в линейке.

Производитель позиционирует тетрадь с цветной обложкой как продукт

улучшенного эконо-сегмента, имеющий гарантированный уровень качества при минимальной цене. Внутренний блок изготавливается из писчей бумаги собственного производства. Для изготовления обложки используются простые варианты отделки и доступные по цене материалы. Линейка ярких и веселых дизайнов непровокационного характера находит одобрение у родителей и педагогов.



Коллекции тетрадей и блокнотов ПОЛИГРАФИКА

Для того чтобы Вы смогли грамотно сформировать ассортимент бумажно-беловой продукции, который будет пользоваться стабильным спросом у покупателей, необходимо отдать предпочтение товарам популярной торговой марки. Группа компаний «Самсон» предлагает Вашему вниманию интересные новинки продукции торговой марки «Полиграфика»: блокноты и тетради от 12 до 96 листов. В оформлении обложки тетрадей реализованы собственные оригинальные дизайнерские решения и задействованы работы ведущих мультипликаторов.

При разработке моделей были учтены потребности самой многочисленной группы потребителей — школьников и студентов. Все серии отличаются оригинальным оформ-

лением обложек и высоким качеством внутреннего блока. Например, «Ancient Maps» — это стильная серия, которая понравится любителям винтажного «налета» даже на тетрадях. Оригинальная ламинированная обложка украшена изображением древних карт, а внутренний блок из 48 листов представлен офсетной бумагой плотностью 60 г/м².

Среди новинок также представлены традиционные сюжеты, которые пользуются высоким спросом: животные, природа, машины, цветы.

Приемлемая стоимость новинок от «Полиграфика» позволит Вам вести выгодную ценовую политику. Это, наряду с правильно сформированным ассортиментом, является залогом успешных продаж.



Чернографитные карандаши для школы и офиса

BRAUBERG
BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

ПИФАГОР

- Цвета корпусов от классических до суперактуальных
- Наборы по 4, 6, 10, 12 штук, различной мягкости для чертежников и художников-графиков
- Разнообразие красочных упаковок

Доступны для заказа в оптовом интернет-магазине www.samsonopt.ru/zakaz



MICROSOFT Office: программные продукты для дома, бизнеса и учебы

Ассортимент группы компаний «Самсон» пополнился программными продуктами: «MICROSOFT Office для дома и бизнеса 2010» и «MICROSOFT Office для дома и учебы 2010».

«MICROSOFT Office для дома и бизнеса 2010» содержит все необходимое для поддержания связи и оперативной работы дома, в офисе или в пути.

Пакет «MICROSOFT Office для дома и учебы 2010» содержит все базовые средства, необходимые для эффективного выполнения учебных и домашних задач. Готовые к использованию шаблоны в Word и PowerPoint 2010 помогут студентам создавать

отлично оформленные домашние задания с разнообразными визуальными эффектами и функциями редактирования данных мультимедиа, способствующими более творческому выражению идей.

Коробочная версия MICROSOFT Office:

- Word 2010 — для создания и редактирования документов.
- Excel 2010 — для управления финансами.
- PowerPoint 2010 — для создания и работы с презентациями.
- OneNote 2010 — для упорядочивания заметок и других ресурсов.

Антивирусные программы: KASPERSKY, ESET NOD, DR. WEB и AVG

Ассортимент программного обеспечения группы компаний «Самсон» пополнился программами-антивирусами KASPERSKY, ESET NOD, DR. WEB и AVG. Антивирусная защита позволяет уберечь компьютер от вредоносных программ, программ-шпионов, троянов, программ принудительной рекламы. Антивирусная защита обеспечивает сохранность конфиденциальной информации, сделает работу на компьютере безопасной.

KASPERSKY антивирус — это решение базовой защиты компьютера от вредоносных программ. Продукт содержит основные инструменты для обеспечения безопасности ПК. Проверка файлов, веб-страниц, почтовых и ICQ-сообщений, блокирование ссылок на зараженные и фишинговые веб-сайты, проактивная защита, а также самозащита антивируса от попыток выключения со стороны вредоносного программного обеспечения. Регулярные и экстренные обновления — всегда актуальная защита компьютера.

Антивирус ESET NOD позволяет выявлять и обезвреживать большинство программ-шпионов, вирусов, рекламного ПО, руткитов и других интернет-угроз. Особенностью антивируса является его «легкость»: антивирус не требует много системных ресурсов для работы и может нор-

мально функционировать даже на маломощном компьютере.

Антивирусная программа DR. WEB — одна из известнейших программ в России. Антивирус имеет эвристический анализатор, который позволяет с большой долей вероятности определять тела вирусов в файлах-носителях. Программа находит и удаляет троянские программы, почтовые черви, макро-вирусы, вирусы, поражающие документы Microsoft Office, скрипт-вирусы, программы-похитители паролей, полиморфные вирусы, сетевые черви, шпионское ПО (Spyware), рекламное ПО, потенциально опасное ПО, хакерские утилиты, программы-шутки, клавиатурные шпионы, вредоносные скрипты и другие угрозы.

Антивирус AVG обеспечивает защиту в реальном времени от самых сложных современных угроз. Общение, загрузка и обмен файлами с уверенностью, игры и просмотр видео без беспокойства и прерываний. Программа осуществляет превосходную защиту и не препятствует работе пользователя. Помимо стандартных функций антивируса, обладает двумя новыми технологиями защиты. LinkScanner Search-Shield — показывает в режиме реального времени оценки уровня безопасности сайтов.

Смартфоны HTC: максимум технологий



Группа компаний «Самсон» представляет СУПЕРновинки ассортимента — смартфоны HTC One, которые еще до выхода в продажу по праву заняли одну из лидирующих позиций среди Android-устройств.

Смартфоны HTC One работают на базе ОС Android 4.0 с фирменной оболочкой HTC Sense. Аппараты оснащены быстрой камерой 8 Мп, которая делает первый снимок за 0,7 секунды, а в сочетании с функцией HDR устройства позволяют делать качественные фотографии даже в сложных условиях. Новые смартфоны могут также похвастаться мощными процессорами и хорошим звуком, который обеспечивает фирменная технология Beats Audio.

Новинки смартфонов HTC One отличаются качественным исполнением, актуальной аппаратной начинкой и тонким корпусом.



Масштабное расширение ассортимента: чернографитные карандаши BRAUBERG

Чернографитный карандаш — это простая и привычная вещь, которая обязательно присутствует на каждом офисном столе и в пенале любого школьника или студента.

Учитывая стабильно высокий спрос на высококачественные чернографитные карандаши, группа компаний «Самсон» расширила ассортимент продукции BRAUBERG 19 новыми сериями чернографитных карандашей в наборах и поштучно, которые позволят Вашим покупателям подобрать карандаш для любых нужд.

Например, серии «Smiles», «Stripes» и «Triada» станут безусловными фаворитами среди учеников школ и студентов. Карандаши изготовлены из высококачественной древесины, которая предохраняет грифель от поломки и гарантирует легкую заточку. Карандаши этих серий отличаются оригинальным дизайном корпуса. Так, круглый корпус карандашей серии «Smiles» украшен «смайликами», карандаши эргономичной трехгранной формы серии «Triada» окрашены

в розовый цвет и украшены серебристыми полосами по граням корпуса, ну а серия «Stripes» — это дерзкое сочетание черного и желтого цветов на шестигранном корпусе. Все карандаши этих серий снабжены ластиком.

Для тех, кто занимается черчением, графикой и дизайном, приятным сюрпризом станут наборы чернографитных карандашей «Fine Line» и «Black Jack». В набор «Black Jack» входят 12 заточенных шестигранных карандашей с диапазоном твердости от 2H до 4B и диаметром грифеля 2,05 мм. Специально обработанная древесина черного цвета облегчает заточку и обеспечивает сохранность высококачественного грифеля, который четко выдерживает заявленную твердость. Набор «Fine Line» включает в себя 12 заточенных шестигранных карандашей с диапазоном твердости от 5H до 5B и диаметром грифеля 2,05 мм. Древесина высокого качества обеспечивает ровную аккуратную стружку, а грифель четко выдерживает заявленную твердость.



Графические планшеты Wacom для профессионалов и любителей



Ассортимент электроники группы компаний «Самсон» пополнился графическими планшетами Wacom, которые позволяют графически отражать на компьютере изображение, воспроизводимое вручную с помощью специального пера. На сегодняшний день компания Wacom является лидером в производстве планшетов. Графические планшеты для рисования — это основная специализация компании, поэтому практически все новаторские решения и оригинальные идеи в этой области принадлежат именно этому производителю. Планшеты представляют собой полноценные инструменты графического ввода, дающие возможность воплощать самые смелые идеи самым привычным для человека способом.



КИСТИ И НАБОРЫ КИСТЕЙ

BRAUBERG
BRAUBERG BRANDS GmbH - GERMANY

ПИФАГОР

Более 50 моделей!
Высокое качество!
Доступные цены!

Заказывайте
в интернет-магазине
www.samsonopt.ru



Рюкзаки «ПИФАГОР» — лучший выбор в своем сегменте

Торговая марка «ПИФАГОР», которая уже много лет пользуется заслуженным доверием покупателей, пополнилась новой группой товаров: рюкзаками и сумками для обуви, предназначенными для учеников и учениц начальной школы.

12 ярких дизайнов для мальчиков и девочек (включая 2 вида сумок для обуви) позволят сформировать привлекательное предложение для самой широкой аудитории покупателей.

Девочкам наверняка понравится модель рюкзака «Lilu Cat». Этот легкий и удобный рюкзак из сатина предназначен для школьниц 7-10 лет. Рюкзак имеет 1 отделение и 3 кармана. Дизайн выполнен в нежных тонах и украшен ярким изображением очаровательной кошки. Модель хорошо сохраняет форму. Размер — 38x30x14 см.

Модель «Speed Race» — очевидный фаворит среди мальчишек 7-10 лет. Дизайн выполнен в контрастных черно-желтых тонах. Рюкзак изготовлен из жаккарда. Передний карман украшает оригинальное изображение гоночного автомобиля. Размер — 38x30x14 см.

Рюкзаки торговой марки «ПИФАГОР» уникальны тем, что при своей невысокой стоимости они соответствуют всем требованиям, предъявляемым к данной категории товаров. У них есть: формоустойчивая вентилируемая спинка для правильной осанки, широкие регулируемые лямки, светоотражающие элементы (на лямках, наружном кармане и на боковых карманах). Спешите сделать заказ популярного товара, чтобы в школьный сезон получить максимальную прибыль.



Оригинальные сумочки и чехлы для смартфонов

САМСОН

Сумочки и чехлы для смартфона из искусственной кожи, натуральной кожи и нубука, которые группа компаний «Самсон» рада представить Вашему вниманию, не только прекрасно защитят устройство, но и удачно дополняют образ своего владельца.

Молодежь наверняка будет в восторге от оригинальных сумочек ESSE и OKS TOYS, выполненных из искусственного нубука. Мягкий, шелковистый нубук обеспечивает приятные тактильные ощущения, поэтому такую сумочку просто не захочется выпускать из рук. Для удобства эксплу-

атации у большинства моделей есть удобный шнурок на запястье.

Образ любого мужчины выгодно подчеркнут поясные сумочки из натуральной кожи черного цвета INTERSTEP и R.BLAKE. Они надежно фиксируют телефон, предохраняя его от повреждений, однако предоставляют легкий доступ к устройству. Имеют универсальное крепление на ремень или шлевку.

Классические чехлы INTERSTEP из искусственной кожи черного и белого цветов обеспечивают оптимальную защиту смартфона и при этом являются элегантно модным аксессуаром.



Чернографитные карандаши «ПИФАГОР»



Ассортимент товаров под торговой маркой «ПИФАГОР» пополнился значительным количеством новинок чернографитных карандашей. Предлагаем Вашему вниманию разнообразие моделей (поштучно и в наборах по 4-6 штук), отличающиеся оригинальным дизайном корпуса, высоким качеством и привлекательной стоимостью.

- Твердость — HB.
- Упаковка — полибэг с европодвесом или яркая картонная коробка-дисплей.

Популярные товары для изобразительного искусства

Фантазия творческих личностей не знает границ, поэтому воплотить самые неожиданные идеи и замыслы помогут товары для художественного творчества. Группа компаний «Самсон» рада сообщить своим клиентам о значительном расширении своего ассортимента популярными товарами для художников. Предлагаем: краски масляные, акриловые, темперные, гуашевые; пастель; альбомы для акварели, пастели, эскизов; крафт-бумагу для эскизов; папки для пастели и графики; палитры; мольберты; холсты на картоне и подрамнике; мастихины; разбавители и лаки; наборы для творчества.

В новом поступлении товаров представлена продукция таких известных брендов, как «Сонет», «Ладога» и «Мастер-класс».

Для начинающих талантов и для всех, кто хотел бы попробовать себя в творчестве, правильным выбором станут холсты на картоне с контуром

и наборы для росписи по керамике «Декола».

Грунтованные холсты на картоне размером 30x40 см изготовлены по классической технологии и предназначены для работы масляными, темперными и акриловыми красками. Разнообразие сюжетов («Гавань», «Подсолнухи», «Натюрморт» и т. д.) не оставит равнодушными начинающих художников. Наличие эскиза существенно упрощает работу. Все, что требуется от автора будущего шедевра — определиться с цветовой гаммой.

В наборы «Декола» входит керамическая фигурка («Собака», «Маска» или «Кошки»), акриловые краски в количестве 6 цветов, палитра, стакан и 2 кисти. Роспись по керамике — это отличный способ проявить творческое начало, фантазию и создать неповторимый подарок собственными руками. После высыхания краски фигурки можно мыть водой.



Восковые мелки и карандаши для юных творцов



Доступны для заказа
в оптовом интернет-магазине
www.samsonopt.ru/zakaz





DoCash

Your real value



DoCash Tempo



DoCash 530



DoCash DVM mini



DoCash DVM Lite D



DoCash 430



DoCash DVM BIG D



DoCash 3050



DoCash 3100

- Детекторы валют
- Счётчики банкнот
- Темпо-кассы

Техника для вашего магазина, кафе, АЗС, бухгалтерии офиса — надежность счета, проверки подлинности и хранения банкнот.

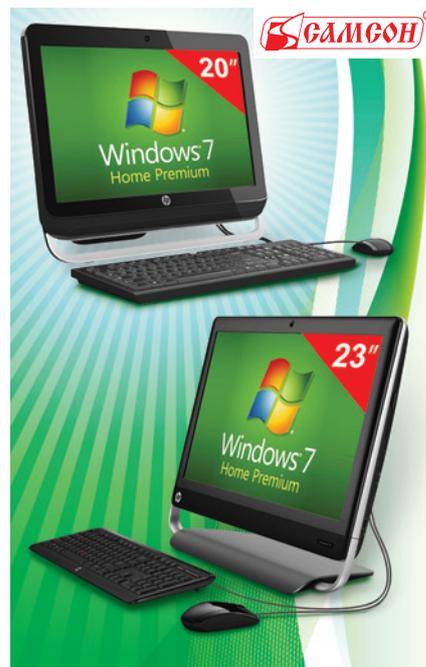
Эксклюзивный представитель **DoCash** в России — компания «Гамма-Центр».

www.gamma-center.ru
Москва, Ленинградский пр-т, 77/2, корп.4
тел. (499) 158 0044 ■ факс (499) 158 5330

www.docash.ru

Функциональные моноблоки Hewlett-Packard

Ассортимент компьютерной техники группы компаний «Самсон» пополнился моноблоками Hewlett-Packard. Компания HP является одним из лидеров данного сегмента рынка. Компактные и производительные моноблоки отлично вписываются в любой интерьер и предназначены для решения широкого круга задач. Высокая производительность, представленных в нашем ассортименте моделей, делает их замечательным выбором для офисного использования, а широкие коммуникационные возможности и наличие современной игровой видеокарты позволяют сделать моноблок полноценным домашним развлекательным центром.



Фотокамеры SONY, CANON и OLYMPUS для любых задач

Группа компаний «Самсон» рада сообщить своим клиентам о значительном расширении ассортимента цифровых фотокамер новыми моделями от SONY, CANON, OLYMPUS.

Все наши новинки рассчитаны на разные группы пользователей.

Фотокамеры CANON серии IXUS 230HS станут настоящим подарком для любителей красивых и стильных вещей. Новые модели представляют собой не только современные устройства, но и красивые аксессуары. Эти одни из самых тонких моделей с 8-кратным зумом помещены в компактный, элегантный металлический корпус черного, серебристого, пурпурного или розового цветов, достаточно маленький, чтобы устройство можно было носить в кармане.

Фотокамера CANON PowerShot SX40HS — надежный спутник путешественника. Мощный широкоугольный 35-кратный оптический зум позволяет снимать что угодно: от пейзажей и интерьерных сцен до элементов дикой природы, с максимальным приближением. Привод с ультразвуковым мото-

ром обеспечивает точное и бесшумное зумирование даже в режиме видео. Превосходные результаты системы HS в условиях низкой освещенности, видеосъемка в формате Full HD и скоростная серийная съемка делают эту камеру универсальным инструментом для любого «собиранья впечатлений».

Для тех, кто хочет приобрести надежную фотокамеру по доступной цене, отличным выбором станет модель OLYMPUS VG-150. Устройство предлагает невероятное соотношение цена/качество. Как и все камеры OLYMPUS, новинка позволяет легко и просто получить отличные фотоснимки и видеоролики. Но VG-150 выделяется не только ценой. Она оснащена сенсором с разрешением 12 Мрiх, универсальным объективом с 4х оптическим зумом (27-108 мм), и все это — в супертонком корпусе. Также она предлагает большой выбор автоматических функций, таких как i-Auto, технология коррекции теней и «Волшебные фильтры». Большой дисплей с диагональю 2,7" обеспечивает комфортное кадрирование и просмотр.



Счетчик банкнот SBM SB-1050 от компании «Гамма-Центр»

Компания SBM Co., Ltd (Корея) известна на мировом рынке как пионер в области производства 2-карманных машин. В 2003 году она первой предложила недорогое и массовое устройство для пересчета, сортировки и проверки подлинности банкнот. Сегодня ее продукцию можно увидеть не только в банках, пунктах обмена валют, автосалонах, вендинговых компаниях, гипер- и супермаркетах, но даже в магазинах с небольшим количеством касс.

Счетчик SBM SB-1050 обладает широкими функциональными возможностями. С его помощью кассир может быстро пересчитать смешанную пачку банкнот, состоящую из купюр разного достоинства. При этом на дисплее будут отображаться как общая сумма, так и данные по количеству и сумме банкнот каждого номинала. Важно также, что благодаря возможности сортировки банкнот по номиналам, лицу и ориентации SBM SB-1050 позволяет легко сформировать корешок (пачку банкнот одного номинала в 100 листов). В любом режиме работы, за исключением простого подсчета количества листов, SBM SB-1050 проводит качественную проверку подлинности банкнот по нескольким защитным признакам. При выявлении подозрительных или несоответствующих заданному параметру сортировки банкнот счетчик не останавливает работу — такие купюры автоматически направляются в карман отбраковки. В случае обнаружения сомнительной банкноты на корпусе аппарата загорается световой индикатор, а на дисплее появляется знак «CF».

Аппарат работает на трех скоростях (1000/1200/1500 банкнот/мин). В режиме простого пересчета SB-1050 обрабатывает 1500 банкнот в минуту, в режиме сортировки без детекции — 1200, в режиме сортировки банкнот с детекцией — 1000.

При подключении к аппарату двух внешних дисплеев за одной машиной могут работать сразу два оператора, что позволяет экономить рабочее пространство и не тратить деньги на покупку счетчика для второго кассира.

Модель SBM SB-1050 стандартно предлагает работу с тремя валютами — рублями, евро и долларами США. Для удобства обработки купюр различных государств в счетчике реализовано быстрое переключение валют — нажатием всего одной кнопки.

Еще одно преимущество SB-1050 – в случае выхода в обращение банкнот новых модификаций программное обеспечение счетчика может быть легко обновлено с помощью компьютера и флеш-карты через USB-порт, без применения специального дорогостоящего программатора.

Многофункциональный счетчик SBM SB-1050 — недорогое высокотехнологичное решение для пересчета, проверки подлинности и сортировки банкнот — позволит увеличить скорость и качество обслуживания клиентов, а также значительно сократить время на закрытие смены и подведение итогов дня.



 **BRAUBERG**[®]
BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

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

Новая коллекция предметных тетрадей «Хатбер-М»

Впервые в этом сезоне ассортимент пополнила продукция торговой марки Hatber-HD — это тетради премиум класса серии «Геральдика».

Внутренний тонированный блок 65 гр/кв.м., запечатанные форзацы и титульный лист, выполненные в одном стиле с обложкой, выборочный лак с эффектом пластика, конгревное тиснение и тиснение золотой фольгой — все это наполнение придает серии «Геральдика» индивидуальность и неповторимость.

Серия «Металлика» привлекает разнообразием цветового решения фактур, использованных в создании дизайнов. Имитация букв, выпиленных из металла, стала возможной в результате сочетания отделки выборочным лаком с эффектом пластика и конгревного тиснения.

Не оставит равнодушными любителей всего яркого и индивидуального серия тетрадей «Цветная». Использование сочных пантонных красок позволит этой тетради выделиться среди прочих.

В серии «Контраст» используется классический дизайн тетрадей, использующий в качестве основного изображения яркую иллюстрацию тематики предметов. Это тетрадь с полностью лакированной обложкой.

Серия «3D-OBJECT», популярная у молодежи, в этом году представлена на скобе. Наименования школьных дисциплин представлены в качестве 3D-объектов и выглядят полностью прозрачными. Создается впечатление, будто они выполнены из цветного стекла, а белый фон и выборочный УФ-лак усиливают это визуальное ощущение.

В эконо — варианте предлагаются две коллекции, пользующиеся неизменным спросом: «Зеленая» и «Джинсы». Серия «Зеленая» выдержана в консервативном строгом стиле, напоминающем классическую школьную тетрадь. Серия «Джинсы» торговой марки «Ваш Канцтоварищ» будет пользоваться популярностью у школьников-подростков.



Привлекательное предложение для Ваших покупателей

Ассортимент компьютерной техники группы компаний «Самсон» пополнился новыми полезными устройствами — планшетными компьютерами SAMSUNG и ACER.

Планшеты SAMSUNG составляют достойную конкуренцию продукции других производителей. Отличительная особенность планшетных компьютеров SAMSUNG — более компактный размер и небольшой вес. Благодаря этому планшеты SAMSUNG превратились из компью-

тера для домашнего пользования в верного спутника, которого можно повсюду носить с собой.

Планшеты ACER были созданы для того, чтобы получить максимум удовольствия от работы с мультимедийным контентом, играми и просто интернет-серфинга. Эти компактные устройства работают на базе операционной системы Android, которая позволяет решать повседневные задачи в различных приложениях и вести интернет-переписку.



Новые дневники от «Хатбер-М»

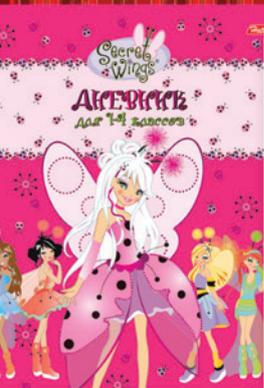
Компания «ХАТБЕР-М» представляет новую коллекцию дневников. В ней найдется дневник на любой вкус. Дизайны для девочек и девушек — нежные и романтические, для подростков — креативные и яркие, для малышей — стилизованные под любимые мультфильмы, для мальчиков — с автомобильной и спортивной тематикой. Также в коллекции много нейтральных дизайнов с домашними любимцами. Как обычно, для консервативных школ представлены дневники с классической белой обложкой и дневник российского школьника.

В ассортименте появятся дневники с новыми лицензионными продуктами, среди них «Сочи-2014» для младшей и средней школы. В оформлении обложек официальной лицензионной продукции используются узнаваемые образы — логотип Олимпийских Игр и Олимпийские талисманы, а также уже знакомые дизайны «Экипировка» и «Спорт». Героини Secret Wings появятся на дневниках для девочек в двух образах — классических принцесс и романтических фей. Лицензия Zoobles с изображением забавных фантазийных героев на ярких красочных дизайнах придется по вкусу младшим школьникам.

В этом сезоне использованы новые варианты отделки: печать на металлизированной бумаге, тиснение фольгой (голографической, цветной, золотой, серебряной). Стало возможным объединять несколько видов отделки и дополнительных опций в дизайне одного дневника. Впервые в оформлении появится объемная аппликация на крупные элементы дизайна.

В дневниках широко используются дополнительные опции-помощники: шелковая закладка-ляссе и перфорированный уголок, позволяющие школьнику быстро найти нужную страницу.



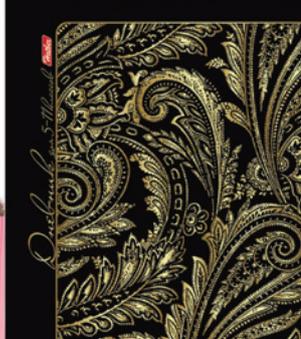
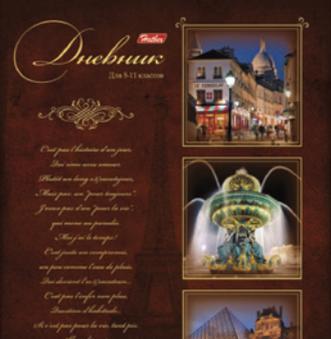
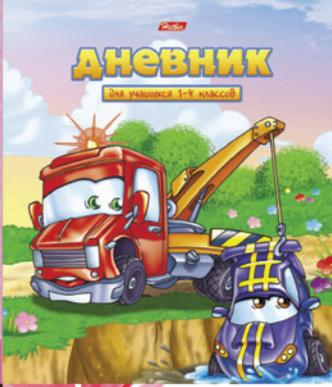
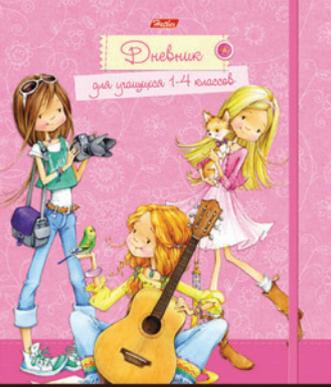
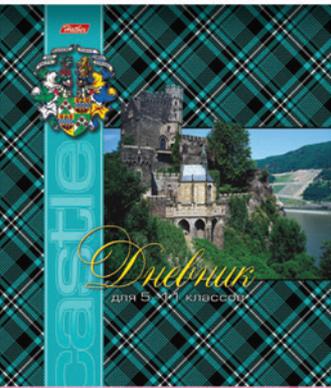
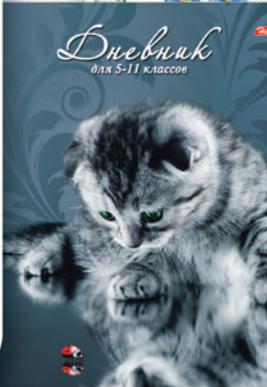
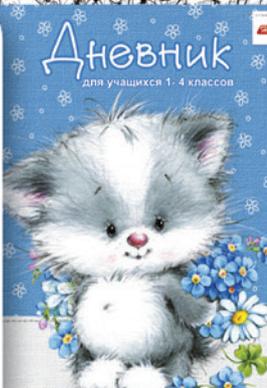


Много НОВЫХ ДНЕВНИКОВ

Hatber®

- Для начальной и старшей школы
- Для девочек и мальчиков
- В твердой, мягкой и интегральной обложке «Лайт»
- Новые виды отделки
- Комбинации разных видов отделки

(495) 925-11-08 www.hatber.ru





Текст: Александр Котляров

Искусство навешивать ярлыки

Этикетка — важный знак, носитель необходимой, главной информации о товаре. Ее значение трудно переоценить: сегодня она вместе с упаковкой заменяет продавца за прилавком, привлекая и удерживая внимание потребителя, является одним из главных стимулов к совершению покупки. Этот сегмент активно развивается. Здесь постоянно появляются новинки, которые касаются не только способов нанесения информации, но и видов и форм этикеток. Они делают акт покупки объективно более приятным. Об их прошлом, настоящем и будущем мы побеседовали с ведущими участниками этого рынка.

Ярлык на княжение

Современная этикетка прошла длительный путь развития. Ее предками были клейма, которые производители, например, вин, наносили непосредственно на глиняные сосуды. В древности, когда человечество еще не знало бумаги, ее заменяли кусочки кожи или пергамента. Поскольку население было неграмотным, в большинстве случаев на них наносили исключительно тавро, клеймо производителя — уникальный рисунок, или, как сказали бы мы сегодня, логотип. В период Средневековья клеймо было обязательным на целом ряде товаров, среди которых, прежде всего, дорогостоящие ювелирные изделия и фарфор. Интересно, что клеймо на свою продукцию обязаны были ставить даже булочники.

Слово «этикетка» было заимствовано из французского языка и обозначает «указание цены на ярлыке». В

свою очередь, слово «ярлык» на Руси в 13 – 15 веках имело иное значение, чем сегодня, — это было разрешение, выданное ханом Золотой Орды князю и наделяющее его правом возглавлять определенные территории — княжества. После победы над Золотой Ордой слово «ярлык» постепенно утратило это значение и стало употребляться исключительно в сфере торговли.

Важным в истории торговли стал 1883 год, когда была принята Парижская конвенция об охране промышленной собственности. В 1911 году было подписано Мадридское соглашение о международной регистрации товарных знаков, к которому присоединилась и Россия. С этого времени отечественная этикетка вошла в международное правовое поле и стала обязательным элементом идентификации товара.

Интересно, что ее дизайн никогда



не стоял на месте. Этому способствовала конкуренция между производителями. Этикетка не всегда была полноценной картинкой. Первоначально она содержала поля, которые производитель или продавец заполняли вручную. Это касалось, прежде всего, этикеток для вина и лекарств.

В России заметный вклад в развитие этикетки внесли великие русские художники И.Я. Билибин и М.А. Врубель. Благодаря им в конце 19 — начале 20 века она приобрела статус произведения искусства, а во время революционных потрясений стала даже средством ведения агитации и пропаганды революционных идеалов. В 30-е годы 20 века и в послевоенное время в России этикетка превратилась в носителя необходимой, главной информации о товаре: наименования товара, цены, даты изготовления, артикула, штрихкода. Эту функцию она выполняет и сегодня.

Различают этикетки для нанесения информации вручную, ленты для этикет-пистолетов и этикетки для нанесения информации при помощи струйного или лазерного принтера. Рынок предлагает продукцию различных форм, цветов и размеров для различных целей и видов упаковки. Этикетки востребованы в сфере торговли всегда, поскольку обязательны по закону. В России рынок оборудования и расходных материалов для маркировки товара уже сложился и в последние годы не обнаруживает существенных изменений.

Сегмент этикеток

В числе лидеров среди производителей и поставщиков этикеток различного формата участники обзора назвали компании APLI Paper S.A., «Синеус», «Карина», «МЭТАКС», «Рамсервис», «Бумага-Ленд» и некоторые другие.

Эксперты отмечают на российском рынке стабильно высокий спрос в любой сезон и большое разнообразие предлагаемых вариантов. Стабильность спроса обуславливается непрерывностью производственного процесса в торговых точках и в сфере логистики. При этом в годовом цикле отмечаются отдельные периоды роста количества продаж как этикеток, так и приборов для нанесения маркировки — этикет-пистолетов.

Менеджер отдела импорта группы компаний «Самсон» Антон Лебедев говорит: «Продажи этикеток растут во время увеличения торговой активности в рознице, то есть в периоды праздников — это декабрь, февраль и март, а также перед началом учебного года — в августе-сентябре».

Эта ситуация вполне закономерна и не связана со спецификой самого товара, а обусловлена общим увеличением товарооборота в различных сегментах рынка.

Кроме этого, эксперт подчеркнул,



что продажи этикеток имеют определенную особенность: важен этап включения той или иной позиции в ассортимент. Этому этапу реселлер должен уделить особое внимание, поскольку именно в этот период клиент знакомится с новинками, формируется его доверие к товару под определенной торговой маркой: «Специфика состоит в том, что важны первые продажи, когда товар только выводится на рынок, а также дальнейшее поддержание качества, чтобы у клиента не возникло разочарования в продукции под торговой маркой, которой он доверяет».

Директор по развитию бизнеса в России компании APLI Paper S.A.

Анатолий Вержбицкий, характеризует сегмент самоклеящихся этикеток, отмечает: «Если говорить об общей динамике данного сегмента, то она только положительная — это стремительный рост. Самоклеящиеся этикетки востребованы постоянно, и необходимость в них растет с каждым днем. Их используют офисы, склады, почта, магазины, типографии, рекламные агентства, производители различных товаров народного потребления и т. д. Ярко выраженной

сезонности нет, поскольку маркировка товара нужна всегда в течение всего года. И чем больше мы продвигаем этот вид продукции и учим людей ее использовать, тем больше она становится востребованной. Поэтому сезонность в данном сегменте — это для ленивых».

Продакт-менеджер компании «Бюрократ» Евгения Корзникова, говоря о самоклеящихся этикетках, констатирует: «Увеличение продаж наблюдается в «офисный сезон» в третьем и четвертом кварталах года».

Директор по продажам компании «Группа Товарищей» Наталья Матвеева отмечает, что «благодаря универсальности применения, этикетки хорошо востребованы в течение всего года. Этот товар не сезонный, в чем его несомненное преимущество».

Наталья Матвеева подчеркивает, что «традиционная ценовая сегментация в этой товарной категории вполне применима. Разница в цене между двумя крайними группами может составлять более 2,5 раз. Она определяется многими факторами, в числе которых известность марки, качество материала и клея, безопас-





ность для дорогостоящей офисной техники, сила схватывания клеевого слоя на различных поверхностях, экологичность материалов, белизна бумаги или насыщенность цвета (для цветных этикеток)».

Говоря о лидерах продаж в рассматриваемом сегменте, **Наталья Матвеева** отметила, что «среди этикеток для нанесения информации вручную наибольшим спросом пользуются универсальные — белые, прямоугольной формы, со скругленными и прямыми уголками, размещенные на листе А4, по 100 штук в упаковке. Они применяются для адресной маркировки писем, для маркировки товаров (нанесения штрихкода, аннотации), рекламной полиграфии, для систематизации документов.

Этикетки формата А4 по 1 шт. на листе — одни из самых востребованных, они используются для различных объявлений и для маркировки крупногабаритного товара.

Еще одна популярная группа — круглые этикетки для маркировки дисков».

Анатолий Вержбицкий (APLI Paper S.A.) указал, что в товарной группе самоклеящихся этикеток четко выделяются два сегмента: «Премиум-класс — это брендовая продукция с высокими требованиями к качеству: белизна, клейкость, гарантия бесперебойной работы с любыми видами и марками принтеров, программное обеспечение для

создания и печати, а также гарантия производителя, качественная упаковка, маркетинговая поддержка, очень широкий ассортимент видов, материалов и размеров. К премиум-классу пока относится продукция только иностранных производителей. Эконом-класс — это стандартный набор размеров универсальных бумажных этикеток для маркировки или почтовой рассылки. Здесь возможна меньшая белизна, плотность, более простая упаковка, отсутствие маркетинговой поддержки, но при этом более бюджетная цена».

Каждый вид этикеток имеет собственную потребительскую аудиторию. Реселлеру, который формирует ассортимент в этой товарной группе, важно иметь четкое представление о том, кто в кругу его клиентов является потребителем этой продукции: розничные магазины, логистические предприятия или офисы. Для каждой группы клиентов важно иметь широкий ассортимент востребованных ими вариантов.

Анатолий Вержбицкий (APLI Paper S.A.) подчеркнул важную особенность в продажах этой группы товаров: «Продавать этикетки не совсем просто, как может показаться на первый взгляд. Необходимо хорошо знать этот товар и уметь донести информацию о нем до потребителя. Как ни странно, многие до сих пор даже не предполагают о существова-

нии подобной продукции, продолжая использовать вырезанные бумажки, подписывать их ручкой и приклеивать клеем или клейкой лентой».

Евгения Корзникова («Бюрократ») говорит: «Наиболее популярными на российском рынке видами этикеточной продукции являются стандартные бумажные этикетки, самоклеящиеся этикетки на листах, этикетки на металлизированных материалах и этикетки с тиснением фольгой. Значимой тенденцией современного российского рынка этикеточной продукции выступает рост востребованности самоклеящихся этикеток среди потребителей. Во многом эти предпочтения связаны с высокой скоростью нанесения информации при обеспечении высокой точности и качества приклеивания. Если говорить о материале, из которого изготовлены этикетки, то их можно разделить на бумажные и полиэстерные. В зависимости от предназначения этикеток, технические характеристики материала совершенствуются для того, чтобы этикетку можно было наклеить на неровную или сильно нагревающуюся поверхность и т. д. Что же касается ценового сегментирования, то продукцию можно разделить на два вида это среднemarkинальные офисные этикетки и этикет-лента и биржевые термоэтикетки».

Наталья Матвеева («Группа Товарищей»), характеризуя ориентированность ассортимента на различные группы потребителей, указывает: «Выбирая этикетки, потребитель обращает внимание на разнообразие размеров, на совместимость со всеми видами лазерных и струйных принтеров, копировальной техники и на цену.

Ленты для этикет-пистолетов предназначены для более специализированной группы потребителей — это, в основном, склады и магазины.

Аудитория этикеток для нанесения информации вручную довольно широка — от офиса и склада до простого обывателя, поэтому эта продукция может быть представлена в более широком ассортименте и в разнообразных торговых точках — от сетевых магазинов до небольших канцелярских отделов».

Стоит добавить, что при выборе ленты для этикет-пистолетов клиент обращает внимание в первую очередь на ее размер, то есть на то, подойдет ли лента к используемому им этикет-пистолету.

Кроме размеров, немаловажную роль играет также широкий ассортимент цветов и форм. Этикетки для этикет-пистолетов бывают прямоугольной формы и в форме волны. Самоклеящиеся этикетки бывают прямоугольными, круглыми, а также в форме разнообразных геометрических фигур. Например, яркой новинкой в этом сегменте стали самоклеящиеся фигурные цветные этикетки в



Мебель для офиса

ОПТОМ

Кресла и стулья

Для персонала и руководителей
более **150** моделей



Мягкая мебель

8 коллекций различных стилей и направлений



Металлическая мебель

Более **120** позиций сейфов,
шкафов и стеллажей



Корпусная мебель

Широкий модельный ряд
мебели для персонала



Федеральный поставщик мебели для офиса



Федеральная сеть оптовых складов.
Регулярная доставка маршрутами по России.

оптовый интернет-магазин
www.samsonopt.ru/zakaz



Анатолий Вержицкий
(«APLI Paper S.A.»)



Евгения Корзникова
(«Бюрократ»)



Карина Мартиросова
(«Карина»)



Наталья Матвеева
(«Группа Товарищей»)



Антон Лебедев
(«Самсон»)

форме золотистых и серебристых звезд, представленные под торговой маркой APLI. Очевидно, что подобная продукция будет иметь успех как у предприятий торговли, так и в офисной сфере и даже у конечных потребителей. Она вполне способна заинтересовать школьников, которые используют ее в качестве украшений и аппликаций. Цвет этикеток также значим для маркировки различных групп товаров и служит задачам их классификации и распределения.

При этом в рассматриваемом сегменте отмечается множество новинок и интересных решений. В кругу новинок эксперты указали на распространение прозрачных самоклеящихся этикеток, информация на которые наносится при помощи лазерного или струйного принтера. Ярким примером такой продукции можно назвать этикетки торговой марки APLI, которые позволяют быстро и качественно подготовить наклейки или регистрационные номера. Прозрачная этикетка сливается с поверхностью товара или упаковки — и создается иллюзия, что маркировка нанесена непосредственно на поверхность изделия. Появляется также продукция, выполненная в форме различных геометрических фигур.

Анатолий Вержицкий (APLI Paper S.A.) говорит: «Что касается сегмента «эконом», а это, как правило, продукция отечественных производителей, то новинок здесь не появляется, поскольку это обычные белые универсальные этикетки. В сегменте «премиум» новинки есть и будут. Компания APLI предлагает потребителям золотые, серебряные и идеально прозрачные глянцевые полиэстерные этикетки для струйных принтеров с фотокачеством печати, а также специальные: цветные, флуоресцентные, полиэстерные всепогодные, металлизированные для маркировки технических данных, самоламинирующиеся, этикетки-пломбы, этикетки-бейджи».

Наталья Матвеева («Группа Товарищей») говорит: «Новинок много. Это новые размеры, новые формы, новые цвета и материалы.



Производители предлагают продукцию из разных видов бумаги, из полимерных материалов, устойчивых к атмосферным воздействиям; прозрачные этикетки, практически сливающиеся с фоном, на который они наклеены; этикетки из металлизированной бумаги. Однако самыми востребованными по-прежнему остаются прямоугольные белые этикетки, помещенные в разных количествах на листах А4 формата».

Важным моментом при выборе продукции являются ее свойства, на которые стоит обратить особое внимание потребителя. Одни этикетки предназначены для струйной печати, другие могут использоваться в лазерных и струйных принтерах. Бывают всепогодные варианты — они не боятся сырости и особенно актуальны для складских предприятий и фирм, занимающихся перевозками товаров, а также для маркировки товаров, хранящихся в условиях повышенной влажности — это касается, прежде всего, маркировки упаковок в пищевом производстве. В зависимости от состава клеевого слоя этикетки бывают удаляемые и не удаляемые.

Задача реселлера — следить за появляющимися на рынке новинками и постоянно пополнять ими свой ассортимент.



Вместо продавца

В сфере торговли этикетка вместе с упаковкой выполняет функцию «продавца» товара. Эта важнейшая функция требует некоторого пояснения. В период, когда гипермаркеты и магазины самообслуживания еще не были широко распространены, за прилавком всегда находился продавец, который мог рассказать о представленном на витрине товаре и обратить на него внимание покупателя. В условиях магазинов свободного доступа и при отсутствии продавца в борьбу за внимание потребителя вступают упаковка и этикетка товара, выложенного на витрине. При этом первая должна быть максимально привлекательной, а вторая — достаточно информативной. Таким образом, акт продажи становится обезличенным, товары борются за потребителя сами, а упаковка и этикетка выступают в качестве орудий такой борьбы.

В условиях товарных складов этикетка — необходимый атрибут идентификации и систематизации товара. В связи с автоматизацией процессов маркировки все чаще в руках работников склада оказывается этикет-пистолет с заправленной в него лентой.

Директор компании «Карина» Карина Мартиросова рассказывает: «Спрос на этикетку набирает обороты, это связано с автоматизацией торговли и производства. Выбор этикетки зависит от наличия конкретной информации на ней. Кому-то нужен просто «ценник», кто-то проставляет дату изготовления, если это продукты питания или же необходимо указать артикул товара и цену, а иногда и все три варианта. Если товар в магазине, к примеру, делится на какие-то группы, то используют различные цвета этикетки для маркировки каждой группы отдельно. Также сейчас стало популярным печатать этикетку с препринтом фирменного логотипа. Он наносится при производстве этикет-ленты, а затем уже этикет-пистолетом выставляется дата/цена/наименование/артикул. Такую продукцию мы делаем на заказ от производителя. Это помогает избежать таких проблем, как переклеивание этики, перебивание сроков изготовления и сроков годности товара.

Но самое главное в рассматриваемом сегменте — это соблюдение законодательства относительно требований к информации о товаре. У нас действуют Закон «О защите прав потребителей», Гражданский Кодекс Российской Федерации и Постановление Правительства РФ №55 от 19.01.1998 г., где четко прописаны требования к маркировке продукции. Выдержка из Постановления Правительства РФ №55: «Продавец обязан обеспечить наличие единообразных и четко оформленных ценников на реализуемые товары...».



К сожалению, у нас в стране не в полной мере соблюдаются все эти нормы. Магазины часто используют просто штрихкод, информацию по которому может считать только продавец. При этом в одной средней европейской стране, где строго соблюдается законодательство относительно маркировки всей продукции, спрос на этикетку в десятки (без преувеличения) раз выше, чем на всем российском рынке. Таким образом, надо стремиться к достижению соблюдения всех законов продавцами, тогда и сегмент этикетки будет отмечен еще большим ростом».

Этикет-пистолеты

Сегмент оборудования для нанесения маркировки и информации о товаре, как отмечают участники обзора, весьма популярен и перспективен. Автоматизация маркировки связана главным образом с использованием этикет-пистолетов, или, как их еще называют, аппликаторов этикеток. Рост спроса на этикет-пистолеты и на расходные материалы к ним зависит от увеличения объемов товарооборота в различных сферах торговли и производства и от необходимости маркировать большие партии товара.

Печать этикеток малыми тиражами невыгодна, использовать самоклея-

щиеся этикетки, записывая информацию о товаре на них вручную, — долго, а указывать данные о товаре продавцу предписано законодательством. Как сделать это быстро, например, необученному сотруднику? На помощь приходят этикет-пистолеты.

Эксперты отмечают важную особенность, которую необходимо учитывать реселлеру при формировании ассортимента и продажах этикет-пистолетов.

«Данный товар имеет довольно конкретную специализацию и не является предметом массового спроса. Аудиторию его потребителей составляют торговые организации, розничные магазины и склады, где есть необходимость маркировки или перемаркировки большого количества товара. Этот товар интересен в первую очередь тем, кто занимается обслуживанием корпоративных клиентов — предприятий торговли. Продажи этикет-пистолетов имеют важную особенность: выводя новые модели на рынок и включая новинки в ассортимент, реселлер должен быть уверенным в том, что он предлагает действительно качественный товар, который понравится клиенту. Важно, чтобы у него впоследствии не возникло негативного восприятия товара именно под той торговой маркой,





на которую он обратит внимание, приобретая этикет-пистолет», — говорит **Антон Лебедев (группа компаний «Самсон»)**.

Карина Мартиросова (компания «Карина») отмечает: «За последние 2-3 года наблюдается рост интереса к этикет-пистолетам со стороны крупных торговых сетей, пищевого производства, автоматизированных торговых предприятий, а также швейной промышленности. Современному покупателю также очень важно видеть маленькую яркую этикетку на единице товара с ценой или датой изготовления, а не наклейку со штрихкодом и другой информацией. Этикетка является своего рода гарантией, что товар стоит именно столько, сколько на ней указано».

Эксперты подчеркивают, что наиболее заметна на российском рынке продукция итальянских, а также корейских производителей этикет-пистолетов, среди которых стоит выделить марки Open Data, JOLLY, SKY, EVO, MOTEX.

Хорошо зарекомендовала себя появившаяся в сегменте оборудования для маркировки торговая марка BRAUBERG. Она предложила линейку этикет-пистолетов из качественного пластика, выдерживающего низкие температурные условия и интен-

сивную эксплуатацию. Все модели BRAUBERG снабжены красящими роликами, не смазывающими чернила при печати. В широком ассортименте представлены модели с различными размерами ленты прямоугольной и волнистой формы. При этом оптовик — группа компаний «Самсон» — обеспечивает наличие ленты различных размеров и красящих роликов для предлагаемых этикет-пистолетов, что, с точки зрения клиентов, несомненно, удобно. Еще один плюс новинок — весьма демократичные цены, позволяющие реселлерам сделать на товар хорошую наценку.

Антон Лебедев (группа компаний «Самсон»), говоря об этикетках для этикет-пистолетов, отметил, что «наилучшим спросом пользуются волнистые этикетки 22 x 12 мм и прямоугольные 21 x 12 мм белого цвета. Специфика конкуренции в этом сегменте заключается в том, что данный товар — это расходник, и от того, есть он или нет его в наличии у дистрибьютора, зависит очень многое».

Это значит, что в конкурентной борьбе одержит победу тот реселлер, который сможет обеспечить постоянное наличие расходных материалов для этикет-пистолетов — этикеток необходимого размера и красящих роликов для предлагаемых моделей.



Компании стараются вводить в ассортимент этот товар, поскольку спрос на него постоянно растет. **Анатолий Вержицкий (APLI Paper S.A.)** рассказывает: «Не так давно, в конце 2010 года в нашем ассортименте появились и этикет-пистолеты под маркой APLI. В настоящий момент это два вида пистолетов: однострочный (8 знаков) и двухстрочный (10 знаков). Однострочные пистолеты используют этикетки 21x12 мм, а двухстрочные 26x16 мм. Присутствуют и красящие ролики для этикет-пистолетов. Благодаря хорошему качеству и невысокой цене, этикет-пистолеты APLI довольно быстро заработали свою популярность».

Доля китайской продукции по-прежнему в данном сегменте незначительна.

Карина Мартиросова (компания «Карина») говорит: «Лидером в области производства этикет-пистолетов и прочего оборудования для маркировки можно назвать итальянскую компанию OPEN Data. Ее продукция пользуется успехом во всем мире, не только на российском рынке. Компанией представлены такие бренды как OPEN, JOLLY, SKY, EVO.

Этикет-пистолеты производства компании OPEN Data можно разделить на две ценовые категории: более экономичные варианты — серии JOLLY и SKY, сделанные полностью из пластика, что уменьшает их себестоимость примерно на 40%; и серии OPEN и EVO с более прочным и долговечным механизмом из металлических деталей. Они могут использоваться до десяти лет. Наибольшей популярностью пользуются модели JOLLY и SKY. Они хорошего качества и демократичные по ценам. Недавно появилась новинка — Evolution (EVO). Это последняя разработка итальянцев. Теперь этикет-пистолет управляется намного удобней, у него приятная на ощупь ручка, обтекаемый красивый дизайн».

Говоря о сегментации рынка этикет-пистолетов, **Антон Лебедев (группа компаний «Самсон»)**, замечает: «Данный товар достаточно сильно востребован в розничной торговле, а также на складах самого разного профиля и размера для маркировки и перемаркировки товаров. В рамках товарной группы можно выделить три ценовых сегмента.

Первый — это дешевая продукция китайского производства. Как правило, это товары низкого качества, изготовленные из вторичного сырья, что приводит к частым поломкам и в результате большому проценту брака.

Второй — это также модели китайского производства, которые выполнены из высококачественных материалов на крупных китайских фабриках под непосредственным контролем заказчика, что обеспечивает потребителю высочайшее качество и доступную привлекательную цену.

ИЗМУЧИЛИСЬ

с переплетом документов?

3

QuickSteps

...к созданию прекрасного переплета



1
Выберите
подходящую
пружину
ProComb



2
Выверните
пружину
ProComb по
стрелке



3
Переплетите
быстро и легко
с пружиной
ProComb

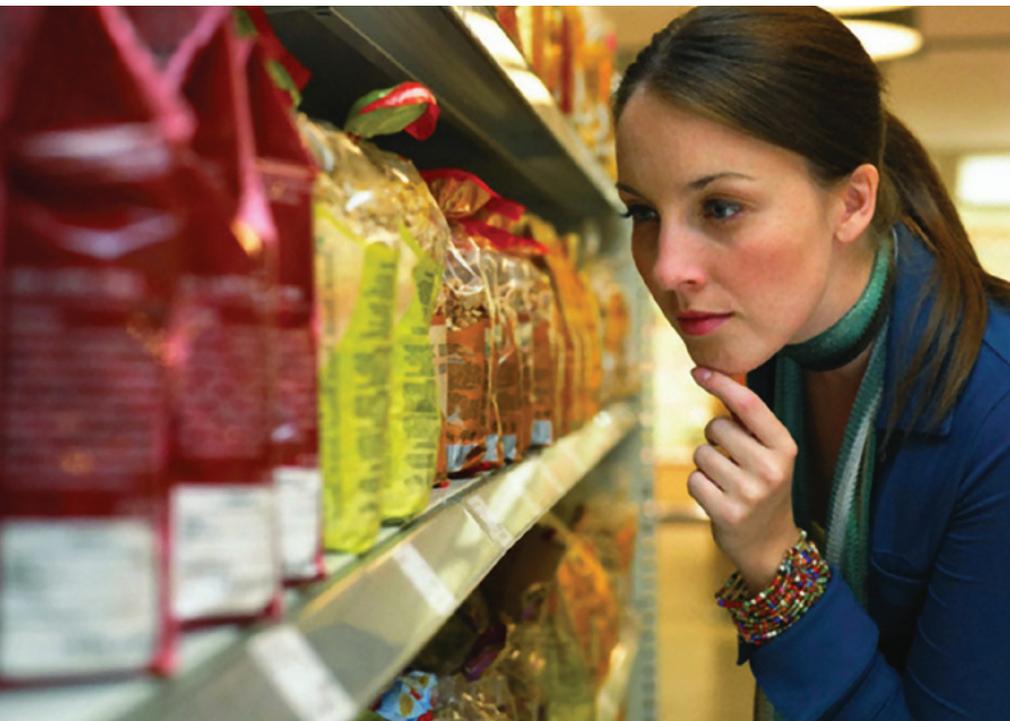


Уникальная система QuickStep от GBC избавит Вас от проблем с переплетом документов. Позволяя новичкам и экспертам в этой области повысить продуктивность и достигать прекрасных результатов каждый раз.



Переплет GBC: простой, интуитивный, продуктивный

www.gbceurope.com



Третий сегмент — это очень дорогая продукция итальянского или корейского производства. У данного товара есть один недостаток для российского рынка — обладая качеством, сопоставимым с товарами среднего ценового сегмента, они обладают очень высокой ценой».

При этом эксперты отметили, что круг оптовых канцелярских компаний, которые осуществляют продажи этикет-пистолетов, вполне обозрим. Компаниям в этих условиях невыгодно продавать некачественную продукцию из Китая. Клиент моментально реагирует на некачественный товар, спрос на который резко падает, несмотря на весьма привлекательные цены.

же сложность механизма — от этого зависит количество строк и знаков, которые может напечатать пистолет на поверхности этикетки — разрядность. Чем больше возможностей имеет устройство, тем оно дороже — это очевидно.

Реселлеру важно сформировать ассортимент таким образом, чтобы максимально удовлетворить потребности своих клиентов. Для этого необходимо учитывать потребительские свойства предлагаемого товара. Следует помнить, что потребитель выбирает этикет-пистолет, ориентируясь главным образом на цену и приемлемое качество. Другими решающими факторами являются

Следует знать, что если в этикет-пистолет заправить некачественную ленту, то на поверхности механизма для протяжки ленты будут оставаться частицы клея. Лента будет «залипать» и, как следствие, произойдет смещение оттиска с центральной части этикетки. Некачественная лента часто застревает, налипает на стенки механизма, мешает делать оттиски.

Среди недорогих, но качественных моделей азиатского происхождения широко популярны на российском рынке этикет-пистолеты MOTEX южно-корейской компании Motex Products Co. Они весьма демократичны по цене и функциональны, выполнены из прочного качественного пластика и оборудованы запястным ремнем. Модели удобны в обслуживании: красящий ролик и этикет-лента легко заменить и заправить.

Говоря о продукции в различных ценовых сегментах, эксперты отмечают, что на цену этикет-пистолета огромное влияние оказывают несколько факторов: качество пластика и его литья, качество сборки самого пистолета и его механизма, что, несомненно, влияет на простоту использования и срок его службы, а так-

же функциональные возможности различных моделей, которые должны отвечать потребностям клиента.

Потребитель в большинстве случаев хорошо представляет себе, для каких целей он приобретает этикет-пистолет. В частности он руководствуется необходимостью наносить на этикетку определенный объем информации, который выражается в количестве символов (букв, цифр, специальных знаков) и строк, оказывающихся на ней. Этот объем информации бывает разным. Поэтому реселлеру для удовлетворения потребностей различных клиентов важно включать в ассортимент однострочные, двустрочные и даже трехстрочные этикет-пистолеты. Следует знать, что разными могут быть также толщина линии и величина символов.

Важно также обеспечить постоянное наличие расходных материалов к предлагаемым моделям этикет-пистолетов. Такими материалами являются этикет-ленты определенного размера, подходящего только для предлагаемых моделей, а также красящие ролики. Разными клиентами востребованы этикет-ленты различных размеров, поэтому их ассортимент необходимо постоянно расширять.

О тенденциях и перспективах

Участники обзора подчеркнули, что производство этикеток — одна из самых перспективных отраслей во всем мире. В последние два десятилетия в этом сегменте отмечается значительный рост.

Евгения Корзникова (компания «Бюрократ») отмечает, что «крупнейшими потребителями этикеток во всем мире являются страны Европы и Северной Америки. Страны Азии, Восточной Европы и Латинской Америки — лидируют по производству этикеток, поскольку здесь размещают свои предприятия ведущие мировые производители этой продукции».

Сегодня сегмент этикеток в России активно развивающийся и перспективный. Эксперты выделили в нем несколько наиболее заметных тенденций. Первая — высокая конкуренция в ценовом сегменте «эконом», вторая — растущая популярность использования самоклеящихся этикеток, информация на которые наносится при помощи принтера, третья — стремление потребителя приобретать качественный брендованный товар. При этом эксперты указали, что сегодня темпы роста мирового производства этикетки существенно опережают ее потребление, но Россия по этому параметру пока отстает от стран Европы и Северной Америки и в этом отношении является весьма перспективным рынком, обнаруживающим хороший потенциал.

Сегмент этикет-пистолетов также характеризуется несколькими тенденциями: постоянно увеличивающимся спросом на этикет-пистолеты и расходные материалы к ним, вниманием к брендованной продукции, постоянно растущим спросом как со стороны оптовых канцелярских компаний, так и со стороны корпоративных клиентов. Увеличение спроса напрямую зависит от увеличения объемов товаров, маркировку которых требуется автоматизировать.

Очевидно, что оба сегмента тесно связаны и развиваются одновременно с ростом таких сфер бизнеса, как торговля, логистика, офисная сфера и рекламный рынок. Именно поэтому перспективы сегмента этикеток напрямую зависят от состояния экономики в различных отраслях и главным образом в сфере торговли.

Новинка!

BRAUBERG[®]
BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

МОБИЛЬНЫЕ профессионалы

- Деловые сумки для документов и ноутбуков
- Бизнес-рюкзаки
- Сумки-пилоты
- Кейсы-пилоты
- Сумки-планшеты



Демократичный стиль.
Немецкое качество.
Справедливая цена.

Множество карманов и отделений, крепкие ручки и ремни, надежные замки и удобные формы - все это обеспечивает комфорт Вам и Вашим вещам в поездке.



www.brauberg.com

ЛАЙМА

— пластиковый
«бестселлер»,
или бум одноразовой посуды



Текст: Мария ТАРАСЕНКО



Рожденные в СССР наверняка помнят автоматы с «газированной», оборудованные устройством для мытья граненого стакана и снабженные, собственно, этим стаканом, из которого в течение дня пили сотни жаждущих. Ужас! — подумает нынешний читатель и будет прав. Сегодня вряд ли кому-то придет в голову подобная идея, поскольку мир заполонила посуда, предназначенная для безопасного одноразового использования. И это гениальное изобретение человечества избавило нас от многих проблем. Впрочем, обо всем по порядку.

Первый в мире пластиковый одноразовый стаканчик был выпущен в конце 50-х годов прошлого века американцем Уильямом Дартом. Вслед за стаканчиком появились тарелки, вилки, ложки и многое другое, а чуть позднее г-н Дарт создал собственную компанию Dart Container Corporation, которая сегодня контролирует треть рынка одноразовой посуды и упаковки в США.

Так начался бум пластиковой одноразовой посуды, в общем-то, не прекращающийся и по сей день. И это понятно — такую посуду от любой другой отличает масса преимуществ: она не бьется в отличие от керамической или стеклянной, а также значительно дешевле фарфоровой или металлической и намного легче их по весу. Именно поэтому незаменима при организации фуршета в офисе, необходима для пикника в походе, пригодится в любой поездке, а также это отличный вариант при проведении детских праздников с точки зрения безопасности самих детей, не говоря уже о предприятиях быстрого питания, где без одноразовой посуды на корню «погибла» бы идея самого «фаст-фуда».

Кстати, о системе быстрого питания — именно ее появление в нашей стране способствовало популяризации одноразовой посуды, и то «с отрывом» от Запада на несколько десятков лет. Активный рост рынка одноразовой посуды в России пришелся на 1993-1994 год, тем не менее, лишь в середине 90-х начала выпускаться отечественная продукция, которая соответствовала европейскому уровню качества. Впрочем, до кризиса 1998 года российское производство одноразовой пластиковой посуды развивалось довольно медленно и импорт занимал до 80% рынка.

Какое отношение эта информация имеет к операторам рынка товаров для офиса? Прямое и непосредственное! Посмотрим, кто является основным потребителем одноразовой посуды: это кафе, закусочные, рестораны быстрого питания, различные организации (покупающие пластиковую посуду для своих корпоративных столовых), заведения общественного питания, занимающиеся доставкой еды в офис или на дом (кейтеринг), а также оптовые компании, специализирующиеся на торговле одноразовой посудой. Не стоит забывать и о том, что во многих общественных местах сегодня установлены автоматы для приготовления кофе и кулеры, для которых также применяются одноразовые стаканы. Это офисы, санатории, спортивные учреждения, торговые центры и т. д. А это и есть корпоративные клиенты, которые наряду с бумагой, офисными принадлежностями и канцтоварами с удовольствием купят данный товар по каталогу, не тратя своего времени на поиск его у других поставщиков. Одноразовую посуду также купит и реселлер, работающий на рынке товаров для офиса и имеющий свой магазин. А там, в свою очередь, этот товар будет востребован у розничных покупателей, которые могут приобрести ее в небольших количествах для собственных нужд.

К слову, несмотря на тот факт, что в настоящее время существует большое количество производителей этой продукции, ее потенциал далеко не исчерпал себя: потребление одноразовой посуды из пластика остается высоким и растет на 10-15 процентов ежегодно.

Именно поэтому, со всей тщательностью подойдя к исследованию спроса на одноразовую посуду, группа компаний «Самсон» вывела на рынок этот востребованный товар — пластиковую посуду под собственной торговой маркой «ЛАЙМА».

В ассортименте ТМ «Лайма» есть все необходимое для успешных продаж: пластиковые одноразовые стаканчики ярких цветов (красные, зеленые, синие, желтые), а также белые и прозрачные, представленные в упаковках по 50, 100 штук, одноразовые чашки для кофе и чая стандартного бело-коричневого цвета, кристально прозрачные пластиковые рюмки, 2-х и 3-х секционные тарелки, а также десертные и суповые тарелки, лож-





ки, вилки и ножи. Производители предусмотрели и удобные наборы посуды на 6 персон, в которые включены наиболее популярные позиции товара — тарелки, стаканы, вилки и цветные салфетки.

Вся одноразовая пластиковая посуда «Лайма» изготовлена из экологически чистого полимера — полистирола и полипропилена. Удобная и безопасная пластиковая посуда не только отличается высоким качеством, прочностью и приятным внешним видом, но и обеспечивает достойные продажи во всех каналах сбыта.

Следует знать, что разброс цен на одноразовую посуду у продавцов не превышает 2-3%, и на первый план выходят потребительские свойства товара. Именно поэтому реселлеру важно выбирать качественную посуду проверенного поставщика. И только производитель пластиковой посуды — в данном случае мы говорим о торговой марке «Лайма» — сможет предоставить вам низкие закупочные цены на свою продукцию, исходя из которых на нее можно установить выгодные наценки.

А поскольку потребитель сможет оценить данный товар только после использования, тем самым, решив для себя, устраивает его данное качество или нет, главным правилом производства одноразовой продукции торговой марки «Лайма» является только самое высокое качество продукции. А это значит, что Ваш покупатель непременно вернется за «Лаймой», и не раз.

Маркировка пластиковой посуды

Понимать обозначения, нанесенные на пластиковой посуде, и внимательно читать маркировку необходимо не только тем, кто ее использует, но и тем, кто продает данный товар, чтобы грамотно проконсультировать покупателя.

Итак,



Значок «рюмка-вилка» — самый важный маркер. Он свидетельствует о пригодности пластиковой посуды для контакта с пищевыми продуктами. Если такой значок перечеркнут или отсутствует, пластиковые изделия не предназначены для пищевых продуктов.



Треугольник из 3 стрелок — знак вторичной переработки сырья, символизирующий замкнутый цикл: создание → применение → утилизация. Иными словами, посуда или упаковка, маркированная тремя стрелочками, пригодна для последующей переработки.

PP — полипропилен. Полипропилен выдерживает высокие температуры, поэтому посуду можно использовать для горячей еды и напитков.

PS — полистирол (polystyrene). Посуда из полистирола пригодна исключительно для холодных пищевых продуктов и прохладительных напитков. Посуда из полистирола не должна использоваться для горячих продуктов, горячих напитков, для разогрева еды в микроволновой печи, а также в качестве емкостей для алкогольных напитков.

Срок годности — пластиковая одноразовая посуда не имеет срока годности, но она должна быть сертифицирована. Это указывается на специальном вкладыше или на упаковке.

Важно! Одноразовую посуду следует утилизировать сразу же после первого использования — на то она и одноразовая. Некоторые считают, что ее можно применять не один, а несколько раз, тщательно вымыв. Это неверно. При длительном использовании одноразовая посуда из пластика может начать выделять вредные вещества, а значит, единожды использовав, ее следует выбросить!

Maped®

COLOR'PEPS



Мягкий и прочный грифель
Ø 2.9 мм



Эргономика
Треугольный корпус – удобнее рисовать



Легко затачивается
Не расслаивается
Сделан из американской липы

36 цветовых оттенков
Цвет указан на каждом карандаше



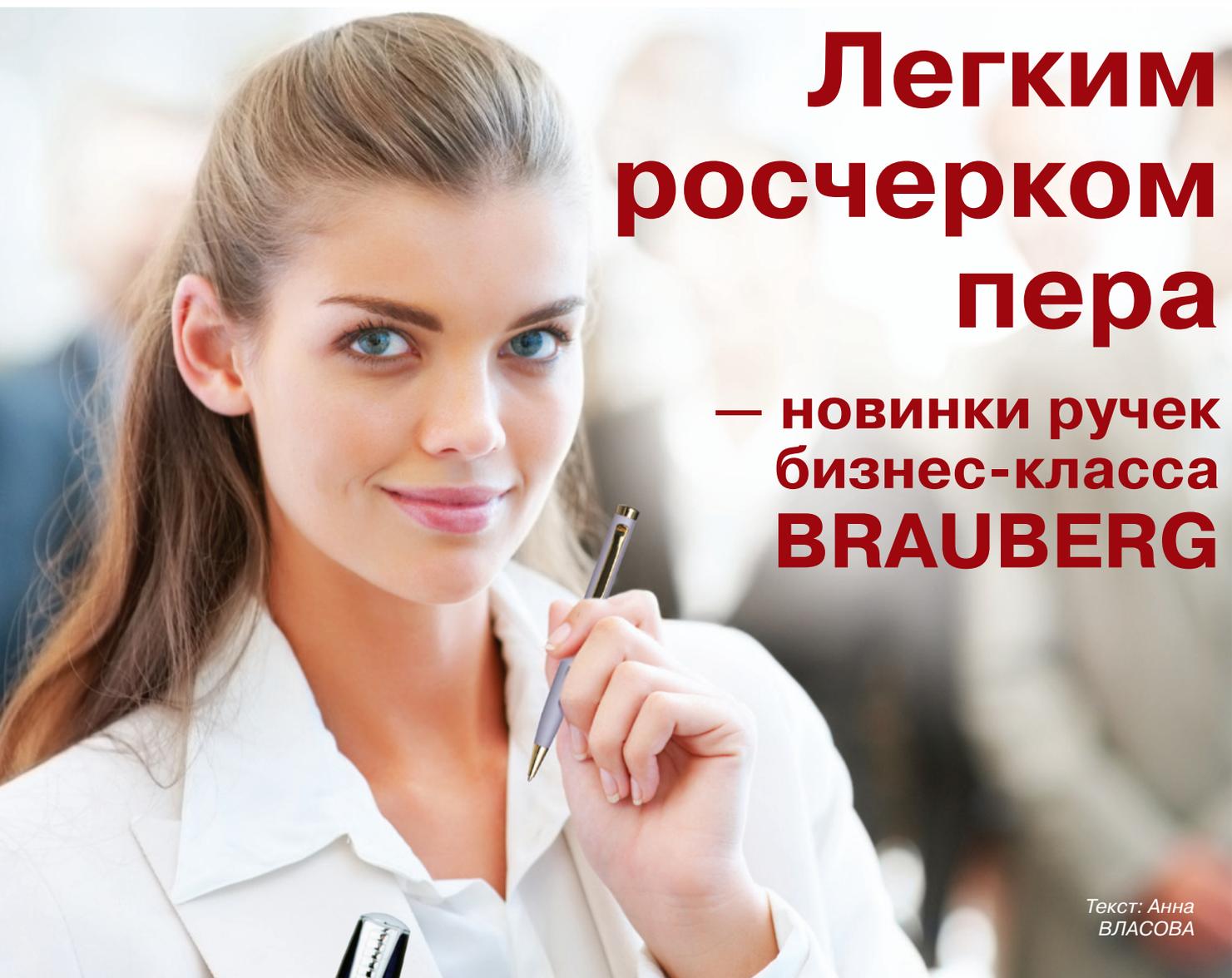
Очень яркие цвета



Легким росчерком пера

— новинки ручек
бизнес-класса
BRAUBERG

Текст: Анна
ВЛАСОВА



BRAUBERG



Что такое ручки бизнес-класса? Это письменные принадлежности, которые отличаются элегантным дизайном, качественным материалом деталей, равномерным распределением чернил по бумаге и в дополнение — стильной упаковкой, подчеркивающей привлекательность продукции. Правильно выбранные ручки бизнес-класса дополняют имидж владельца и вызывают интерес окружающих.

В новом сезоне торговая марка Brauberg представляет потребителям новинки ручек бизнес-класса, которые расположились в среднем ценовом сегменте и отвечают всем требованиям, предъявляемым к качественной продукции. Для каждой модели предусмотрены наборы запасных стержней, которые помогут составить полноценное предложение для покупателей.

Начинаем продавать

Успех продаж и получение прибыли во многом зависит от правильного понимания мотивации покупателя. При выборе ручки бизнес-класса потребители в первую очередь оценивают внешний вид. Вне зависимости от цели покупки — приобретается ли письменная принадлежность для себя или в подарок — пользователю важен дизайн, который будет соответствовать его представлениям о престиже. Сделать выбор помогает широкий ассортимент.

Мотивация для покупки ручки бизнес-класса может быть различной. Например, если ручка выбирается для собственного использования, то важны тактильные ощущения: удобный захват, мягкое скольжение пишущего узла по бумаге, ровность и толщина линии, качество чернил, тип механизма для выдвижения стержня. При такой покупке дорогая упаковка будет лишней, в отличие от приобретения ручки бизнес-класса в подарок. Стильный футляр позволит не тратить

время на дополнительный поиск упаковки: красивая коробочка со специальной подложкой для размещения ручки — отличное приложение к дорогому подарку. Цена здесь играет существенную роль. В соответствии с общепринятыми стереотипами хороший подарок не может быть дешевым. Это позволяет устанавливать более высокую наценку на деловые аксессуары.

Другое дело, если ручки выступают в качестве корпоративного сувенира. В таких случаях выбор останавливается на недорогих качественных моделях, оформленных в фирменном цвете. Основное правило для продавца — наличие товара подходящей ценовой категории в необходимом объеме или возможность организовать доставку в кратчайшие сроки.

При формировании предложения ручек бизнес-класса не стоит забывать о широкой ассортиментной линейке, ориентированной на все группы покупателей.

Для создания фирменного стиля

Разнообразие ручек бизнес-класса торговой марки Brauberg позволяет создать уникальный фирменный стиль или дополнить существующие корпоративные традиции. Для этого в ассортиментной линейке предусмотрена широкая цветовая гамма письменных принадлежностей с гармоничной отделкой золотистыми или серебристыми деталями, а также оригинальным орнаментом, украшениями и гравировкой.

Оптимальная толщина корпуса делает ручки серии Imperial («Империял») универсальными для использования. Элегантный аксессуар изящно подчеркивает вкус владельца. В дизайне отсутствуют лишние детали. Лаконичное оформление модели основано на однотонном корпусе и золотистой отделке: топ, клип, соединительная деталь и наконечник. Разнообразие в ассортименте вносит использование лакового покрытия корпуса в ручках черного (141388*), синего (141389), красного (141390) цвета и матового жемчужного покрытия (141387). Модель укомплектована синим стержнем типа Cross с толщиной письма 1 мм.

Корпус ручек бизнес-класса Brauberg изготовлен из специального металла, который обеспечивает долгий срок службы и подходит для нанесения логотипа. Персонифицированные письменные принадлежности станут отличным подарком деловым партнерам и приятным сувениром для сотрудников компании.

Элегантная серия De Luxe («Де Люкс») выполнена в наиболее популярных цветовых решениях: черный (141411), синий (141412), красный (141413) и серебристый (141414). В дизайне ручки использовано гармоничное сочетание формы и цвета. Изящность модели подчеркивает фигурный клип золотистого оттенка, соответствующий тону других деталей. Ручки бизнес-класса De Luxe призваны подчеркнуть активную жизненную позицию целеустрем-



ленной личности владельца. Серия укомплектована стержнем типа Cross с толщиной письма 1 мм.

Высокое качество письменных принадлежностей бизнес-класса Brauberg дополняет стильная черная упаковка, оформленная в традиционных цветах торговой марки. Индивидуальная коробочка защищает ручки от повреждения во время хранения и транспортировки. Кроме того, удобная упаковка обеспечивает презентабельный внешний вид товара и помогает эффектно оформить витрину.

Подчеркнуть индивидуальность

Разнообразие в цветовой гамме ручек одной серии позволяет предложить покупателям широкий выбор. Однако в некоторых ситуациях важен индивидуальный подход, вселяющий в потребителей уверенность в уникальность письменных принадлежностей.

Для индивидуальных моделей ручек бизнес-класса торговой марки Brauberg выбран традиционный черный цвет корпуса. Серия Ballet (141391) удачно дополнена в зоне захвата акриловой вставкой с абстрактным узором, имитирующим срез камня. Гармоничное сочетание нескольких цветов реализует стремление творческой личности к самовыражению. Серебристые детали ручки подчеркивают элегантность модели.

Серия Milano (141396) полностью отличается по стилю оформления. Утолщенный корпус ручки удобен для деловых мужчин. Глянцевый черный корпус украшают 3 четкие серебристые линии правильной геометрии. Отсутствие лишних деталей усиливает классический стиль и строгие пропорции модели.

Уникальные ручки бизнес-класса Brauberg призваны подчеркнуть индивидуальность владельца.



Грация бизнес-леди

Среди новинок Brauberg предусмотрены специальные серии для утонченных бизнес-леди. Шариковые ручки Delicate и Slim имеют 7 вариантов оформления. Модели отличаются тонким корпусом и незначительным весом, что обеспечивает удобное использование письменных принадлежностей. Ручки бизнес-класса укомплектованы синим стержнем типа Cross, толщина линии 1 мм.

Серии отличаются не только цветом корпуса, но и декоративной отделкой — клипом, наконечником, топом и соединительным элементом.

«Серебристая» серия Delicate включает ручки бизнес-класса черного (141399), синего (141400) и серебристого (141401) цвета. «Золотая» коллекция Slim представлена однотонным черным (141402), бордовым (141403), зеленым (141404) и золотистым (141405) корпусом.

Элегантная ручка с надежным механизмом свидетельствует о хорошем вкусе владельца. Качественное исполнение модели повышает добавочную стоимость товара, позволяя оставаться в доступной ценовой категории. Шариковые ручки серии Delicate и Slim упакованы в стильную фирменную коробку, защищающую письменные принадлежности от повреждений.

Для коллекции

При создании имиджа делового человека значительная роль отводится коллекциям бизнес-аксессуаров. Гармоничное сочетание традиционных предметов — ежедневников, планингов, визитниц, ручек — позволяет создать единую концепцию и подчеркнуть стиль владельца.

Новинки ручек Brauberg серии Sauman отлично дополняют ежедневники и визитницы, выпущенные торговой маркой в прошлом году. В основе оформления — имитация крокодиловой кожи, выраженная гравировкой на клипе ручки. Различные цветовые решения позволяют найти наиболее удачное сочетание всех предметов: Sauman Red (141408) с глянцевым корпусом красного цвета, Sauman Blue (141409) — синего и Sauman Black (141410) — черного. Все ручки оснащены синим стержнем с механизмом типа Parker.

Бумажную часть серии Sauman составляют ежедневники формата А5 и А6 с комбинированной обложкой, датированные и недатированные планинги. Дополняют коллекцию визитницы, рассчитанные на различное количество визиток.

Широкий АССОРТИМЕНТ

Значительное место в обновленном ассортименте ручек бизнес-класса отведено сериям-ассорти. Письменные принадлежности с ме-

таллическим корпусом представлены не только традиционными офисными оттенками, но и яркими цветами. Упаковка-ассорти включает все цвета, входящие в серию.

Большинство ручек поставляются в наборе — пластиковая коробка на 12 штук с прозрачной крышкой. Такой вариант удобен не только для хранения и транспортировки продукции, но и для оформления витрины. Разноцветные ручки надежно закреплены в углублениях с фиксатором, поэтому могут размещаться даже под углом.

Для некоторых ручек бизнес-класса разработана фирменная упаковка-полибэг с европодвесом. Такие модели предназначены для размещения на стойках и для продажи в магазинах свободного доступа. Для каждой ручки предусмотрен индивидуальный полибэг, в промежуточной упаковке-ассорти собраны все цвета одного артикула.

Широкий ассортимент включает письменные принадлежности с глянцевым и матовым корпусом. Автоматические ручки декорированы хромированными деталями, прорезиненными вставками, противоскользящими элементами в зоне захвата, гравировкой. Все модели укомплектованы синим стержнем с толщиной линии письма 1 мм. Дополнительное преимущество серии-ассорти — более низкая цена по сравнению с другими ручками бизнес-класса торговой марки Brauberg. Неизменно высокое качество формирует широкое предложение для покупателей всех категорий.

В дополнение

Грамотное формирование ассортимента подразумевает наличие комплектующих для представленного в магазине товара. Для ручек — это стержни. Рано или поздно чернила заканчиваются в любых письменных принадлежностях.

Большинство ручек бизнес-класса укомплектованы стержнями типа Cross. Для таких моделей в ассортименте группы компаний «Самсон» предусмотрены надежные металлические стержни с чернилами синего (170103) и черного (170156) цвета.

Шариковые стержни типа Parker представлены моделями с синими (170102) и черными (170155) чернилами.

Все стержни имеют индивидуальную фирменную упаковку с европодвесом, наиболее удобную для размещения на стендах и для продажи в магазинах свободного доступа.

Подробнее ознакомиться с новинками ручек бизнес-класса Brauberg можно на сайте www.samsonopt.ru.

*коды, указанные в статье, соответствуют кодам для заказа продукции в группе компаний «Самсон».

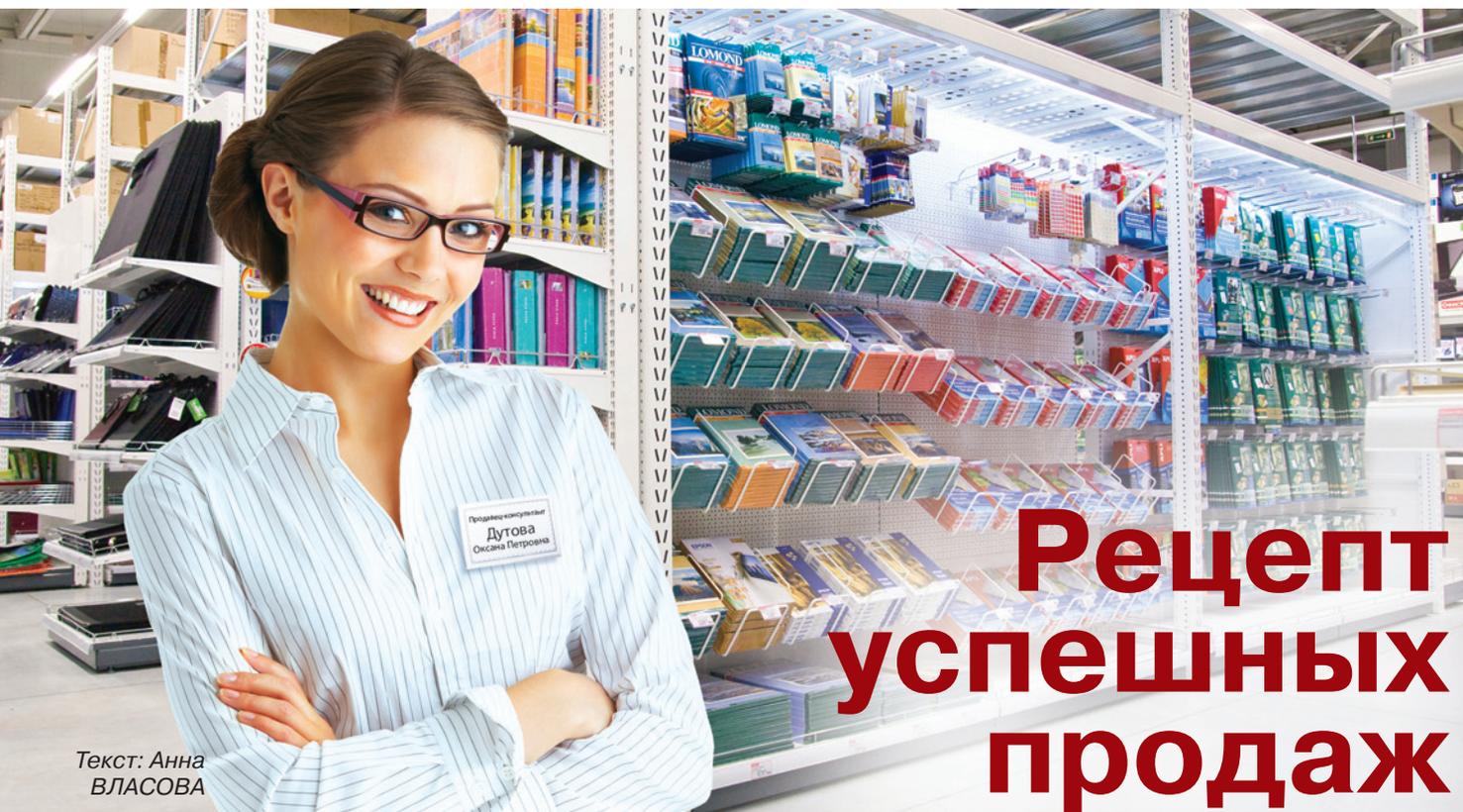


Для офиса и дома, для деловых переговоров
и душевных бесед

WALTZ



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



Текст: Анна
ВЛАСОВА

Рецепт успешных продаж

В продолжение статьи о новинках ручек бизнес-класса торговой марки Brauberg мы решили получить профессиональную консультацию тренинг-менеджера о том, как правильно продавать. Стоит отметить, что эти рекомендации в полной мере можно отнести не только к письменным принадлежностям, но и к другим товарам из Вашего ассортимента. Достаточно заменить слово «ручка» на предлагаемую продукцию.



Пять шагов к успеху

Продажа ручки, как и любого другого товара, состоит из 5-ти шагов: установление контакта, выявление потребностей, презентация продукции, работа с возражениями и завершение сделки.

На первом этапе важно установить доверительные отношения с покупателем. Для этого проявите инициативу в общении и начните диалог с клиентом, например, с такой фразы: «Добрый день! У нас в ассортименте появились новые ручки Brauberg. Если Вам это интересно, могу рассказать о них подробнее».

В розничном магазине рекомендуется начать разговор о ручках, если клиент находится рядом с витриной, где они представлены. Это говорит о том, что у потребителя есть интерес к продукции, что повышает вероятность совершения покупки.

После того, как контакт установлен, необходимо выявить потребности. Например, с помощью открытых вопросов, которые начинаются с вопросительных слов (какой, что, с какой целью и т. д.) и предполагают развернутые ответы клиента. Спросите у покупателя: «Для кого приобретаете ручку?», «Какие пожелания есть к цвету и внешнему виду ручки?», «Что еще для Вас важно в ручке, которую хотели бы приобрести?».

Чтобы вопросы звучали любезнее, не стоит забывать об интонации – она не в коем случае не должна напоминать допрос. Старайтесь проявлять искренний

интерес к клиенту и его ситуации — человек всегда чувствует фальшь и закрывается, если собеседник не внушает ему доверия. Поэтому важно не только то, ЧТО Вы будете говорить, но и КАК Вы будете это делать.

Задавая вопросы, используйте вводные выражения («Скажите, пожалуйста...», «Могли бы мы с Вами обсудить...», «Будьте добры, опишите...», «Уточните, пожалуйста, такой момент...» и т. д.). Это укрепит Ваш образ профессионала высокого класса в глазах клиента.

После вопроса внимательно выслушайте ответ. Используйте техники активного слушания: кивайте головой, выражайте заинтересованность во взгляде, задавайте уточняющие вопросы («Правильно ли я Вас понял, что...»), используйте перефразирование («Таким образом, Вы хотели бы...») — это создает у собеседника полное ощущение того, что его мнение ценно, его хотят понять и помочь с выбором. Во время этапа выявления потребностей помните: Ваша задача — «разговорить» клиента, услышать от него максимум информации. Для чего это нужно?

Во-первых, чтобы клиент почувствовал себя комфортно. Психологами доказано — люди лучше воспринимают общение, если сами играют в нем активную роль. Другими словами, чем больше клиент говорит, тем больше ему нравится процесс взаимодействия с Вами. И наоборот, даже если Вы говорите важные вещи, но не даете собеседнику и рта раскрыть,

скорее всего, он почувствует напряжение и дискомфорт (особенно если его при этом перебивают — этого делать ни в коем случае не стоит, даже если Вы уже все поняли и готовы сделать презентацию).

Во-вторых, внимательное восприятие информации, полученной от клиента, позволит сделать «презентацию под потребность»: то есть предложить не свои предпочтения, а товар, который максимально соответствует внутреннему запросу покупателя.

Товар лицом

Если клиент расположен к диалогу и Вы выяснили его ориентиры при выборе ручки, можно переходить непосредственно к презентации товара, в ходе которой Вы рассказываете о продукции, чтобы заинтересовать покупателя. Сделать грамотную презентацию помогает отличное знание продукта. Статья о новинках ручек бизнес-класса Brauberg дает максимальную информацию о товаре и его свойствах.

Не забывайте использовать данные, которые Вы получили от клиента на предыдущем этапе. Предложите тот вариант ручки, который соответствует его запросам. Этот прием называется «презентация под потребность».

Основная формула презентации — «ХПВ» или «Характеристика — Преимущество — Выгода». Это значит, что, описывая ручку, Вы сначала называете какую-то объективную характеристику продукции, затем выделяете преимущество, которое дает эта характеристика по сравнению с другими ручками, а затем переводите все это на язык выгод для клиента, т. е. описываете приятные следствия обладания ручкой с этими характеристиками. Например: «Корпус данной ручки изготовлен из специального металла повышенной прочности (Свойство), это значит, ручка прослужит гораздо дольше, чем ручки из бо-

лее дешевого металла и не будут повреждаться (Преимущество), таким образом, Вы получаете долговечную ручку, которая Вас никогда не подведет (Выгода)». Если же Вы знаете, что ручка покупается в подарок, Выгода будет иной: «...таким образом, Ваш подарок будет долго радовать владельца и никогда его не подведет».

В конце такого предложения Вы обращаетесь к реакции клиента: «Согласитесь, это удобно?», «Не правда ли, в наше время это очень важно?» и т. д.

Возражайте грамотно

Даже если Вы грамотно выявили потребности и сделали качественную презентацию, это не гарантирует немедленной покупки. Всем нам свойственно сомневаться при выборе. Покупатель тоже может не сразу согласиться с Вашими доводами, он может высказывать несогласие, сомнения, возражения. Возможно, Вас это удивит, но если это происходит — это хороший знак! Возражая, он готов услышать Ваш ответ, продолжает взаимодействовать с Вами, а значит, дает Вам шанс продолжить аргументацию. Гораздо хуже, если клиент не возражает, но и не покупает, а просто кивает и уходит. Поэтому приветствуйте возражения клиента и используйте их как шанс проявить свои коммуникативные способности.

Что же делать, если клиента что-то не устраивает и он заявляет об этом? Во-первых, важно выслушать возражение до конца, не перебивая. Затем нужно задать уточняющие вопросы, чтобы лучше понять, что именно не устраивает, в чем возникает сомнения, с чем клиент сравнивает и т. д. Чаще всего возражения появляются, если мы не достаточно точно выявили потребность, не учли какие-то важные для клиента детали. Уточнив ситуацию, используем формулу «Да, и в то же время...». Например: «Да, действительно многие клиенты сначала об-

ращают внимание на то, что эта ручка не дешевая. И в то же время, за эти деньги Вы получаете не только высокое качество и уверенность в подарке, но и стильный дизайн... (перечисляем преимущества данной ручки). Мне удалось ответить на Ваш вопрос?» И далее, в зависимости от ответа клиента, продолжаем разговор. Лучше не использовать союз «НО», так как он предполагает противостояние, отрицание. Предпочтительной является форма «и в то же время», «и вместе с тем» — то есть Вы одновременно соглашаетесь с клиентом и предлагаете рассмотреть Ваши аргументы, делая это тактично и деликатно.

На этапе завершения сделки, когда покупатель определился с выбором, ему нужно напомнить приобрести расходные материалы — стержни. Примерные фразы для этого: «В нашем ассортименте есть также стержни, которые отлично подходят к данной ручке», «У нас Вы также можете купить стержни к этой ручке и долго не беспокоиться о том, что ручка перестанет писать».

Применяя эти несложные правила, Вы получите удовольствие от продажи и достижения результата. Главное при этом — не забывать о двух важных вещах:

1. Хорошее знание продукта и уверенность в его качестве. Продавая ручки бизнес-класса Brauberg, Вы можете всегда быть уверены, что предлагаете клиенту действительно достойную продукцию.

2. Искренний интерес к конкретному клиенту — человеку, который в данный момент находится в диалоге с Вами.

Впрочем, это важно во всех областях жизни — проверьте, и Вы сможете убедиться в этом сами.

Желаем Вам успешных продаж!

Благодарим за помощь в подготовке статьи группу обучения и развития персонала компании «Самсон».



«Дилер корпоративной торговли»: знакомство продолжается

Подробнее о дилерской программе читайте на www.samsonopt.ru

В рамках рубрики «Знакомство с дилером» журнал «Канцелярия» продолжает рассказывать о компаниях, работающих по дилерскому каталогу компании «Самсон». Сегодня у нас в гостях компании из Московской и Вологодской областей, городов Белореченск, Октябрьский и Санкт-Петербург.

Текст: Мария ТАРАСЕНКО



ООО «Предприятие Аспект» — оперативность и качество обслуживания

ООО «Предприятие Аспект»
ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА
www.office-planet.ru/aspekt
www.aspekt-center.ru
 заказ бесплатного каталога и прайс-листа:
(495) 993-51-79

Генеральный директор
 Коюда Олег Александрович



Компания ООО «Предприятие Аспект»
Год основания компании — 1991
Количество сотрудников — 18
Обслуживаемые рынки — Московская обл., Пушкинский район, г. Пушкино, г. Ивантеевка, г. Мытищи, г. Королев.

ООО «Предприятие Аспект» работает на рынке Московской области более 20 лет. Изначально компания занималась созданием программных продуктов и обслуживанием технических средств МО Банка СБ РФ.

«Желание предоставить клиенту более полный комплекс услуг привело к некоторой смене специализации, — говорит **генеральный директор Коюда Олег Александрович**, — к предложению компании добавились товары для офиса — а именно,

обслуживание корпоративного клиента. Политика предприятия была направлена на обслуживание организаций, требования которых со временем повысились не только в отношении качества предлагаемого товара и услуг, но и оперативности обслуживания. Именно поэтому возникла необходимость внедрять новые методы работы. С началом жесткой конкуренции на рынке и приходом Интернета у потребителя появилась возможность быстрого поиска

и заказа товаров, а также выбор «своего» поставщика. Перед нами открылись новые возможности с началом работы по дилерской программе группы компаний «Самсон». Одним из важных инструментов общения с клиентом стал каталог и интернет-магазин. Наш сервис вышел на качественно новый уровень, поскольку дилерская программа расширяет возможности своевременного и качественного обслуживания клиентов, дает возможность усто-

ять на рынке и конкурировать с другими крупными компаниями в борьбе за корпоративного клиента. Благодаря участию в дилерской программе мы получаем возможность использовать колоссальный опыт нашего поставщика в вопросах, касающихся не только торговли, но и организации рабочего процесса в целом. Кроме того, дилерская программа привлекает наших клиентов к производству, отсекая мелких нестабильных посредников».



Бронич Наталья Викторовна, зав. складом



Артемьева Наталья, менеджер-бухгалтер и Елена Емельянова, ведущий менеджер отдела продаж

ООО «Издательский дом «Череповец» — слагаемые успеха

Издательский дом
«Череповец»
ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА
www.office-zakaz.ru/izdom
заказ бесплатного каталога
и прайс-листа:
8 (8202) 57-38-12

Генеральный директор
Кондеев Сергей
Анатольевич



Издательский дом «Череповец»
Год основания компании — 2000
Количество сотрудников — 190
Обслуживаемые рынки —
Вологодская область

За двенадцать лет своей работы ООО «Издательский дом «Череповец» заслужил авторитет надежного поставщика канцелярских товаров и бумажно-беловой продукции. Держать лидерские позиции помогает широкий ассортимент товаров для школы, офиса и детского творчества, который позволяет удовлетворить запросы самых требовательных покупателей.

«Залог нашего успеха, — подчеркивает **генеральный директор ООО «Издательский дом «Череповец» Кондеев Сергей Анатольевич**, — это качественное обслуживание клиентов. Мы занимаемся оптовой и розничной торговлей канцелярскими товарами и офисной бумагой. Для каждого сегмента потребителей мы разрабатываем свою схему работы, которая обеспечивала бы быстрое и эффективное выполнение заявок. Розничная торговля осуществляется через собственную сеть киосков и магазинов. Для удовлетворения запросов компаний мы развиваем направление

корпоративных продаж. Сейчас фирмы предъявляют высокие требования к товарам и обслуживанию. Чтобы соответствовать этим запросам мы стали участниками долгосрочной программы «Дилер корпоративной торговли» группы компаний «Самсон».

Данная программа предлагает удобные для клиента инструменты работы. Найти любые товары для офиса стало легко. Для активных пользователей глобальной сети есть интернет-магазин. С его помощью можно быстро найти нужную группу товаров, познакомиться с характеристиками, новыми акциями, интересными предложениями и сделать свой выбор. Еще одним не менее эффективным способом является каталог фирмы. Он наглядно представляет широкий ассортимент продукции и удобен в использовании. Например, с его помощью можно просмотреть интересующие товары в дороге, взять на совещание, чтобы обсудить позиции формируемого заказа с коллегами. Каталог

— это мобильный инструмент выбора. И наши клиенты уже оценили данное преимущество. А оптимальное сочетание высокого качества, разумной цены и разнообразия нашего товарного ассортимента стали залогом успеха ООО «Издательский дом «Череповец».

Но мы не стоим на месте. Это значит, что корпоративных клиентов ждут новые предложения в работе с нами».



Смирнова Юлия Александровна,
директор оптовых продаж



Шамилова Наталья, Андреева Ирина, Виноградова Евгения



Толоконцева Светлана Николаевна, зав. складом

paperworld

RUSSIA

Международная выставка бумажной продукции,
канцелярских и офисных товаров.



25-27 Сентября, 2012
ЦВК «Экспоцентр»
Москва
www.paperworld-russia.ru

Creativeworld Russia salon

Салон товаров для творчества и рукоделия в рамках выставки представит свежие идеи, актуальные тенденции и последние новинки отрасли - современные материалы, новейшие аксессуары и инструменты, а также последние методики и техники для творчества и хобби.

 **messe frankfurt**

ИП Астахова О.Н. — мы оправдываем ожидания покупателей

ИП Астахова О. Н.
ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА
www.office-planet.ru
заказ бесплатного каталога
и прайс-листа:
8-918-471-11-12

Директор
Ольга
Николаевна
Астахова



Компания ИП Астахова О.Н.
Год основания компании — 2005
Количество сотрудников — 9
Обслуживаемые рынки — Белореченск, Апшеронский р-н, Гиагинский р-н, г. Курганинск

«Свою деятельность мы начали в 2005 году — это была работа в магазине, где преобладали товары только для школьников, — рассказывает директор компании **Ольга Николаевна Астахова**. — Сначала планов на расширение не было, но наши покупатели подтолкнули нас к дальнейшему развитию, и мы вышли на новый уровень работы.

В данный момент нашими клиентами являются государственные, бюджетные, крупные федеральные предприятия и частные организации, банки, учебные заведения нашего города и соседних районов, таких как Апшеронский, Гиагинский, Курганинский, Майкопский, Красногвардейский.

Клиенты, которые сотрудничали с нами в начале нашей деятельности остаются с нами и сейчас, поскольку с годами вырос ассортимент, добавились новые услуги. Не так давно мы включили в ассортимент хозяйственные товары и компьютерные аксессуары, что было оценено нашими покупателями, так как для них очень удобно приобретать канцелярские, офисные и хозяйственные товары в одном месте.

Нельзя не заметить, на-

сколько удобна работа по каталогам, предоставленным нашим федеральным поставщиком — группой компаний «Самсон». Большинство наших покупателей, находясь у себя в офисе, выбирают необходимые им товары, при этом видят весь наш ассортимент, который, к сожалению, мы не можем представить в полном объеме в своем магазине.

Наши покупатели осуществляют заказы через интернет-магазин, телефон, факс. А квалифицированные сотрудники, в свою очередь, в короткие сроки комплектуют заявку и осуществляют бесплатную доставку товаров.

Все сервисы, предоставляемые группой компаний «Самсон» в рамках программы «Дилер корпоративной торговли», дают нам возможность выгодно отличаться от конкурентов.

В сегменте розничной торговли у нас действует 3 магазина. Приветливые и активные продавцы всегда помогут найти необходимый товар и профессионально охарактеризовать имеющиеся новинки.

Мы оправдываем доверие наших покупателей, потому что каждый из них является значимым для нас».



Анастасия, продавец-консультант



Директор Ольга Николаевна и менеджер по продажам Екатерина



Менеджер по продажам Александр



Менеджер по продажам Екатерина

Компания ЗАО «РИТА» — нашему профессионализму доверяют

Компания ЗАО «РИТА»
ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА
www.office-zakaz.ru/rita
заказ бесплатного каталога
и прайс-листа:
(812) 540-34-09,
516-34-09

Генеральный
директор
компании
Семенов
Сергей
Николаевич



Компания ЗАО «РИТА»
Год основания компании — 1993
Количество сотрудников — 21
Обслуживаемые рынки —
Санкт-Петербург и Ленинградская
область

«В «лихие девяностые», как сейчас принято их называть, многие оказались без работы. Надо было находить свое место в жизни, — рассказывает **генеральный директор компании Семенов Сергей Николаевич.** — Мы не отказывались ни от какой работы и ни от каких предложений. Вот так потихоньку создалась группа единомышленников, которая решила заняться канцелярским бизнесом. Кстати, многие из них до сих пор работают в нашей организации. Почему специализацией фирмы стали именно товары для офиса? Дело в том, что было много направлений, в которых мы искали себя. Но, как говорится,

дело решил случай — наш офис и первый магазин в те времена находились недалеко от большой оптовой фирмы товаров для офиса. Переговоры с руководством этой фирмы и привели к общему решению.

Со временем магазины стали пользоваться популярностью и доверием у посетителей. Покупатели стали чаще заходить, проявлять интерес к новинкам и оставлять небольшие заявки на товары, которые хотели приобрести не только для дома, но и для школы, офиса, поликлиники. Появились постоянные покупатели, которые и составили основное ядро будущих корпоративных клиентов. Для их обслуживания генеральный директор и создал специальный отдел. Менялось время, люди, требования, открывались новые магазины, появлялись все новые и новые фирмы, торгующие канцелярскими товарами. Люди стали более требовательны и к товарам, и к самому обслуживанию. Начала прослеживаться определенная тенденция «мы готовы заплатить чуть больше, но предо-

ставьте нам качественный товар то, что мы хотим, и в нужные сроки». Клиенту стало удобно не только приходить и выбирать товар наглядно, но и просто позвонить по телефону или прислать заявку по электронной почте, факсу. Доверяя профессионализму нашего коллектива, клиенту не надо было самому изучать товар и его название, надо было просто снять телефонную трубку.

А если клиенту предложить сайт? Свой каталог? Как это удобно и насколько все будет быстрее! Поэтому и было принято решение обратиться к такому поставщику как группа компаний «Самсон», чьи товары хорошо зарекомендовали себя на рынке, плюс отличное качество и соразмерная цена, огромный ассортимент, своевременная доставка, возможность выбрать товар самому клиенту и самостоятельно сделать заказ. В наших магазинах розничной торговли появился товар торговой марки Grauberg, который с удовольствием покупают как школьники и студенты, так и придирчивые покупатели».



Мошкин Николай Евгеньевич, нач. отдела по работе с опт. и корп. клиентами



Сотрудники ЗАО «РИТА»



BRAUBERG®

БРАУБЕРГ БРЕНДС ГмбХ • ГЕРМАНИЯ

Готовальни
Циркули
Линейки
Треугольники
Транспортиры
Чертежные наборы



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

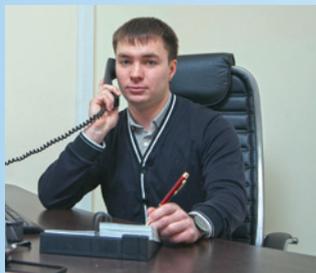


Доступны для заказа в оптовом интернет-магазине www.samsonopt.ru/zakaz

Компания «Канцлер» — у нас большие перспективы

Компания «Канцлер»
ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА
www.office-planet.ru/oktb
 заказ бесплатного каталога
 и прайс-листа:
8(34767) 3-090-3,
8-937-48-49-111

Директор
 Нурлыгаянов
 Азат Фагитович



Компания «Канцлер»
Год основания компании — 1999
Количество сотрудников — 16
Обслуживаемые рынки — г. Октябрьский, Туймазы, Бавлы, п. Кандры, п. Серафимовский, Уруссу.

«Все началось с розничной продажи книг и учебной литературы, — рассказывает директор компании **Нурлыгаянов Азат Фагитович**, — со временем было открыто около двадцати пяти розничных точек и создан один единый склад. Со временем продажа книг отошла на второй план, но поскольку продажи учебной литературы и канцтоваров — тесно взаимосвязаны, мы активно начали расширять ассортимент канцелярскими товарами.

В итоге в 2003 году было решено основать оптовое направление, и наша специализация поменялась в сторону канцелярских и офисных товаров.

На сегодняшний день компания «Канцлер» — это крупная оптовая база общей площадью более 2500 кв. м, обслуживающая оптовых клиентов из Башкирии, Татарстана и Оренбургской области.

Изначально фирма позиционировала себя как оптовая, но в результате изучения ситуации на канцелярском рынке в нашем регионе, у нас возникла мысль об открытии корпоративного отдела, который бросил бы все силы на освоение и закрепление за собой позиции «основной» фирмы по обеспечению организации товарами для офиса в регионе! В данный момент мы занимаем лидирующую позицию в данной сфере продаж.

И в этом нам помогло сотрудничество с группой компаний «Самсон». К слову, за развитием дилерской программы «Самсон» мы следили с момента ее появления и, посоветовавшись, приняли решение присоединиться к ней, поскольку работа по дилерскому

каталогу очень выгодна и удобна. Мы получили возможность использовать дилерский каталог с большим ассортиментом товаров и удобный в работе сайт www.office-planet.ru. Более того, мы создали корпоративный отдел, который направляет все свои силы и умения на обслуживание корпоративных клиентов. А началось все с того, что мы наняли торгового агента и офис-менеджера, которые показали отличные результаты в плане продаж и подтвердили прочное лидерство нашей компании на корпоративном рынке нашего города. Мы уделяем огромное внимание качеству обслуживания наших клиентов: бесплатная доставка и разгрузка, дилерский каталог с иллюстрациями и подробным описанием товара, интернет-магазин, отсрочка платежа — немаловажные факторы в нашей работе. Бывает, что со времени заказа клиента до доставки не проходит и часа, если это требуется и реально возможно.

Кроме того, с началом работы по каталогу мы существенно расширили наш ассортимент. Мы начали продавать позиции, с которыми ранее не работали: шредеры, резак, ламинаторы, спецдежда и т. п.

Нашим клиентам очень нравится работать по каталогу «Офисная планета», потому что в нем есть все товары, необходимые для успешной работы как небольшого, так и крупного предприятия. Плюс — удобный алфавитный поиск, подробное описание товара и его изображение.

И поскольку наш корпоративный отдел еще молод, в феврале нам исполнился



Сотрудники компании «Канцлер»



Менеджер отдела продаж
 Мифтахова Эльвина



Руководитель корпоративного отдела
 Нурлыгаянов Альберт Фагитович



Руководитель отдела продаж
 Чирков Иван Михайлович



Офис-менеджер корпоративного отдела
 Афанасьева Ольга

один год, мы уверены, что у нас большие перспективы развития, ведь наши клиенты получили достойную альтернативу ассортименту крупных игроков этого рынка!

Призы за максимальный рост закупки бумаги

В период с 01.04.2012 по 30.11.2012, покупая бумагу BALLET, SVETOCOPY, HEWLETT-PACKARD, Вы получаете шанс стать обладателем ценного приза!



- 1 место — ноутбук;
- 2 место — лазерное МФУ;
- 3 место — уничтожитель документов.

Победителями становятся те клиенты, у которых за период акции будет наибольший рост закупок бумаги BALLET, SVETOCOPY, HEWLETT-PACKARD в % к аналогичному периоду 2011 года и при этом оборот по бумаге составит не менее 300 000 рублей. Клиенты, которые не закупили в 2011 году бумагу BALLET, SVETOCOPY, HEWLETT-PACKARD в акции не участвуют.



В Прагу с рюкзаками

В период с 01.04.2012 по 30.09.2012, покупая рюкзаки и ранцы ТМ BRAUBERG, ПИФАГОР, ERICH KRAUSE, TIGER FAMILY, HERLITZ, Вы становитесь участником акции «В Прагу с рюкзаками».



Главный приз акции* — путешествие в волшебный город Прагу!
1-ый приз — ноутбук;
2-ой приз — карманная видеочка.

Клиент группы компаний "Самсон", у которого будет максимальный оборот в рублях за период акции и при этом прирост оборота за период акции к аналогичному периоду 2011 года составит не менее 25% , получит ГЛАВНЫЙ приз. Первые два клиента в каждом филиале группы компаний "Самсон", у которых будет максимальный оборот в рублях за период акции и прирост оборота за период акции к аналогичному периоду 2011 года составит не менее 25% , получают ПЕРВЫЙ и ВТОРОЙ приз соответственно. Для клиентов, которые не закупили ранее рюкзаки и ранцы, условий по приросту не существует.

* В качестве главного приза выдается подарочный сертификат турагентства на сумму 60 000 руб.



За яркими впечатлениями в Венецию!

В период с 01.04.2012 по 31.08.2012, покупая фломастеры и цветные карандаши BRAUBERG, Вы получаете шанс стать обладателем ценного приза!

- 1 место — путешествие в романтическую Венецию!
- 2 – 4 место — фотоаппарат 3D;
- 5 – 9 место — цифровая фоторамка.

Победителями становятся те клиенты, у которых за период акции будет наибольший оборот в рублях по закупке фломастеров и цветных карандашей BRAUBERG.

* В качестве главного приза выдается подарочный сертификат турагентства на сумму 60 000 руб.





Группа компаний «Самсон» — лауреат премии «Золотая скрепка»
в номинации «Национальная компания года»

Телевизор за ручку

BRAUBERG[®]
BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

В период с 01.04.2012 по 30.09.2012, покупая шариковые и гелевые ручки BRAUBERG, Вы получаете шанс стать обладателем ценного приза!

- 1 место — телевизор LED;
- 2 место – 4 место — планшетный компьютер;
- 5 место – 9 место — навигатор GPS.

Победителями становятся клиенты, у которых за период с 01.04.2012 по 30.09.2012 будет наибольший оборот в рублях по закупке ручек BRAUBERG и при этом прирост за период акции в 2012 году к аналогичному периоду 2011 года составит не менее 25%. Для клиентов, которые не закупили ранее шариковые и гелевые ручки BRAUBERG, условий по приросту не существует.



А также каждый победитель
получает дисплей для ручек.

Клеим с выгодой

BRAUBERG[®]
BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

В период с 01.04.2012 по 30.09.2012, покупая клей-карандаш BRAUBERG, Вы получаете шанс стать обладателем ценного приза!

- 1 место — мультимедийный проектор;
- 2 – 4 место — нетбук;
- 5 – 9 место — LED монитор.

Победителями становятся те клиенты, у которых за период акции будет наибольший оборот в рублях по закупке клея-карандаша BRAUBERG и при этом прирост за период акции в 2012 году к аналогичному периоду 2011 года составит не менее 25%. Для клиентов, которые не закупили ранее клей-карандаш BRAUBERG, условий по приросту не существует.



Подарки за точилки

BRAUBERG[®]
BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

В период с 01.04.2012 по 30.09.2012, покупая точилки BRAUBERG, Вы получаете шанс стать обладателем ценного приза!

- 1 место — цветное МФУ;
- 2 – 4 место — брошюровщик;
- 5 – 9 место — ламинатор.

Победителями становятся те клиенты, у которых за период акции будет наибольший оборот в рублях по закупке точилок BRAUBERG и при этом прирост за период акции в 2012 году к аналогичному периоду 2011 года составит не менее 25%. Для клиентов, которые не закупили ранее точилки BRAUBERG, условий по приросту не существует.



Подробные условия акции Вы можете узнать у менеджеров сбытовых подразделений группы компаний «Самсон» или на нашем сайте

— www.samsonopt.ru

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**

ЛАПЛАНДИЯ. ТРИ СЧАСТЛИВЫХ ДНЯ...



Компания СТАРЛЕСС совместно с производителем термобумаги – компанией JTK (Jujo Thermal Kauttua, Финляндия) проводили акцию для партнеров компании СТАРЛЕСС, в которой оценивались результаты продаж бумажной продукции под торговыми марками STARLESS и AKZENT. Лучшие менеджеры по продажам из разных регионов были награждены поездкой в Лапландию. Это было незабываемое событие для сотрудников СТАРЛЕСС, для их клиентов, и для представителей компании JTK.

Весь 2011 год был богат разными акциями, направленными на потребителей и дилеров компании СТАРЛЕСС. 2012 год начался также активно! По-прежнему каждые три месяца проходит розыгрыш призов для потребителей бумажной продукции под торговыми марками STARLESS и AKZENT, закончились конкурсы для дилеров и их сотрудников. Лучшие менеджеры по закупкам получили ценные призы, а менеджеры по продажам, ставшие победителями, были награждены поездкой в Лапландию!

Представителей дилеров, приехавших из разных регионов России, сопровождали сотрудники СТАРЛЕСС, а уже в Финляндии к дружной компании присоединились представители JTK. С самого начала ощущалась теплая приятная атмосфера, несмотря на легкое волнение от ожидания новых событий.

Первый день можно назвать вечером знакомств в прекрасном уютном ресторанчике, где все с удовольствием общались и пробовали изысканные финские деликатесы.

На следующий день состоялась познавательная конференция компании JTK, на которой все присутствующие узнали много нового о производстве термобумаги и новинках JTK. Оставшийся день все провели активно и весело – кто-то отдал предпочтение водным развлечениям, кто-то, замороженный природой, устраивал фотосессию великолепных пейзажей, кто-то знакомился с местными достопримечательностями, а некоторые экстремалы наслаждались катанием на горных лыжах.

По вечерам традиционно встречались все вместе, но где – каждый раз это был сюрприз от компании JTK! Интрига только нарастала... Место встречи всегда удивляло и эмоции всех буквально переполняли!

Третий день оказался самым солнечным и непревзойденным по ощущениям – это катание на ездовых собаках – хасках! Было забавно наблюдать, как взрослые люди превратились на мгновение в детей и эмоционально обменивались впечатлениями. Безусловно, такие минуты помнятся долго или всегда.

Компании СТАРЛЕСС и JTK благодарят всех участников поездки за душевную компанию, прекрасное чувство юмора и много теплых слов!



JTK®
JUJO THERMAL KAUTTUA

Дмитрий Юсуфкулов, заместитель директора компании «Паритет Пермь»
«Спасибо за прекрасную поездку. Отличную организацию, всю ту теплоту и внимание, которое мы чувствовали всю поездку. Спасибо!»

Анастасия Никифорова, маркетолог компании «Белкантон» (Беларусь, г.Минск)
«Хочу Вас поблагодарить от имени всей нашей компании за прекрасную организацию поездки. Наш Владимир в восторге от увиденного, услышанного, попробованного...»

«Скрепка Экспо» – весенний прорыв

13-16 марта 2012 г. в МВЦ «Крокус Экспо» прошла очередная XVI Международная специализированная выставка канцелярских и офисных товаров «Скрепка Экспо».

В выставке приняли участие 219 компаний из России, Белоруссии, Украины, Германии, Китая, Индии, Японии, Франции, Италии, Таиланда. За четыре дня экспозицию посетили 8 790 специалистов из России и других стран.



В этом году концепцией выставки стали «Большие Канцелярские Игры». Следуя тематике, на специально оборудованной игровой площадке в рамках выставки впервые был реализован проект Первый Кубок Mared & Skrepka. В течение трех дней представители разных компаний состязались в следующих видах спорта: аэрохоккей, настольный футбол, баскетбол. Соревнования проходили под девизом: «Отдыхай, работая!». Главным призом мероприятия стали 15 бесплатных квадратных метров для оборудования стенда, которые победители соревнований смогут использовать на ближайшей осенней выставке. Креативный спонсор мероприятий выставки — компания «Mared Рус», наградила мобильными телефонами и памятными призами победителей и финалистов.

Ключевыми событиями деловой программы выставки стали конференции компаний-участников. Большой интерес участников вызвали такие мероприятия как конференция «Brands in Future. Future in Brands» («Бренды будущего. Будущее в брендах»), дилерская конференция DURABLE и презентация методологии исследования рынка канцтоваров России при участии Ассоциации АПКОР и Международного института маркетинговых исследований ГфК «Русь» подразделение концерна GfK Group (Германия). Институт объявил о скором запуске обратной ежемесячной отчетности по рынку канцелярских и офисных товаров для участников исследования.

Традиционное продвижение в рамках выставки экспозиции в поддержку отечественных производителей «Покупайте Российское» было дополнено организаторами экспозицией «Салон региональных производителей», где российские компании имели возможность не только представить свою продукцию, но и воспользоваться позиционированием своей компании на специальных условиях.

Что касается непосредственно экспозиции, в этот раз на весенней «Скрепке Экспо» присутствовало заметно большее количество экспонентов. На площади 12 000 кв.м. были представлены новинки канцелярской продукции и школьного ассортимента, товары для офиса, сувенирная продукция, товары для хобби и творчества и расходные материалы для офисной техники.

Традиционно одним из крупнейших экспонентов весенней выставки «Скрепка Экспо», давшей старт новому школьному сезону в отрасли, стала группа компаний «Самсон». Активная работа на стенде компании не прекращалась на протяжении всех четырех выставочных дней, была представлена продук-





ция известных торговых марок Brauberg, Galant, «ПИФАГОР», Erich Krause, Casio, Maped, GBC, Rexel, Faber-Castell, «Гамма», «Ультра-лайт». Потенциальные и действующие клиенты смогли ознакомиться с новинками ассортимента, получить новый оптовый каталог и обсудить условия сотрудничества. Посетители получили возможность самостоятельно оценить высокое качество и многообразие школьных рюкзаков и сумок, стильных рюкзаков бизнес-класса, кейсов-пилотов, карандашей и фломастеров, деловых аксессуаров, посуды Waltz и другой продукции. Сама же группа компаний «Самсон» стала победителем престижной канцелярской премии «Золотая Скрепка» в номинации «Национальная компания» и лучшим ньюсмейкером премии «Золотой блокнот».

Стоит отметить, что XVI Международная выставка канцелярских и офисных товаров «Скрепка Экспо» проходила в одном павильоне со Специализированной Выставкой-конференцией «Licensing@Russia». Совместное проведение выставок предоставило возможность участникам и посетителям получить дополнительную информацию о тенденциях, приобретении нового опыта и знаний в области лицензирования. Таким образом, выставки прошли одновременно на одной площадке, а подобная синергия позволила объединить потоки посетителей, увеличить интерес к мероприятиям и сэкономить средства участникам и гостям.

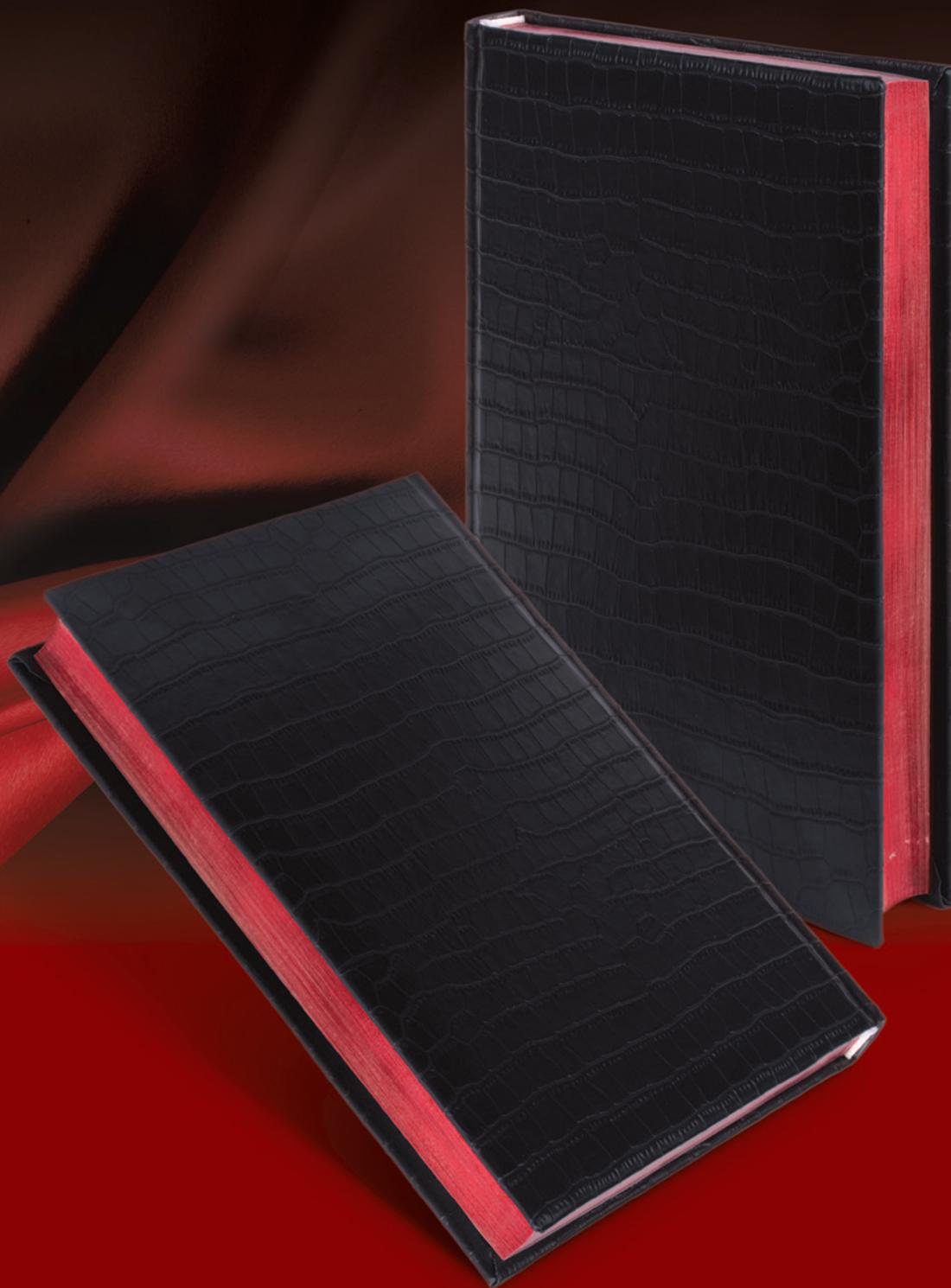
Благодаря совместной работе, выставка «Скрепка Экспо» предстала перед профессиональным сообществом как проект B2B формата и удобная платформа для успешной реализации коммерческих планов, поскольку по предварительным данным 87% посетителей выставки — специалисты отрасли, большая часть из которых принимает решение о закупках, знакомится с новинками и выбирает поставщиков канцелярских и офисных товаров.

Особое значение организаторы выставки уделяют тому, чтобы участники и посетители были удовлетворены результатами, а итогами работы стали реальные контракты, новые проекты, перспективные идеи и повышение эффективности бизнеса! И весенняя «Скрепка», совершившая «порыв» после относительного затишья, стала ярким подтверждением тому, что отраслевая выставка необходима для всех участников рынка, а это значит, что следующие встречи на «Скрепке Экспо» будут не менее полезными и плодотворными!



 BRAUBERG® // Коллекция ежедневников

BLACK JACK



Лучшие коллекции ведущих европейских брендов!

 BRAUBERG®
BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

ErichKrause®

Galant®



Nazareno Gabrielli

подробности на www.samsonopt.ru

«САМСОН-Сибирь» — 10-летний рубеж пройден



Текст: Александр Котляров



В мае 2012 года региональное подразделение группы компаний «Самсон» в Новосибирске «САМСОН-Сибирь» отмечает свой 10-летний юбилей. О достижениях филиала в Сибирском и Дальневосточном федеральных округах за 5 лет, прошедших с первого юбилея компании, нашему журналу рассказал руководитель «САМСОН-Сибирь» Дмитрий Викторович Мамонов.

Компания «САМСОН-Сибирь» начала свою деятельность в мае 2002 года. Ее офис расположен в торговом районе города Новосибирска в непосредственной близости от Толмачевского шоссе. Неподалеку от офиса размещается складское помещение общей площадью 2000 м² и вместительностью свыше 1500 м³. Средние остатки складских запасов составляют более 45 млн рублей. Пополнение товарных запасов производится не менее 3-х раз в неделю с распределительного склада.

— Дмитрий Викторович, как выросла компания за последние 5 лет?

— За 5 лет, прошедшие с предыдущей юбилейной даты, с 2007 по 2012 год значительно увеличилось число сотрудников ООО «САМСОН-Сибирь» — с 53 до 75 человек. Выросло количество единиц автотранспорта до 10, в основном, за счет прибавления автомобилей большей грузоподъемности 4 и 7 тонн. Благодаря эффективной работе транспортного отдела компании, филиал может осуществлять доставку товара клиентам в удобные для них сроки как собственным, так и наемным автотранспортом любой грузоподъемности. Доставки осуществляются также железнодорожным транспортом через транспортные компании.

За прошедшие 5 лет ассортимент товара увеличился вдвое — с 5 000 до более чем 12 000 позиций, и этот процесс продолжается.

— Как обстоит дело с привлечением новых клиентов?

— Сегодня филиал «САМСОН-

Сибирь» работает с более 1000 активных клиентов, из них более 100 независимых дилеров и 20 дилеров торговой системы «Офисная планета», под брендом которой осуществляют свою деятельность более 60 розничных магазинов. Более 200 автомобилей партнеров оформлены в едином фирменном стиле. Ежегодный рост объемов отгрузок по филиалу составляет свыше 30%.

— Как развивается логистика филиала? Что удалось достичь за последние годы в этой сфере?

— За счет отказа от контейнерной доставки товара с Центрального склада в пользу доставки автотранспортом удалось в несколько раз сократить сроки поставки товара, а также обеспечить большую оперативность поставок товаров клиентам. Развитие регулярных маршрутов доставки, внедрение новых сервисов, таких как поставка товара под заказ, позволило обеспечить качественно новый уровень сервиса для клиентов.

Вместе с этим общая площадь складских помещений увеличилась дополнительно на 300 м² и превысила 2000 м², что позволяет оптимально размещать постоянно растущий ассортимент товара. Ежедневно компания обрабатывает и отгружает заказы в среднем 40 клиентов. Это значит, что ежегодно филиал выполняет более 10 000 клиентских заявок.

— Как планируется отметить 10-летний юбилей филиала?

— Планируется проведение праздничных мероприятий в конференц-

зале одного из лучших в Новосибирской области курорт-отелей «Сосновка».

— Чего хочется пожелать сотрудникам филиала и коллегам?

— Не останавливаться на достигнутом, развиваться дальше. Безграничный потенциал развития филиала заложен именно в более тесном сотрудничестве с действующими клиентами, поиске и привлечении потенциальных клиентов на огромных территориях, обслуживаемых ООО «САМСОН-Сибирь».

К слову, территории, на которых работает «юбиляр», действительно огромны. Их общая площадь — 11 330 700 квадратных километров, что составляет более 66% территории Российской Федерации. Общая численность населения, проживающего на этой площади, — 25 517 461 человек, а это свыше 18,8 % общей численности населения страны. Деятельность филиала охватывает, помимо г. Новосибирска и Новосибирской области, Алтайский, Красноярский, Хабаровский, Приморский, Камчатский, Забайкальский края, Кемеровскую, Томскую, Омскую, Иркутскую, Амурскую, Сахалинскую, Магаданскую области, республики Алтай, Тыва, Хакасия, Бурятия, Саха Якутия, Еврейский, Таймырский, Эвенкийский, Чукотский автономные округа.

Поздравляем компанию «САМСОН-Сибирь» с 10-летним юбилеем и желаем ее сотрудникам профессиональных успехов в их деятельности на огромных территориях региона.

сегмент

ПЕРВЫЙ КАНЦЕЛЯРСКИЙ ПОРТАЛ WWW.SEGMENT.RU



Каждый лакомый кусочек
канцелярской отрасли
на одном портале

www.segment.ru

Тел.: +7 (812) 335-59-15 E-mail: segment@segment.ru

Ryman Group Ltd.

Год основания:	1893
Сфера деятельности:	один из ведущих дистрибьюторов товаров для офиса в Великобритании
Оборот:	более 123 млн фунтов
Число сотрудников:	более 2500 человек
Охват:	Англия, Шотландия, Уэльс
Штаб-квартира:	Креве, Соединенное Королевство
Руководство:	Тео Пэфитис, Кипрос Киприану

Ryman
stationery EST. 1893

Компания ведет историю с 1893 года, когда ее основатель Генри Дж. Рима́н открыл в Лондоне на Бонд-стрит свой магазин канцелярских товаров и уже в первую неделю выручил 50 фунтов стерлингов. Особый интерес для предпринимателей и сотрудников компании представляют сохранившиеся рукописные дневники Генри Дж. Рима́на, где он записывал свои мысли о деятельности и перспективах развития бизнеса. Эти дневники и сегодня — интереснейшее чтение о деталях организации компании, о вариантах социального обеспечения персонала, об опыте построения сплоченной команды.

Семья Рима́н владела и успешно управляла компанией до 70-х годов 20 века. В течение последующих 20 лет компания сменила несколько владельцев: Burton Group, Terrance Conran, Jennifer D'abo and Pentos. В 1995 году ее новым владельцем стала Chancerealm Ltd., принадлежавшая предпринимателю Тео Пэфитису.

Тео Пэфитис — один из самых успешных бизнесменов Великобритании — родился на Кипре. В 60-х годах 20 века его семья эмигрировала в Соединенное Королевство. Уже в 15 лет Тео продемонстрировал незаурядные предпринимательские способности, возглавив магазин при школе на севере Лондона. В 23 года он создал собственную компанию. С его именем связаны такие известные бренды как La Senza Lingerie, Contessa Lingerie, Ryman и некоторые другие.

В октябре 2008 года предпринимателем была создана национальная сеть розничных магазинов канцелярских товаров, которая сегодня известна под брендом Ryman и насчитывает более 237 торговых точек, расположенных в Англии, Шотландии и Уэльсе.

Ассортимент каждого магазина включает более 5500 наименований товаров. Кроме этого, компания активно развивает интернет-канал сбыта продукции, осуществляя продажи через интернет-магазин www.ryman.co.uk как в Соединенном Королевстве, так и по всему миру. В ассортименте компании дневники, календари, планировщики, товары для хобби, продукты для офисной кухни, средства и техника для уборки офисных помещений, мебель и системы хранения документации, бумага, конверты, папки, письменные принадлежности, офисная техника.

Компания, основанная Генри Дж. Рима́ном, с самого начала делала акцент на инновациях: Рима́н был первым, кто использовал разные цвета в системах хранения документов. В последние годы компания находилась на передовой линии разработок компьютерных расходных материалов и экологически безопасных картриджей для печатающих устройств.

Один из секретов успеха Ryman заключается в правильно выбранных приоритетах — компания всегда вкладывала средства в ключевые направления бизнеса — информа-



ционные технологии, склад и сферу распределения, но самое главное — в людей. Компания рассматривает совершенствование бизнеса как важный аспект роста и постоянно инвестирует средства в обновление своих магазинов и обучение персонала. Внимание к сотрудникам компании — залог низкой текучести кадров. Интересной инновацией стало создание внутри компании Розничной академии, по окончании обучения в которой сотрудники получают принципиально новые знания и, соответственно, новую квалификацию в сфере розничной торговли.

Всем известно, что в Англии футбол — это вторая религия. Компания Ryman Group Ltd. в течение 17 лет выступала спонсором Истмийских футбольных лиг, чем, безусловно, завоевала симпатии множества англичан.

Режиссер Дэвид Андерсон, являющийся игроком лиги, спонсором которой выступала Ryman Group Ltd., в настоящее время работает над небольшой кинокартиной «Суббота». Часть фильма будет сниматься вместе с футбольной командой, играющей в лиге Ryman. Премьера будет показана на кинофестивалях по всему миру, и Ryman станет его неотъемлемой частью.



Лети, лети, лепесток: цветная бумага, картон и фольга для детского творчества

Текст: Анна
ВЛАСОВА

Цветная бумага входит в категорию обязательных материалов для детского творчества, с которыми работают на школьных уроках труда. В большинстве случаев знакомство с ней происходит еще раньше — в детском саду или дома. А это значит, что наборы цветной бумаги и сопутствующих ей материалов — картона и фольги — должны присутствовать в ассортименте любого магазина, предлагающего товары для творчества и учебы.

Какие наборы предпочесть? Какие бренды выбрать? В каком процентном соотношении? О привычном и необычном в сегменте цветной бумаги, картона и фольги расскажут эксперты «Школьного базара».

Для чего это нужно?

Работа с цветной бумагой, картоном и фольгой способствует развитию мелкой моторики у детей. Она, в свою очередь, отвечает за становление речи и интеллекта. Сгибание, вырезание, разрывание, наклеивание — все это стимулирует деятельность пальцев, воздействуя на активные центры головного мозга.

Развитие мелкой моторики участвует в формировании навыков самообслуживания (умение одеваться, застегивать пуговицы, завязывать шнурки), зрительно-моторной координации, сенсорики (осязание), подготавливает руку к письму и т. д.

Преимущество работы с цветной бумагой, картоном и фольгой — комплексный подход. Например, рисование задействует движение руки и цветовое восприятие. Аппликация развивает надежный захват тонкого листа, объемное проектирование, тактильные ощущения, учит работать со вспомогательными инструментами (ножницы, клей), комбинировать разные материалы (картон, фольга, ткань).

Что можно сделать из цветной бумаги, картона и фольги? Традиционные виды творчества предусматривают создание поделок в технике аппликации и объемных изделий. Кроме того, картон используется при моделировании и проектировании,

фольга — для декорирования. Из ярких материалов легко создавать карнавальные костюмы и украшения. Цветная бумага интересна не только детям, взрослые тоже уделяют ей повышенное внимание и активно применяют для хобби и творчества.



В последнее время все более популярными становятся узкоспециализированные виды бумаги.

Крепированная (гофрированная) бумага. Мягкая и пластичная, она не линяет от клея и идеально подходит для декоративных работ. Из крепированной бумаги получается оригинальная растительность, экзотические цветы, «пушистые» облака. Широкое применение в творчестве находят скрученные жгуты такой бумаги. Материал идеален для создания карнавальных костюмов и масок.

Бумага для скрапбукинга. Скрапбукинг — увлекательное хобби, основная цель которого создание коллажей из фотографий для сохранения семейного архива. Бумага для скрапбукинга отличается повышенной плотностью и широкой цветовой гаммой. Она не должна потерять цвет и пожелтеть от времени.

Двусторонняя цветная бумага. Предназначена для оригами и квилинга — техника создания картин и объемных фигур с помощью скрученных разными способами узких бумажных полосок. Более качественной считается двусторонняя бумага, прокрашенная в массе. Она имеет равномерный цвет без полос и разводов.

Папиросная бумага. Из тонкого пропускающего свет материала получаются идеальные праздничные фонарики с ажурным вырезанным рисунком. Для придания прочности и формы папиросную бумагу необходимо комбинировать, например, с картоном или тонкой проволокой. Также ее можно использовать для упаковки подарков.

Вспененная резина. Конечно, это не бумага, однако материал отлично подходит для создания поделок в технике аппликации. Обычно вспененная резина имеет самоклеящуюся основу, что заметно облегчает работу с ней.

Кстати, «самоклейка» встречается и среди обычной цветной бумаги. Она удобна тем, что исключает необходимость использовать клей. Такое свойство ценно при создании презентаций или каталогов, когда необходимо быстро и красочно оформить проект.

Не только для детей

Творческие возможности использования цветной бумаги, фольги и картона ограничиваются только фантазией автора. Материал доступен и прост в применении. И что немало важно для покупателей — не требует больших финансовых затрат.

Детские поделки отличаются легкостью исполнения, взрослые стараются найти более интересные решения и сложную технику. Одним из таких направлений является плетение из фольги. Для создания изделий можно использовать простую алюминиевую фольгу, но гораздо привлекательнее, если добавить в объемную



поделку цвета. Приемы плетения просты. В качестве заготовок используются скрученные тонкие проволочки. Неровная поверхность обладает особым светоотражающим эффектом, создавая красивые блики.

Мягкость, термо- и влагостойкость фольги значительно расширяют спектр ее возможного использования. С помощью такого материала можно не только добавить блеска в готовые изделия, но и самостоятельно создать интересные предметы. Из фольги получаются отличные подсвечники, светильники, цветочные горшки, предметы интерьера. Материал предоставляет неограниченные возможности в декорировании. Отличительной чертой является безопасность и экологичность поделок.

Наиболее сложным в работе, наверное, является картон. Повышенная плотность листов требует применения ножниц для придания нужной формы и создания заготовок. Однако именно картон служит лучшей основой для изделий. Его свойства по достоинству оценили архитекторы, которые задействуют материал при разработке проектов и создании макетов.

Зная характеристики каждого вида

продукции, не сложно найти ей подходящее применение. Обычно на упаковке товара нарисованы варианты использования цветной бумаги, картона и фольги на тот случай, если сложно самостоятельно придумать идею.

Производители

Создание поделок из цветной бумаги, картона и фольги — обязательные задания на уроках труда в школе. Это порождает стабильный покупательский спрос на продукцию, а соответственно, и внимание производителей к данной товарной категории.

«Сегодня российский рынок в этом сегменте, безусловно, является насыщенным, — считает **менеджер отдела бумаги и бумажной продукции группы компаний «Самсон» Федор Заболотный.** — Производители стараются удовлетворить запросы самых взыскательных покупателей и представляют огромный ассортимент, включающий в себя как привычную продукцию (прокрашенную бумагу и картон), так и продукцию со спецэффектами: выборочный лак, глиттер (блестки), гофрирование, металлизированные оттенки, самоклеящийся материал, неоновые цвета и многое другое».



Популярность производства цветной бумаги, картона и фольги также подтверждает **руководитель маркетинговой службы компании «Хатбер-М» Наталья Суворова**: «Рынок продукции для детского творчества постоянно растет и имеет тенденцию к дальнейшему развитию. Работа с бумагой — увлекательное и полезное занятие для развития мелкой моторики рук, фантазии, творческой индивидуальности. Цветная бумага и картон — самые привычные и знакомые с детства материалы для творчества, которые к тому же дешевле пластилина, глины, гравюры и т. д. Производители бумбела с разной степенью успешности пробуют себя в выпуске цветной бумаги. Закрепиться в этой нише и значительно расширить ассортиментную линейку нам помог 15-летний опыт производства изделий из бумаги и картона. К наборам для детского творчества вполне применимы те спецэффекты и дизайнерские разработки, которые мы много лет используем при изготовлении тетрадей».

Естественное желание многих игроков получить долю стабильного рынка сказывается на уровне конкуренции. Российским потребителям доступна не только отечественная, но и импортная продукция. Популярные товары представлены торговыми марками производителей и собственными брендами крупных операторов канцелярского рынка.

«Конкуренция довольно сильна, — отмечает **Федор Заболотный («Самсон»)**. — Из крупных российских компаний стоит выделить «Артиком» и «Альт». Группа компаний «Самсон» в конце 2011 года сделала огромный шаг по расширению ассортимента торговой марки Brauberg — около 50



новых позиций в сегменте цветной бумаги и картона. Долю импортной продукции на отечественном рынке подсчитать сложно. Можно только обозначить, что в основном цветная фольга, гофрированные материалы, бумага, тонированная в массе — товары зарубежного производства».

Стоит отметить одну особенность данной товарной группы, которая поможет грамотно составить ассортимент магазина. Для покупателей не имеет большого значения разнообразие торговых марок, в первую очередь, важен широкий выбор продукции: как привычной, так и оригинальной. Товарную линейку стоит расширять за счет разных видов материалов, представленных во всех ценовых сегментах.

Качество

Определение качества — самый важный вопрос не только для поку-

пателей, но и для ресселеров. Продукт, понравившийся потребителям, пользуется стабильным спросом, что является залогом успешных продаж. Эксперты сходятся во мнении, что оценить качество продукции по обложке — невозможно. Необходимо внимательно рассмотреть внутренний блок. Определить эксплуатационные свойства, не используя товар, нельзя, поэтому придется ограничиться визуальной оценкой.

«Несомненно, продукция высокого качества изготавливается только из хорошего сырья: цветная бумага из качественного офсета или мелованной бумаги, картон — из мелованного картона. Недорогое сырье не может обеспечить хороший равномерный цвет. Однако стоит признать, что и на такую продукцию имеется спрос за счет бюджетной цены. Первыми признаками товара высокого класса являются хорошо прокрашенные листы, яркий насыщенный цвет, удобная и привлекательная упаковка, — заключает **Федор Заболотный («Самсон»)**. — Это легко проверить, если есть возможность открыть набор и посмотреть непосредственно внутренний блок, из которого и будут изготовлены аппликации и поделки».

С точки зрения производителя, **Наталья Суворова («Хатбер-М»)** рекомендует не забывать о роли упаковки в принятии решения совершить покупку: «Как и при выборе тетрадей, от обложки изделия, ее качества, дизайна и спецэффектов зависит, возьмет покупатель продукцию с полки или нет. Удобно, если производитель предусмотрел европодвес, который позволяет легко разместить набор на стенде. В некоторых случаях, в зависимости от цели покупки, особое значение придается внутреннему блоку. Например, наличию самоклеящейся поверхности или двухсторонней прокраски».

Делая выбор, стоит помнить, что качество продукции напрямую соот-



аквапластилин плавающий форм



«АкваФОРМ». Новый пластилин открывает интересные возможности для проявления фантазии на водную тематику. Держится на поверхности воды, сохраняя свойства обычного пластилина. Выпускаются наборы традиционных цветов, а так же флуоресцентных.

аэропластилин самоотверждающаяся на воздухе пластичная масса для моделирования форм



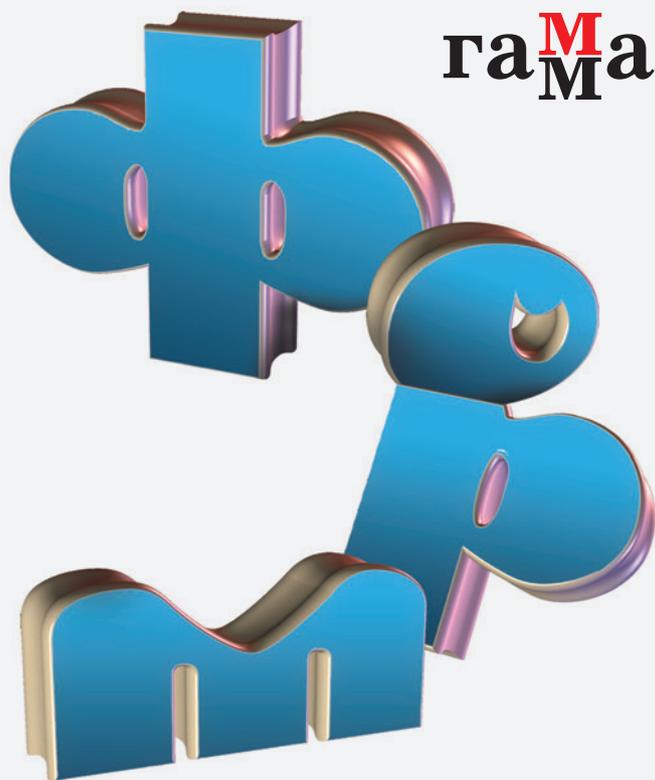
«АэроФОРМ». Масса на основе полимерных составляющих. Очень мягкая, легкая и пластичная. Изделия, сделанные из этого материала в течение суток отверждаются на воздухе, превращаясь в легкие упругие поделки.

ИГРОпластилин самоотверждающаяся на воздухе пластичная масса для моделирования форм



«ИгроФОРМ». Пластичная отверждаемая на воздухе масса на основе теста, с приятным запахом. Очень пластичная, выпускается в различной комплектации наборов с дополнением формочек для лепки. После высыхания поделки превращаются в твердые яркие игрушки.

гаМа



и
р
о
в
а
н
и
е

т
в
о
р
ч
е
с
к
и
х

и
д
е
й

ОАО «ГАММА»,

107023, Москва,

ул. М. Семёновская, 5,

тел. (495) 741-0288, 741-0289,

info@artgamma.ru;

www.artgamma.ru



носится с ее стоимостью. Нельзя использовать цветную бумагу, тонированную в массе, в бюджетном сегменте. Чтобы соответствовать запросам потребителей, необходимо наладить партнерство с надежным проверенным поставщиком, который гарантирует наличие и разнообразие товара.

Спрос

Спрос определяет предложение. Известная всем истина должна стать руководством к действию при составлении ассортиментной линейки. В магазине обязательно должны быть представлены обычная цветная бумага, белый и цветной картон. Материалы со спецэффектами также пользуются спросом, однако в меньшем количестве. Их приобретают, в основном, для разнообразия наборов, для домашнего творчества или подготовительных кружков. На школьных занятиях такая продукция не является обязательной.

«Упаковки с одним видом товара — цветной бумагой, картоном или фольгой — сегодня более востребованы у покупателей, нежели наборы, включающие все элементы, — считает Федор Заболотный («Самсон»). — Если составлять пропорцию, то, на мой взгляд, наборов должно быть не более 10% от всего ассортимента. Наиболее оптимальным считается 8-10 цветов в упаковке. Их вполне хватает для воплощения самых разных творческих замыслов. Однако производители предлагают цветную бумагу широкого цветового спектра — до 24 тонов. А вот флуоресцентная (неоновая) бумага обычно включает всего 4 цвета».

Разнообразие продукции, представленной на отечественном рынке, Наталья Суворова («Хатбер-М») демонстрирует на примере ассортимента своей компании: «Цветная бумага бывает офсетная, мелованная, самоклеящаяся, самоклеящаяся флуоресцентная, голографическая, металлизированная, бархатная, бархатная самоклеящаяся. Картон —

белый мелованный, цветной мелованный, цветной голографический, цветной металлизированный, металлизированный гофрированный. Мы представляем наборы бумаги и картона в обложке на склейке и МЕГА-наборы в папке. Эти продукты открывают огромный горизонт для творчества и фантазии».

О возрастающем интересе к наборам для творчества говорит и Федор Заболотный («Самсон»): «В последние годы наметился повышенный интерес к разнообразным товарам для творчества. Для удовлетворения покупательского спроса целесообразно иметь хороший ассортимент такой продукции».

Цветная бумага, картон и фольга относятся к товарной группе, имеющей ярко выраженную сезонность. Пик продаж приходится на период с июня по сентябрь, когда идет подготовка к новому учебному году.

При оформлении витрины маркетологи рекомендуют формировать сектор не по бренду, а по виду продукции. В непосредственной близости должны находиться вспомогательные инструменты: ножницы,

клей. Кроме того, рядом можно представить фартуки и нарукавники, которые защищают одежду во время активного творческого процесса.

Несколько важных деталей, которые помогают привлечь внимание покупателей к продукции, выделяет Наталья Суворова («Хатбер-М»): «Оригинальные товары обладают не только интересной формой, но и обеспечивают удобное использование. Для работы с бумагой на самоклеящейся основе не требуется клей. Она не пачкает руки, что немаловажно для аккуратности поделки. Обратная сторона легко отделяется от листа благодаря насечкам. Самые смелые творческие замыслы можно воплотить, используя цветную металлизированную бумагу и голографический картон. Зеркальная поверхность фольги украсит любую поделку и поможет придать ей волшебный, фантастический вид. Бархатная бумага, изготовленная из натурального вискозного волокна, экологически безопасна. Наборы могут использовать даже маленькие дети. Специальная бумажная основа прекрасно впитывает клей, но не дает ему проникнуть на верхний слой. В этом сезоне мы улучшили упаковку. Благодаря удобному «замочку» папка легко открывается и надежно закрывается. Наличие европодвеса позволяет разместить наборы на стендах в торговых залах и шоу-румах».

Формируя ассортимент, стоит обращать внимание на продукцию, которая пользуется стабильным спросом. Также рекомендуется делать прогнозы на будущее, чтобы предугадывать желание покупателей.

Brauberg

К новому школьному сезону группа компаний «Самсон» значительно расширила ассортиментную линейку торговых марки Brauberg в сегменте цветной бумаги, картона и фольги. Яркие новинки привлекают внимание





покупателей красочной обложкой, качественной прокраской листов, разнообразием цветов и фактур.

Специально для маленьких мастеров разработана детская серия продукции — Kids Series. Наборы цветной бумаги и картона предназначены для детского творчества и хобби и могут использоваться, начиная с трехлетнего возраста.

Офсетные листы цветной бумаги улучшенной прокраски можно не только разрезать ножницами, но и разрывать руками, создавая оригинальные поделки. В серии представлена цветная бумага односторонняя (124777, 124778*), двусторонняя (124780), волшебная (124779), в которую помимо обычных цветов входят золотые и серебряные листы, а также двусторонняя волшебная (124781).

Продолжает серию мелованная цветная бумага. Более плотные листы позволяют работать не только в технике аппликации, но и создавать объемные поделки. Яркие наборы глянцевой односторонней и двусторонней цветной бумаги удачно дополнены наборами с флуоресцентной (124789) и волшебной (124786) бумагой.

В наборах Kids Series также представлена двусторонняя тонированная цветная бумага. Оригинальное оформление упаковки в виде альбома на склейке надежно скрепляет большое количество листов: 40 (124714) и 100 (124715). Цветная бумага, тонированная в массе, имеет насыщенный тон и качественную прокраску без разводов. Двусторонние листы — идеальный материал для поделок-оригами и создания макетов.

Сделать прочную основу или объемную поделку помогает белый картон. Детская серия Brauberg Kids Series включает наборы белого глянцевого и матового картона разного формата (А4 и А3). Упаковки, оформленные в едином стиле, украшены яркими рисунками на зимнюю тему: белый снег — символ качественного белого картона. На обложке указана

полная информация о наборе: количество листов, плотность, формат.

Безграничную детскую фантазию развивает цветной картон разных фактур. Наибольшим покупательским спросом пользуется традиционный цветной картон с матовой и глянцевой поверхностью. Серия цветного мелованного картона включает волшебный набор с 8-ью основными цветами, дополненными одним серебряным и одним золотым листом (124769). Специально для моделирования, хобби и создания презентаций разработан двусторонний тонированный картон. В ассортименте представлены наборы объемом 48 (124744) и 100 (124745) листов. Оригинальные аппликации и поделки легко создавать с фактурным цветным картоном — бархатным (124756) и флуоресцентным (124773).

Серия Master Class («Мастер класс») торговой марки Brauberg придется по вкусу не только маленьким мастерам, но и взрослым, которым придется иметь дело с цветной бумагой и картоном. Стильная упаковка с вырубным окошком, де-

монстрирующим продукцию, оформлена в традиционных черно-желтых цветах торговой марки и привлекает к себе внимание покупателей. Простор для творчества открывает наличие разных форматов, в том числе и большого А3.

Мелованная цветная бумага серии Master Class включает наборы формата А4 (124784) и А3 (124785) с глянцевой поверхностью, двухсторонние разноцветные (124788) и на самоклеящейся основе (124721).

Уникальность картинам и изделиям придает бумага флуоресцентная самоклеящаяся (124722), перламутровая (124716), бархатная (124726), бархатная самоклеящаяся (124727). Отдельно в ассортименте торговой марки представлена цветная бумага со спецэффектами: зеркальная (124717, 124718, 124723) и голографическая (124719, 124720, 124724). Необычная цветная бумага с узорами больше подходит для декорирования, чем для самостоятельного использования. Листы со спецэффектами станут отличным материалом для оформления альбомов ручной работы, открыток или фоторамок.

Дополняет коллекцию Master Class белый и цветной картон. Белые листы с глянцевой поверхностью формата А2 (124764) предназначены для профессионального моделирования, оформления презентаций. Добавить цвета и фактуры в проект помогает картон флуоресцентный (124767), гофрированный или со спецэффектами. Например, для создания металлической поверхности можно использовать картон зеркальный (124747), лакированный «Волшебный глянец» (124774) или гофрированный с металлическим эффектом (124751).

По достоинству оценят цветную крепированную бумагу Brauberg Master Class любители создавать подарки своими руками. Поделочный материал активно используется для



подарочной упаковки, оформления букетов, изготовления поделок и аппликаций, украшения праздничного зала и создания карнавальных костюмов. Огромное количество вариантов применения крепированной бумаги стало поводом для создания широкой цветовой гаммы, в том числе и материала с эффектом «Металлик».

Значительное расширение ассортимента торговой марки позволяет предложить покупателям материал для решения любых задач по декорированию.

Подробнее ознакомиться с ассортиментом цветной бумаги и картона можно на сайте www.samsonopt.ru.

«ПИФАГОР»

Формирование максимального предложения для покупателей невозможно без продукции всех ценовых сегментов. Бюджетные варианты цветной бумаги и картона представлены в ассортименте группы компаний «Самсон» торговой маркой «ПИФАГОР». Качественный материал станет отличным помощником детям в воплощении творческих замыслов.

Наборы цветной бумаги формата А4 содержат 8 основных цветов — красный, желтый, голубой, зеленый, синий, фиолетовый, коричневый, черный. Офсетная бумага легко поддается сгибанию и отлично держит форму. Красочная упаковка демонстрирует изделия, аппликации, объемные поделки, которые можно изготовить, используя бумагу «ПИФАГОР».

Продолжает коллекцию мелованная цветная бумага плотностью 90 г/кв.м с односторонней прокраской (123524, 123525) и двухсторонняя бумага формата А4 (123522, 123523).

Поделочный картон «ПИФАГОР» представлен наиболее удобным для детского творчества форматом А4. В качестве внутреннего блока использован импортный мелованный картон. Глянцевые листы придают го-



товой работе дополнительный блеск. Продукция содержит как белый картон с зимними зарисовками на обложке упаковки (121436, 121437), так и цветные наборы.

Серия «Чудо-Картон» состоит из 4-х стандартных цветов (желтый, зеленый, малиновый, черный) и 4-х металлизированных оттенков (золотой, серебряный, синий, фиолетовый). Фольгированные листы — отличный способ декорировать созданную картину. Обложка украшена рисунком с веселыми друзьями (122587) и лесной почтой (122588).

Серия «Волшебный картон» также включает металлизированные листы — золотой и серебряный. В коллекции расширена цветовая гамма стандартных листов, которые позволяют создать любую картинку. Яркие рисунки на обложке с узнаваемыми персонажами из мультфильмов обязательно привлекут внимание детей.

Оригинальные материалы, дополняющие наборы «ПИФАГОР», стимулируют творческое развитие детей и желание создавать необычные поделки.

«Питер Арт Сервис»

Значение цветной бумаги в детском творчестве невозможно переоценить. Она используется на занятиях в детском саду, в школе на уроках труда, без нее не обходится творческий процесс дома.

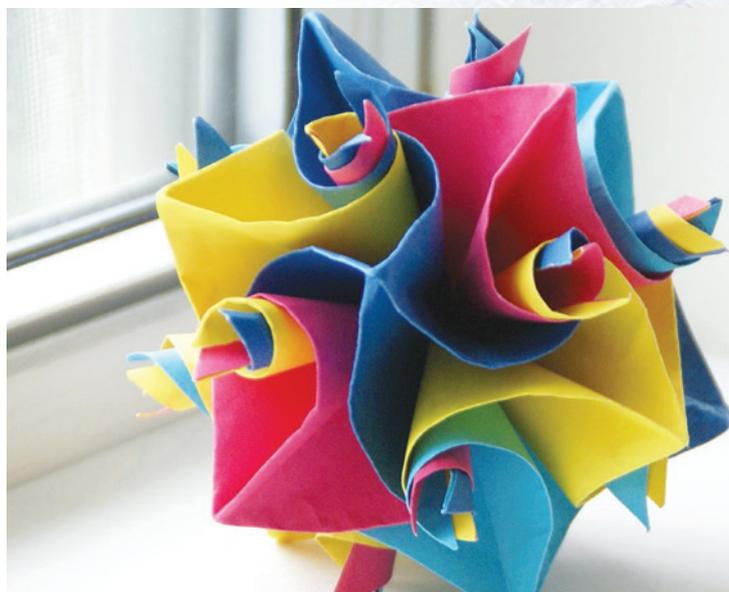
Компания «Питер Арт Сервис» с каждым годом расширяет свой ассортимент бумаг и картона. Такие торговые марки, как «Цветик», «Folia» и «Lana», уже давно зарекомендовали себя на рынке хобби и детского творчества.

Цветная бумага и картон «Цветик» окрашены в яркие и насыщенные цвета. Картон позволяет ребенку делать объемные поделки, что хорошо развивает пространственное мышление и моторику рук, делая процесс творчества еще более уникальным и интересным. С помощью наборов «Цветик» можно создавать любые виды аппликаций и проявить все свое воображение и изобретательность.

Торговая марка «Folia» включает огромный выбор бумаг и картона самых невероятных фактур и расцветок. Кокосовая, туговая, радужная, с имитацией лунной поверхности, цветная крепированная бумага расширят ваши представления о мире цветных бумаг. Картон «Folia» представлен несколькими видами: текстурный, металлизированный, с голограммой. Цветная фольга может стать отличным дополнением к поделке, придав ей блестящий, праздничный вид.

Наборы для творчества «Осень», «Jumbo», «Все времена года», «Креатив» от «Folia» непременно понравятся вашему ребенку. Из декоративных элементов, входящих в набор, можно смастерить своими руками прекрасную поздравительную открытку, украсить упаковку подарка, оклеить шкапулку или создать аппликацию.

Цветная бумага Easy Colours от «Lana» отличается большой палитрой цветов, выпускается в нескольких размерах и плотностях. Окрашена в массе, без кислот, pH-нейтральна, све-





тоустойчива, гладкая с двух сторон. Используется в различных техниках: карандаш, чернила, тушь, гуашь, мелки, для лазерной и струйной печати.

«Хатбер-М»

Работа с бумагой — увлекательное и интересное занятие, направленное на развитие мелкой моторики рук, фантазии и творческого потенциала. Продукция компании «Хатбер-М» в основном ориентирована на детскую аудиторию. Яркая и удобная упаковка разрабатывается с учетом особенностей детского восприятия. В каждой серии предусмотрены дизайны для девочек и для мальчиков, а также популярные нейтральные сюжеты — милые домашние животные, герои мультфильмов, яркая и красивая графика. Для привлечения внимания покупателей в оформлении некоторых упаковок использована отделка фольгой, что особенно актуально для наборов металлизированной бумаги и картона.

Коллекции компании «Хатбер-М» отличаются высоким качеством ис-

полнения, разнообразным наполнением, модными дизайнами, в том числе и лицензионными, которые зарекомендовали себя в тетрадях.

Удобная в использовании продукция выпускается в папках, скрепленных бесшовным клеевым методом или веером. Скрепление веером — запатентованное изобретение компании «Хатбер-М». Листы такого набора соединены металлической заклепкой и свободно вращаются вокруг нее.

Отличным помощником в детском творчестве станут «Меганборы» цветного картона и цветной бумаги, упакованные в папку на резинке. Название продукции говорит само за себя: набор включает цветной картон, цветную мелованную бумагу, металлизированную и бархатную бумагу. Большая упаковка открывает широкие возможности для полета фантазии. Надежная папка из мелованного картона с прочными угловыми резинками обеспечивает сохранность листов и удобство при транспортировке. После окончания занятий созданные поделки можно

также убрать в папку. Потребительские преимущества такого набора очевидны — все необходимое для творчества собрано в одном месте и ребенок не потеряет ни готовые работы, ни комплектующие.

Детское творчество не знает границ, а часто даже незосознательно и интуитивно отступает от правил. Немного фантазии — и успех гарантирован!

Прогнозы

В качестве заключительного слова наши эксперты решили поделиться своим мнением о том, что будет пользоваться спросом у покупателей в ближайшем будущем.

«Цветная бумага и картон используются для аппликаций, плоских и объемных поделок, декорирования. Из них создаются открытки, картины, панно, памятные альбомы, элементы декора интерьера. Основные потребители бумажной продукции для детского творчества — маленькие мастера, в последнее время к ней значительно усилился интерес взрослых. И если дети используют бумагу и картон для создания учебных поделок, то взрослые создадут из нее настоящие произведения искусства», — заключает **Наталья Суворова («Хатбер-М»)**.

Интерес к наборам для творчества подкрепляет и **Федор Заболотный («Самсон»)**: «Все большее распространение получает продукция для квиллинга — это особый вид рукоделия, создание фигур из тонких, свернутых в спираль бумажных полосок. Немного меньше интереса к скрапбукингу — ручное творчество для изготовления семейных фотоальбомов».

Прислушиваясь к мнению экспертов российского рынка, попробуйте сделать самостоятельный прогноз. Возможно, именно он принесет вам прибыль и повысит уровень продаж!



Карандаши и фломастеры

BRAUBERG®

BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY



- ГРИФЕЛЬ ЭКСТРА-МЯГКИЙ 3 ММ.
- Корпус из пластика, черного и белого дерева, трехгранной, шестигранной, круглой формы.
- Акварельные, металлик, неоновые, классические.

НОВИНКА!



- Полипропиленовый корпус.
- Вентилируемые колпачки.
- Смываемые и нетоксичные чернила.
- Пластиковая и картонная упаковка.

Доступны для заказа в оптовом интернет-магазине www.samsonopt.ru/zakaz

По итогам года

Ежегодная акция проводилась среди дилеров торговой системы «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА» и независимых дилеров. В каждой из этих категорий были предусмотрены основные и дополнительные номинации. Таким образом, победить смогли не только крупные организации, давно и успешно сотрудничающие с группой компаний «Самсон», но и те, кто впервые в прошлом году присоединился к большой дилерской сети.

Всем лауреатам были вручены дипломы, кубки и, конечно же, ценные призы, которые стимулируют к дальнейшей успешной работе.

Акция «Лучший дилер ТС «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА»

В основных категориях звания «Лучший оператор торговой системы» удостоились 4 компании. Платиновый призёр был награжден тур-поездкой в Куршавель от ведущего туроператора для проведения полноценного отпуска. Золотому призёру был вручен iPhone 4G, серебряному победителю — современный телевизор с диагональю 32", бронзовому — МФУ.

В дополнительных номинациях были определены компании, показавшие стабильный результат по итогам работы с группой компаний «Самсон». Призом за первое место стал iPhone 4G, за второе — ноутбук. Стоит отметить, что за 2011 год были выбраны 2 номинанта серебряной премии. Победителю номинации «Стремительный рост» был подарен функциональный моноблок, а лучшему интернет-партнеру — компактный iPad2.

В связи с активной деятельностью большинства дилеров ТС



Группа компаний «Самсон» подвела итоги и наградила победителей дилерских акций 2011 года, в которых традиционно принимают участие все партнеры компании. Мероприятие получилось масштабным не только по срокам — в зачет принимались результаты всего года работы, но и по количеству призов.

«ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА» были выделены категории в номинации «Лучшее продвижение». Приз за комплексную рекламу — фотоаппарат, креативную рекламу — видеочамера, эксклюзивный проект — проектор.

Отличную возможность для увеличения клиентской базы получили победители в номинации «Комплексное обслуживание». Для него бесплатно будет напечатано 1000 каталогов с индивидуальной обложкой.

Акция «Лучший независимый дилер»

Ценных и полезных призов удостоились компании, показавшие лучшие результаты по итогам 2011 года. Платиновому победителю была вручена путевка на тур-поездку на Бали, золотому призеру — iPhone 4G, серебряному — телевизор с диагональю 32", бронзовому — МФУ.

Два лучших независимых дилера, продемонстрировавших стремительный рост в работе с группой компаний «Самсон», получили возможность напечатать бесплатно 1000 красочных каталогов с индивидуальной обложкой. За стабильный результат были выделены 3 компании. Золотому призеру вручен iPhone 4G, серебряному — ноутбук, бронзовому — МФУ. Лучший интернет-партнер получил стильный планшетный компьютер.

Еще раз поздравляем всех победителей! И напоминаем, что успешная работа может не только приносить удовольствие, но и должна быть отмечена ценными призами.

Желаем всем дилерам группы компаний «Самсон» дальнейшего процветания!



Чистота в каждом офисе!

ЛАЙМА®



Хозяйственные перчатки
и гигиенические товары

www.samsonopt.ru

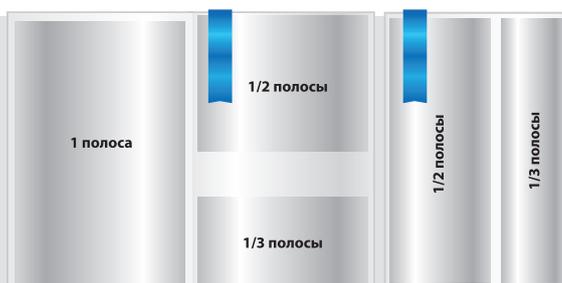
ЖУРНАЛ КАНЦЕЛЯРИЯ

WWW.KANZELARIA.RU

САМАЯ
ЭФФЕКТИВНАЯ
РЕКЛАМА

прямая адресная рассылка
территория охвата - вся Россия

КПД - 99,9 % **7000**
экземпляров



рекламные модули

реклама на обложке

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.

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

STAFF®

МАКСИМАЛЬНАЯ НАДЕЖНОСТЬ - МАКСИМАЛЬНАЯ ВЫГОДА



Galant®

Создавая имидж



арт. 500858



*Стильный и элегантный
подарок для коллег и
партнеров.*



Доступны для заказа в оптовом интернет-магазине www.samsonopt.ru/zakaz