www.kanzelaria.ru

ЖУРНАЛ

КАНЦЕЛЯРИЯ

STATIONERY & OFFICE EQUIPMENT

ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА И УЧЕБЫ • ОФИСНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

август – сентябрь 2012

№56

ЛАБОРАТОРИЯ MAPED ПРЕДСТАВЛЯЕТ

COLOR'PEPS

УЛЬТРА ЯРКИЕ ЦВЕТА, КОТОРЫЕ ПРИВЛЕКАЮТ ВНИМАНИЕ

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

САМСОН®

Федеральная сеть оптовых складов.
Регулярная доставка маршрутами по России.

оптовый интернет-магазин
www.samsonopt.ru/zakaz

СОДЕРЖАНИЕ

4 **Новости**

14 **Интервью**
Руслан Томилин: «Maped в России только начинается!»

18 **Товарный обзор**
Рынок офисных ноутбуков

26 **Гаджеты**
Немного об электронных книгах

30 **Торговая марка**
Деловые аксессуары 2013

44 Сумки, кейсы и рюкзаки для ноутбуков Brauberg

34 **Знакомство с дилером**
Дилер корпоративной торговли

42 **Событие**
Новоселье «Самсон КФ»

50 «Самсон СПБ» — год на рынке

47 **Белая книга**
Apple — Think different

52 **Выбирайте лучшее**
Идентификация личности — беджи

56 **Школьный базар**
Рынок школьных папок и пластиковых портфелей

РЕКЛАМОДАТЕЛИ

Acco Brands 29
Durable 11
ErichKrause 25
MAPED 1, 14-16
Paprerworld Russia 55
Tchibo 68
АЦБК 66
Бюрократ 17
Офис-Ресурс 23
САМСОН 2, 5, 7, 9, 33, 47, 59, 61, 65, 66-67
Скрепка Экспо 48
Сегмент 38
Старлесс 36
Хатбер 13

КОМПАНИИ-НЬЮСМЕЙКЕРЫ

Durable 4, 8
Paperworld Russia 9
Бюрократ 5, 8
Самсон 4-12
Хатбер 4, 7, 12

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

№ 56, август-сентябрь 2012

Учредитель: ООО «БРГ инвест»

Главный редактор: Мария Тарасенко

Корреспонденты: Анна Власова, Александр Котляров

Дизайн и верстка: С. Подпоринова

Прием и оформление рекламы:
Тел.: (473) 242-59-37, 89107498552
info@kanzelaria.ru
Распространяется бесплатно
Тираж: 7000 экз.

Адрес редакции:
394026, Воронеж, ул. 45-й Стрелковой Дивизии, 261а
Интернет: www.kanzelaria.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

Новые серии ежедневников BRAUBERG: сезон закупки открыт!

Группа компаний «Самсон» представляет новые серии датированных на 2013 год и недатированных ежедневников BRAUBERG.

Серия «Stamp» — классический материал обложек с легкой ненавязчивой фактурой придает серии аристократический облик, а необычное тиснение символизирует печать, подтверждающую высокое качество исполнения.

Серия «Folio» — компромисс между практичностью и солидной внешностью. Съемная обложка «под гладкую глянцевую кожу» с внутренними карманами для различных мелочей придаст строгости, а бумажный блок на евроспирали обеспечит комфорт во время работы.

Серия «Denim» — коллекция ежедневников с обложкой «под джинсовую ткань» — находка для ценителей классики неформального стиля.

Серия «Iguana» с фактурой под змеиную кожу никогда не выйдет из моды. Стильный дизайн и насыщенные цвета придают изделиям особый шик и легкую загадочность.

В зависимости от серии обложки ежедневников подходят для персонализации с помощью горячего тиснения или тиснения фольгой.

Внимание! На деловую продукцию BRAUBERG действует спецпредложение: при заказе от 300 штук Вас ждет скидка 16%!

Также не упустите возможность принять участие в акции по деловым аксессуарам BRAUBERG «Старт продаж ежедневников 2013». Победителей ждут ценные призы:

1-е место — Blu-ray театр;

2-е место — мультимедийный проигрыватель.

Позитивные точилки от Hatber

Новые точилки Hatber сделают рабочий процесс ярким, а творческий превратят в веселую и увлекательную игру. Удобная конструкция имеет два отверстия для заточки с контейнером под стружку. Лезвия, изготовленные из нержавеющей стали, обеспечивают качественную заточку карандашам. Каждая точилка размещается в яркой упаковке с европодвесом.

Точилка «Яблоко» представлена в двух цветовых решениях: зеленом и красном.

Благодаря устойчивой форме и яркому цвету, точилка не потеряется на столе, она также может служить небольшой подставкой под карандаши. Сверху имеется крышечка, плотно закрывающая и предохраняющая от рассыпания содержимое контейнера.

Точилка «Пингвин», представленная в четырех цветовых решениях: белом, розовом, черном и голубом — будет радовать вас своим веселым и ярким образом. Дети с удовольствием будут играть с пингвином, а для того, чтобы содержимое контейнера не рассыпалось, в конструкции предусмотрена поворотная крышечка.

Сделайте свой мир ярче, добавьте в него позитива с Hatber.

DURABLE наращивает обороты!

Появление новых товарных категорий и постоянное расширение ассортимента требует новых складских и производственных площадей. Завод DURABLE, функционирующий в Польше с 2006 года, в этом году был расширен в два раза и на сегодняшний день является самой крупной фабрикой DURABLE общей площадью 12 000 кв. м.

Теперь DURABLE располагает достаточным пространством для производственных цехов и складских помещений. Во время проектирования нового здания максимальное внимание уделялось современным экологически безопасным технологиям. В первую очередь преследовалась идея — сократить потребляемую энергию и минимизировать неблагоприятное влияние на окружающую среду. В целях экономии и защиты природы энергия и тепло, выделяемые во время производства, используются для обогрева собственных помещений, а излишки тепла — продаются. Помимо этого, все фабрики DURABLE оборудованы энергосберегающими осветительными приборами и системой переработки отходов из полипропилена. Отходы производства собираются, сортируются, затем измельчаются и перерабатываются в гранулят. Регранулят частично добавляется в производственный цикл, поэтому можно сказать, что все товары DURABLE из пластика в некоторой степени экологичны, т. к. изготавливаются с частичным применением вторичного сырья. Новые помещения в ближайшие две недели ожидают прибытия станков, а пока на фабрике в Штеттине идет набор новых сотрудников.

Яркие альбомы для рисования от BRAUBERG уже в продаже

Ассортимент группы компаний «Самсон» пополнился новинками бумажной продукции BRAUBERG — альбомами для рисования серии «Kids Series». Альбомы с цветными обложками предназначены для детей дошкольного и младшего школьного возраста. Яркие обложки, тематика которых рассчитана как на мальчиков, так и на девочек, понравятся не только детям, но и их родителям.

- Обложка — мелованный картон плотностью 200 г/м².
- Внутренний блок — бумага плотностью 90 г/м².
- Скрепление — скрепка.
- Упаковка — ассорти (2 вида в упаковке).

Кристальные детали

Компания «Бюрократ» представляет новинки в серии пластиковых папок «CRYSTAL» собственного производства.

Линейка пополнилась визитницами и папками-коробами на резинке. Новинки выполнены в современном стильном дизайне и составят достойную конкуренцию зарубежным аналогам, выгодно отличаясь при этом по цене.

Папки-короба «CRYSTAL» представлены в формате А5 и пяти цветовых вариантах: голубом, зеленом, оранжевом, красном и фиолетовом.

Яркие цвета дают прекрасную возможность выбрать любую модель под настроение, а также в соответствии с домашним или офисным интерьером. Новинки, определенно, будут привлекать к себе внимание среди стандартных офисных цветов и форм.

Благодаря застежке-резинке новинки надежно сохранят все доверенные им документы и не раскроются даже при падении или механическом воздействии. Папки — короба при своей удобной форме позволят хранить и переносить не только бумажные документы, но и различные мелочи, которые иногда так важно не потерять.

Визитницы «CRYSTAL» доступны так же в пяти цветовых вариантах. В линейке представлены трехрядные модели с вкладышами на 60, 120, 180 и 240 визитных карточек. Новинки позволят легко систематизировать, искать и дополнять информацию.

Папки и визитницы серии «CRYSTAL» в этой серии сделаны из плотного пластика высокого качества, а тиснение самой поверхности выполнено в виде кристаллов, что делает ее очень приятной на вид и ощупь.

Награждены лидеры продаж подарочных ручек Galant

Группа компаний «Самсон» рада сообщить, что подведены итоги акции «Лидер продаж подарочных ручек Galant», которая проходила с октября 2011 по март 2012.

По итогам акции «Лидер продаж подарочных ручек Galant» в каждом филиале были определены 13 победителей, которые получили цифровые зеркальные фотокамеры.

Клиенты, занявшие 2 и 3 места, тоже не остались без подарков. Арсенал их компьютерной техники пополнили высокотехнологичные планшетные компьютеры и нетбуки:

Деловые аксессуары GALANT

Деловые аксессуары премиум-класса GALANT пополнились новыми коллекциями: «Enigma», «Flavia», «Velario».

«Enigma» — слегка шероховатая матовая фактура обложек и «космические» цвета придадут обладателям деловых аксессуаров шарм и загадочность. В коллекцию входят: ежедневник недатированный, ежедневник, датированный на 2013 год, еженедельник, датированный на 2013, телефонная книга.

«Flavia» — создана специально для романтичных и утонченных представительниц прекрасного пола. Нежные цвета обложек «под бархат» с перламутровым эффектом — сочетание изящности и стиля. В коллекцию входят: ежедневник на 2013 год, визитница однорядная, еженедельник на 2013 , телефонная книга.

«Velario» — комбинация фактурного с эффектом «металлик» и гладкого материалов обложки, элегантная прошивка по дуге, внутренний блок с «золотым» или «серебряным» срезом. В коллекцию входят: ежедневник на 2013, ежедневник недатированный, еженедельник на 2013 год, планинг на 2013 год.

Внутренний блок изделий изготовлен из офсетной бумаги плотностью 70 г/м^2 и напечатан в 1 или 2 краски. В зависимости от модели присутствует вырубка по месяцам и лакированный алфавит.

Обложка деловых аксессуаров подходит для тиснения фольгой или горячего тиснения.

Маленькие помощники от Hatber

В коллекции настольных календарей-домиков компании «ХАТБЕР» — две миниатюрные новинки. В оформлении используются яркие постеры с изображениями символа года, природы, городов, цветов и животных.

Календарь-еженедельник «Лента». Это аналог и хорошая альтернатива квартальному календарю при ограниченном рабочем пространстве. Он всегда под рукой — есть возможность вернуться назад или заглянуть вперед, что не всегда удобно и возможно с настенным квартальным календарем. Благодаря его оптимальному размеру он никогда не затеряется среди рабочего беспорядка. Формат — 64х164 мм.

Календарь «Квадрат» — основным его преимуществом является компактный и эргономичный размер, для такого календаря всегда найдется место на столе с ограниченным свободным пространством. Календарная сетка рассчитана на один месяц. Формат — 101х101 мм.

Календари имеют жесткую картонную подставку 300 г/кв.м., каждый индивидуально упакован в пленку.

Календари Hatber — каждый день яркая дата!

Цифровые фотокамеры SAMSUNG, CANON и SONY

Самсон

Новинки цифровых камер от SAMSUNG, CANON и SONY, вошедшие в ассортимент группы компаний «Самсон», позволят покупателям с разным бюджетом максимально реализовать свои творческие фантазии.

Камера CANON Power Shot D20 с 3" дисплеем — отличный выбор для тех, кто любит активный отдых. Камера водонепроницаема (глубина — до 10 м), выдерживает падение с высоты в 1 м и может работать в тепловых режимах от -10 до 40°С.

В основе модели PowerShot D20 лежит система HS, разработанная Canon, которая объединяет в себе 12,1-мегапиксельный CMOS-датчик и процессор изображений DIGIC 4. Также можно отметить широкоугольный объектив 28 мм с 5-кратным оптическим зумом. Интеллектуальная система стабилизации изображения автоматически анализирует сцену и подбирает оптимальный из 7 различных режимов. В комплект входит: шнурок, USB-кабель, зарядное устройство для аккумулятора, диск с программным обеспечением. Поставляется под заказ сроком от 3 до 7 дней. Гарантия на все фотокамеры — 12 месяцев.

Новый проект компании DURABLE в России

DURABLE
THE STYLE OF SUCCESS

С сентября 2012 года компания DURABLE объявила о запуске лицензированного производства карманов с перфорацией и папок-уголков в России. Партнером в данном проекте стал известный российский производитель продукции из полпропилена — фирма «Канцфайл». Ассортимент папок-уголков и карманов с перфорацией российского производства включает: карманы с перфорацией матовые и глянцевые плотностью 45 и 60 микрон в упаковке по 100, 50 и 10 штук и папки-уголки из матового полипропилена плотностью 120 микрон прозрачного, желтого, синего, красного и зеленого цвета в упаковке по 10 и 50 шт.

Производство продукции по лицензии компании DURABLE проходит в полном соответствии с европейскими техническими параметрами, поэтому продукция на 100% соответствует импортным стандартам, столь привычным многим потребителям и торгующим организациям. Заказы новой продукции можно размещать у официальных импортеров продукции DURABLE в России. Папки-уголки и карманы с перфорацией российского производства станут хорошим дополнением к уже существующей линейке папок-регистраторов.

На выставке «Скрепка Экспо» российское представительство DURABLE впервые представит образцы новой продукции.

Незаменимый помощник охотника

бюрократ

VICTORINOX

Всемирно известный швейцарский производитель ножей — компания Victorinox — представляет новую линейку универсальных охотничьих ножей.

Команда инженеров Victorinox в течение десятилетий плотно сотрудничает с охотниками; результатом этой плодотворной работы явилось создание исключительных охотничьих ножей коллекции «NewHunting».

Новая коллекция представлена двумя моделями, каждая из которых оснащена специальным лезвием для разделки туш, а также лезвием с петлей для открывания одной рукой и практичным механизмом фиксации. Обе новинки станут отличным приобретением не только для коллекционеров и охотников, но и прекрасным практичным подарком.

Модель «Hunter XT» также оснащена пилой по дереву, что особенно понравится охотникам и всем любителям активного отдыха.

Эргономичные двухкомпонентные накладки и оранжевый шнурок придают ножам современный стильный вид. Шнурок также дает возможность использовать изделие даже в перчатках без угрозы выскальзывания из рук. Благодаря яркой оранжевой расцветке нож не потеряется в траве даже при слабом освещении.

Обе модели поставляются в серебристой коробочке с выдвижной подложкой, что позволит не заботиться о выборе упаковки в случае приобретения ножа Victorinox в подарок.

Рекомендованная розничная цена модели 0.8331.MC9 Hunter XS, включающей в себя большое фиксирующееся лезвие с петлей для открывания одной рукой и двухкомпонентную рукоять, составит 2264 руб.

Рекомендованная цена модели 0.8341.MC9 Hunter XT, оснащенной большим фиксирующимся лезвием с петлей для открывания одной рукой, двухкомпонентной рукоятью и пилой по дереву, 2604 руб.

Обе новики доступны к продаже с августа 2012 года.

Деловая программа на Paperworld Russia 2012

В рамках Paperworld Russia 2012 будет представлена насыщенная деловая программа: ведущие эксперты поделятся информацией и секретами новейших технологий с профессионалами канцелярского рынка. В качестве спикеров и модераторов интерактивных семинаров и мастер-классов выступят редакторы журналов «Канцелярское дело» и «Craft and Hobby», агентство интернет-рекламы и инновационного маркетинга «Garin-Studio», группа компаний digital-маркетинга «Affect», а также Московский государственный университет печати.

Большая часть программы будет посвящена актуальным вопросам раскрутки компании и повышению объема продаж в сети Интернет.

Специалист Garin-Studio Романова Татьяна расскажет о специфике продаж канцелярских и офисных товаров в сети Интернет, о способах привлечения клиентов и повышения их лояльности.

Презентация управляющего группы компаний digital-маркетинга «Affect» Дмитрия Козлова «Как платить только за результат. 5 способов экономии рекламного бюджета» научит посетителей грамотно выстраивать маркетинговую политику при планировании продаж в своей сфере деятельности.

Ведущий специалист России по бумагопластике, кандидат искусствоведения, Юлия Анатольевна Васерчук из Университета печати проведет мини-лекции по следующим темам: «Бумага как культурное явление: вчера, сегодня, завтра», «Исчезающая культура бумаги», «Бумажные носители для будущих поколений», «Бумагопластика, как проектная культура дизайна».

Генеральный информационный партнер выставки журнал «Канцелярское Дело» расскажет о перспективах российского канцелярского рынка, глобализации и взаимодействии российских и западноевропейских производителей, о достоинствах и недостатках коммерческих стратегий, выбранных компаниями для продвижения на рынке, о применении современных маркетинговых инструментов на практике.

Генеральный партнер Creativeworld Russia Salon, единственный на российском рынке B2B журнал «Craft and Hobby» проведет ряд мастер-классов и семинаров, посвященных товарам для хобби и творчества.

Следите за обновлениями в деловой программе выставки Paperworld Russia 2012 на сайте www.paperworld.messefrankfurt.ru. Обращаем ваше внимание на то, что участие в конференциях и мероприятиях Деловой программы абсолютно бесплатно!

Зарегистрируйтесь он-лайн на выставку Paperworld Russia 2012 и Салон товаров для творчества и рукоделия Creativeworld Salon и приходите с 25 по 27 сентября 2012 года в Экспоцентр!

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

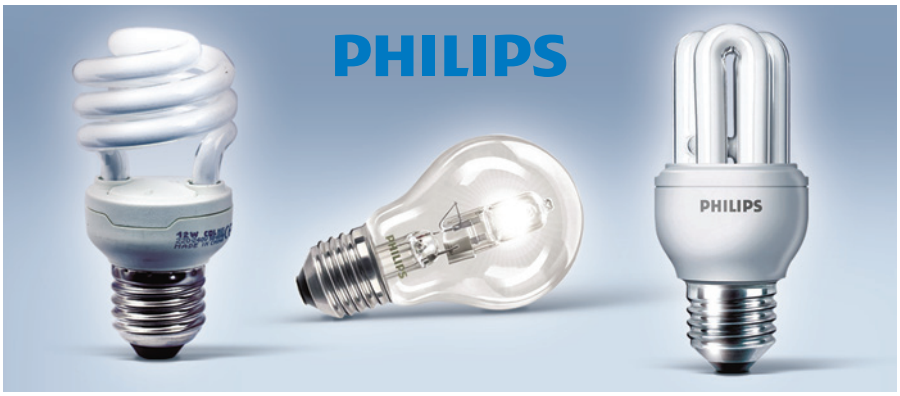
Лампы PHILIPS — инновационные решения для дома и офиса

Группа компаний «Самсон» представляет своим клиентам широкий ассортимент ламп PHILIPS.

Галогеновые лампы PHILIPS потребляют на 50% меньше электрической энергии, в отличие от обычных ламп накаливания, при этом работая в 2-3 раза дольше. Мощность галогеновых ламп PHILIPS составляет 16-23 Вт, а цоколь вида E27 обеспечивает качественную фиксацию лампы PHILIPS в светильнике.

Световая отдача люминесцентной лампы в среднем в 5 раз больше, чем у лампы накаливания. Световой поток люминесцентной лампы 15 Вт приблизительно равняется световому потоку лампы накаливания 75 Вт. Соответственно, энергосберегающие лампы позволяют снизить потребление электроэнергии приблизительно на 75-80% без потери привычного уровня освещенности помещения.

Новинки представлены моделями ламп с цоколем E 27, E 14, GU5.3, G4 и GY6.35. Большинство потолочных люстр имеют цоколь E 27, небольшие светильники и бра — E 14. Лампы с цоколями GU5.3, G4 и GY6.35 разработаны для быстрого крепления ламп в труднодоступных местах, например, при потолочном освещении.



Для стильных и мобильных: чехлы для смартфонов от Laro Studio

Laro Studio — это российская марка дизайнерских чехлов и аксессуаров из натуральной кожи для портативных устройств. Новинки группы компаний «Самсон» — новые коллекции чехлов Laro Studio: «Air Jordan», «Clark», «Lemuel», «Mark», «Purse» и «Twiggi».

В качестве основного материала новинок была выбрана натуральная кожа разных цветов. Чехлы Laro Studio отличаются мягкостью и широкой цветовой гаммой.

Черно-красная модель из серии «Air Jordan», предназначенная для iPhone4/4S, имеет беспроигрышное сочетание цветов. В конструкции чехла предусмотрено специальное отверстие, которое позволяет быстро извлекать телефон. Чехол выполнен из высококачественной кожи первого сорта. Приятная на ощупь подкладка из микрофибры предохраняет телефон от царапин.

Компания использует в работе только натуральную кожу, следит за качеством каждой операции, тщательно подбирает фурнитуру. Сочетание технологий и творческой свободы, стремление создавать функциональные и стильные аксессуары вне зависимости от ценового предложения — все это позволяет чехлам для смартфонов Laro Studio успешно конкурировать с известными марками.

Сувенирные ручки BRAUBERG стимулируют продажи

Шариковые ручки — это, пожалуй, самый популярный пишущий инструмент, возраст которого насчитывает не один десяток лет. Чем привлечь современного покупателя, искушенного большим ассортиментом шариковых ручек в продаже? У дизайнеров торговой марки BRAUBERG есть ответ на этот вопрос: 15 моделей сувенирных ручек, являющихся одновременно и пишущим инструментом, и оригинальным подарком.

Необычный дизайн корпуса ручки понравится детям и взрослым. Ручки длиной 16,5 см с корпусом из полирезины укомплектованы стержнями синего цвета с толщиной линии 0,5 мм. На корпусе каждой ручки расположена подвижная этикетка с названием, артикулом и штрихкодом.

Ни один мальчишка не устоит перед такими замечательными сериями как «Корсары», «Черепа», «Пираты» или «Динозавры». Ну а представительницы прекрасного пола всех возрастов не откажут себе в удовольствии стать обладательницами таких моделей, как «Цветы», «Феи», «Букет» или «Бабочки».

Красочный картонный дисплей не только поможет удобно расположить ручки на полке или на прилавке, но и позволит покупателю внимательно рассмотреть товар, взяв его в руку. И, безусловно, количество желающих поближе рассмотреть забавную ручку будет очень высоким — ведь широкий выбор моделей никого не оставит равнодушным.

Сувенирные ручки BRAUBERG станут оригинальным дополнением ассортимента письменных принадлежностей торговой точки любого формата.

Смартфоны SONY Xperia

Группа компаний «Самсон» представляет новинки ассортимента – смартфоны Sony серии Xperia. Футуристичный смартфон Sony Xperia S — первый из линейки смартфонов нового поколения Xperia NXT. Смартфон имеет двухъядерный процессор с частотой 1500 МГц, 1 Гб оперативной памяти и жесткий диск объемом 32 Гб. Встроенная 12-мегапиксельная камера с автофокусом и светодиодной вспышкой позволяет делать снимки высочайшего качества. Xperia S — поддерживает сразу две навигационные системы — GPS и ГЛОНАСС.

В смартфоне Xperia P впервые используется новый сверхъяркий дисплей WhiteMagic с реалистичной передачей белого цвета. 8-мегапиксельная камера с функцией быстрой съемки позволяет делать снимки из режима ожидания всего за 1,5 секунды и снимать видео в формате Full HD, а высокую производительность новинки обеспечивает мощный двухъядерный процессор 1 ГГц.

Смартфон Sony Xperia U, выполненный в стильном корпусе, обладает емким аккумулятором, который позволяет ему работать автономно до 6,5 часов в режиме разговора и до 260 часов в режиме ожидания. Быстродействие в работе устройства обеспечивают мощный двухъядерный процессор с тактовой частотой 1000 МГц и оперативная память объемом 512 Мб. А платформа Android v2.3 открывает новые горизонты в использовании мобильного телефона.

Бесконтактная технология Sony Floating Touch, впервые представленная в смартфоне Xperia Sola, позволяет осуществлять навигацию по веб-браузеру, не прикасаясь к экрану пальцем, а перемещая его над экраном наподобие курсора мыши. Модель Xperia Sola также оснащена камерой с высокой скоростью съемки. Смартфон довольно компактный — используется 3,7-дюймовый экран Reality Display с технологией Mobile BRAVIA Engine.

Автоматические шариковые ручки BRAUBERG

Новинка — 19 новых серий автоматических шариковых ручек BRAUBERG! Удобные шариковые ручки со сменным стержнем отличаются оригинальным внешним видом металлического корпуса с серебристыми деталями. Толщина линии письма – 1 мм. Благодаря презентабельному внешнему виду новинки ручек будут достойно смотреться на офисном столе любой крупной компании, не уступая аналогам из сегмента «бизнес-класс». В зависимости от модели ручки упакованы в дисплей с прозрачной крышкой для продаж с прилавка или в прозрачную индивидуальную упаковку с европодвесом для магазинов свободного доступа.

К новинкам можно подобрать сменные стержни, которые широко представлены в ассортименте группы компаний «Самсон».

DURABLE
THE STYLE OF SUCCESS

НАСТОЛЬНЫЕ ПОКРЫТИЯ
ЭЛЕГАНТНО, ИННОВАЦИОННО, ФУНКЦИОНАЛЬНО

SINCE MADE IN GERMANY 1920

- Прямоугольные и полукруглые покрытия
- Разные размеры для больших и малых столов
- Наличие верхнего прозрачного слоя для доп. информации
- Высокотехнологичные покрытия с USB разъемами для 4-ех устройств
- Долгий срок службы

Арт. 7215

Арт. 7201

Арт. 7209

С подробным ассортиментом компании DURABLE можно ознакомиться на сайте **www.durable-russia.com**

Лидеры продаж шариковых ручек BRAUBERG бизнес-класса получили призы

Отличное немецкое качество, стильный дизайн и оттенок респектабельности — все эти качества шариковых ручек бизнес-класса BRAUBERG уже давно по достоинству оценили покупатели, среди которых этот товар пользуется особой популярностью. С 01.11.2011 по 31.03.2012 клиенты группы компаний «Самсон» смогли стать участниками конкурса на звание «Лидера продаж шариковых ручек BRAUBERG бизнес-класса» и побороться за ценные призы.

В каждом из 13 филиалов группы компаний «Самсон» определились по три победителя, которые получили отличные подарки.

Тринадцать клиентов, занявших первые места, получили современные ноутбуки.

Участники, занявшие вторые места по итогам конкурса, стали обладателями производительных МФУ.

Счастливыми обладателями фотокамер стали клиенты, занявшие третьи места.

Поздравляем наших победителей и желаем успехов в новых акциях группы компаний «Самсон»!

Пушистые мордочки от Hatber HD

В коллекции HatberHD для учеников младшей школы вышли новые 12-листные тетради — лицензионная серия «Пушистые мордочки» от Марины Федотовой.

Добрые и милые герои на обложках — излюбленная тематика для оформления детских тетрадей. Трогательные ежики, котята и медвежонок понравятся малышам, ведь каждый узнает себя в этих героях. С ними не соскучишься — открой тетрадку и найди еще одного на форзаце!

Тетради имеют дополнительную отделку — выборочный лак, оборот обложки имеет полноцветную запечатку. Плотный блок (80 гр/м^2) идеально подходит для любых чернил. Тетради упакованы в блочок по 20 штук, где представлены все дизайны серии.

Коллекция Hatber HD покорит ваши сердца!

Улетная коллекция
Hatber
ANGRY BIRDS™
ТЕТРАДИ • БЛОКНОТЫ
ЗАПИСНЫЕ КНИЖКИ
ДНЕВНИКИ • АЛЬБОМЫ
ПАЗЛЫ • КАНЦТОВАРЫ
РЮКЗАКИ И СУМКИ
www.hatber.ru
Angry Birds™©2009-2012 Rovio Entertainment Ltd.

Руслан Томилин:

«Maped в России только начинается!»

Manufacture d'Articles de Précision Et de Dessin, что в переводе с французского означает «производство инструментов для черчения и рисования» — так расшифровывается аббревиатура, знакомая каждому профессионалу канцелярского рынка. **Maped** — компания с мировым именем, которая сегодня успешно начинает экспансию на российский рынок. Об уникальности товаров Maped и амбициозных планах компании в России и мире — в нашем интервью с **генеральным директором ООО «MAPED RUS» Русланом Томилиным**.

— Руслан, расскажите о том, как создавался бренд Maped и какое положение компания занимает сегодня на мировом и российском рынках офисной продукции?

— Как и многие компании в Европе, Maped — семейный бизнес из Франции, которым на данный момент руководит внук основателя компании. Дело происходило сразу после Второй мировой войны, в 1947 году, в городе Анси, недалеко от границы со Швейцарией.

Отдельно подчеркну, что Maped изначально и до сих пор является производственной компанией. С тех пор мы стали крупнейшим в мире производителем циркулей и не только. Основные товарные категории Maped в школьном сегменте – циркули, ластики, точилки, чертежка, ножницы и цветное рисование. В офисном — ножницы, дыроколы и степлеры, режущие инструменты, офисные принадлежности. Всего около 1500 артикулов в мире и 500 в России. Это компактный ассортимент, ведь особенность Maped — масштабное производство для получения низкой себестоимости.

Сегодня Maped — глобальная компания, представленная более чем в 125 странах мира, из них в 16-ти через свои филиалы. Компания является лидирующим мировым брендом в товарах для школы, очень активно развивается в офисных товарах. Скажу осторожно — Maped одна из самых динамично развивающихся компаний в мире, если брать последние 5-10 лет. Помимо этого, мы занимаем лидирующие позиции в мире в таких товарных группах как циркули, ножницы, точилки и ластики.

— В чем специфика продукции, предлагаемой Вашей компанией? Чем товары Maped отличаются от товаров-конкурентов? Как это удается?

— Миссия Maped — делать стандартные товары отличными от привычного и приносить клиенту дополнительное удовольствие от самого удобного пользования и яркого дизайна. Поэтому Maped — признанный лидер, с точки зрения дизайна, причем как товара, так и упаковки. А за фантиком дизайна прячется суть — удовольствие от использования всех наших товаров и высокое качество. Потому у нас очень большой процент повторных покупок и хорошая узнаваемость среди тех, кто уже пользовался нашими продуктами.

А удается это очень непросто — более 40 сотрудников ежедневно работают над новыми идеями, а 7 заводов и 65 лет опыта производства позволяют контролировать качество товара вне зависимости от места. Все, что мы предлагаем, есть только у нас — это уникальный микс идей и решений. У каждого нашего товара есть своя особенность в использовании — если это точилки, то у каждой есть свое особое предназначение — с выталкивателем застрявшего грифеля, с защитной шторкой, с увеличиваемым контейнером и для заточки цветных и ч/г карандашей и т. д. Ассортимент лаконичен и товары не дублируют друг друга. И, конечно, Maped выглядит особенно!

— Как часто компания предлагает специализированному рынку собственные инновационные разработки?

— Каждый год Maped предлагает рынку что-то новое, ежегодно до 10% оборота приносят нам новинки, это правило компании. С точки зрения инноваций мы были первой компанией, которая сделала циркуль с системой фиксации штанг, ножницы с картинкой на лезвиях, полностью гибкую линейку, формулу ластика без ПВХ, который удаляет до 92% грифе-

ля первым движением, эргономичная серия в «железе» и т. п. С точки зрения дизайна, у нас есть огромное количество решений в каждой категории: защитные футляры для ластиков, двойные кольца в ножницах, разметка линеек и т. д.

Еще одно кардинальное отличие — являясь европейским производителем, мы предлагаем очень разумные, почти «российские» цены. Причина проста — Maped работает на лаконичном ассортименте, который в большинстве случаев производится на своих заводах в огромных количествах.

— Когда возможность познакомиться с продукцией Maped впервые появилась у российских операторов канцелярского рынка? Каковы были первые шаги?

— Первые партнеры в России у нас появились в 1995 году. С тех пор с переменным успехом мы были представлены на российском рынке через своих партнеров. Но 1 марта 2012 года после более чем года подготовительных работ мы зарегистрировали 100% «дочку» французской компании Maped, которая называется ООО «МАПЕД РУС», а с 1 июня начали продажи в России со склада в Санкт-Петербурге, все партнеры переведены на отгрузки из России. Одновременно мы начали работать с большим количеством партнеров, компания «Самсон» была одной из первых в этом ряду. В России сегодня мы только начинаем. Но уже сейчас можно смело говорить о том, что Maped знаком большинству профессионалов рынка и имеет свое лицо.

У Maped есть уникальный, ни на кого не похожий товар, очень интересное ценовое предложение (большое количество нашего ассортимента на полке в магазине стоят не дороже пачки молока), товар в непосредственной близости от конечного покупателя. При этом именно наша задача, как владельца марки в продвижении бренда — создание условий, при которых наш товар будет продаваться лучше другого. Нам нужен шанс. От наших партнеров мы ждем признания нашего прогресса и уникальности: лучшего места на полке и широкого ассортимента в перспективе.

— Отличаются ли, на Ваш взгляд, вкусы российских потребителей офисной продукции от предпочтений зарубежных «коллег» и продвижение товара на российском рынке?

— В России более разнообразные вкусы, с одной стороны, и упор на недорогую канцелярию — с другой! Потому у российского Maped, например, количество артикулов в каталогах существенно больше, чем в родной Франции. В ассортименте Maped представлены 15 товарных категорий, в каждой есть разделение на нижний средний и высокий ценовой сегменты, и мы хотим видеть полную матрицу у наших партнеров. Упор делается на то, что мы предлагаем уникальные товары в максимальном количестве категорий и должны быть представлены во всех. Мы предлагаем офисную и школьную продукцию по каналам сбыта — розница и каталоги. Maped — эмоциональная марка, потому и продвижение стараемся выстаивать максимально эмоциональное.

Основное отличие России — огромная территория, с одной стороны, и организация логистики через Москву — с другой. Глобально чем меньше цепочка от производителя до магазина, тем эффективнее работа. Но специфика России не дает нам возможностей выйти напрямую даже во все регионы. Потому мы активно работаем с федеральными оптовыми компаниями. На данный момент это — самая эффективная модель работы.

И задача компании «MAPED RUS» состоит в том, чтобы быть максимально эффективным партнером — давать наилучший результат при меньших финансовых и интелектуальных вложениях партнера.

— Какие основные цели и задачи ставит компания перед собой сегодня? Каковы ближайшие планы компании Maped?

— Цели простые — стоять на полке в магазине и иметь место в каталоге. Это — главная задача, которой подчинены остальные действия: выбор партнеров, ассортимент, ценовая политика и, главное, маркетинг. Посредством активных и интересных шагов в рекламе марки мы хотим заинтересовать в своей продукции сначала профессионалов рынка, а затем и конечного потребителя. В товаре мы уверены. В ближайшие годы мы хотим стать всемирно признаваемым профессионалом в индустрии офисных товаров, который будет предлагать своим партнерам лучшие товары по разумным ценам. И наравне с почетным званием мирового лидера индустрии товаров для школы стать лидером и по офисному направлению. То есть цели самые амбициозные — как в мире, так и в России. Есть такое понятие — предпочтительный бренд, и мы хотим сделать Maped таковым в России. У Maped есть лицо, много интересных решений, хороший внешний вид, отличное качество, разумные цены — то есть все данные. Потому для достижения первой цели нам нужен быстрый эффективный рост. И мы надеемся расти в среднем не менее, чем на 50% ежегодно в течение следующих пяти лет.

СТАНИСЛАВ ГУМЕННИКОВ,
директор по бренд-маркетингу группы компаний «Самсон»:

«Весной этого года компания MAPED, в лице Руслана Томилина, пригласила нас посетить производство MAPED в Китае, недалеко от Шанхая. Приглашение было с удовольствием принято, поскольку между нашими компаниями успешно развивается стратегическое партнерство.

В ходе ознакомительного визита нам показали производственные мощности, провели презентацию систем управления качеством, внедренных на фабрике, познакомили с наиболее интересными новинками, поделились некоторыми секретами организации производственных процессов и оперативной связи производства со сбытовыми подразделениями по всему миру.

На фабрике очень понравилась организация контроля качества в формате Visual Management — на любом участке конвейера или этапе производства работники фабрики имеют доступ к эталонным образцам продукции, справочной информации и простым, четким инструкциям. Понравилась система контроля качества сырья на «входе» и строгий контроль соответствия готовых изделий заданным качественным критериям на «выходе».

Порадовало так же то, что фабрикой MAPED руководит управляющий персонал из Франции. С определенной периодичностью из Франции на фабрику приезжают инспекторы для контроля как производственных процессов, так и условий труда и общего состояния производства».

Maped® НАШ КРЕАТИВНЫЙ ПОСТАВЩИК

НАДЕЖДА ЦИЦАРИНА, сеть магазинов «Буква»

«Сотрудничество с компанией «MAPED RUS» дает нам ряд преимуществ:

— возможность получать товар напрямую, без посредников, т. е. отсутствие лишних звеньев между конечным покупателем и производителем;

— возможность формирования розничных цен без участия и ограничений со стороны посредников;

— возможность работы с каталогом без ограничений по ассортименту и количеству заказываемого товара.

И, что особенно для нас важно, — стопроцентное выполнение заказов и минимальные сроки доставки товара».

ОЛЬГА УТЕШЕВА,
заместитель коммерческого директора «Московский Дом Книги»

«Московский Дом Книги» предпочитает работать с лучшими мировыми брендами. Maped, без сомнений, относится к числу таковых. Занимать лидирующие позиции на протяжении многих лет компании Maped удается благодаря регулярной работе по созданию новых продуктов, отличающихся особыми функциональными качествами. Для любого розничного магазина появление новинок на полках — это важный фактор успешного развития. Кроме того, подкупает серьезное отношение бренда к дизайну товара.

Продукты Maped всегда выглядят очень современно и актуально. Нельзя не сказать о маркетинговой поддержке! Мало создать качественный продукт — его надо грамотно преподнести покупателю. У нас сложились хорошие отношения с сотрудниками компании. И, без сомнения, можно сказать, что залог успеха «Московского Дома Книги» — это результат нашей совместной плодотворной деятельности, полного взаимопонимания».

ТАТЬЯНА КАЛИНИНА,
исполнительный директор «АПКОР»

«Не у всех экспонентов есть возможность и навыки собственными силами, не обращаясь за помощью маркетинговых агентств, разработать программу участия в выставке. Компания MAPED организует свое участие собственными силами, делает это креативно, эффектно и эффективно, активно принимает участие в интересных выставочных проектах, предлагает новые идеи и решения, которые мы совместно с успехом реализовываем. На мой взгляд, такой подход подчеркивает особенности общей деятельности компании в целом и производимых товаров».

ИЛЬЯ ОСИНЦЕВ,
начальник отдела импорта группы компаний «Самсон»:

«Осенью штаб-квартиру Maped во Франции посетила делегация ООО «Самсон-опт».

Все наслышаны об уникальности товаров Maped и об их качестве.

Наконец-то, нам воочию довелось в этом убедиться. Мы посетили заводы в Германии и Франции и своими глазами увидели, насколько щепетильно и предметно компания Maped подходит к разработке и производству продукции. Появлению любого нового товара в компании предшествует непростой, трудоемкий, но захватывающий процесс. Специальный отдел разрабатывает концепцию будущего товара. Обязательным условием, которое в корне отличает Maped от других производителей канцелярской продукции, является обязательное наличие в новом товаре так называемого «added value», т. е. чего-то абсолютно нового в плане функциональности, качестве или дизайне, того, чего не было еще ни у одной вещи из того же класса как у других производителей, так и у самой компании Maped. Для этого в компании Maped создана собственная инновационная лаборатория для производства, тестирования и совершенствования образцов будущего товара, где трудится команда профессионалов из молодых и креативных специалистов высочайшего уровня».

KW-triO

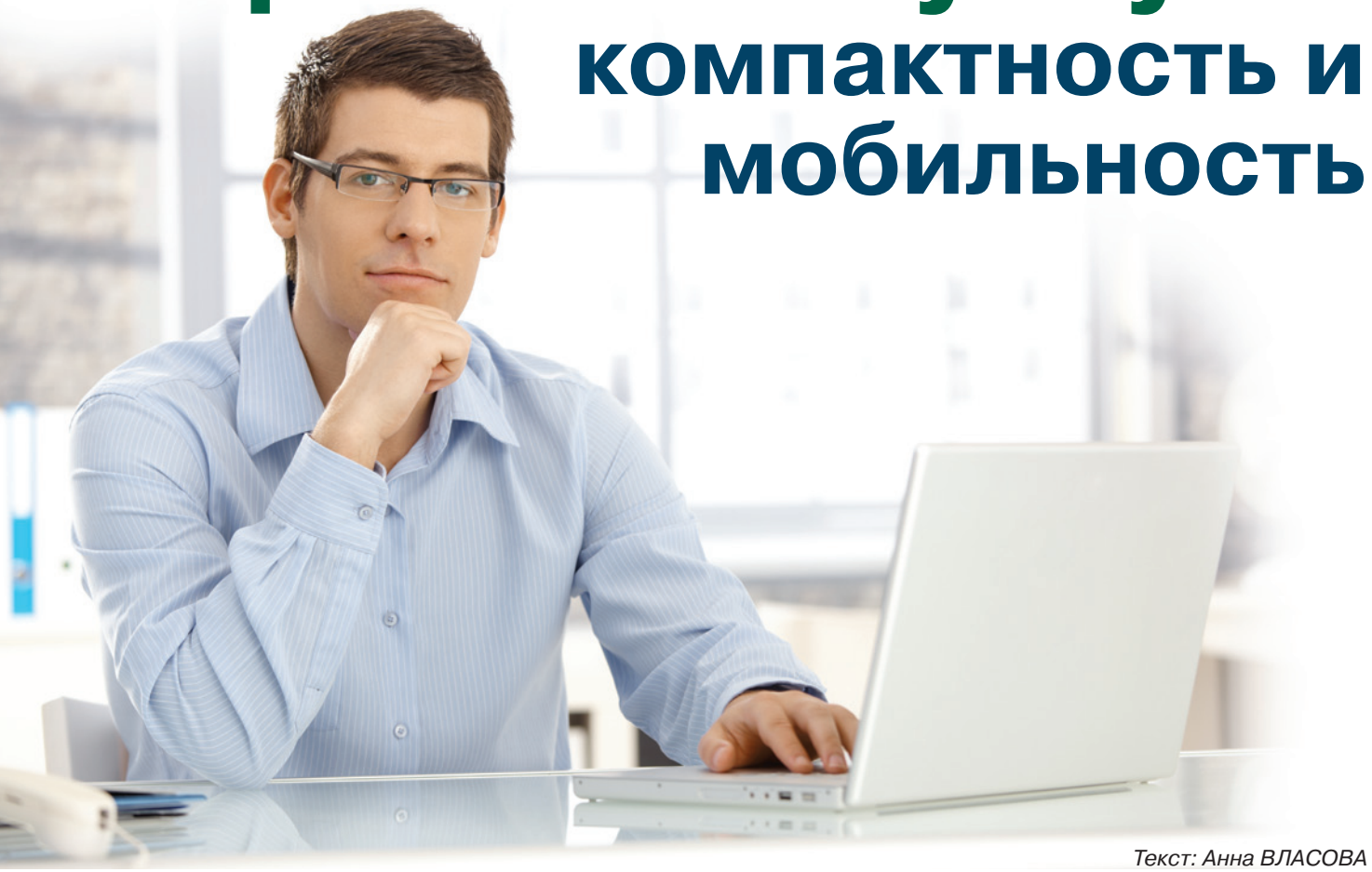
Надежность и эффективность

ЭКОНОМИЯ до 50% усилий пользователя

бюрократ®

123423, Москва,
ул. Народного Ополчения, 34;
тел.: (495)745-5511/12;
факс: (495)745-5514;
www.buro.ru

Офисные ноутбуки: компактность и мобильность



Текст: Анна ВЛАСОВА

По данным различных исследовательских агентств, все больше покупателей отдают предпочтение компактным ноутбукам, заменяя ими громоздкие настольные персональные компьютеры. Ноутбуки приобретают и для офисного, и для домашнего использования. Таким образом, продажи портативных устройств охватывают все каналы сбыта, а продукция предназначена для широкой покупательской аудитории.

О развитии российского рынка ноутбуков и его ближайших перспективах важно знать при формировании ассортимента и разработке схемы продаж. Подробнее о сегменте ноутбуков в нашем товарном обзоре.

Из истории

Согласно энциклопедическим сведениям, идея создания компактных компьютеров, которые могут работать независимо от электрической сети, пришла в голову в 1968 г. Алану Кею (Alan Key), позже ставшему начальником исследовательской лаборатории фирмы Xerox. По его представлению такое устройство должно было иметь экран размером с лист формата А4, плоский дисплей, двойное питание (автономное и через электрическую розетку), а также беспроводное подключение к сети, наподобие современной технологии Wi-Fi. Обязательным условием была невысокая цена.

Однако воплотить свою идею в жизнь Кею так и не удалось.

Первый в мире ноутбук был создан в 1979 году по заказу NASA в компании Grid System. Разработка принадлежит Вильяму Могриджу. Прибор был сделан специально для работы программы «Космический челнок». Громоздкий компьютер имел уникальные по тем временам характеристики: оперативная память 340 Кб, процессор Intel 8086, частота 8 МГц, люминисцентный экран, а также встроенный модем, работающий со скоростью 1200 б/сек. Но самое главное — его вес был в несколько раз меньше любого компьютера-современника. И все-таки, автономная работа для чудо-техники была недоступна из-за отсутствия для него аккумуляторов. Слишком дорогой прибор был практически не по карману простым потребителям, поэтому так и остался «космическим» устройством.

Первой моделью для «гражданского» пользования считается изобретение Адама Осборна (Adam Osborne), названное в честь создателя Osborne 1. Компьютер вышел на рынок в 1981 году и стоил 1795 долларов. Заявленные характеристики: масса 11 кг, оперативная память 64 Кб, процессор Zilog Z80A, частота 4 МГц, 2 дисковода 5,25 дюймов, 3 порта, в том числе и для модема, монохромный дисплей размером 8,75 x 6,6 см, показывающий 24 строки по 52 символа и 69 клавиш на клавиатуре.

Разработки более оптимальных моделей велись практически всеми компаниями. Стремления были направлены в сторону увеличения функциональности и уменьшения размеров. В 1982 году компания Compaq представила IBM PC, в 1983 году уже многие производители имели собственную линейку ноутбуков, а в 1984 году фирма Apple презентовала первый мобильный компьютер с LCD-экраном.

Одним из главных этапов развития сегмента ноутбуков считается создание корпорацией Intel в 1990 году специализированного процессора для портативных ПК — Intel 1386 SL. Он позволил увеличить длительность автономной работы за счет снижения напряжения питания.

С тех пор было проведено немало работы по совершенствованию устройств. Внешний вид первых ноутбуков сегодня кажется нам смешным и нелепым, а их размеры — просто чемоданами по сравнению с современными аналогами. И все-таки, несмотря на достигнутые успехи, развитие сектора ноутбуков не прекращается. Производители предлагают новую продукцию, используют уникальные технологии, улучшают детали, ежегодно, если не ежесезонно, выводя на рынок новинки.

Рынок ноутбуков

По однозначным оценкам экспертов, российский рынок ноутбуков демонстрирует уверенный рост в течение последних лет. Даже кризис, который заметно «ударил» по европейским покупателям, не заставил снизить объемы потребления. По данным исследовательского агентства IDC Quarterly PC Tracker, в 2011 году Россия стала лидером по продажам персональных компьютеров, обогнав другие страны EMEA (аббревиатура от «Europe, the Middle East and Africa» — регион, включающий в себя Европу, Ближний Восток и Африку). За этот год в нашу страну было ввезено около 12,9 млн настольных и портативных ПК — показатель превышает на 13,4 % объемы 2010 года (в количественном выражении). Оптимистичные цифры дают возможность спрогнозировать рост рынка в ближайшие пять лет.

В первой половине 2012 года наблюдался рост всего ИТ-сектора, причем «локомотивом», как всегда, выступил компьютерный рынок. При этом эксперты отмечают, что продажи настольных компьютеров снизились по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и их доля продолжает сокращаться. Развитие рынка происходит за счет мобильных компьютеров. Основной рост связан с массовым сектором — недорогими ноутбуками для дома и офиса. Цена таких моделей колеблется в промежутке от 12 до 18 тыс. рублей. С января по май их доля выросла с 27 % до 32 %. Более дорогой сегмент — стоимостью выше 21 тыс. рублей — остался неизменным.

2011-й год ознаменовался для российского рынка ПК примечательным событием. Впервые за последние 7 лет сменился лидер продаж: компания Acer уступила статус поставщика №1 другому тайваньскому производителю ASUS. Однако в корне ситуация с ведущими компаниями не поменялась. В пятерку лидеров, кроме вышеназванных брендов, по-прежнему уверенно входят HP, Samsung и Lenovo. При этом исследователи отмечают, что ноутбуки Hewlett Packard настолько хорошо зарекомендовали себя в корпоративных кругах, что удерживают лидерство именно за счет бизнес-сегмента. По оценкам экспертов, совокупная доля ведущих брендов составляет около 60 % от всех поставок.

Из отечественных производителей компьютеров выделяются компании Depo Computers, Kraftway, «Аквариус» и «К-Систем» (стоит отметить, что мы подразумеваем все виды ПК — настольные и портативные). Отечественные сборщики чувствуют себя на рынке по-разному. Некоторые отмечают рост продаж, кто-то говорит о сокращении. В 2009-2010 году их доля несколько увеличилась. В то же время не все эксперты разделяют оптимистичный настрой, они утверждают, что рост продаж в посткризисный период связан с сокращением производства в 2008-м году. Главной проблемой российские производители считают твердую уверенность покупателей в качественном превосходстве импортной продукции. В ряду собственных преимуществ они перечисляют приемлемую цену, большое количество сервисных центров и бли-

Своим мнением о ситуации на российском рынке ноутбуков с журналом «Канцелярия» поделился менеджер отдела оргтехники группы компаний «Самсон» Сергей Лисовой.

— Можно считать, что на текущий момент рынок ноутбуков в России достиг зрелой фазы. Хотя по сравнению с предыдущими годами темпы роста и замедлились, рынок остается чувствительным к ценам и сохраняет хороший потенциал роста в массовом сегменте ноутбуков и в сегменте планшетов. Наличие на рынке растущих сегментов оставляет место как для крупных игроков, так и для небольших компаний, работающих в собственной нише.

Что касается производителей, то 99 % продукции поставляется иностранными компаниями. Наиболее популярны у российских потребителей, как и во всем мире, бренды Acer (а также Packard Bell и eMachines, которые тоже принадлежат группе Acer), ASUS, Lenovo, HP, Samsung, Sony, DELL, Toshiba.

О сегментации ноутбуков и рыночном спросе рассказывает Сергей Лисовой («Самсон»).

— Традиционное деление ассортимента ноутбуков, представленных на российском рынке, включает следующие сегменты:

Нетбуки с диагональю экрана до 12 дюймов. Само название происходит от слова «net» — «сеть», соответственно производительности нетбуков достаточно для веб-серфинга, просмотра видео, редактирования документов.

Ультрапортативные и бизнес-модели — диагональ 13,3-14 дюймов. В основном предназначены для журналистов и профессионалов, работающих в режиме мобильного офиса.

Мейнстрим — экран 15 дюймов. Универсальные модели.

Ноутбуки с диагональю экрана 17''+ позиционируются, как замена настольных ПК.

Сегодня активно развивается направление Ultrabook — ноутбуки, отличающиеся тонким корпусом, энергоэффективностью и малым весом.

Также на рынке появились такие решения, как планшеты-трансформеры. К ним относится планшетный компьютер ASUS TF300TG+Dock, который при подключенной док-станции может использоваться как ноутбук (в ассортименте группы компаний «Самсон» доступен для заказа под кодом 351708).

На мой взгляд, сегодня производители стремятся к активному обновлению ассортимента. В среднем модельный ряд меняется раз в 3 месяца: у кого-то полностью, у кого-то частично. В продажах ноутбуков принято выделять 2 высоких сезона: Back-to-School (конец августа — начало сентября) и XMAS (перед новогодними праздниками). Под эти периоды производители могут выпускать специальные модели, делать интересные ценовые предложения.

Совершая покупку ноутбука, стоит обратить внимание на «легальность» устройства. Безусловно, сегодня проблема «серости» компьютерного рынка не столь актуальна, однако приобретение такого ноутбука грозит потребителю отсутствием гарантий и сервисного обслуживания.

Определенным залогом качества ноутбука является известный бренд: у ведущих производителей контроль за выпуском и сервис на порядок выше, чем у мелких компаний. Стандартный гарантийный срок составляет 12 месяцев, на некоторые модели могут предлагать и 24 месяца гарантийного обслуживания.

При выборе продукции покупатель всегда смотрит на бренд. Во-первых, с торговой маркой могут быть связаны свои ассоциации, благодаря работе производителей над имиджем. Во-вторых, существуют отзывы потребителей, уже испробовавших товар. Качественный ноутбук должен иметь прочные материалы корпуса, не содержащие вредных веществ, обладать износоустойчивостью, продуманным дизайном, обеспечивающим достаточное охлаждение внутренних компонентов. Также важны технологии защиты данных от кражи и повреждения и, безусловно, удобство клавиатуры и экрана.

Сегодня принято поставлять ноутбуки с уже установленной операционной системой. Для пользователей это наиболее удобный вариант, так как ноутбук из коробки сразу готов к использованию. К тому же на любую ОС можно приобрести обновление.

Что касается процессоров, то здесь есть возможность сравнения топовых моделей верхнего ценового сегмента. Здесь лидируют ноутбуки на базе Intel за счет более высокой производительности. Средний и низкий ценовой сегменты нельзя оценивать однозначно.

Важно, что у потребителей есть возможность выбрать понравившуюся модель не только по техническим характеристикам, но и по ценовой категории. Хотя, конечно, основной спрос наблюдается на бюджетные модели и средний сегмент.

зость к потребителю, как возможность отследить предпочтения.

За счет непрерывного роста российский компьютерный рынок является выгодной площадкой для выяснения отношений у поставщиков. Ценовая и технологическая борьба на руку и покупателям, и реселлерам. Высокая интенсивность развития сегмента и регулярное обновление ассортимента по прогнозам не прекратится, пока существует высокий потребительский интерес к данной продукции.

Ассортимент

Как любую товарную группу, ноутбуки принято делить на несколько сегментов.

Сегмент «Нетбук». К нему относятся компактные ноутбуки, отличающиеся незначительным весом и относительно невысокой производительностью. Основная сфера их применения — выход в Интернет и работа с офисными приложениями. Диагональ экрана нетбука составляет 7-12 дюймов (наибольшей популярностью среди покупателей пользуется модель с 10-дюймовым экраном). Низкое энергопотребление продлевает время автономной работы, поэтому нетбуки обладают максимальной мобильностью и активно используются вдали от электрических розеток. Еще одной особенностью устройства является невысокая цена.

Именно привлекательная стоимость послужила стимулом для стремительного роста продаж нетбуков в 2009 году, который происходил на фоне общего снижения объемов в других сегментах. Такую тенденцию эксперты связывают с чувствительностью к цене у российских потребителей, которая не наблюдается, например, в США. По этой причине внедрение новых технологий на отечественном рынке происходит гораздо сложнее и на «раскручивание» перспективных моделей уходит больше времени. В качестве примера можно привести осторожное отношение покупателей к сверхтонким ноутбукам на платформе UVL. Участники рынка считают, что рост спроса на такие модели станет заметен со снижением цены.

Сегмент «Офисный ноутбук». В основном такие устройства ориентированы на стационарное использование. Диагональ экрана 15 дюймов комфортна для длительной работы, при этом позволяет при необходимости брать ноутбук с собой на совещание, к клиенту, на презентацию и для выполнения других задач. Достаточная производительность обеспечивает уверенную навигацию в любых офисных приложениях, а также позволяет просматривать видео- и фотофайлы. Умеренное энергопотребление продлевает время автономной работы. Офисные ноутбуки относятся

к бюджетному сегменту, поэтому привлекательны в качестве замены офисных десктопов (стационарных ПК).

Сегмент «Бизнес-ноутбук». К этой категории эксперты относят ультратонкие UVL-ноутбуки. Новая технология пришлась по вкусу деловым людям, для которых важна компактность и мобильность. Легкие и стильные ультрабуки незаменимы на переговорах и в командировках. Современная технологическая база, объединенная с экраном 13 дюймов, обеспечивает работу во всех офисных приложениях, с фото- и видеофайлами, презентационными материалами. При этом гарантировано максимальное время автономной работы за счет применения специальной энергосберегающей технологии. Как правило, ультрабуки имеют встроенный оптический привод, который расширяет возможности устройства. Соответствующая цена пока не позволяет UVL-ноутбукам занять значительную долю в продажах.

Сегмент «Игровые ноутбуки». К ним относятся самые мощные модели, оснащенные современной графической платой и процессором, а также встроенным DVD-RW-приводом. Для игровых ноутбуков важен широкоформатный экран, под который прорисовано большинство компьютерных игр. Размер — 15-17 дюймов. Технические возможности позволяют запускать и поддерживать эффективную работу «тяжелых» игр, воспроизводить HD-видео (видео высокого разрешения). Обширными способностями объясняется и высокая цена игровых ноутбуков.

Даже из приведенной классификации становится очевидно, что наибольшим спросом среди покупателей пользуются доступные по цене нетбуки и офисные ноутбуки. Общая тенденция демонстрирует интерес покупателей к компактным легким ноутбукам с диагональю до 15 дюймов и значительным запасом времени автономной работы.

Данные аналитических агентств также подтверждают популярность таких моделей. Их процентная доля на рынке в последнее время превышает 60 %, хотя и несколько снижается за счет интереса к ультрабукам и десктопам — заменителям стационарных компьютеров. Эксперты также отмечают уменьшение спроса на нетбуки, которые уступают место со-

временным планшетным компьютерам. Объем продаж снизился с 20 % до 18 %. При этом изменения коснулись и ассортимента — он больше не радует разнообразием моделей.

Повышение спроса на продукцию эксперты объясняют не только желанием обновить домашнюю технику, но и лояльными кредитными программами, которые предоставляют как банки, так и магазины электроники. Наиболее прибыльным в продажах ноутбуков остается розничный канал сбыта. В 2012 году отмечаются неплохие показатели в оптовой торговле и чуть сниженные цифры по сравнению с предыдущим периодом — в корпоративной.

Есть в продажах ноутбуков и сезонные колебания. Основной пик покупок приходится на начало школьного сезона и предшествующий ему месяц. Второй всплеск происходит в новогодние праздники.

Представители сетевых гипермаркетов электроники рассказывают, что конец 2010 года — начало 2011 года ознаменовались активностью компании Samsung на рынке ПК. Бренд презентовал 4 новинки против одной в предыдущем сезоне. Модели имели одно из лучших соотношений цены и качества, поэтому пользовались большой популярностью у покупателей. Однако по итогам всего года лидерами по-прежнему остались ноутбуки Acer и ASUS.

Несколько слов стоит сказать о процессорах. Именно они являются «сердцем» ноутбука, от которого зависит производительность устройства. В исторической справке мы уже упомянули, что создание первого специализированного процессора для ноутбуков принадлежит корпорации Intel. Возможно, поэтому устройства бренда продолжают занимать лидирующее место на этом рынке. Наиболее популярными эксперты признают процессоры Intel Core I5 и Intel Core I3. Доля процессоров ATOM и подобных ему моделей сократилась вместе со снижением продаж нетбуков.

Широкое разнообразие ассортимента и представленных моделей позволяет потребителям выбрать товар на любой вкус и кошелек. Не менее важным фактом является то,

Лидеры рынка ноутбуков

ASUS

Только за 2008 год ASUS получила 3056 наград, в среднем — больше 8 наград в день. Сегодня в корпорации трудится более 10 тысяч сотрудников, а стоимость торговой марки составляет более $ 1,3 млрд.

HP

Компания HP была основана в 1939 году выпускниками Стэнфордского университета Биллом Хьюлеттом и Дэйвом Паккардом. За последние годы HP приобрела несколько компаний, среди которых Compaq, Electronic Data Systems, Palm Inc. и другие. Капитализация корпорации составляет $ 126 млрд, а количество сотрудников превышает 324 тыс. человек.

Samsung

История компании насчитывает более 70 лет. Только за 2010 год Samsung получила 37 наград на международной выставке потребительской электроники CES 2011, была внесена в список лучших мировых брендов Interbrand 2010, завоевала 5 наград European EISA и получила 5 наград на международном конкурсе промышленного дизайна IDEA 2010.

Acer

Компания Acer основана в 1976 году. Мультибрендовая стратегия обеспечивает успешное слияние брендов Acer, Gateway, Packard Bell и eMachines на глобальном рынке, одновременно укрепляя позиции корпорации Acer в мире. Acer насчитывает 8000 сотрудников во всем мире. Доход корпорации за 2011 год составил 15,7 млрд. долларов США.

ТЕХНИКА ДЛЯ БИЗНЕСА

Profi Office Germany

- шредеры
- резаки для бумаг
- ламинаторы
- брощюровщики
- чистящие средства
- расходные материалы для переплетных работ и ламинирования
- компьютерные аксессуары
- канцелярские товары Office Force

Официальные партнеры ProfiOffice GmbH в России:

Компания Офис-Ресурс
тел.: (495) 933-76-23
www.office-resource.ru

Компания КОМУС
тел.: (495) 258-258-8
www.komus.ru

что основная борьба ведется в среднем ценовом сегменте, который доступен большинству покупателей.

Преимущества и недостатки

Если повнимательнее присмотреться к любому устройству, то обязательно найдутся достоинства и недостатки. За первое ноутбуки ценятся у пользователей, на второе — обращают внимание при покупке.

К неоспоримым достоинствам ноутбуков относится незначительный вес, компактные размеры и мобильность, а также возможность автономной работы, которая чем дольше, тем ценнее. Устройство сделано по принципу «все включено», соответственно, нет необходимости отдельно подключать клавиатуру и мышь. Они, как и дисплей, уже учтены в конструкции. Все современные модели дают возможность беспроводного подключения к сети. Для этого ноутбуки оборудованы встроенным Wi-Fi-адаптером.

К недостаткам стоит причислять низкую максимальную производительность и ограниченность модернизации. Компактные размеры и высокие требования к теплоотведению приводят к тому, что в ноутбуках не используются сверхмощные процессоры и другие компоненты, которые эффективно функционируют в стационарных ПК. Да и замена устаревших деталей на современные в большинстве случае не предусмотрена. Поэтому ноутбук так и существует в первоначальной комплектации. Пользователь также может столкнуться с проблемой установки операционной системы, отличной от предустановленной на данной модели. Неизменные технические характеристики ноутбуков не всегда совместимы с требованиями некоторых ОС.

Нельзя считать сильной стороной и стоимость мобильных компьютеров. Настольный ПК по той же цене можно укомплектовать более мощными компонентами.

Даже то, что мы считаем явным достоинством ноутбуков, может стать недостатком. Например, наличие встроенных деталей. Клавиатура в портативном компьютере меньше настольной, часто цифровой блок объединен с буквенным. Тачпад, в качестве устройства указания, менее удобен, чем компьютерная мышь. Экран имеет небольшой угол обзора и цветовой охват, поэтому профессионально обрабатывать фотографии на ноутбуке практически невозможно.

Некоторые претензии можно предъявить и к мобильности. Частая транспортировка ноутбука приводит к большой вероятности поломки. Приборы часто роняют, а от ударов не всегда спасают даже сумки. Разбить дисплей ноутбука можно даже при закрытой крышке, а его ремонт обойдется в значительную сумму.

И все-таки ноутбуки, безусловно, лидируют при выборе офисного компьютера. Современный ритм жизни заставляет быть все время в движении, имея под рукой все необходимые документы.

О предпочтениях потребителей рассказывает Сергей Лисовой («Самсон»)

— Современный покупатель предъявляет высокие требования к продукции, которую хочет приобрести. Характерные параметры для перспективного ноутбука — небольшой вес, мощный процессор, износоустойчивый корпус. Также важно, чтобы производитель позаботился о защите данных (остановка жесткого диска при падении, возможность шифрования данных и т. д.).

Если рассматривать приоритеты покупателей, то в первую очередь подходящий ноутбук выбирают по размеру диагонали, так как по ней в большинстве случаев определяется сфера возможного использования и вес модели. Затем обращают внимание на торговую марку и технические характеристики — это практически равные по значимости факторы. Далее оценивается качество, условия гарантийного обслуживания и другие характеристики.

Перспективы рынка

Как уже упоминалось, по прогнозам экспертов, российский рынок продолжит свое развитие. Будут совершенствоваться модели, предлагаться инновационные технологические решения, а ценовая конкуренция положительно скажется на потребительском спросе.

Хороший потенциал роста ярко проявляет себя в массовом сегменте, менее активны высшие ценовые категории, что свидетельствует о чувствительности отечественных покупателей к стоимости.

Из технических новшеств — прослеживается постоянное стремление к уменьшению веса и размера ноутбуков, которое может произойти, например, за счет замены классического жесткого диска на легкий SSD-носитель. Но пока такие модели слишком дороги, поэтому остаются перспективой будущего. При создании ноутбуков активно используют гибридные технологии. Так, встроенная и дискретная видеокарты, включающиеся в работу по мере необходимости, добавляют ресурсов для графических приложений. Применяются в современных устройствах и новые графические адаптеры — более производительные и менее энергоемкие.

Желание производителей привлечь внимание к собственной продукции играет на пользу реселлерам, которые могут не выделять дополнительные средства на продвижение этой товарной категории. Большинству потребителей известны компьютерные бренды, и о каждом из них имеется сложившееся мнение. Включение в ассортимент ноутбуков ведущих торговых марок гарантирует хороший спрос и покупательский интерес.

MEGAPOLIS

ErichKrause®

важна каждая мелочь

Лучший подарок, или немного об электронных книгах

Скачал книгу — сохранил дерево!
(Народная мудрость)

Текст: Мария ТАРАСЕНКО

Помните, какой подарок считался лучшим еще с советских времен? Правильно — книга! А сегодня с появлением современных технологий для любителей чтения этот подарок стал еще и электронным. Электронная книга дает возможность ее владельцу хранить огромную библиотеку — тысячи произведений разных авторов в одном устройстве. Тем не менее, с появлением цифровых возможностей для чтения литературы, люди читающие сразу же разделились на два лагеря — на тех, кто принял новинку рынка и пользуется электронными книгами и тех, кто настаивает на том, что книга должна быть непременно печатной, с запахом типографской краски, с традиционными закладками и перелистыванием шуршащих страниц. Кто прав? Попробуем разобраться.

Спор «физиков» и «лириков»

Термин «Электронная книга» произошел от английского словосочетания «Electronic Book» и сегодня чаще всего встречается как сокращение — eBook или e-Book. Также электронные книги называют «ридерами» (от англ.to read — читать).

Первыми создателями подобных устройств были две конкурирующие фирмы «Nuvomedia» и «Softbook Press», которые примерно в одно время начали массово производить девайсы для чтения электронных книг. В конце 1998 года были выпущены в продажу Rocket Ebook и Softbook. К сожалению, взлет их был краток и обе фирмы благополучно «скончались». Тем не менее, результатом их трудов сегодня пользуются тысячи людей — улучшив и переработав новую задумку, продолжатели дела электронных книг успешно внедрили это устройство в массы.

Итак, все книги — и модные романы, и классические произведения, и хранящие многовековую мудрость древние трактаты — имеют одинаковую информативную ценность, какую бы форму они ни принимали. Но в век электроники в цифровом формате ими пользоваться значительно удобнее, — считают сторонники электронных книг. И это небезосновательное утверждение — электронные книги занимают очень мало места — на одну флэш-карту спокойно может вместиться целый книжный магазин. Тут и насчет экономии не поспорить — ведь в среднем одна печатная книга стоит сегодня порядка 300 рублей. Более того, множество книг находятся в открытом доступе в интернете бесплатно. Их можно скачать и наслаждаться чтением. А некоторые книги можно купить по цене, в несколько раз меньшей, чем у печатных изданий. Более того, текстовые файлы занимают мало места и даже на флеш-карте, встроенной в электронную книгу, их умещается тысячи. Не говоря о том, что «память» ридера можно «нарастить, купив флеш-карту любого объема. Практически не занимает места и сама электронная книга, размером она с обычный ежедневник, только намного тоньше. А для печатных изданий нужно иметь, как минимум, книжный шкаф. Электронные книги не нуждаются в бумаге, что действительно позволяет сохранить многие гектары леса.

В то же время электронные книги не являются полной заменой обычным бумажным книгам. Никакое электронное устройство не заменит обыкновенную книгу, — считают сторонники традиционного чтения. Ничто не сравнится с теми ощущениями, когда держишь ее в руках, переворачиваешь страницу за страницей. В книге есть душа. Печатная книга — не только духовная, но и материальная ценность. В ее издании участвует немало людей, и каждый привносит что-то свое. Любуясь обложкой и в целом оформлением издания, любители книг получают настоящее эстетическое наслаждение. С этим трудно не согласиться.

Заменят ли электронные книги в будущем обыкновенные? Когда-то с появлением телевидения, позднее — видеомагнитофонов и DVD казалось, что кинотеатры опустеют, но этого не произошло и никогда не произойдет. У каждого способа чтения будут свои приверженцы: кому-то по душе переворачивать страницы, а кто-то предпочитает полную свободу от книг на полках. Одно можно сказать с уверенностью: сегодня электронные книги не уступают бумажным по комфортности визуального восприятия. И об этом — немного подробнее.

«Девайсы» и «фишки» электронной книжки

Сегодняшние электронные устройства для чтения — не чета их предшественникам, появившимся на рынке в начале 2000-х и имевших весьма низкое качество отображения текста в сравнении с полиграфической продукцией. Современные технологии усовершенствовали «ридер», сделав его высококачественным и, главное, многофункциональным устройством.

Итак, главный элемент электронной книги — это экран. Экраны «ридера» могут быть трех основных типов: E-Ink, LCD (цветной), LCD (монохромный). В конце 2010 года появились и цветные E-Ink экраны. LCD-экраны (или ЖК, как мы привыкли их называть) знакомы буквально всем. В обычных ЖК-дисплеях изображение формируется на основе просвета матрицы, происходит частое мерцание, которое может плохо сказываться на зрении. E-Ink –экран не оказывает негативного влияния на наше здоровье, поскольку образует изображение подобно обычной бумаге — в отраженном свете: технология разработана специально для имитации обычных чернил на бумаге. Угол обзора у таких экранов составляет 180 градусов. Впрочем, если сравнивать с ЖК-мониторами, время обновления у E-Ink намного больше. Они немного «тормозят», и на экране остается изображение с предыдущей страницы. Время отклика у них составляет как минимум 50 мс, в то время как у жидкокристаллических дисплеев оно не превышает 15-30 мс. Поэтому прежде, чем остановить свой выбор на том или ином типе электронного устройства или порекомендовать его клиенту, необходимо взять ридер в руки, включить и немного почитать. Это позволит определить, насколько удобной является та или иная модель для конкретного покупателя.

К слову, люди, которые ранее не пользовались подобными устройствами, полагают, что главное — чтобы экран был большим. Однако значение имеет не только размер экрана, но и его разрешение.

Для комфортного чтения необходимо, чтобы было видно, как минимум, целый абзац, а видеть целую страницу — еще комфортнее. Средняя диагональ экрана электронной книги должна быть равна 7 дюймам, а минимально приемлемое разрешение 480x800 точек. Сегодня на рынке имеются как стандартные книги — 6-7 дюймов, так и компактные — 5 дюймов. Есть и большие книги — 8 и более дюймов (очень большой шрифт, удобный для чтения людям практически с любым зрением).

Наиболее распространенное разрешение экрана у современных книг — 800x600.

Кроме того, экран должен иметь антибликовое покрытие и возможность изменения характеристик яркости и контрастности. Благодаря антибликовому покрытию, глаза будут защищены от действия солнца или лампы, которые отражаются на мониторе.

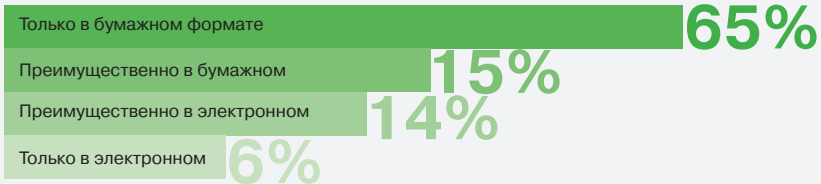
Все электронные книги с подсветкой должны иметь настройки контрастности и яркости. Цвет фона следует выбирать так, чтобы он был удобным и приятным для читающего. Считается, что лучшим вариантом является белый фон, поскольку на нем контрастность значительно выше.

Если электронная книга имеет сенсорный экран, или тачскрин, пользоваться ею можно без всяческих клавиш и кнопок. Нужную информацию можно выделить непосредственно на экране. Это очень удобно, когда необходимо конспектировать или работать с текстами.

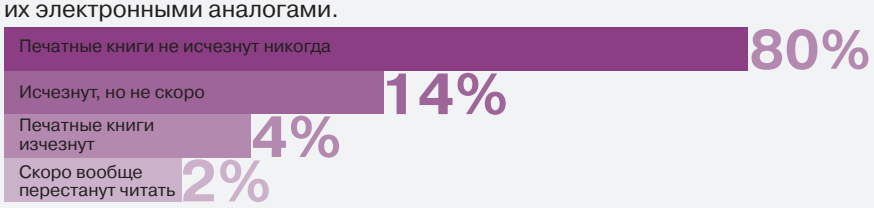
Что касается форматов, используемых в этом «девайсе», сегодня ридер — уже не просто устройство для чтения: с его помощью можно слушать музыку, смотреть фильмы и фотографии. То есть такие форматы аудио как MP3, WMA, WAV, OGG, AAC, FLAC, APE, видео — AVI, RM, MKV, RMVB, MP4, MPG, FLV, MOV, 3GP и изображений — BMP, GIF, PNG, JPEG — обычное дело для боль-

Смогут ли электронные книги заменить бумажные?

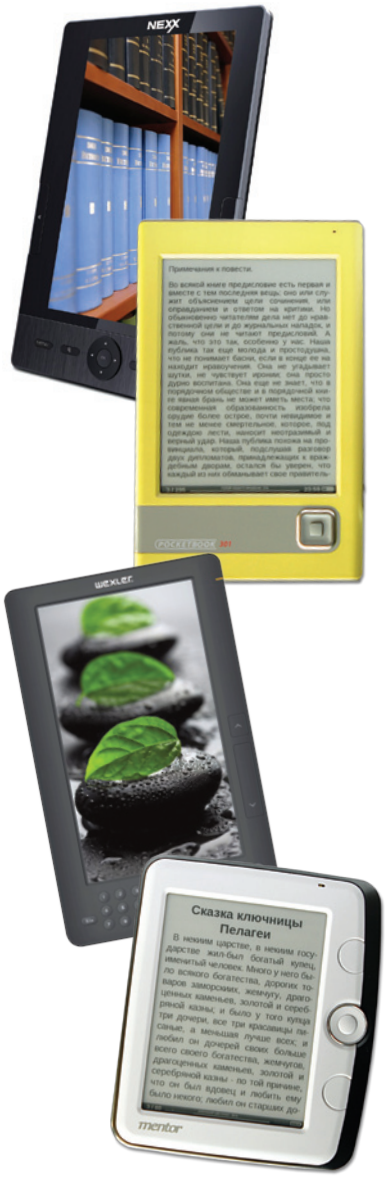
Россияне продолжают оставаться «самой читающей в мире нацией». Журнал «Канцелярия» опросил респондентов, в каком формате — бумажном или электронном — они сегодня предпочитают книги.



Как и раньше, подавляющее большинство россиян предпочитает читать книги традиционного печатного формата, однако электронные книги также входят в повседневную жизнь российских читателей. И это уже практически 20% от всех опрошенных. Респондентам был также задан вопрос — считают ли они, что печатные книги в скором будущем будут вытеснены их электронными аналогами.



Последнее утверждение, мы уверены, делать преждевременно, ибо все мы читали, читаем и будем читать — а формат каждый выберет сам для себя.



шинства современных электронных книг.

Что касается чтения, если раньше в ридерах использовались специально разработанные для них форматы, то сегодня любые тексты можно читать в любых — TXT, PDF, FB2, HTML, RTF, ePub, MOBI, PDB и др. Некоторые модели электронных книг имеют возможность выхода в интернет посредством встроенного модуля wi-fi, книги со встроенной фотокамерой. А есть и такие, которые работают под управлением ОС Android, а это уже почти нетбук — и для многих это весомый аргумент в пользу электронных книг.

Что предложить клиенту?

Работая на рынке товаров для офиса, необходимо чутко реагировать на его коньюктуру и удовлетворять спрос покупателей. А спрос на электронные книги растет сегодня с каждым днем. Так, опираясь на собственные исследования и на тенденции рынка в целом, группа компаний «Самсон» предлагает своим клиентам лучшие модели ведущих производителей электронных книг — Texet, Ritmix, PocketBook, Wexler и Digma.

В ассортименте компании представлены как книги с технологией e-Ink, так и с LCD –экраном. Это как недорогие классические модели RITMIX RBK-420, TEXET TB-710HD, WEXLER T7004P и др. (помимо демонстрации текста книг, подобные модели позволяют проигрывать видео в хорошем разрешении, воспроизводить аудиофайлы и показывать цветные изображения, гаджеты также оснащены встроенными диктофоном и радио), так и сложные устройства, к примеру, POCKETBOOK Pro 912. К слову, о нем стоит сказать отдельно. В этом ридере реализованы новые для электронной книги функции ведения конспекта, расписания и дневника, а доступ к обучающей литературе делают эту модель учебником нового поколения. В Pro 912 реализовано все необходимое для комфортного чтения премиум-класса. Дисплей модели POCKETBOOK Pro 912 изготовлен на основе технологии электронной бумаги E-Ink. Диагональ 9,7'' добавляет удобства при просмотре файлов с большим количеством графического материала и иллюстраций. Размер экрана равен привычному размеру книжной страницы, что улучшает восприятие информации, а также работу с файлами формата pdf. У обладателей POCKETBOOK Pro 912 не возникает сложностей с углами обзора или бликами на солнце.

Одного заряда батареи хватает для того, чтобы прочесть 7000 страниц. Устройство способно работать один месяц без подзарядки при условии выключенного модуля Wi-Fi.

В модели POCKETBOOK Pro 912 применяется индукционный сенсорный дисплей, который позволяет управлять устройством с помощью стилуса. Устройство POCKETBOOK Pro 912 работает на операционной системе Linux.

Для обмена информацией в модели POCKETBOOK Pro 912 есть встроенный Bluetooth 2.1. Соединение с Интернет обеспечивается посредством Wi-Fi 802.11 (b/g).

Для хранения информации в модели POCKETBOOK Pro 912 доступно от 0,8 до 1,2 Гб из 2 Гб встроенной памяти и SD-слот с поддержкой карт памяти объемом до 32 Гб.

Во всех устройствах применяется лицензионное ПО от Adobe, адаптированное специально для POCKETBOOK International. Программное обеспечение от Adobe поддерживает чтение Epub (DRM) и PDF (DRM). В устройство встроено 44 словаря на разных языках мира. Поиск книг встроен непосредственно в устройство POCKETBOOK. В каждом устройстве POCKETBOOK Pro 912 в подарок предустановлено 500 книг на русском, украинском, английском, немецком, французском, итальянском, испанском и других европейских языках. Электронный ридер поддерживает функцию преобразования текста в голос Text-to-Speech, который поддерживает чтение на 26 языках!

Интересная новинка — электронная книга WEXLER T7004L, корпус которой выполнен в классических и ярких цветах — красном, желтом, «лайм», фиолетовом и розовом.

Огромный 7-дюймовый экран позволит увидеть все мельчайшие подробности изображений или увеличить шрифт текста под себя. Самое главное, что книга очень легкая (всего 300 граммов) и ее всегда можно брать с собой в дорогу или путешествие.

Кроме самих электронных книг, в ассортименте группы компаний «Самсон» имеются и аксессуары к ним — обложки для ридеров, универсальные зарядные устройства и флеш-карты. То есть все, что необходимо для удобного и комфортного чтения электронных книг.

В общем, основной проблемой при продаже электронной книги может стать только.... проблема выбора. Среди всего многообразия ему предстоит самому определиться и решить, что для него важнее в предлагаемом ассортименте ридеров — большой экран, подсветка или чтение при ярком освещении, большой объем карты памяти, пометки и закладки, низкая цена, возможность выхода в сеть, заливка книг через «шнурок» или кардридер, фотоаппарат, радио или, может, чтобы она заваривала ему кофе? Последнее, безусловно, шутка. Но кто знает, что ждет нас впереди — ведь когда-то кроме бумажной книги в переплете мы и представить себе не могли другие способы чтения литературы...

Кстати, о наполнении электронных книг — сегодня существует масса электронных библиотек, где можно скачать бесплатно или практически даром купить нужные произведения. К примеру, **www.pub.lib.ru** («Книжные электронные полки Вадима Ершова и К°»), **www.lib.ru** (Библиотека Максима Мошкова), **www.lib.aldebaran.ru** «Альдебаран», **www.lib.rus.ec** «Либрусек», Fiction Book и многие другие.

Rexel®

Новинка: шредеры с автоматической подачей документов

Важны, так же как и антивирус для вашего компьютера

ЗАГРУЗИТЕ
ВКЛЮЧИТЕ
БУДЬТЕ СВОБОДНЫ

УСТРОЙСТВО АВТОПОДАЧИ ЭКОНОМИТ ВРЕМЯ

Отнеситесь серьёзно к уничтожению конфиденциальных документов. Подчас именно шредер спасает бизнес от утечки секретных данных. Поэтому, когда речь идет о надежном и безопасном решении, мы знаем ответ. Шредеры Rexel Auto+ обеспечат безопасное уничтожение документов с минимальными затратами времени. Что может быть проще. **– загрузите, включите и будьте свободны.**

Полная линейка шредеров Rexel на
www.rexeleurope.com/shredders

Выбирайте лучшее!

Сезон новинок 2013: деловые аксессуары — солидно, стильно, модно!

Коллекция GRAND

Как известно, успех продаж любого товара основан, прежде всего, на грамотном формировании ассортимента. Деловые аксессуары — не исключение. Сегодня производители находят все новые способы разнообразить такую, казалось бы, привычную товарную группу, предлагая изысканные новинки аксессуаров для планирования времени: ежедневники, планинги и еженедельники, поскольку спрос на эти товары был и остается неизменно высоким. Абсолютно новые коллекции сезона 2013, рассчитанные на самые разные группы потребителей, а также обновленные серии, показавшие стабильно высокие продажи, представляет группа компаний «Самсон».

Текст: Мария ТАРАСЕНКО

Блокнот для записей, листы которого разлинованы специальной сеткой — так можно «сухо» охарактеризовать любой еженедельник, планинг или ежедневник. Безусловно, концепция такой продукции, выверенная десятками ведущих производителей в течение многих лет, понятна потребителю, привычна для него и кардинально меняться не может. Однако, оставаясь традиционными, благодаря интересным дизайнерским решениям и разработкам деловые аксессуары не похожи друг на друга. Известные бренды представляют все новые дизайны, экспериментируя не с концепцией, а с внешним видом. Такие тенденции как комбинированные обложки, сшитые из материалов разных фактур, броские цвета, оригинальные текстуры обложек, посеребренный, позолоченный, тонированный и даже с печатью боковой срез, вырубной внутренний блок — все это сегодня в ходу у производителей, а значит, пользуется повышенным спросом у покупателей. Этим тенденциям в полной мере следуют и новинки деловых аксессуаров торговых марок Brauberg, Galant и Erich Krause.

Коллекция EVENT

Более того, анализ рынка и предпочтений покупателей показал, что востребованными сегодня являются не только классические модели, выполненные в строгом стиле, — спрос на продукцию с оригинальными и нестандартными дизайнами постоянно растет. Абсолютными новинками в ассортименте стали еженедельники форматов А4, А5 и А6.Что касается ежедневников, то, помимо расширения ассортимента и состава коллекций, к датированным и недатированным внутренним блокам добавился полудатированный*.

Также значительно расширился ассортимент телефонных книжек и визитниц. Итак, остановимся на самых интересных коллекциях 2013 года подробнее.

**— Внутренний блок полудатированного ежедневника содержит указания месяцев и дат, без указания дней недели. Таким образом, изделие не привязывается к одному году и его продажи не ограничиваются одним сезоном. Полудатированные ежедневники пользуются стабильным спросом практически круглый год, особенно у предприятий, которые покупают изделия для планирования своим сотрудникам и/или под персонализацию .*

Следуя основной тенденции в сегменте деловых аксессуаров — постоянному обновлению коллекций, ТМ Brauberg к сезону 2013 представляет как новые материалы, так и различные варианты оформления и обработки.

Пожалуй, даже те, кто прагматично подходит к выбору ежедневника, не отвлекаясь на его оформление, не только обратят внимание, но и оценят новые коллекции от Brauberg, мимо которых просто нельзя пройти, не взяв любой ежедневник в руки и не почувствовав то, с какой тщательностью и любовью работали над ним его создатели.

Отдельно стоит остановиться на одной из самых стильных коллекций предстоящего сезона — ***«Iguana»***. Считается, что вещи, сделанные из змеиной кожи, никогда не выйдут из моды, ведь они придают своим владельцам изысканный шарм. Сдержанное и элегантное исполнение коллекции идеально подойдет к образу делового человека. Насыщенные цвета придают изделиям особый шик. К слову, «Iguana» — коллекция, в которой представлены не только великолепные ежедневники разных форматов, с «золотым» срезом внутреннего блока, но и настольные планинги, телефонные книжки с вырубным алфавитом, визитницы, одно- и трехрядные на 20 и 144 визитки, а также визитницы на кольцах на 240 визиток. Это дает возможность покупателю составить собственный комплект необходимых изделий для планирования, выдержанный в едином стиле как для себя, так и в качестве делового подарка. Если говорить о подарках, большинство деловых аксессуаров торговой марки Brauberg идеально подходят для персонализации благодаря материалу с термоэффектом*. Коллекция «Iguana» — одна из них.

Еще одна новинка — солидный ежедневник для солидных людей ***«Grand»*** — его большой А4 формат предусмотрен для тех, кто предпочитает вести деловые записи, не экономя на пространстве. Эффект состаренной кожи, корешок под старинный фолиант, внутренний блок, выполненный на желтой бумаге с «золотым» срезом — образец великосветского стиля и подтверждение тонкого аристократичного вкуса его обладателя. Кроме того, полудатированный ежедневник «Grand» не привязан к сезону — такой товар должен быть в ассортименте каждого дальновидного продавца.

Ежедневники другой новой серии — ***«Folio»*** — это компромисс между практичностью и солидностью. Съем-

Коллекция IGUANA

Реселлер должен не только своевременно вводить в ассортимент интересные позиции, но и грамотно рассчитывать покупательскую способность своей аудитории.

От формата торговой точки — будь то магазин, специализирующийся на дорогой продукции, или небольшой отдел в магазине зависит то, какой ценовой класс продукции предлагать потребителю. Очевидно, что в первом случае будут преобладать будут товары класса «Люкс» и «Премиум». Совсем иначе выглядят витрины в сетях гипермаркетов (например, «Ашан», «Метро СС», «О' КЕЙ»), где основной ассортимент составляют более дешевые ежедневники (95%) и ежедневники среднего ценового сегмента (5%). Для больших магазинов в крупных городах наиболее эффективным эксперты считают следующее распределение деловых аксессуаров: недорогие — 20%, средней ценовой категории — 60% и дорогие — 20%.

Коллекция INSTINCT

**— Термоэффект заключается в том, что при горячем тиснении материал темнеет в точке касания штампа. В отличие от материалов с термоэффектом, обычная искусственная кожа и бумвинил не меняют цвет, тиснение получается бесцветное, т. н. «слепое», поэтому такие материалы используются, как правило, для тиснения серебристой или золотистой фольгой, что не всегда отвечает требованиям клиента, заказывающего персонализацию изделий.*

Коллекция CHECKED

ная обложка из мягкой шикарной экокожи с прошивкой по периметру и внутренними карманами для визиток и различных мелочей — непревзойденное удобство и качество. Бумажный блок на евроспирали обеспечит абсолютный комфорт во время работы, а верхний лист из полупрозрачного пластика надолго сохранит станицы ежедневника.

Для модных и стильных личностей создана новая коллекция ***«Checked»*** — бессмертная, всегда актуальная клетка-«шотландка» — для тех, кто предпочитает классику, но не прочь и «пооригинальничать». Приятная на ощупь текстура ежедневника напоминает и кожу, и ткань одновременно, а спокойная цветовая гамма придает ежедневникам элегантность. Полудатированные ежедневники «Checked» не ограничены сезоном одного года, а их классическое наполнение с полным набором необходимых атрибутов подойдет каждому, кто ценит практичность и комфорт.

Коллекция ***«Flex»*** — это ежедневники, которые подойдут как для молодежи, так и для поклонников нестареющей классики в оригинальном исполнении. К тому же, это самая привлекательная по цене серия в мягкой облегченной обложке с текстурой под крупнофактурную кожу, выполненной «в срез», с внутренним блоком.

Говоря о новинках 2013 года, нельзя не отметить, что в предстоящем сезоне ТМ Brauberg уделила особое внимание деловым аксессуарам для женщин, более 20 стильных коллекций, которые порадуют даже самых взыскательных модниц. К ним относится новая мегамодная коллекция еженедельников ***«Instinct»***: глянцевая лакированная винил-кожа обложки с рисунком, выполненная в красном и черном цветах, кремовая бумага внутреннего блока и ремешок на магнитной застежке — настоящая находка для гламурных бизнес-леди. Удобный компактный формат позволяет поместить еженедельник даже в небольшую дамскую сумочку, не говоря о том, что такой аксессуар будет просто шикарно смотреться в руках его обладательницы. Не стоит забывать и об остальных не менее достойных новинках женских коллекций, каждая из которых украсит ассортимент любого магазина.

ТМ Brauberg разнообразила коллекции аксессуаров, включив в них и молодежные серии, выполненные в пластиковой обложке и мягкой обложке из кожзама.

Еженедельники коллекции ***«Event»*** — яркий пример демократичного и оригинального дизайна, созданного специально для современных молодых людей. Гибкая обложка с приятной на ощупь текстурой и «полузакрытая» спираль еженедельника, использование которой позволяет сделать его обложку единым листом, плюс компактный формат (чуть уже А5) — что может быть привлекательнее для стильной молодежи? Внутренний блок с оригинальной сеткой поможет в планировании важных дел в 2013 году.

«Alligator», ***«Rodeo»***, ***«Vintage»***, ***«Denim»***, ***«GR8»*** (молодежное сокращение слова «great») — вот далеко не полный список абсолютно новых коллекций. Более того, к сезону 2013 торговая марка Brauberg существенно расширила ассортимент деловых аксессуаров среднего ценового сегмента в наиболее популярных коллекциях Favorite, Imperial, Cleopatra, Cayman и др., в которых появились новые цвета, новые текстуры и новые изделия.

Включая в свой ассортимент новые и обновленные коллекции от Brauberg, реселлер предоставит любому покупателю возможность выбрать именно то, что придется ему по душе. Класс «Премиум» — торговая марка Galant — к сезону 2013 также подготовила новинки, достойные самых взыскательных клиентов. Коллекции ***«Velario»***,***«Enigma»*** ***«Modern»***, ***«Flavia»*** — эти названия стоит запомнить!

В ассортименте компании «Самсон» также появились новые классические коллекции деловых аксессуаров популярной торговой марки «Erich Krause».

И все же, каким бы обширным ни был рынок изделий для планирования, стоит помнить, что в ассортименте оператора рынка товаров для офиса должны быть представлены как строгие классические дизайны, так и демократичные, молодежные, а также абсолютно женские и сугубо мужские. Залогом успеха станет также правильный выбор поставщика, чьи возможности и квалификация сотрудников обеспечат желаемое качество продукции и своевременные отгрузки.

Ознакомиться с полным ассортиментом изделий для планирования можно на сайте www.samson-zakaz.ru, а также в новом каталоге «Деловые аксессуары 2013», который можно получить у менеджеров во всех сбытовых подразделениях группы компаний «Самсон».

Коллекция FLEX

Коллекция FOLIO

SAMSON®

www.samsonopt.ru

Внимание! Акция!

Старт продаж ежедневников 2013

BRAUBERG® BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

Galant®

nazarenogabrielli

ErichKrause®

В период с 01.07.2012 по 31.12.2012 при закупке ежедневников торговых марок BRAUBERG, GALANT, ERICH KRAUSE, NAZARENO GABRIELLI Вы получаете шанс выиграть ценный приз!

Разыгрываются:
26 Blu-Ray театров
26 Мультимедийных проигрывателей

СУПЕР предложение!

При покупке от 200 шт.
датированной продукции BRAUBERG и GALANT

скидка -20%

«Дилер корпоративной торговли»: знакомство продолжается

Подробнее о дилерской программе читайте на www.samsonopt.ru

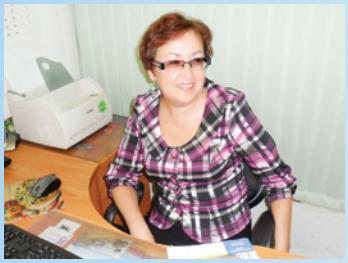
В рамках рубрики «Знакомство с дилером» журнал «Канцелярия» продолжает рассказывать о компаниях, работающих по дилерскому каталогу компании «Самсон». Сегодня у нас в гостях компании из Перми, Саратова, Астрахани, г. Кувандык, Ульяновска и Московской области.

Текст: Мария ТАРАСЕНКО

Компания ООО «Экополис» — интернет-магазин — это замечательно!

Компания ООО «Экополис»
ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА
www.office-zakaz.ru/ekopolis
заказ бесплатного каталога и прайс-листа:
т./ф:(342) 237-57-39, 237-53-05

Директор компании Шевырина Марина Алексеевна



Компания ООО «Экополис»
***Год основания компании** — 1998*
***Количество сотрудников** — 10*
***Обслуживаемые рынки** — г. Пермь, Пермский край*

«Работа компании «Экополис» началась с того, что ее учредители — сотрудники фирмы, занимающейся продажей канцтоваров, приняли решение самостоятельно вести собственный бизнес в данном направлении, — рассказывает **директор компании «Экополис» Шевырина Марина Алексеевна**. — Много дал и опыт работы в канцелярской фирме по обслуживанию корпоративных клиентов, которые перешли в новую компанию благодаря личным взаимоотношениям, сложившимся с учредителями по предыдущей работе.

Сегодня наша компания имеет и розничный магазин, и отдел по работе с корпоративными клиентами.

Однако, если раньше мы гордились своим сервисом, который мало кто предлагал на рынке товаров для офиса, то теперь клиенты стали более требовательные. Изменился уровень предлагаемого сервиса, корпоративным клиентам нужен более широкий ассортимент, оперативная доставка, длительная отсрочка платежа.

Конкурентная борьба на корпоративном рынке заставила искать новый подход к работе. С дилерским каталогом группы компаний «Самсон» нам удалось улучшить сервис, увеличить ассортимент, тем самым значительно расширить клиентскую базу. При работе с каталогом мы разговариваем с клиентом на одном понятном языке. Мы стараемся всегда находить «изюминки» для своих клиентов, подходим индивидуально к каждому их пожеланию. Им нравится работать по каталогу — в нем с каждым тиражом увеличивается ассортимент, красочное оформление каталога привлекает внимание, а подробное описание характеристик товара облегчает выбор.

Персонал ООО Экополис

Кроме того, сотрудничество нашей фирмы с компанией «Самсон» дает возможность нашим клиентам совершать покупки посредством интернет-магазина — www.office-zakaz.ru, и это замечательно: с ним существенно вырос ассортимент заказываемых товаров, нам удалось встать на одну ступеньку с ведущими игроками на корпоративном рынке обслуживания клиентов в г. Перми.

Грамотно составленный и информативный каталог товаров для офиса создает положительное впечатление о фирме-продавце. Именно поэтому мы начали заказывать каталог с индивидуальной обложкой, и это, мы уверены, важный момент в процессе привлечения новых клиентов, которых действительно становится больше».

Компания «Авентура»: роль печатного каталога по-прежнему велика

Компания «Авентура»
ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА
www.office-zakaz.ru/aventura
WWW.ТК-АВЕНТУРА.РФ
заказ бесплатного каталога
и прайс-листа:
(8452)74-80-34,
72-86-90

Директор Малин Алексей Сергеевич

Компания «Авентура»
***Год основания компании** — 2008*
***Количество сотрудников** — 9*
***Обслуживаемые рынки** — Саратовская область, г. Саратов, г. Энгельс*

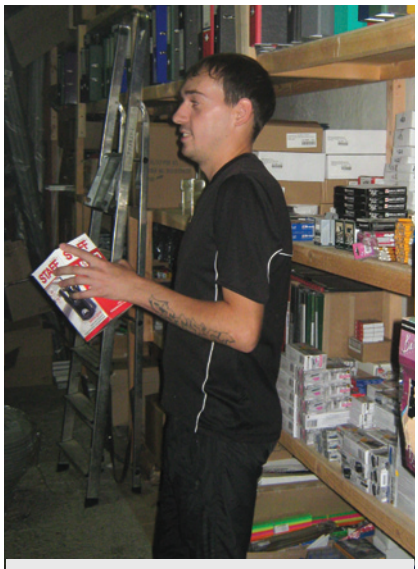
В 2012 году саратовская компания «Авентура» отметит свой пятилетний юбилей. О том, как развивалась компания, рассказывает ее **руководитель, Алексей Сергеевич Малин**: «Товары для офиса — перспективный, развивающийся рынок, ведь открывается все больше и больше различных компаний, которым в своей работе просто не обойтись без канцелярских и хозяйственных товаров. Именно поэтому нашей специализацией и стали товары для офиса. Курс на корпоративную торговлю был взят компанией изначально.

На наш взгляд, розничная торговля развивается более медленными темпами. И, в нашем видении, розница должна быть только хорошим подспорьем для корпоративного направления. Ведь львиную долю офисных товаров приобретают именно организации для работы в офисе.

Безусловно, корпоративный рынок канцтоваров изменяется так же, как и остальные рынки. Повышается уровень обслуживания, сервис. Покупатели становятся более требовательными. Чтобы идти в ногу со временем, необходимо предлагать клиенту все новые современные варианты сотрудничества. Таким современным инструментом для нашей компании стал дилерский каталог группы компаний «Самсон». Работа по нему — это большой плюс, как для удобства партнеров, так и для имиджа компании. Каталог оказывает значительную помощь при общении с клиентом, облегчает работу дилеров, экономит время. В нынешнюю эпоху Интернета все большую популярность приобретает интернет-магазин. Но роль печатного каталога для нас по-прежнему велика: это лицо компании и ее визитная карточка. Кроме того, работа по каталогам увеличивает объемы продаж, особенно по эксклюзивным позициям. Каталог упрощает формирование заказа клиентом и оформление заявки оператором. Наши клиенты отзываются о нем очень хорошо — им намного удобнее, не выходя из офиса, видеть, как выглядит товар, и формировать заказ. Каталог привлекает еще и тем, что в нем представлен широкий ассортимент товаров, от канцтоваров до бытовой химии, и, что немаловажно, помогает в привлечении новых клиентов. Что касается различных товарных направлений, то с появлением дилерского каталога в нашей компании значительно увеличилась доля продаж хозяйственных товаров. Сегодня очень динамично развивается направление офисной мебели.

В нашей компании выведена своя формула работы по каталогам — в идеале их количество должно превышать количество клиентов ориентировочно на 40%, и тогда успех гарантирован!»

Сотрудники компании



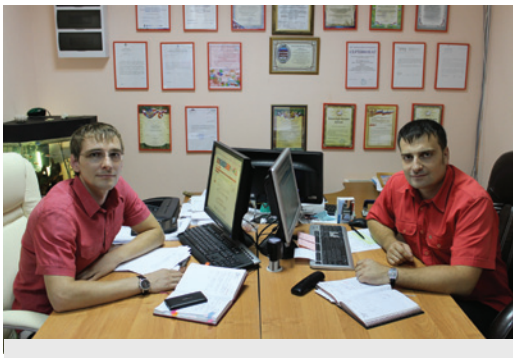
Сотрудник склада

Компания «Администратор» — поставлять клиенту абсолютно все

Компания «Администратор»
ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА
www.admin-snab.ru
заказ бесплатного каталога
и прайс-листа:
8 (8512) 48-23-69,
факс 48-22-69

Генеральный директор Тенников Василий Викторович

Компания «Администратор»
Год основания компании *— 2009*
Количество сотрудников *— 15*
Обслуживаемые рынки *— г. Астрахань и Астраханская область*



Генеральный директор Тенников В.В. и коммерческий директор Назаренко А. С.

Сотрудники отдела доставки

Сотрудники отдела продаж

«Идея о создании компании возникла у двух учредителей, соединивших два сильных направления: мебели и канцтоваров, имеющих на тот момент клиентскую базу, опыт работы и желание развиваться, — рассказывает **генеральный директор компании Василий Викторович Тенников**. — Товары для офиса — это товары повседневного спроса, на потребление которых мало влияют экономические потрясения. Название нашей компании «Администратор» — появилось исходя из понимания того, что нашим клиентам нужен широкий спектр товаров и услуг, нужна их доставка, и они не должны тратить время на их поиск — им нужно только позвонить нам.

С первых дней основания компании мы сделали ставку на корпоративных клиентов и решили полностью отказаться от оптовой торговли. Данное решение позволило нам в короткий срок занять устойчивую позицию в корпоративном сегменте Астраханского региона. Мы и сейчас считаем, что обслуживание корпоративных клиентов — это самое перспективное направление.

Однако конкуренция заставляет нас двигаться, меняться. Если 2 года назад доставка товара осуществлялась в течение 2-х дней, то сегодня мы стараемся уменьшить время доставки.

На астраханском рынке сформировалось мнение (и мы этому способствовали), что компании, работающие в корпоративном сегменте, могут и должны поставлять абсолютно все. Соответственно, мы учимся быстро осваивать новые группы товаров, понимая, что неудовлетворение потребности влечет потерю клиента.

Наша ассортиментная линейка расширяется с каждым днем. Если раньше клиента удовлетворял ассортимент канцелярии и бытовой химии, то сегодня мы поставляем абсолютно все (мебель, кастрюли, проекторы, ноутбуки, ледорубы и т. д.)

И все же, очень сложно самостоятельно поддерживать разнородное товарное предложение, предлагая оптимальную цену. Работа по дилерской программе позволила очень сильно расширить ассортимент, сократить временные издержки на поиск товара, а логистическая составляющая дилерской программы группы компаний «Самсон» — вне всякой конкуренции. С началом работы по каталогу в нашей компании произошли значительные изменения. Был создан специальный отдел для привлечения новых клиентов. С увеличением клиентской базы стал расти штат менеджеров. Структура продаж также изменилась ввиду появления новых направлений. С расширением ассортимента увеличились складские площади. Для облегчения погрузок и меньших затрат по времени на доставку расширили автомобильный парк и приобрели складскую технику. Работа по каталогу также снизила нагрузку на менеджеров по продажам, что привело к увеличению скорости обслуживания клиента. Каталог позволяет клиенту самостоятельно в удобное для него время выбрать необходимый товар, ему никуда не надо ехать. Корпоративный клиент может передавать каталог сотрудникам своей организации, а затем сформировать общую потребность компании.

Основным преимуществом работы по каталогу является то, что менеджеру по продажам надо договориться один раз с клиентом, передать ему каталог и все — остальную работу делает каталог.

Сегодня мы заказываем каталоги с индивидуальной обложкой, что позволит нам не только укрепить позиции нашей компании на Астраханском рынке, но и увеличит продажи новых групп товаров».

БУМАГА ДЛЯ ДВИЖЕНИЯ ВПЕРЕД!

ПРОДУКЦИЯ ПРОИЗВОДИТСЯ ПО ТЕХНОЛОГИИ ВЫСШЕГО СТАНДАРТА КАЧЕСТВА - КЛАССА А!

STARLESS - universal quality

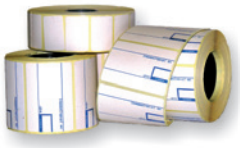
STARLESS® UNIVERSAL QUALITY

* Вся продукция STARLESS производится с учетом высоких требований к технологическому процессу уровня класса А.
* Для изготовления STARLESS используются только качественные материалы.
* Продукция STARLESS подходит для любой оргтехники и приборов.
* STARLESS - лучшее соотношение цена/качество.
* Широкая ассортиментная линейка.

AKZENT - premium quality

AKZENT® premium quality

* Для производства используются только высококачественные материалы:
- офсетная бумага с максимальной степенью белизны;
- термобумага максимальной плотности (от 55 г/м2), класс А.
* AKZENT - бумага с длительным сроком хранения
* Метраж указан на каждой единице продукции.
* Упаковка - белый гофрокороб с логотипом AKZENT.



УЧАСТВУЙ В РОЗЫГРЫШЕ ПРИЗОВ ВЕСЬ ГОД!
Подробности на этикетках продукции STARLESS и AKZENT.

www.starless.ru

сегмент

ПЕРВЫЙ КАНЦЕЛЯРСКИЙ ПОРТАЛ WWW.SEGMENT.RU

Каждый лакомый кусочек
канцелярской отрасли
на одном портале

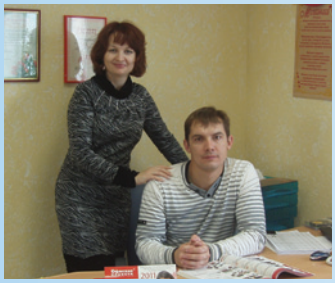
www.segment.ru

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

Компания «Копи плюс»: мы растем вместе с Вами

Компания «Копи плюс»
ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА
www.office-planet.ru/copiplus
заказ бесплатного каталога
и прайс-листа:
(35361) 2-35-53, 2-07-36

Руководители компании Демин Евгений Николаевич и Демина Татьяна Михайловна



Компания «Копи плюс»
***Год основания компании** — 2001*
***Количество сотрудников** — 25*
***Обслуживаемые рынки** — г. Медногорск, г. Кувандык и Кувандыкский район Оренбургской области*

«Работа компании начиналась с составления налоговой и бухгалтерской отчетности для предприятий и организаций, и решение обслуживать корпоративных клиентов пришло само собой, поскольку нами уже были налажены деловые связи с юридическими лицами нашего района, — рассказывает **директор компании Демина Татьяна Михайловна.** — Сейчас работать с корпоративным сектором сложнее, поскольку планка требований к качеству сервиса, к уровню обслуживания, срокам поставок товаров значительно поднялась, также особое внимание уделяется ценовому фактору. Работая по дилерской программе, принимая предлагаемые готовые решения от нашего федерального поставщика, нам легко удерживать свои лидирующие позиции на корпоративном рынке. В этом нам помогает работа по каталогу группы компаний «Самсон». Советы и программы от «Самсон» всегда продуманы и проработаны на несколько шагов вперед. Мы с удовольствием перенимаем опыт и внедряем его в работу. Нам как продавцам очень удобно и легко работать с каталогом, так как можно показать товар с подробным указанием всех его характеристик. А нашим покупателям удобно совершать заказы, не выходя из своего офиса. Каталог грамотно и четко составлен, товар наглядно представлен, с подробным описанием и предлагаемой ценой. Также наши клиенты оценили и удобство работы с интернет-магазином, где своевременно появляются новинки ассортимента. Так, сегодня в ассортименте компании появились новые группы товаров, которые органично дополняют уже привычные товары для офиса.

Очень хорошо что есть возможность формирования своего прайс-листа с указанием действующей в наших магазинах системы скидок. Также удобно при распространении каталогов использовать полученные рекламные материалы, которые поднимают имидж нашей компании в глазах клиентов.

Хотелось бы от всей души поблагодарить компанию «Самсон». Мы работаем вместе с ООО «Самсон-Самара» более семи лет. Хотелось бы выразить слова искренней благодарности всему коллективу за слаженную работу. Все отработано до мелочей, конкретно распределены функции каждого сотрудника и все ответственно выполняют свои обязанности. Все наши вопросы решаются быстро, корректно и профессионально. Спасибо, что мы растем вместе с Вами!»

Руководитель корпоративного отдела Архипенко Людмила Викторовна и менеджер Кулагина Гульсина Мансуровна

Отдел бухгалтерии

Отдел продаж

Компания «ОЛМИ-КАНЦ» — надежный деловой партнер

Компания «ОЛМИ-КАНЦ»
ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА
www.office-zakaz.ru/olmikans
заказ бесплатного каталога
и прайс-листа:
8 (8422) 32-54-34,
32-28-98

Руководитель компании Желтов Михаил Анатольевич

Компания «ОЛМИ-КАНЦ»
***Год основания компании** — 2000*
***Количество сотрудников** — более 20*
***Обслуживаемые рынки** — Ульяновск и Ульяновская область*

Ведущий менеджер по работе с клиентами Ржавцев Денис

Менеджер по продажам Мартынова Анна

Сотрудники компании

«Компания «ОЛМИ-КАНЦ» с момента создания в 2000 году прошла большой путь от маленькой канцелярской фирмы до одного из крупнейших операторов канцелярского рынка и рынка товаров для офиса г. Ульяновска, — рассказывает **руководитель компании Желтов Михаил Анатольевич.** — Компания начиналась с маленького магазина — в ассортименте на момент открытия насчитывалось не более 1 тыс. наименований товаров для школы и офиса. Тогда мы определили цель компании — помогать людям организовывать свое рабочее место, сделав его более комфортным, удобным. Ведь именно от того, как обустроено рабочее место, зависит эффективность работы каждого сотрудника.

В 2008 году состоялся первый и не очень удачный опыт работы по облуживанию корпоративных клиентов. Самое главное — если берешься за эту работу, необходимы регулярные поставки товара, без задержек, и именно тех товаров, которые увидел покупатель в каталоге и заказал. Чего мы предоставить не могли. Мы пересмотрели всю нашу работу, определили ответственных за каждый этап в обслуживании клиентов и в течение трех лет находились в поиске именно той компании, с которой сотрудничать было бы удобно и выгодно. Сегодня эта компания найдена: мы были очень рады предложению группы компаний «Самсон» о включении нас в дилерскую программу. Дилерская программа — это комплекс мероприятий, разрабатываемых и совершенствуемых компанией «Самсон» и направленных на развитие именно нашего бизнеса по обслуживанию корпоративных клиентов.

С помощью двух основных элементов программы: каталога товаров для офиса и создания на базе удобной площадки www.office-zakaz.ru нашего интернет-магазина, мы смогли расширить клиентскую базу, четко расставить приоритеты по приобретаемым и реализуемым торговым маркам, нам удалось увеличить обороты.

В связи с внедрением корпоративного каталога у нас увеличилось количество клиентов. Мы начали продавать совершенно новый ассортимент: складское оборудование, мебель для офиса, офисную и бытовую технику, сейфы и др. Нельзя не отметить, что компания «Самсон» предлагает рекламную поддержку: разработку и печать рекламных материалов, финансовое участие в наших рекламных кампаниях. Такому предложению будет рад каждый клиент компании, который включен в дилерскую программу.

Мы постоянно повышаем уровень сервиса, обучаем свой персонал, в этом году в марте ввели новые должности в штатное расписание. У нас появился руководитель отдела закупок и маркетинга и менеджер по маркетингу. Основная деятельность этого отдела направлена на улучшение работы, увеличение скорости обработки заказов и, разумеется, введение новой системы исследования рынка, внедрение новых акций, предложений и введение в наш ассортимент новых товарных групп. Отмечу, что в настоящий момент компания социально ориентирована — оказывает помощь детским домам и интернатам, а также в этот школьный сезон, как и предыдущей, принимает участие в областной акции «Помоги собраться в школу».

Главным результатом работы компании «ОЛМИ-КАНЦ» является репутация действительно надежного и выгодного делового партнера. И мы очень надеемся, что наша взаимная и очень продуктивная работа с компанией «Самсон» поможет нам оставаться на долгие годы в этом статусе».

Компания «Офисный мир»: клиенты довольны работой с нами

ТД «Офисный мир»
ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА
www.office-planet.ru/officemir
заказ бесплатного каталога
и прайс-листа:
8 (49624) 24-080,
55-824

Руководитель компании Григорьев Сергей Алексеевич

Компания «Офисный мир»
***Год основания компании** — 2002*
***Количество сотрудников** — 9-13*
***Обслуживаемые рынки** — Клинский район и частично Солнечногорский и Конаковский районы Тверской области*

«Наша компания началась с желания заниматься собственным бизнесом, — рассказывает **руководитель компании Григорьев Сергей Алексеевич**, — полного маркетингового исследования канцелярского направления рынка в своем регионе, понимания необходимости данного сервиса для клиентов и приложения всех сил для завоевывания «места под солнцем» в полностью поделенном местными и московскими компаниями городе и районе.

Компания специализируется на полном спектре товаров, которые вообще могут быть необходимы для плодотворной и эффективной работы практически любого офиса и организации — офисные товары и принадлежности, офисная мебель, кресла и мягкая мебель, компьютеры и любая офисная техника, бизнес-сувениры и подарки, открытки и вспомогательное оборудование для обеспечения торговых процессов, массажное оборудование, картины и постеры.

Компания изначально создавалась профильной — только для обслуживания корпоративных клиентов. В нашем небольшом городе была необходима компания, которая может дать хороший сервис, качественный товар и большой ассортимент.

Работа с корпоративными клиентами требует особого подхода к продажам, и это, в первую очередь, удобство работы клиента с заказами, т. е. наличие бумажного и электронного каталогов, далее — процесс обработки заказа, доставки его до клиентам и т. д. Дилерская программа компании «Самсон» дает возможность нашим клиентам иметь под рукой «магазин в офисе» — бумажный каталог и электронный каталог, плановые поставки товара позволяют скоординировать складскую и транспортную логистику и избежать ненужных затрат, связанных с перенасыщением склада и доставкой товара нашим клиентам. Это достаточно удобно для наших клиентов и для нас и позволяет «держать» нормальные цены на поставляемый товар. Большинство клиентов каталогом довольны — с ним удобно работать, не надо пытаться «на пальцах» объяснять многие вещи и тратить время на выяснение подробностей.

Что касается нашего товарного предложения, наша компания много работает «под заказ» и, если мы видим, что данная группа товаров начинает пользоваться спросом — она появляется в постоянном ассортименте.

Мы стараемся закупать столько каталогов, сколько необходимо для полноценной работы. Каждому из существующих клиентов предлагаем каталог, а также практически всем потенциальным дополнительно оставляем каталоги для приходящих в наш магазин покупателей. Поэтому запас каталогов у нас планируется заранее. К тому же приятно видеть на столе у потенциального клиента каталог со своим логотипом на титульной странице или слышать о том, что его уже видели у других, и они довольны работой с нашей компанией».

Коммерческий директор Мурзич Ирина Федоровна, администратор Дегтерева Ольга, менеджер Гуляева Екатерина, бухгалтер Никифорова Наталья

Менеджер по работе с клиентами Гуляева Екатерина и администратор магазина Дегтерева Ольга

Новоселье «Самсон КФ»

Журнал «Канцелярия» уже сообщал своим читателям о том, что новым «домом» для Казанского филиала группы компаний «Самсон» стал современный логистический комплекс международного уровня «Q Парк Казань». Но, как говорится, лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать. Так рассудили в ООО «Самсон КФ» и решили организовать для своих партнеров «День открытых дверей», а заодно и отметить новоселье в широком кругу друзей.

Напомним, что ООО «Самсон КФ» начал работу в логистическом комплексе «Q Парк Казань» в феврале 2012 года. Прошло не так много времени, и филиал вышел на самый высокий уровень обслуживания. Этому способствовало увеличение складских площадей до 5800 кв. м, товарных запасов до 110 млн. рублей, удобные подъездные пути и соседство с основными автомагистралями. Кроме того, Казанский филиал был переведен на систему автоматизированного управления складом (WMS), которая повысила скорость и точность набора заказанного товара.

Оценить работу нового складского комплекса и системы WMS партнеры компании смогли во время организованной экскурсии. Гости своими глазами увидели, как помогает автоматизированная программа ориентироваться на большой площади склада и не ошибаться при наборе заказа. Не остался без внимания посетителей и офис филиала, в котором ежедневно трудятся около 100 сотрудников.

Официальная часть продолжилась на живописной загородной базе отдыха «Глубокое озеро». Гостей мероприятия встретила прекрасная погода, территория, утопающая в зелени, и приятная летняя прохлада. Специально для приглашенных была организована конференция, посвященная товарному ассортименту группы компаний «Самсон», перспективным новинкам и прогнозам развития. Вступительное слово произнес директор по оптовой торговле Ситников Владимир Иванович, который рассказал об истории становления компании и планах на ближайшее будущее. Презентацию новинок, вошедших

недавно в ассортимент и ожидаемых в новом сезоне, провел директор по маркетингу Конюхов Илья Валентинович. На конференции партнеры компании смогли задать интересующие вопросы и обсудить важные рабочие моменты.

После насыщенной и информативной первой части праздника гостей мероприятия ждала развлекательная программа. Участники торжества соревновались в стрельбе из лука и арбалета. Проверка на меткость подарила радостные эмоции и незабываемые впечатления. На празднике также работал приглашенный художник, который создавал незабываемые портреты на память о проведенном времени.

Завершилось празднование новоселья неотъемлемой банкетной частью. В течение вечера приглашенных развлекали неугомонный ведущий и озорная танцевальная группа, веселые конкурсы и лотерея с розыгрышем ценных призов, а также рок-группа. В некоторых танцевальных постановках удалось поучаствовать и гостям праздника. Незабываемой частью вечера стало шоу мыльных пузырей и бармен-шоу.

Праздничное мероприятие дополнило награждение постоянных партнеров Казанского филиала, которые показали лучшие результаты по итогам работы в 2011 году с группой компаний «Самсон».

Танцы, розыгрыши, шум и веселье нисколько не утомили участников вечера. И пусть хоть на некоторое время, но объединили тех, кто в рабочие будни активно конкурирует друг с другом на канцелярском рынке.

Сотрудники ООО «Самсон КФ» выражают огромную благодарность всем, кто присоединился к широкому кругу друзей для празднования новоселья филиала, и обещают плодотворно работать, повышать качество обслуживания и продолжать радовать своих партнеров!

Надежный телохранитель: сумки, кейсы и рюкзаки для ноутбуков

BRAUBERG®

BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

Во многих профессиональных сферах предусмотрена спецодежда. Ее функции напрямую зависят от выполняемой работы. Например, у слесаря — много карманов, чтобы все было под рукой, у сварщика — плотная ткань, чтобы защитить от высокой температуры, у врача — белый халат, чтобы соблюсти сангигиену. С профессиональной одеждой можно сравнить и сумку для ноутбука. Она тоже выполняет предписанные функции.

В модельном ряду сумок, кейсов-пилотов и рюкзаков для ноутбука Brauberg обязательно найдется подходящий вариант для решения любых задач.

Текст: Анна ВЛАСОВА

Что потребовать от сумки?

Для начала разберемся, чем отличаются сумки, кейсы и рюкзаки друг от друга. Какие преимущества имеет каждая модель и для кого предназначены различные варианты?

Сумки для ноутбуков, пожалуй, являются наиболее популярной «спецодеждой» для персональных компьютеров. Как правило, в них предусмотрено большое количество карманов для аксессуаров и специальное отделение для бумаг. Сумки имеют незначительный вес, поэтому удобны при ежедневном использовании. Широкий выбор дизайнов позволяет подобрать модель под любой стиль одежды.

Наиболее солидный вид — у кейсов. Жесткий корпус и мягкие стенки внутри надежно защищают ноутбук. Кейсы — оптимальный выбор для делового человека. Большинство кейсов оборудованы кодовым замком. К недостаткам можно отнести значительный вес.

Разновидностью деловых кейсов являются кейсы-пилоты, которые удобно брать с собой в дорогу. Во вместительный аксессуар легко войдет не только ноутбук, но и сменные вещи. Для большего комфорта некоторые кейсы-пилоты оборудованы колесами и выдвижной ручкой. С таким «хранилищем» можно и на деловые переговоры, и на семинары, и на выставки. В кейсе всегда найдется место для каталогов, презентационных материалов и сувениров.

Молодежное решение для транспортировки ноутбука — рюкзаки. Они полностью освобождают руки и подходят для активного образа жизни. Ноутбуку отведен специальный карман с дополнительной защитой — амортизирующими стенками. Рюкзак — отличный выбор и для путешественников. Различные карманы и дополнительные отделения предназначены для размещения необходимых предметов.

Как в любой продукции, кроме внешнего вида «переноски» для ноутбука, важно и качество изделия. Долгий срок службы порадует покупателя и простимулирует спрос на товар.

Составление ассортимента сумок для ноутбуков начинается с выбора размера. Наиболее популярные изделия рассчитаны на матрицу с диагональю до 15 дюймов. Стоит отметить, что в такие отделения можно положить и меньшие ноутбуки. Однако следует соблюдать правило: оборудование не должно «болтаться», так как снижается степень защиты от ударов и царапин.

Отделение для транспортировки ноутбука должно иметь дополнительную защиту. Например, мягкие стенки, которые уберегут не только от ударов, но и от низкой температуры. Специальная технология «воздушного пакета» защищает от боковых столкновений с препятствиями. Также карман может быть усилен пластиковыми или картонными вставками: жесткость формы — еще один способ предотвратить повреждения. Удобно, если производителем предусмотрены внутренние фиксирующие ремни, которые удерживают ноутбук в одном положении.

В качестве материала для сумок и рюкзаков обычно используют нейлон или полиэстер. Для усиления водостойкости их пропитывают специальным составом, тогда изделиям не страшен дождь. До последнего времени наиболее оптимальной считалась металлическая фурнитура, однако сегодня пластиковые аналоги не уступают в долговечности. Важной деталью являются швы. Они должны быть ровными и аккуратными. В местах, где эксплуатационная нагрузка на изделие максимальна (лямки, ручки), предпочтительнее двойная прострочка.

Значительную роль играет и плотность материала. У сумки для ноутбука она должна составлять от 400 до 1000 денье («денье» — единица линейной плотности волокон или нитей). Правило здесь простое: чем выше плотность, тем прочнее материал.

Еще несколько слов о тканях. И полиэстер, и нейлон — синтетические материалы. Особого ухода они не требуют и широко используются в швейной промышленности. Полиэстер в течение многих лет сохраняет яркость красок, быстро сохнет, не привлекает моль и других вредителей. После стирки материал не теряет внешний вид, а изделие сохраняет форму. А вот контакта с горячим утюгом сумка не выдержит.

Схожими свойствами обладает и нейлон. Он отличается эластичностью, упругостью и прочностью. Из такой ткани часто шьют спортивную одежду. Материал легкий и износоустойчивый. Единственное, в чем нейлон уступает полиэстеру — это взаимодействие с ультрафиолетовыми лучами.

Непритязательные в эксплуатации сумки для ноутбуков не требуют особых условий для транспортировки и хранения. Поэтому реселлерам не придется дополнительно заботиться об устройстве склада и подыскивать термоконтейнер для перевозки.

Сумки для ноутбуков

В ассортименте торговой марки Brauberg широко представлены вместительные сумки для ноутбуков, которые отлично подойдут как деловым мужчинам, так и бизнес-леди. Взыскательных покупателей особенно порадует широкий ценовой диапазон: сумки, изготовленные из ткани, отличаются доступной стоимостью, несколько выше цена у изделий из кожзама. У каждого вида продукции есть свои преимущества. Например, сумки из кожзама и комбинированных материалов имеют стильный дизайн и находятся на пике моды, зато тканевые модели — более практичны и функциональны. Для удобства транспортировки изделия оснащены плечевым ремнем, множеством внутренних и внешних карманов, прочной металлической фурнитурой, эргономичными бегунками с логотипом Brauberg.

Коллекция сумок из кожзама представлена сериями Solo, Persona, Metropolis, тканевые модели — сериями Universal, Control, Forward, Energy, Business, Flagman.

Лаконичная серия сумок для документов и ноутбуков BRAUBERG Control изготовлена из прочного полиэстера, стойкого к истиранию, световому и тепловому воздействию. Сумки оснащены вместительным передним карманом и соединяющимися на липучку ручками с дополнительным уплотнителем. Модель классического дизайна (код для заказа 240398*) имеет самую привлекательную стоимость среди сумок, представленных в ассортименте Brauberg. Оптимальное соотношение цены и качества, объединенное с практичностью и функциональностью, позволило продукции стать хитом продаж. Модель Control (240387) выполнена в классическом черном цвете

со светло-голубой отделкой, что придает легкость строгому дизайну. Для повышения износостойкости ручки изделия также обшиты кожзамом.

Эргономичная серия легких и практичных сумок Forward представлена моделями Forward 1 (240394) с двумя вместительными карманами, Forward 2 (240395) — с передним карманом-органайзером и стильной светло-серой Forward 3 (240400) с отделкой из черной искусственной кожи.

Сочетание искусственной кожи и ткани также использовано в моделях BRAUBERG Persona черного (240358) и коричневого цвета (240359). Стильные сумки декорированы светлой отстрочкой, мягкими бегунками с логотипом Brauberg, внутренние отделения с подкладочной тканью благородного шоколадного цвета в полоску. Износостойкость изделия повышает дно из искусственной кожи, защищающее от загрязнений, и дополнительная прострочка в местах крепления ручек.

Продолжают коллекцию сумок из кожзама серии Favorite (240399) со множеством функциональных отделений и специальным расширением для увеличения полезного пространства, Metropolis (240361) — с органайзером в переднем кармане и эффектным коричневым декором в белую полоску и Solo (240356, 240357) — с формоустойчивыми ручками полукруглой формы и стильной подкладкой шоколадного цвета. Изделия изготовлены из качественного кожзама с фактурой, имитирующей натуральную свиную или телячью кожу.

Стоит выделить сумки-планшеты вертикальной формы, которая считается самой удобной при ходьбе. Компактные модели больше ориентированы на ноутбуки-планшеты, пользующиеся особой популярностью среди молодежи. В модельном ряду BRAUBERG представлены сумки Compact (240396) с накидным клапаном, UltraCompact (240393) с отделением для телефона, кредиток и письменных принадлежностей, Metropolis (240360) из искусственной кожи. Сумки-планшеты значительно расширяют выбор торговой марки BRAUBERG, предлагая оптимальное решение для людей, ведущих активный образ жизни.

Рюкзаки

В продолжение молодежной темы ассортимент BRAUBERG включает вместительные рюкзаки с отделением для ноутбука. Все модели имеют анатомическую спинку, которая поддерживает осанку, непромокаемое дно из искусственной кожи для защиты содержимого от намокания, широкие регулируемые лямки с уплотнителем для снижения усталости шеи и плеч, а также поясной ремень для снижения нагрузки за счет перераспределения веса на бедра. Усиленные дополнительной строчкой «слабые» места — крепления ручек и лямок — повышают качество изделий и продлевают срок их службы. В качестве фурнитуры использованы молнии с крупными зубцами, которые считаются более надежными и долговечными.

Дизайн практичных рюкзаков для активной жизни BRAUBERG Dynamic основан на комбинировании классической черной ткани и темно-серой (240385) или темно-синей (240386). Модель предусматривает: 2 больших отделения, 2 передних кармана для мелких предметов, 2 внешних боковых кармана из эластичной сетки, карабин для ключей и отверстие для провода наушников. В рюкзак свободно помещается ноутбук с диагональю до 15,6''.

Классический рюкзак овальной формы Freeway имеет два цветовых решения: коричневый (240384) и темно-зеленый (240383) цвет. Модель ориентирована на ноутбуки с диагональю до 15'', оснащена множеством удобных и функциональных карманов, а также мягкой ручкой для переноски.

Рюкзаки оригинальной формы Relax выполнены в классическом черном цвете из прочной, износостойкой ткани. Стильную прямоугольную модель с эффектной красной отделкой (240382) и универсальный рюкзак (240381) по достоинству оценят те, кто любит быть в центре внимания.

Основное преимущество рюкзаков для ноутбуков — это свободные руки. Такая транспортировка документов и оборудования идеально подходит для молодежи, ведущей активный образ жизни, или для путешественников, которые помимо компьютера всегда берут с собой много других вещей.

Кейсы-пилоты и сумки-пилоты

Какой вариант «переносчика» предпочесть для командировок и деловых поездок? Конечно же, кейс! Вместительный кейс-пилот удачно подходит для размещения ноутбука, документов, периферийных устройств и личных вещей. Кейс подчеркивает деловой стиль владельца и уже давно утвердился в качестве бизнес-аксессуара.

Жесткий каркас изделия надежно защищает оборудование от повреждения, а вместительное внутреннее пространство можно использовать для транспортировки каталогов, презентационных материалов, сувениров, которые всегда преобладают в деловых поездках.

Стильная серия BRAUBERG Aviator привлечет внимание большинства покупателей. Каркас кейсов-пилотов выполнен из высокопрочного пластика, обеспечивающего изделию жесткую форму, а покрытие сделано из искусственной кожи. Компактные размеры кейсов позволяют брать их с собой в самолет в качестве ручной клади, и после посадки не будет необходимости дожидаться разгрузки багажа. Дизайн модели предусматривает крышку из двух клапанов. Таким образом, кейс легко можно открыть даже в ограниченном пространстве. Для надежности установлены 2 кодовых замка, которые препятствуют доступу посторонних лиц к содержимому.

В серии Aviator предусмотрены кейсы-пилоты двух видов: с колесами и выдвижной ручкой и без таковых. Модели с колесами отличаются габаритами: большой кейс (240376) имеет размер 36х48х23 см, малый (240378) — 33х46х20 см. Кейсы без колес представлены в двух цветовых решениях: черном (240377) и коричневом (240379).

Расширяют ассортимент торговой марки Brauberg стильные сумки-пилоты на колесах с выдвижной ручкой. По многофункциональности сумки несколько превосходят кейсы: у них больше отделений. Отличие заключается в отсутствии кодовых замков и менее жестком каркасе. Достоинством сумки-пилота является возможность подобрать сумку для документов и ноутбуков аналогичной серии. Стильный набор станет незаменимым для поездок и командировок. Данные сумки представлены в сериях Business (240389, 240390) и Flagman (240388, 240391). Для внутренней отделки моделей использована фирменная подкладка с логотипом Brauberg, а на молниях — эргономичные «бегунки», создающие приятные тактильные ощущения.

Кейсы-пилоты и сумки-пилоты давно по достоинству оценены в бизнес-среде. В командировках особенно хочется чувствовать себя комфортно и иметь под рукой все необходимые.

Правильный выбор сумки для ноутбука — это не только надежная защита для компьютера, но и хорошее настроение его владельца. Предоставив покупателю широкий ассортимент товара, можно с уверенностью ждать успешных продаж.

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

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

СКРЕПКАЭКСПО
SKREPKAEXPO

XVII МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА И БИЗНЕС-КОНФЕРЕНЦИЯ
КАНЦЕЛЯРСКИХ И ОФИСНЫХ ТОВАРОВ

СКРЕПКА ЭКСПО. ОФИСНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

18 – 20
СЕНТЯБРЯ **2012**

МВЦ “Крокус Экспо”
2 павильон, **5** зал

ЭКСПОЗИЦИЯ
РОССИЙСКИЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ

ЭКСПОЗИЦИЯ
РЕГИОНАЛЬНЫЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ

ФЕСТИВАЛЬ
РАЗВИВАЮЩИХ ИДЕЙ

ГАРАНТИИ
ДЛЯ НОВЫХ ЭКСПОНЕНТОВ **NEW!**

+7 (495) 648 91 38 | +7 (495) 789 93 80 | expo@apkor.ru | **www.skrepkaexpo.ru** | skype: skrepkaexpo

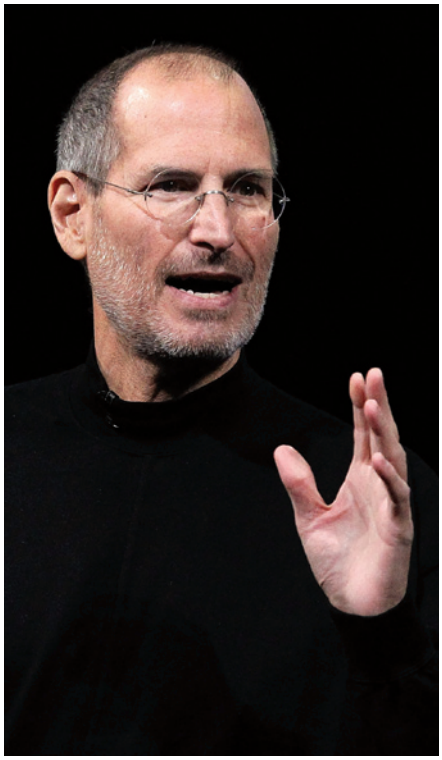
ЖДЕМ ВАШИХ ЗАЯВОК

Apple — Think Different

Год основания: 1976
Сфера деятельности: один из мировых лидеров в сфере информационных технологий и электроники
Оборот: более 65 млрд. долларов
Число сотрудников: более 60 тысяч
Штаб-квартира: Купертино, США
Руководство: генеральный директор Тим Кук

«Те сумасшедшие, кто считает, что они могут изменить мир, в конце концов его и меняют», — говорится в рекламном ролике Apple. Корпорация Apple знаменита на весь мир своими инновационными идеями в сфере информационных технологий, фирменным дизайном изделий, харизмой и маркетинговым гением руководителя и одного из основателей Стива Джобса. К слову, Стив Джобс и Стив Возняк и стали одними из тех, кто сделал так, что мир уже никогда не станет прежним.

Все началось с того, что оба получили со стороны компаний Hewlett-Packard и Atari отказ взять в производство изобретенный и собранный Возняком на базе процессора Motorola 6502 персональный компьютер. Тогда Джобс и предложил организовать свою фирму по изготовлению этих тогда еще новых устройств. В 1976 году молодое предприятие стало функционировать в гараже отца Стивена — Пола Джобса, где и появился на свет первый компьютер Apple I. Он не имел источника питания, клавиатуры и монитора. Все это необходимо было приобретать отдельно. Чтобы добыть денег для производства Apple I Возняк продал за 500 долларов свой инженерный калькулятор Hewlett-Packard 65 — дорогостоящую новинку того времени, а Джобс — фургон Volkswagen. Джобс нашел заказчика — владельца одного из первых компьютерных магазинов Пола Терреллa, который взял на реализацию пробную партию из 50 устройств Apple I по 500 долларов. В рознице одно такое устройство стоило 666 долларов 66 центов — это в пересчете на современные деньги дороже, чем сегодняшняя стоимость 17-дюймового MacBook Pro. Откуда взялось число 666,66 до сих пор остается загадкой. Мистификаторы поговаривают, что Джобс заключил сделку с самим дьяволом, другие же утверждают, что это был маркетинговый ход Джобса — цена — вызов христианским представлениям обывателей, способ обратить внимание на новый продукт, третьи считают, что это число принято Джобсом для того, чтобы удобнее и быстрее считать выручку на калькуляторе. Истина — как всегда — осталась где-то рядом.



За несколько лет к началу 1980-х годов Apple, выпустив модификацию Apple II, превратилась в крупную компанию с годовым оборотом более 10 млн. долларов. Apple III, разработанный группой инженеров под руководством Джобса, оказался очень неудачным. В 1983 году Джобс, понимая, что не справляется с управлением растущей гигантской компанией, пригласил на место президента более опытного Джона Скали, который возглавлял компанию Pepsi Cola. Скали принял приглашение, что через некоторое время обернулось для Джобса публичным увольнением.

К началу 90-х годов, несмотря на то, что переносные компьютеры Macintosh PowerBook были самыми продаваемыми продуктами Apple в классе ноутбуков — компания испытывала очевидный спад. 1996 год стал критическим для ее развития, поскольку попытки модернизировать не менявшуюся 5 лет операционную систему MacOS окончились неудачей. Необходимо было вернуть Джобса, который организовал свою компанию NeXT. Ее и приобрела Apple — Джобс вновь занял место руководителя. Никто не верил, что Apple возродит былое величие и наберет прежние темпы развития, но Джобсу удалось, казалось бы, невозможное.

В 1998 году Apple выводит на рынок компьютер iMac, представлявший собой моноблок, и продает 800 тысяч экземпляров за 300 миллионов долларов. В октябре 2001 года пользователям представлен плеер iPod, во многом благодаря продажам которого Apple стала лидером на рынке портативных цифровых аудиоустройств. За 6 лет было продано более 110 миллионов iPod-ов.

Новой вехой в развитии Apple стал 2007 год, когда мир увидел первый iPhone 2G, который произвел эффект разорвавшейся бомбы. В 2012 году рыночная капитализация компании Apple превысила 500 млрд. американских долларов, что больше совокупной стоимости ближайших конкурентов Apple — компаний Google и Microsoft.

Сегодня компания активно развивает направления, заложенные для нее Стивом Джобсом. Компьютеры Macintosh считаются одними из лучших в мире и используются ведущими дизайнерами и разработчиками программного обеспечения. Уже увидели свет iPhone 3 и 4 поколения, плееры iPod 6 и 7 поколения. Маркетинговый гений Стива Джобса создал вокруг бренда Apple ореол надежности и качества выпускаемой продукции, которое ценится знатоками и простыми пользователями во всем мире.

Мало кто знает о том, что первую цифровую фотокамеру Apple сделала в 1994 году. На эту камеру можно было снять 8 фотографий. Ее разрешение составляло всего 1 мегапиксель. При этом стоила она 749 долларов — 1000 долларов в переводе на сегодняшние деньги.

«САМСОН СПБ» — год на рынке Северо-Западного региона

В 2012 году исполняется год со времени образования регионального подразделения группы компаний «Самсон» — «Самсон СПБ» в Северо-Западном регионе. Компания успешно продвинулась, зарекомендовав себя в качестве стабильного и надежного партнера для своих клиентов, число которых постоянно растет.

Участники канцелярского рынка Санкт-Петербурга давно ждали открытия регионального подразделения группы компаний «Самсон». Они информировали федерального оператора о задачах, которые им приходится решать в повседневной практике. Полученная информация была обработана и учтена в процессе организации филиала. В результате за прошедший год число партнеров компании в Северо-Западном регионе выросло до 300 — показатель говорит сам за себя.

Сегодня в подразделении трудятся более 70 квалифицированных специалистов, большинство которых прошли обучение в головном офисе группы компаний «Самсон» в городе Воронеже. При этом за 1 год число сотрудников отдела оптовых продаж увеличилось более чем в 5 раз. Стоит отметить и существенное увеличение ассортимента: сегодня комплексное предложение насчитывает уже более 14000 наименований качественной продукции по конкурентоспособным ценам.

Кроме этого, прошедший год отмечен серьезными улучшениями в сфере логистики. На складе площадью 5000 кв. м. была успешно внедрена система автоматизированного управления складом (WMS), которая позволила значительно увеличить скорость и точность набора товара за счет автоматизации основных процессов, что, в свою очередь, положительно сказывается на качестве обслуживания клиентов филиала.

Грамотная организация процесса оперативного планирования позволяет обеспечить стабильность и периодичность поставок товаров в требуемом количестве. Развитая сеть маршрутов и постоянная работа над увеличением частоты доставок позволяет клиентам даже в самых удаленных уголках Новгородской, Псковской, Мурманской, Ленинградской области и Республики Карелия минимум два раза в неделю в удобное для них время получать необходимую продукцию. Своевременные поставки товара осуществляются как собственным транспортом, так и посредством привлечения наемного транспорта.

Сегодня у компании «Самсон СПБ» годовщина. Ее поздравляют партнеры — ведущие игроки канцелярского рынка.

Руслан Томилин (ООО «MAPED RUS»)

«С приходом компании «Самсон» рынок Санкт-Петербурга регион приобрел полновесного оптовика с европейским уровнем сервиса. Ведь стандарты работы компании являются во многом уникальными для рынка: унифицированный по филиалам ассортимент, обилие каталогов и рекламных материалов для поддержки разных каналов, профессиональная команда, уровень обслуживания клиентов.

Как и везде, подобная конкуренция способствует развитию рынка и способов работы на нем. Не смотря на тот факт, что ассортимент компании является достаточно новым для города, уже можно сказать, что «Самсон» стал признанным партнером для большинсва участников рынка, партнером, которому доверяют и на которого опираются в развитии своего бизнеса как операторы корпоративного рынка, так и розничные компании.

Для нас компания «Самсон» является стратегическим партнером в развитии продаж Maped, и мы рады, что наш партнер постепенно накрывает все важнейшие федеральные центры сетью складов и маршрутов доставки. Группа Maped желает интенсивного развития и скорейшего занятия лидерских позиций в регионе филиалу группы компаний «Самсон» в Санкт-Петербурге».

Изабелла Мангасарян (Durable)

«В то время, как с рынка Северо-Запада практически исчезла фирма ЗАО «Офис-СПб», которая являлась сильным игроком оптового направления и де-факто одна из первых внедрила систему работы оптовых клиентов по единому каталогу корпоративной торговли, появление группы компаний «Самсон», в какой-то степени, позволило занять эту образовавшуюся нишу. Для небольших сервисных компаний наличие и доступность товара — это залог успеха их маленького бизнеса. Группа компаний «Самсон», имея собственный складской комплекс в Санкт-Петербурге, безусловно, способна предложить своим партнерам высокий уровень сервиса. Поскольку компания «Самсон» является импортером продукции DURABLE, мы, несомненно, рады тому, что товаров DURABLE в Северо-Западном регионе стало больше. И поэтому желаем успехов и процветания представительству группы компаний «Самсон» в Санкт-Петербурге».

Офис компании «Самсон СПБ» и современный оптовый склад площадью 5000 кв.м. находится по адресу: Санкт-Петербург, пос. Шушары, Московское шоссе, дом 70, корпус 4, литера Б.

Максим Михайлюк («3М Россия»)

«Компания «3М Россия» с удовольствием поздравляет компанию «Самсон» с годовщиной образования филиала в Санкт-Петербурге. Мы поздравляем не просто с образованием, а с эффективной работой на протяжении всего года и с огромной перспективой развития.

Рынок Санкт-Петербурга и Северо-Западного Федерального округа обладает огромным потенциалом, здесь крайне востребован комплексный и современный подход к клиентам и всегда есть место для мощной современной компании с командой профессионалов и с качественным сервисом, которая сможет удовлетворить все нужды требовательных клиентов Северной столицы. Появление «Самсона» на арене Северо-Запада заставило встрепенуться абсолютно всех игроков рынка. Для конкурентов это замечательный стимул развития, для клиентов — возможность выбора и доступ к уникальным услугам, которые до сих пор не были реализованы.

«3М» всегда ставит во главу угла инновации, качество и эффективность. И с этой точки зрения нам с компанией «Самсон» абсолютно по пути. «Самсон» названа Национальной компанией Года на выставке «Золотая Скрепка 2012», является признанным лидером канцелярской отрасли, а «3М Россия» — один из крупнейших мировых производителей, также удостоенный на прошедшей «Скрепке» звания «Прорыв года» и «Национальный продукт года». Одним словом, мы созданы друг для друга. Появление представительства и современного большого склада компании «Самсон» в Санкт-Петербурге позволило нам совместно начать активно развивать продажи не только в Питере, но и по всему Северо-Западному Федеральному округу. Уверен, при сохранении взятого курса и грядущем расширении ассортимента, компания «Самсон» может стать одним из лидеров на рынке Санкт-Петербурга и Северо-Запада по продажам продукции «3М».

Любовь Крылова (Erich Krause)

«Открытие регионального представительства всегда вызывает некое оживление на рынке, а тем более такого известного федерального оператора канцелярского рынка как «Самсон». Могу отметить, что технологии и процессинг в целом очень порадовали как клиентов, так и партнеров. Конечно, хочется поздравить филиал и компанию с преодолением сложнейшего периода становления в регионе и выразить свою надежду на дальнейшее взаимовыгодное сотрудничество и прогрессивный рост».

Серьезный подход к делу — признак надежности и профессионализма. В развитии и повышении качества обслуживания клиентов, налаживании прочных и долговременных отношений с партнерами, в увеличении выгодных предложений, в развитии программ, направленных на поддержание и развитие бизнеса своих партнеров коллектив компании «Самсон СПБ» видит стимулы для своего дальнейшего роста.

Текст: Александр Котляров

Идентификация личности, или беджи от «Самсон»

Многим из нас знакома ситуация, когда необходимо обратиться к человеку, например, на выставке или деловой встрече, а мы никак не можем это сделать, поскольку не знаем его имени. Начало общения в таком случае существенно затрудняется. Чтобы преодолеть подобные трудности, избежать различного рода казусов и неловкостей, придуманы беджи, позволяющие идентифицировать собеседника.

Долой преграды

Бедж (от английского badge) — небольшая табличка, содержащая минимум важной информации о собеседнике, способ преодолеть коммуникативный барьер между, к примеру, продавцом и покупателем, клиентом и обслуживающим персоналом, между людьми, оказавшимися в одном месте в одно время: на семинаре, презентации, симпозиуме. Значение этого незатейливого предмета трудно переоценить. Именно поэтому в деловом мире бедж превращается в предмет первой необходимости.

Интересно, что до конца 17 века в России в большинстве случаев было принято обращаться друг к другу на «ты» независимо от социального статуса и прочих регалий собеседника. Обращение на «вы» появилось при императоре Петре Великом — ревнителе всего европейского. Реформатор ввел это обращение в обиход, но в России оно долгое время не «приживалось».

Например, обращение «девушка», «женщина» в отношении пожилой продавщицы магазина выглядит, по меньшей мере, бестактным, а обращение «продавец» несколько высокомерным. Сегодня не принято также обращаться к незнакомому человеку по признаку пола: «женщина» или «мужчина». Все более широкое распространение получает обращение к незнакомому человеку по имени — вот тут-то основную роль и играет бедж.

Сегодня ситуация с обращением к человеку в России не так проста, как может показаться на первый взгляд. И дело здесь вот в чем… После революции 1917 года многие формы — такие как, например, «господин», «госпожа», «сударь», «сударыня», «ваше благородие» и прочие просто перестали существовать. Все стали «товарищами» и «гражданами». В 90-е годы 20 века на волне отрицания наследия советской эпохи вернулись обращения «господин» и «госпожа». Но эти обращения звучали смешно и нелепо, к примеру, в общественном транспорте, основным атрибутом которого было свойство «битком». Поэтому стали распространены безличные формы обращений «будьте добры», «позвольте», «прошу прощения». Понятно, что ситуация, к примеру, в автобусе, двери которого закрываются в часы-пик с большим трудом и еще с большим

трудом, но по необходимости открываются, не требует идентификации личности. Тут уж не до беджей. Другое дело — учреждения или официальные мероприятия, где люди общаются более интеллигентно. В таких ситуациях важна информация о человеке, которая помещается в бедж: имя, отчество, должность, ученая степень, представляемая организация и т. д.

Ситуация осложняется, когда сообщество незнакомых людей интернационально: вот уж где столкновение различных культур неизбежно. К примеру, если при обращении к россиянину имя и фамилия в ряде случаев может и не называться — «господин декан», «господин директор», «господин менеджер» — то при обращении, например, к представителю Германии употребление фамилии обязательно — «господин директор Шмидт», «госпожа профессор Бергер». При обращении к представителю Великобритании достаточно к словам «миссис», «мисс» или «мистер» прибавить просто фамилию, не называя имени и должности: «миссис Хатсон», «мисс Тетчер», «мистер Блэр». А вот употребление в качестве обращения слов «миссис», «мисс», «мистер» без фамилии считается моветоном и соответствует русскому «эй, ты, как тебя там». Подобных казусов позволяет избежать информация на бедже, которую в большинстве случаев достаточно просто считать.

Новинки, новинки, новинки

Группа компаний «Самсон», понимая важность и востребованность такого предмета как бедж, сформировала для своих клиентов уникальное предложение, значительно расширив ассортимент беджей под торговыми марками BRAUBERG, «ОфисМаг» и «Офисная Планета». 50 новых позиций, среди которых как сами беджи, так и держатели-рулетки для них, ленты с безопасным сцеплением, металлические цепочки. Все эти мелочи оказываются очень важными. Представленные изделия изготовлены из мягкого и жесткого пластика. Последние идеально подходят для ношения чувствительных к механическим повреждениям магнитных карт, пропусков и удостоверений личности. Разные форматы — 33*70 мм, 60*90 мм, 90*60 мм, 90*120 мм, 120*90 мм — определяют размер вкладышей, которые можно поместить в бедж.

Особо стоит остановиться на типах крепления изделий. Первая группа — беджи на текстильных лентах, шнурках и металлических цепочках с клипами. Их носят на шее. Ленты, шнурки и цепочки имеют оптимально удобную длину — 45 см. В ассортименте представлены шнурки и ленты пяти различных цветов: красного, желтого, синего, зеленого, черного. Ленты и цепочки отличаются от шнурков тем, что имеют один металлический клип. Шнурки оснащены двумя металлическими карабинами. Вторая разновидность — беджи с клипом и булавкой. Такие модели предназначены ношения на одежде. Третья разновидность — беджи с держателем рулеткой. На задней стороне рулетки расположен металлический клип, позволяющий крепить рулетку как на одежде, так и на поясе. На конце нити рулетки есть петля из мягкого ПВХ для крепления беджа. Длина нити рулетки — 70 см. При желании пользователь

может вытянуть бедж для демонстрации пропуска или для использования магнитной карты. Рулетка вернет его на место.

На держателях-рулетках хочется остановиться более детально. Это новинка ассортимента предназначена не только для крепления беджей, но и пропусков, ключей, брелоков, различного мелкого инструмента, позволяя использовать его, не снимая с пояса. Бедж крепится к рулетке с помощью петли из мягкого ПВХ. Корпус рулеток изготовлен из прочного пластика, гарантирующего долгий срок службы. Среди новинок как держатели-рулетки на текстильной ленте, предназначенные для ношения беджей на шее, так и универсальные держатели-рулетки с кольцом и металлическим клипом для крепления на одежде или поясе. Держатели-рулетки представлены в 5 разных цветах — красном, желтом, зеленом, синем и черном. Для держателей-рулеток на ленте цвет ленты совпадает с цветом рулетки.

Особо следует выделить ленты с безопасным сцеплением. Они имеют специальную за-

В Китае очень редко можно услышать обращение на «вы». В китайской культуре принято обращаться к незнакомому человеку по фамилии и имени или по образцу «господин/госпожа плюс фамилия».

щелку, которая при сильном натяжении разъединяется. Такой вид сцепления незаменим при работе с опасным оборудованием — лента не задушит человека, если вдруг попадет в станок, — и для детей, которые любят бегать и могут зацепиться лентой беджа за что угодно. Ленты запечатаны в упаковку с подвесом и продаются комплектами по 5 шт.

В ассортименте представлен и более привычный для потребителя бедж-табличка — весьма долговечный товар для каждодневного пользования. Он изготовлен из прочного пластика, имеет небольшое окошко для имени. Модель найдет себе применение, к примеру, в гостинично-ресторанном секторе, у сотрудников ресепшен, в клиниках, детсадах и т. д. Табличка имеет два типа крепления — клип и булавку — на выбор. Как говорится, это «классика жанра».

Необходимо сказать несколько слов об упаковках предлагаемых моделей. Все беджи за исключением беджей-табличек, представлены в упаковках с европодвесом, которые удобно размещать на витринах магазинов свободного доступа и на демонстрационных стендах. Беджи-таблички упакованы по 10 шт. в пластиковую коробку. Беджи из мягкого пластика продаются комплектами по 5 шт. Беджи из твердого пластика продаются поштучно.

Держатели-рулетки Brauberg помещены в упаковку с европодвесом по 5 шт. одного цвета. Есть одна позиция Brauberg в блистере. Держатели-рулетки «ОфисМаг» и «Офисная Планета» упакованы по 1 шт. в упаковку с европодвесом и продаются поштучно.

Металлические цепочки для беджей представлены отдельно в упаковке типа полибег с подвесом поштучно.

Эффективно для бизнеса

Психологи, бизнес-тренеры, специалисты в области деловой коммуникации единогласно говорят о том, что сегодня бедж — это не просто важный деловой аксессуар: в современных деловых коммуникациях он превратился в реально работающий инструмент для установления деловых контактов. Средства, которые затрачивает компания на закупку беджей для своих сотрудников, с лихвой окупаются и обязательно принесут хорошие дивиденды в виде заключенных сделок. Бедж становится не просто табличкой с именем сотрудника, а орудием представления имиджа компании. Поэтому он должен быть качественным и добротно изготовленным. К слову, сотрудники с унифицированными видами беджей вызывают доверие потенциального клиента, в сознании которого складывается представление о том, что компания — сплоченный, надежный и четко работающий коллектив, с которым можно и выгодно иметь дело.

Именно поэтому клиентам важно предложить довольно широкий выбор разнообразных моделей, соответствующих представлениям об имидже различных компаний, как это сделала группа компаний «Самсон» в текущем сезоне.

Кроме этого, совершенно очевидно, что беджи — товар, который пользуется спросом в течение всего года, поскольку различные конференции, семинары, выставки, на которых востребованы беджи, проводятся постоянно. Существуют также организации сферы услуг, где беджи — непременный атрибут униформы: магазины, торговые центры, клиники, рестораны, гостиницы и т. д. Такие организации пополняют свои запасы предметов данной товарной группы практически постоянно.

Более того, существует множество фирм, обслуживающих различные организации, изготавливая дизайнерское оформление беджей. Они также являются потенциальными клиентами, обеспечивающими хорошие продажи предметов этой товарной группы.

Отсутствие сезонности обусловливает стабильные продажи беджей в течение всего года.

И последнее… Клиент зачастую даже не подозревает о том, насколько могут быть востребованы предметы этой товарной группы, и делает большую ошибку, предлагая часто узкий выбор моделей. Потребитель, как правило, ожидает разнообразия, которое и станет залогом эффективных продаж. Группа компаний «Самсон» готова обеспечить своим клиентам широкий выбор разнообразных и качественных изделий на любой вкус.

С полным ассортиментом новинок беджей от группы компаний «Самсон» можно ознакомиться и сделать их заказ на сайте www.samsonopt.ru.

paperworld
RUSSIA

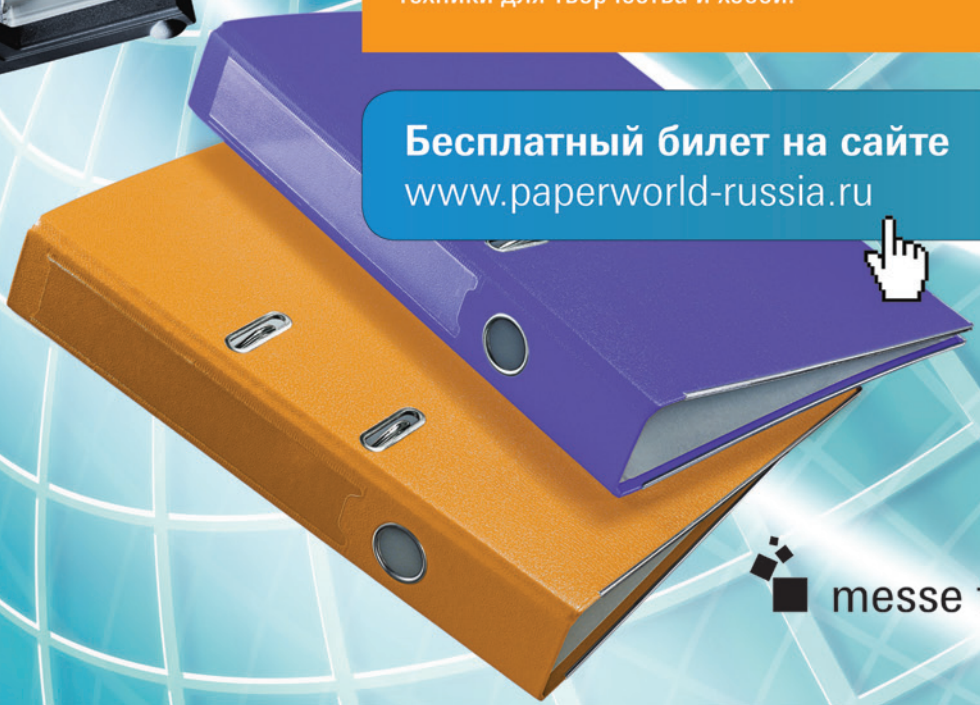
Международная выставка бумажной продукции,
канцелярских и офисных товаров.

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.

Бесплатный билет на сайте
www.paperworld-russia.ru



messe frankfurt

Вокруг ранца

(сегмент школьных папок и пластиковых портфелей)

При подготовке к новому учебному году объектами внимания потребителей становятся не только школьные ранцы. Папки для тетрадей и труда, а также пластиковые портфели гармонично дополняют экипировку первоклассника. Они находятся как бы на периферии ранца, но необходимость в этих предметах бывает не менее велика. Школьным папкам и пластиковым портфелям, как правило, не уделяют особого внимания, рассматривая их в качестве естественного дополнения к ассортименту школьных ранцев. Конечно, круг потребителей пластиковых портфелей и папок среди школьников не настолько широк, чтобы позволить их продажам подняться до уровня продаж ранцев и рюкзаков. Однако этот сегмент школьных принадлежностей оказывается не менее интересным и требует более пристального внимания особенно в школьный сезон.

Текст: Александр Котляров

Передний фронт

В сегменте школьных папок для тетрадей и труда, а также портфелей из жесткого пластика для школы продукция, предлагаемая участниками российского рынка, конструктивно приблизительно одинакова: папки для тетрадей изготавливаются из ламинированного картона или пластика на молнии — с застежкой сверху, с застежкой с трех сторон, на кнопках и на липучке. Пластиковые портфели для школы могут иметь одно, реже несколько внутренних отделений.

Торговая марка в борьбе за внимание потребителя изделий указанных товарных групп не играет существенной роли. Потребителя в момент совершения выбора (при условии наличия нужного товара в продаже) ограничивают всего 3 фактора: функциональность, дизайн и цена. Какой из факторов наиболее приоритетен, а какой менее — зависит только от покупателя. Для кого-то на первом месте стоит функциональность: например, потребителю необходимо, чтобы в пластиковый портфель, кроме учебника и тетради, помещался еще и объемный пенал или в дополнение к альбому для рисования можно было положить еще набор акварели и гуаши. У кого-то нет возможности или желания тратить на пластиковый портфель значительную сумму, и выбор будет ограничен только самыми дешевыми моделями. Это же утверждение можно отнести и к выбору школьных папок. Вне зависимости от того, имеют ли значение два других ограничивающих фактора, дизайн приобретаемого изделия каждый потребитель выбирает, исходя из личных предпочтений и наличия товара в продаже.

Таким образом, основные различия предлагаемой продукции и борьба за конкурентные преимущества, помимо качества материалов, лежат, главным образом, в сфере спосо-

бов декоративной отделки изделий. Производители пристально следят за молодежной модой и стараются предложить папки и портфели с современными модными принтами из области молодежного культурного мейнстрима.

Сегодня в отделке продукции используется самый широкий спектр возможностей полиграфии. В декорировании папок для тетрадей и труда, а также пластиковых портфелей для школы чаще всего применяются несколько способов отделки.

Самый распространенный вид полиграфического декорирования — *полноцветная печать на металлизированной пленке*. Металлизированную пленку часто ассоциируют с обычной фольгой. На самом деле в процессе декорирования используют сложный материал, который представляет собой лавсановую или полиэстеровую основу с нанесенными слоями красителя, металла и клея. Пленку нагревают — в результате она оставляет на поверхности изделия металлизированный глянцевый красочный слой.

Многоуровневое конгревное тиснение — это способ создать изображение, связанный с деформацией материала: картона, пластика, кожи и т. д. Его изобретателем был английский конструктор У. Конгрев, живший в конце 18 — начале 19 века. В упрощенном виде процесс тиснения можно описать следующим образом: материал сжимается между нагретой матрицей и холодной контрматрицей. Результат такого способа обработки — рельефное изображение — выпуклое и вогнутое, части которого находятся в разных плоскостях, поэтому такой вид тиснения называется многоуровневым.

Нанесение глиттерного лака с голографическими блестками — способ декорирования изделий с использованием лака, содержащего мелкие блески и частицы различных цветов. Результат декорирования — разнообразные оптические эффекты.

Дизайнеры изделий сегодня имеют широкие возможности для реализации самых смелых фантазий. Однако невозможно добиться высоких продаж без взаимодействия дизайнеров с маркетологами, изучающими потребительские предпочтения. О тенденциях в предпочтениях, о тенденциях в сегменте, а также о том, как продавать школьные папки и пластиковые портфели, расскажем в следующих разделах.

О ситуации в сегменте

Сегмент пластиковых папок интенсивно развивается. В нем присутствует жесткая конкурентная борьба, все больше офисных компаний включают школьную продукцию в свой ассортимент, появляются многочисленные производители, которые перепрофилируются на производство пластиковых папок. Но обо всем по порядку...

Ежегодно на рынок выходят новые игроки со своими ассортиментными предложениями. Это дает право полагать, что рынок находится на стадии развития.

На нем представлено огромное количество торговых марок, как отечественных, так и зарубежных. В настоящее время преобладают папки для тетрадей и труда российского производства. По разным данным, доля продукции отечественного производства составляет порядка 80 процентов. Среди крупных производителей следует назвать компании «Пчелка», «Оникс», «Канцбург», «Канцфайл», «Фабрика пластиковых папок» и некоторых других. Помимо специализированных производств многие операторы канцелярского рынка выпускают продукцию для школы под собственными брендами. Ярким примером может служить широко известная торговая марка Brauberg. Не меньшей популярностью пользуются европейские марки, например, Herlitz. Они ориентированы в основном на высокий ценовой сегмент.

Многие предприятия, выпускающие офисные папки, к школьному сезону переключаются на выпуск продукции для школы, добавляя к сдержанному офисному ассортименту продукции яркие цветные принты. Для производителя и реселлера переключение на продукцию для школы

в сезон — верный способ увеличить продажи. При этом следует помнить, что сезонность продаж школьных папок ярко выражена: это товар, который продается в основном перед началом учебного года. В течение года процент продаж намного ниже.

Иными словами, сегмент находится в постоянной динамике, активно развивается и испытывает внутренние изменения, которые обязательно необходимо учитывать реселлеру при организации работы в этом сегменте.

Пластик — искусственный материал, который состоит из цепочек длинных молекул. Он появился всего полтора века назад в Бирмингеме (Англия). Изобретатель пластика — металлург Александр Паркс. Именно он получил первый пластик на основе целлюлозы, обработанной азотной кислотой, камфоры и спирта. Первоначально пластик назывался паркезин — в честь изобретателя. Сегодня основой для получения пластика служит нефть и природный газ.

В сегменте отмечается безусловный рост, основной причиной которого является уже не раз отмечаемое разными экспертами улучшение демографической ситуации в стране. С увеличением количества первоклассников растет спрос на товары для школы. В связи с этим предложений на рынке с каждым годом становится все больше, а ассортимент шире.

В настоящее время рынок насыщен большим количеством предложений. Конкуренция довольно высока. Наивысшая конкуренция, как это обычно бывает, наблюдается в низком ценовом сегменте. Это связано с большим количеством игроков и схожими характеристиками товаров. Кроме этого, в конкурентную борьбу включается все большее количество компаний, которые начинают производить папки для тетрадей и труда: это небольшие швейные предприятия, крупные сетевые магазины, компании, занимающиеся продажей канцелярских товаров.

Равнение на потребителя

Потребители пластиковых папок и портфелей в своем подавляющем большинстве — это учащиеся младших классов школы и дошкольники, дети, посещающие дополнительные занятия по иностранному языку, музыке, рисованию, подготовке к школе. Именно на них рассчитано все многообразие дизайнов. Однотонные пластиковые папки часто используют старшеклассники, студенты вузов и колледжей, а также офисные работники — тут школьный сегмент граничит с офисным, которого мы в рамках этой статьи не касаемся.

Сегодня рынок предоставляет потребителю широкий выбор интересных моделей в различных ценовых сегментах. Если ориентироваться на конструкцию, наибольшей популярностью у покупателей пользуются пластиковые папки для тетрадей А5 формата на кнопках, липучках и молнии. Они отлично подходят для учеников начальных классов и сохраняют в чистоте и порядке все тетради ребенка.

Среди папок для тетрадей А4 формата следует выделить папку с застежкой на молнию сверху. Из-за большого формата в ней удобно хранить не только тетради, но и рисунки, расписание уроков.

Когда у ребенка урок труда, очень сложно не забыть что-либо среди множества мелких принадлежностей: клей, ножницы, цветную бумагу, картон, альбом и т. д. Папка для труда на молнии вокруг или сверху — незаменимый помощник-органайзер принадлежностей для учеников начальных классов. Малышам поначалу бывает трудно сориентироваться во множестве предметов, находящихся внутри ранца. Поэтому их часть целесообразно помещать в папку, а, если предметов немного, то использовать пластиковый портфель. Папки для тетрадей существенно продлевают срок службы школьной тетради, позволяя сохранять ее внешний вид на более длительное время. Они совершенно незаменимый атрибут в арсенале первоклашки.

Следует сказать пару слов о потребительских предпочтениях в плане дизайнов. Они обнаруживают ярко выраженное разделение для мальчиков и для девочек и, кроме этого, имеют свойство меняться от сезона к сезону, поэтому к ним вполне применимы атрибуты «здесь» и «сейчас».

У девочек сегодня наибольшей популярностью пользуются папки и пластиковые портфели с яркими принтами, лицензионными персонажами в розовых, сиреневых, бирюзовых тонах. Очень эффектно выглядит отделка блестками и печать на металлизированной пленке.

В начальной школе мальчики отдают предпочтение спортивной и технической тематике. Лидерами являются дизайны с изображением гоночных автомобилей, мотоциклов, экстремальных видов спорта. В подобных дизайнах часто используется голография.

Маркетологи рекомендуют составлять ассортимент таким образом, чтобы в нем присутствовали товары для мальчиков, для девочек, а также несколько позиций универсальной продукции — это наиболее эффективный и сбалансированный вариант.

Нужно еще раз подчеркнуть, что современный потребитель уделяет большое внимание дизайну продукции, разнообразной декоративной отделке папок для тетрадей и труда, высоко ценится разнообразие коллекций. Наблюдается тенденция, которая состоит в стремлении к единому стилю в подборе школьных аксессуаров — коллекционный подход (о нем — в следующем разделе). Кроме этого, покупатели сконцентрированы на выборе продукции высокого качества, соответствующей требова-

НОВИНКА

Цветная бумага и картон

BRAUBERG®

BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

kids series

Для воплощения творческих фантазий

Форматы А3 и А4
Яркие, сочные цвета

Мелованный, глянцевый, флуоресцентный, волшебный, двухсторонний – ЕСТЬ ВСЕ!

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

ниям безопасности, предъявляемым к продукции для детей.

Повторимся: при выборе папок для тетрадей и труда покупателем главную роль играют несколько факторов: дизайн и декоративная отделка, качество товара и удобство при использовании — эргономичность плюс функциональность и цена. Мы назвали цену на последнем месте, но это совсем не значит, что она несущественный фактор в принятии решения о покупке, скорее наоборот — решающий. После определения приемлемого ценового диапазона в борьбе за внимание потребителя все же на первом месте оказываются дизайн и декоративная отделка изделий.

Интересно, что отдельные способы декоративной отделки изделий, применяющиеся сегодня, были известны еще в 7 веке нашей эры в Китае. В Европе тиснение стали использовать при изготовлении игральных карт. В 13 веке выпуклые матрицы с изображением для тиснения вырезали из дерева. В период Средневековья знаменитый первопечатник Иоганн Гуттенберг по принципу тиснения придумал изготавливать литеры из металла и начал печатать первые в Европе книги, используя пресс. На Руси в 16 веке первопечатником считается Иван Федоров.

Важные тенденции

Сегодня в сегменте отмечаются несколько важных тенденций, определяющих его состояние и развитие. Реселлеру важно учитывать эти тенденции при организации ассортиментного предложения. На них акцентируем особое внимание.

Коллекционный подход — папки для тетрадей и уроков труда, а также пластиковые портфели для школы создаются в едином дизайне со школьными ранцами, портфелями сумками для обуви и пеналами. Маркетологи делают основной упор на то, что потребитель, как правило, предпочитает приобретать ребенку предметы школьного ассортимента, гармонирующие друг с другом, соединяющиеся в целостный образ. При этом важны два момента: дизайн должен быть современным и нравиться школьнику. Предметы коллекции взаимодополняют друг друга, стимулируя покупку ранцев, папок, сумок для обуви, пеналов в едином дизайне. Продажа предметов коллекциями — сегодня очень эффективная стратегия.

Упор на лицензионные товары с популярными персонажами и сюжетами мультсериалов — также существенная тенденция в сегменте. На руку производителям и реселлеру играет молодежная кино- и мультиндустрия. То, что модно здесь и сейчас в кино, всегда пользуется хорошим спросом — особенно в среде молодежи. Маркетологи разных компаний, действующих на канцелярском рынке, зная это, непрерывно изучают тенденции молодежной моды, которые воплощаются в дизайнах предлагаемых изделий. При этом покупку стимулирует не столько само изделие, сколько привлекательный яркий, а главное модный дизайн.

Преимущества пластиковых портфелей

- Небольшой вес, небольшой размер — следовательно, небольшая нагрузка на руки и позвоночник малыша.
- Удобство при необходимости транспортировки небольшого количества школьных принадлежностей.
- Устойчивость к загрязнению и внешним повреждениям.
- Устойчивость к воздействию большинства химических веществ.
- Доступная цена.

Ежегодное обновление ассортимента — реселлеру следует помнить, что ассортимент папок и пластиковых ранцев обновляется ежегодно, поскольку молодежная мода не стоит на месте. Производители к каждому новому сезону разрабатывают новые коллекции и модели. Необходимо постоянно поддерживать внимание потребителя, удивляя его новыми дизайнами и предлагая достойный выбор. Новаторство проявляется также главным образом в аксессуарах и в использовании новых технологий для декорирования.

Выраженная сезонность — пик спроса на школьные папки для тетрадей и для труда наблюдается в летний сезон, когда родители «собирают ребенка» в школу, покупая все необходимое для учебного года. В течение года процент продаж намного ниже, чем в школьный сезон. В зависимости от уровня покупательской способности потребитель приобретает данный вид продукции 1-2 раза в год. Частота продаж и необходимость покупки папок обусловлены, с одной стороны, потребностями ребенка в обновлении школьных принадлежностей, а с другой — эти показатели зависят во многом от качества продукции. Качественные папки и портфели из пластика могут прослужить в среднем 2-3 года. Другое дело, что потребитель обновляет их ежегодно, отдавая дань моде на новые популярные дизайны.

Сопутствующие товары — при покупке папки для тетрадей, папки для труда или школьного пластикового портфеля очень важно предложить потребителю предметы их наполнения: тетради, пишущие принадлежности, а также принадлежности для детского творчества — ножницы, клей, фломастеры и карандаши, краски, альбомы для рисования, картон, пластилин, фартук для труда и т.д. Папки для тетрадей и труда, пластиковые портфели сами часто становятся сопутствующими товарами, приобретаемыми в дополнение к школьному ранцу. Однако не стоит забывать также и об их наполнении.

Этот же принцип действует и при выкладке товаров на витрине: папки располагаются рядом со школьными ранцами, и тут же должны находиться предметы их наполнения. При коллекционном подходе ранцы, папки портфели, пеналы, сумки для обуви оптимально распределить на витрине

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

Как определить качество пластика и фурнитуры?

- Пластик не должен иметь лишних вкраплений, поверхность изделия должна быть однородной по своей фактуре.
- Пластик не должен образовывать заломов на сгибах.
- Принты должны быть нанесены равномерно, по всей поверхности принта оттенок должен быть одинаковым.
- Все замки должны без лишних усилий расстегиваться и застегиваться — это важно для младших школьников, которым иногда нелегко справиться с тугими замками.
- Подвижные соединения пластиковых портфелей — особенно в области ручки — не должны «гулять».
- Пластик не должен источать каких-либо запахов.

по коллекциям. В условиях выкладки вне реализации стратегии коллекционного подхода каждую товарную группу следует располагать отдельно. Но «емкость» и ее «наполнение» непременно должны находиться рядом — принцип, который следует соблюдать неукоснительно.

Внимание к качеству — российский потребитель с каждым годом становится более требовательным к качеству предлагаемой продукции. Сегодня, выбирая папку или пластиковый портфель, он особое внимание уделяет не только дизайну, но и добротности декоративной отделки и используемой фурнитуры. С каждым годом это внимание становится все более пристальным, особенно, когда речь идет об изделиях в низком ценовом сегменте. Поэтому для реселлера, формирующего ассортимент, важно сделать акцент на уже известных и положительно зарекомендовавших себя торговых марках. Это тот самый случай, когда торговая марка изделия важна, главным образом, для реселлера, а не для конечного потребителя. Поэтому, формируя предложения в различных ценовых сегментах, оптимально предложить продукцию под известными и надежными торговыми марками.

Brauberg

Отличительной чертой ассортимента папок для тетрадей и труда, представленного группой компаний «Самсон» под торговой маркой Brauberg, является коллекционный подход. Маркетологи Brauberg сделали упор на продажах изделий в коллекциях, выполненных в едином дизайне.

Школьные папки для тетрадей и труда гармонично дополняют весьма широкий ассортимент школьных ранцев, пеналов и сумок для обуви. Разнообразие современных дизайнов коллекций поражает воображение: здесь и так любимая девочками мультяшная Русалочка (коллекция «Ocean Love») и более нейтральная, но не менее привлекательная и яркая бабочка (коллекция «Butterfly»), и замечательные современные подружки из коллекции «Pretty Girls» и выразительные музыкальные девчонки из коллекции «Rock girls».

Мальчишек также не обошли вниманием: для них придумали коллекции с современными крутыми автомобилями, гоняющими по ночному городу («Hot Cars») и стремительным мотоциклистом на суперсовременном байке с атрибутами гоночных соревнований (коллекция «Motorbike»), а также популярной сегодня тематикой паутины и пауков (коллекция «Spiders»).

Преимущества коллекционного подхода в продажах папок для тетрадей и для труда весьма очевидны: стремясь выдержать единый образ в экипировке малыша — любой родитель хочет, чтобы его ребенок был самым стильным — родители стараются наряду с ранцами приобретать и другие школьные принадлежности в том же дизайне. ТМ Brauberg обеспечивает для потребителя такую возможность, а для реселлера — возможность сформировать наиболее полный и привлекательный ассортимент школьных принадлежностей.

В разнообразных коллекциях представлены папки для тетрадей и труда самых удобных и ходовых форматов на кнопках — со стильным скосом крышки, а также с застежкой-молнией по верхнему краю и на молнии с трех сторон. Модели папок для труда имеют 1 отделение с удобным и функциональным вкладышем для размещения на нем принадлежностей.

При этом покупка школьного ранца — отличный повод приобрести папку или пенал таком же дизайне и наоборот: необходимость приобретения папки для тетрадей и для труда стимулирует покупку ранца, пенала, сумки для обуви в едином дизайне.

Множество ярких коллекций формирует привлекательное предложение и хороший выбор. Коллекционный подход в продажах товаров для школы сегодня очень популярен и эффективен. Brauberg активно развивает это направление, предлагая своим покупателям яркие, разнообразные, качественные и функциональные товары.

Подробнее с коллекциями товаров для школы Brauberg Вы можете ознакомиться и сделать их заказ на сайте www.samsonopt.ru

Erich Krause

Группа компаний «Самсон» предлагает своим клиентам широкий ассортимент школьных товаров под торговой маркой Erich Krause. Для малышей в ассортименте «Самсон» привлекательны пластиковые портфели формата А4 Erich Krause. Выбор их дизайнов достаточно широк. Предусмотрены модели как для мальчиков, так и для девочек.

Замечательны изделия с изображениями знаменитых героев по мотивам мультфильмов Уолта Диснея и современного вышедшего недавно и так популярного среди малышей мультфильма «Кот в сапогах» с изображением главного героя в шляпе и со шпагой — серии «Minnie Mouse» и «Puss in boots».

Универсальны пластиковые портфели серии «Tigger» с дизайнами по мотивам диснеевского мультфильма о медвежонке Винни. Яркие, актуальные и современные принты обязательно привлекут внимание малышей.

Среди пластиковых портфелей для девочек 7-10 лет выделяются модели в ярких сиреневых, розовых и голубых тонах с изображениями маленьких принцесс и фей (серии «Sweet pixie fairies» и «Fairies batic»). Замечательные нежные тона и «кукольные» изображения привлекут маленьких модниц.

Для мальчиков представлена яркая серия пластиковых портфелей и папок для тетрадей, изготовленных из плотного пластика «Marvel Fashion» с изображениями популярных героев-суперменов.

Для мальчишек постарше — 11-13 лет — в ассортименте есть пластиковый портфель, украшенный принтами с изображением символики популярного сегодня фильма «Трон».

Все портфели поставляются в разобранном виде с набором фурнитуры, что, несомненно, удобно для их транспортировки. Сборка портфелей предельно проста и не вызовет у покупателя особых затруднений. Качество фурнитуры высокое по умолчанию.

В ряду пластиковых портфелей в дизайнах детской тематики привлекательны модели «Fantastical Think» («Фея»), «How to train your dragon» («Дракон»), «Lassen Sea World» («Подводный мир»), «Fairies Fashion» («Феи»).

Предлагаемый группой компаний «Самсон» выбор товаров для школы под ТМ Erich Krause — прекрасная возможность сформировать широкий и разнообразный ассортимент качественной продукции.

Подробнее с коллекциями товаров для школы Erich Krause Вы можете ознакомиться и сделать их заказ на сайте www.samsonopt.ru

«Пчелка»

В ассортименте группы компаний «Самсон» представлен широкий выбор папок для тетрадей и труда известного российского производи-

теля — компании «Пчелка». Папки изготовлены из качественного экологически чистого пластика.

Привлекает разнообразие моделей: на молнии, на липучке, с удобными ручками и без них, папки с красочными уголками и клапанами, с принтами по всей поверхности и полупрозрачные, папки-сумки для тетрадей, папки с дополнительной планкой для размещения принадлежностей для уроков труда и детского творчества — самые современные дизайны, самые практичные модели для самых маленьких.

Разнообразие цветовых и дизайнерских решений также поражает воображение: яркие красные, синие, зеленые цвета; для мальчишек — изображения автомобилей, вариации на футбольную тематику; для девчонок — изображения фей, принцесс, модниц; присутствуют и папки-сумки с фотоизображениями котят и «мультяшными» изображениями первоклассников.

Продукция рассчитана на детей младшего школьного и дошкольного возраста. Широкий выбор моделей поможет составить замечательный ассортимент и удовлетворить любые потребности современной школы.

Подробнее с коллекциями товаров для школы «Пчелка» Вы можете ознакомиться и сделать их заказ на сайте www.samsonopt.ru

«Хатбер-М»

В ассортименте Hatber папки для тетрадей и уроков труда представлены в двух вариантах и форматах.

Папки изготовлены из жесткого пластика, придающего им надежность и прочность. По краям папки имеют тканевую окантовку с отстрочкой для придания аккуратности изделиям.

Папки формата А4 и А5 на молнии имеют внутренний разделитель с резинками-держателями для того, чтобы разместить в папке карандаши, фломастеры, ножницы, то есть все, что необходимо ребенку на уроке труда.

Папки А4 формата также представлены с тканевыми ручками, для удобства переноски. Внутри имеется горизонтальная резинка для фиксации рисунков или бумаги.

В оформлении дизайнов используется различная тематика: для мальчиков это автомобили и футбол, для девочек принцессы, а также лицензионные продукты «Sicret Wings» и «Пушистики» с любимыми принцессами и милыми мишками, в том числе нейтральная тематика.

STAFF®

Для успешных продаж

Удобная блистерная упаковка
Витрины и POS-материалы в подарок*!

Оптовый интернет-магазин www.samsonopt.ru/zakaz

Эксклюзивным представителем STAFF® в Российской Федерации является группа компаний «САМСОН»

*подробности уточняйте у Ваших менеджеров

реклама

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

Чистота в каждом офисе!

ЛАЙМА®

Хозяйственные перчатки и гигиенические товары

www.samsonopt.ru

Офисная планета®

товары для офиса

общероссийская система обеспечения организаций
товарами для офиса по каталогу

Каталог ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА

Единые стандарты

Маркетинговая и рекламная поддержка

Товары ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА

Промо-материалы и корпоративный стиль

Ваш собственный Интернет-магазин www.office-planet.ru

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

Присоединяйтесь!

Предложение ограничено!

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

Tchibo

Cafissimo

100% TCHIBO ARABICA IN THE AROMA CAPSULE

Натуральный кофе прямо **в офисе** - легко как никогда!

5 причин, чтобы выбрать капсульную кофемашину Tchibo Cafissimo:

- *Низкая стоимость кофемашины – всего 4200 руб*.*
- *8 видов капсул с разными вкусами кофе всегда в наличии.*
- *Привлекательная стоимость 1 капсулы – 14 руб*.*
- *Быстрота и легкость приготовления натурального кофе.*
- *Постоянный запас на складе подменных кофемашин.*

* - цена действительна на 01.09.12 и указана с максимальной скидкой.

арт. 500987

4 606224 078137

КОФЕМАШИНА TCHIBO CAFISSIMO В ОФИСЕ – ЭТО ВАШ СТАБИЛЬНЫЙ ИСТОЧНИК ДОХОДА ОТ ПРОДАЖ КАПСУЛ КОФЕ!

САМСОН®

Федеральная сеть оптовых складов
Регулярная доставка маршрутами по России

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

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