www.kanzelaria.ru

ЖУРНАЛ КАНЦЕЛЯРИЯ

STATIONERY & OFFICE EQUIPMENT

ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА И УЧЕБЫ • ОФИСНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

октябрь–ноябрь 2012

№57

НОВЫЕ КОЛЛЕКЦИИ ДЕЛОВЫХ АКСЕССУАРОВ 2013

www.samsonopt.ru

BRAUBERG®
BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

Galant®

ErichKrause

Nazareno Gabrielli

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**

16 **Товарный обзор**
Рынок деловых аксессуаров

24 **В фокусе**
Лампочки PHILIPS

32 **Офисное железо**

28 **Торговая марка**
Товар лицом — презентационные папки Brauberg

34 **Знакомство с дилером**
Дилер корпоративной торговли

44 **Событие**
Осенние выставки

47 **Белая книга**
Herlitz: от оптового магазина к холдингу

48 **Выбирайте лучшее**
Товары для праздника

52 **Школьный базар**
Доски для письма мелом, цветные и белые мелки

РЕКЛАМОДАТЕЛИ

Acco Brands 27

Durable 11

ErichKrause 23

MAPED 13

Tchibo 64

САМСОН ..... 1, 2, 5 – 7, 9, 17, 18, 21, 31,

..... 38, 42, 51, 55, 57, 61-64

Сегмент 46

Старлесс 43

Хатбер 37

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

№ 57, октябрь-ноябрь 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

Народное голосование определило лучших из лучших

САМСОН

Группа компаний «Самсон» рада сообщить о том, что подведены итоги народного голосования по конкурсу «Сделайте Ваш магазин привлекательнее!».

Клиенты компании представили на конкурс свыше 650 фотографий магазинов, оформленных комплектами POS-материалов. Народное жюри, состоящее из зарегистрированных посетителей сайта, могло оценить работу коллег, правильность оформления магазина, раскладки товаров и проголосовать за понравившийся фотоальбом. Таким образом, мы определили 3 победителей конкурса в номинации «Народное мнение».

Ими стали:

1 место — Магазин «Карандаш» (ИП Гавриш)
2 место — Магазин «БрикЦентр» (ИП Дикухин)
3 место — Магазин «ОфисШоп» (МЦ «Красная площадь»)

Стоит отметить, что среди участников конкурса шла ожесточенная борьба за призовые места. Всего несколько голосов решили судьбу победителей, отделив тройку лидеров от остальных участников. Достойными претендентами на призовые места также были конкурсанты, занявшие с 4 по 6 место. Это ООО «Аврора» (розничный отдел в ТЦ «Соломка»), ООО ТК Стабило, магазин «КанцМир» (ИП Кузнецов Вадим Александрович). У этих и у других участников еще есть шанс побороться за главные призы в двух оставшихся номинациях: «Готовность к школе №1» и «Креативный подход». Ну а победителей, получивших максимальное количество баллов по итогам народного голосования, уже совсем скоро ждет заслуженная награда: цифровая видеокамера, фотоаппарат и фоторамка за 1, 2 и 3 места соответственно. Не останутся без подарков и коллективы магазинов, принимавшие активное участие в оформлении. Лучших из лучших ждет музыкальный центр, магнитола и стильное портативное аудиоустройство, которое скрасит рабочий процесс.

Кроме этого, все участники, приславшие на конкурс фотографии, получат гарантированный приз!

Поздравляем победителей, желаем им высоких продаж и дальнейших успехов в развитии бизнеса!

«Умные» гаджеты по выгодной цене

Массовое расширение ассортимента группы компаний «Самсон» новинками планшетных компьютеров BLISS, SAMSUNG, TEXET, LENOVO, DIGMA, RITMIX, WEXLER, PRESTIGIO и 3Q позволяет Вам предоставить своим покупателям исключительно богатый выбор функциональных устройств.

Новинки планшетных компьютеров позволяют отлично организовать индивидуальную работу с почтой, документооборотом, правильно планировать бизнес-задачи, проводить видеоконференции, да и вообще, станут отличными медийными станциями развлечений. Миллионы людей уже оценили удобство и простоту работы с планшетными компьютерами, поэтому не упустите свой шанс достойно заработать на популярном товаре.

САМСОН

Для тех, кто не хочет скучать во время дальних поездок и желает оставаться на связи с друзьями даже в дороге, замечательным выбором станет модель RITMIX RMD-520. Планшетный компьютер RITMIX RMD-520 с диагональю 5'' и операционной системой Android 4.0, оснащен прекрасным сенсорным дисплеем, 1,3-Мпиксельной камерой и умеет организовывать интернет-подключение через встроенный сетевой адаптер Wi-Fi. Модель демонстрирует хорошую производительность благодаря современному мобильному процессору Rockchip RK2918 Cortex A8 с частотой 1,2 ГГц и оперативной памяти объемом 512 Мб. Возможности внутренней памяти не ограничиваются встроенными 8 Гб, а могут быть расширены картами памяти microSD. Вес устройства — 225 г.

Также в ассортименте группы компаний «Самсон» присутствует большой выбор аксессуаров для планшетных компьютеров, которые сделают эксплуатацию и транспортировку устройств максимально удобной, а Вам принесут дополнительный заработок.

Упаковочные ленты BRAUBERG — все клеится!

Упаковочные ленты — это максимально простой в применении, надежный и удобный упаковочный материал, который с успехом применяется для упаковки, а также для ремонтных и оформительских работ.

Новинки клейких лент группы компаний «Самсон» плотностью 45 мкм обладают высокой клеящей способностью и имеют гарантированную длину (от 60 до 200 м). Разнообразие цветов и комплектации позволит Вам предложить покупателям оптимальный вариант, удовлетворяющий их пожелания к товару.

Упаковочные клейкие ленты BRAUBERG — это не только универсальное средство для бытового и промышленного применения, но и популярный товар, который не имеет сезонности и сможет обеспечивать Вам достойную прибыль круглый год.

Все для обогрева помещения

В нашей стране вопрос обогрева помещений стоит достаточно остро, особенно в период межсезонья. Зачастую центрального отопления недостаточно для обеспечения комфортной атмосферы в помещении, поэтому новинки нашего ассортимента устройств для обогрева воздуха торговых марок SUPRA и BALLU придутся как нельзя кстати в осенне-зимний период. Разнообразие моделей климатической техники группы компаний «Самсон» позволит вашим покупателям легко подобрать устройство, максимально отвечающее требованиям, предъявляемым к нему. Предлагаем сделать заказ уже сейчас, пока товар есть в наличии.

К примеру, для помещений торгового назначения (киосков, магазинов, кафе, баров), а также помещений строительного назначения (бытовок, цехов, складов) отличным решением станет тепловая пушка SUPRA IH03-33 мощностью 3300 Вт. В качестве нагревательного элемента используется высокоэффективный ТЭН, помещенный во влагозащищенный металлический корпус. Для комфорта эксплуатации и транспортировки предусмотрена удобная ручка-подставка и изменяемый угол наклона. Помимо прогрева помещения, тепловая пушка применяется для вентиляции и осушки.

И, конечно же, среди новинок представлены масляные радиаторы — одни из наиболее популярных бытовых обогревателей. 7-секционный обогреватель SUPRA ORS-07-2N, мощностью 1500 Вт, порадует ваших покупателей доступной ценой и функциональностью.

ROADSHOW SAMSON 2012

Первый этап масштабного мероприятия ROADSHOW SAMSON 2012 прошел 2 октября в Воронеже.

Одна из 13 конференций, которые проходят в разных уголках России, собрала в большом зале «АМАКС-Парк Отеля» клиентов группы компаний «Самсон» со всего Центрального Черноземья и близлежащих регионов.

В ходе ROADSHOW его участники смогли увидеть презентации товаров ведущих российских и мировых производителей канцелярских товаров, офисной техники, бумажной продукции, товаров для творчества, сейфов и металлической мебели.

Каждую презентацию провел представитель компании-поставщика, что позволило нашим клиентам получить самую актуальную информацию о продукции из уст непосредственных производителей. Кроме того, докладчики провели демонстрацию товаров, о которых шла речь в презентации, поэтому участники конференции смогли «увидеть товар лицом» в буквальном смысле слова и изучить его потребительские свойства.

Особый интерес у участников мероприятия вызвало выступление «Золотого клиента» группы компаний «Самсон», который является одним из крупнейших поставщиков товаров для офиса в Тамбове и его окрестностях. «Золотой клиент» не просто рассказал о достижениях своей компании, но и поделился секретом достижения успеха. По его словам, ключевым моментом в развитии бизнеса является сбалансированное ассортиментное предложение.

Многие клиенты отметили, что конференции ROADSHOW SAMSON 2012 позволяют им узнать много нового и интересного о самых популярных товарах для офиса и школы, а также весьма полезны с практической точки зрения.

Конференции уже прошли в Новосибирске, Перми, Нижнем Новгороде, Москве, Уфе, Самаре, Саратове и Казани.

Следующие города ROADSHOW SAMSON 2012:

Казань — 9 ноября.
Санкт-Петербург — 16 ноября.
Ростов-на-Дону — 20 ноября.
Ставрополь — 23 ноября.
Волгоград — 30 ноября.

Узнать подробности проведения и оставить заявку на участие в конференции можно обратившись к менеджеру Вашего сбытового подразделения группы компаний «Самсон».

Функциональные бизнес-тетради и бизнес-блокноты BRAUBERG

Группа компаний «Самсон» рада представить вашему вниманию новинки в линейке бумажной продукции от BRAUBERG: бизнес-тетради и бизнес-блокноты.

Бизнес-блокноты BRAUBERG

Формат блокнотов — А6, А7+. Внутренний блок (64 и 128 листов) изготовлен из офсетной бумаги кремового цвета в линейку или клетку. Закладка-ляссе, закругленные уголки, а также горизонтальная резинка-фиксатор или магнитная застежка на некоторых моделях добавляют дополнительное удобство в процессе эксплуатации. Обложка — интегральная или книжный переплет. Разнообразие текстур и цветов обложек позволит любому покупателю подобрать бизнес-блокнот по своему вкусу. Блокноты цвета ассорти поставляются в удобном красочном дисплее по 12 штук. В зависимости от модели, обложки подходят для персонализации с помощью горячего тиснения или тиснения фольгой.

Бизнес-тетради BRAUBERG

Формат тетрадей — А5. Внутренний блок (128 листов) изготовлен из офсетной бумаги белого или кремового цвета в линейку или клетку. Закладка-ляссе, закругленные уголки и горизонтальная резинка-фиксатор (у некоторых моделей) добавляют дополнительное удобство в процессе эксплуатации. Обложка — интегральная. Разнообразие текстур и цветов обложек позволит любому покупателю подобрать бизнес-тетрадь по своему вкусу. Тетради цвета ассорти поставляются в удобном красочном дисплее по 10 штук. Обложки подходят для персонализации с помощью горячего тиснения.

Оригинальные обложки новинок привлекают своим ярким внешним видом, и, безусловно, их заметит большое количество покупателей. Кроме того, бизнес-тетради и бизнес-блокноты в цветном дисплее представляют собой готовое предложение для точек розничной торговли.

Удобные и практичные бизнес-тетради и бизнес-блокноты BRAUBERG — это прекрасный подарок и незаменимый деловой инструмент в офисе, на деловых встречах, в командировках или на лекциях.

Стержни с «ушками» от BRAUBERG

BRAUBERG
BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

Группа компаний «Самсон» рада сообщить своим клиентам о появлении в ассортименте BRAUBERG наборов шариковых стержней с «ушками», предназначенных для автоматических шариковых ручек.

- Длина стержня — 107 мм.
- Ширина линии письма — 0,7 мм.
- Цвет чернил — синий/черный.
- В наборе — 5 стержней.
- Упаковка с европодвесом.

Мягкое письмо, оптимальное количество стержней в удобной упаковке и привлекательная цена легко сделают новинки хитом продаж в любой торговой точке.

Яркие канцелярские мелочи от BRAUBERG!

Торговая марка BRAUBERG говорит решительное «нет» традиционному офисному дизайну и предлагает Вашему вниманию яркие зажимы для бумаг и невероятно удобные наборы канцелярских мелочей, которые помогут в работе и создадут хорошее настроение.

Изготовленные из стали, зажимы для бумаг BRAUBERG — это зажимы традиционной формы и зажимы-бульдоги. «Изюминка» наших новинок — это, конечно же, цвет: металлик (красный, желтый, зеленый, синий), серебро или золото — Вашим покупателям будет из чего выбрать. В зависимости от модели, зажимы упакованы в удобный пластиковый цилиндр или картонную коробочку по 10 шт.

Наборы канцелярских мелочей BRAUBERG объединяют в себе скрепки, кнопки, зажимы, силовые кнопки и резинки для денег. Упаковка наборов одновременно является органайзером для хранения канцелярских мелочей, поэтому на рабочем столе всегда будет идеальный порядок. Наборы очень удобны тем, что количество предметов, входящих в их состав, позволяет обеспечить потребности как малого офиса, так и крупной организации. Главное — правильно выбрать!

Эффектные новинки: тетради серии «Pro»

Группа компаний «Самсон» представляет вашему вниманию более 40 товарных позиций тетрадей BRAUBERG серии «Pro» по 48 и 96 листов.

Обложки тетрадей выполнены из импортного мелованного картона и украшены блестками, УФ-лаком или с помощью применения технологии выборочного лакирования. Тематика и стиль оформления обложек — самые разнообразные: от элегантных однотонных («Unicolour», «Black Jack», «Stylish») до сказочно-ярких («Mystery», «Art», «Fresh Line»). Внутренний блок изготовлен из офсетной бумаги плотностью 55 г/м². Линовка — клетка с полями. Скрепление — скрепка или евроспираль.

В упаковке — от 3 до 5 дизайнов.

Высокое качество тетрадей BRAUBERG серии «Pro» гарантирует их популярность в школьный сезон у конечных потребителей и увеличение вашей прибыли.

Посуда из пластика по привлекательной цене

Герметичные контейнеры для хранения и СВЧ (от 0,5 до 1,3 л), контейнеры для овощей, разделочные доски, наборы для пикника, пластиковые тарелки и салатники — все эти товары незаменимы для офисного или домашнего применения.

Новинки группы компаний «Самсон» выполнены из прозрачного или цветного высококачественного пищевого пластика. Изделия из цветного пластика (тарелки, стаканы, набор для пикника) идеальны для дальних поездок, пикников, различных мероприятий. Ну а офисные работники и приверженцы идеи здорового питания оценят пластиковые контейнеры с закручивающимися крышками. Благодаря своей конструкции, контейнеры из пластмассы прекрасно сохраняют продукты и не бьются при падении.

Легкая, прочная, безопасная и доступная по цене пластиковая посуда уже прочно вошла в быт современного человека. Изделия из пластика — это удобно и выгодно как для продавца, так и для покупателя.

«Блестящая» серия тетрадей от BRAUBERG

Ассортимент школьной бумажной продукции группы компаний «Самсон» пополнился новой серией тетрадей BRAUBERG «Ace».

Серия «Ace» — это практичные тетради для учебы и работы формата А5. Красочные обложки тетрадей изготовлены из высококачественного импортного металлизированного картона или мелованного картона, украшенного тиснением фольгой. Внутренний блок из 48 листов напечатан на офсетной бумаге плотностью 55 г/м^2. Линовка — клетка с полями. Упаковка тетрадей — ассорти.

Благодаря оригинальным обложкам новинки будут уместны как в портфеле или сумке учащегося, так и на офисном столе.

Техника SUPRA в каждый дом и офис

В коллекции брендов ассортимента группы компаний «Самсон» появилось новое достойное имя, уже хорошо известное российскому потребителю, — SUPRA.

Портативные аудиоустройства, магнитолы, радиоприемники, микроволновые печи, навигаторы GPS, радар-детекторы, видеорегистраторы, телевизоры LED и ЖК, чайники, часы-радиобудильники существенно облегчат жизнь ваших покупателей.

Электроника SUPRA специально подготовлена для эксплуатации в нашей стране. Это касается и русификации меню и, скажем, расширенного рабочего диапазона температур, при которых технику можно использовать. При производстве учитываются условия перевозки и особенности эксплуатации устройств в разных странах.

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

Ловите момент! Ежедневники GALANT на 2013 год

Деловые аксессуары под маркой GALANT уже много лет пользуются популярностью у потребителей практически всех сегментов — от частных лиц, совершающих покупки в розничных магазинах, до сотрудников компаний всех уровней, заказывающих товары по каталогам с доставкой.

«Velario» — квинтэссенция премиальности ежедневников. Эффектная комбинация фактурного с эффектом «металлик» и гладкого материалов обложки, элегантная прошивка по дуге, внутренний блок с «золотым» или «серебряным» срезом создают образ богатства и роскоши.

Серия **«Combi Comfort»** предназначена для людей, ценящих свое время — для этого внутренний блок снабжен вырубкой по месяцам. Мягкая обложка выполнена с использованием комбинации разных материалов одного цвета.

Серия **«Combi Contract»** отличается классическим дизайном обложки, сочетающей материал с легкой рельефной фактурой «под кожу» и фактурой, имитирующей кожу крокодила. Оригинальность обложке придает прошивка, соединяющая детали.

Слегка шероховатая матовая фактура обложки и «серебряный» срез ежедневников **«Enigma»** придают их обладателям флер легкой отстраненности и загадочности.

Серия **«Flavia»** создана специально для романтичных и утонченных представительниц прекрасного пола. Нежные цвета обложек «под бархат» с перламутровым эффектом и внутренний блок с кремовой бумагой и вырубкой — сочетание изящности и стиля.

Стильные товары серии **«Modern»** созданы для людей с отличным вкусом. Удачно подобранные цвета и мягкая обложка с фактурой «глянцевая кожа крокодила» придают серии изысканность.

Модели деловых аксессуаров из большинства представленных серий идеально подходят для персонализации с помощью тиснения фольгой или способом горячего тиснения, что делает их отличным деловым подарком.

И снова «Angry Birds»

САМСОН

Группа компаний «Самсон» расширяет ассортимент бумажно-беловой продукции замечательными новинками от HATBER, украшенными лицензионными изображениями героев суперпопулярной игры «Angry Birds».

Календари на 2013 год, тетради по 12-48 листов и записные книжки формата А7 на евроспирали — это настоящая «золотая жила» для любой торговой точки, ведь фанаты злых птиц буквально охотятся на товары с изображением своих любимцев. Яркие и оригинальные, наши новинки придутся по вкусу как детской, так и взрослой аудитории.

Популярные устройства — радар-детекторы

Современные автомобили — это идеальное соотношение удобства и безопасности, но новые технологии позволяют сделать поездку на авто еще более защищенной и комфортной. Автомобильные радар-детекторы SUPRA, SHO-ME, COBRA и SILVERSTONE в ассортименте группы компаний «Самсон» позволяют заблаговременно определить местонахождение радара, поэтому пользуются большой популярностью у российских водителей.

На фоне остальных марок радар-детекторов, эти новинки выделяются своей демократичной стоимостью (самая дорогая модель — в пределах 3 000 р.). Устройства имеют хорошую дальность и помехозащищенность, но, в то же время, легки и компактны. Радар-детекторы разрешены к продаже и использованию на территории РФ. Гарантия — 12 месяцев.

Кофемашины: лучшее предложение

Традиционно сложилось так, что напитком деловых людей стал кофе. Он бодрит, придает силы, повышает концентрацию внимания, а кофейные гурманы очень ценят его за неповторимый и богатый вкус. Правильное приготовление кофе требует определенных навыков или … наличия в офисе хорошей кофемашины.

В ассортименте группы компаний «Самсон» появилось 27 современных моделей кофемашин под такими известными брендами, как Bosch, De'Longhi, Jura, Krups, Philips.

Для любителей отличного кофе и поклонников высоких технологий замечательным выбором станет кофемашина JURA Impressa S9 Classic EU (Швейцария). Устройство оборудовано высокоскоростной кофемолкой, поэтому время помола сокращается на 50%. Новая форма жерновов гарантирует более точный и равномерный помол. Такие кофейные напитки, как капучино и латте маккиато, готовятся одним нажатием кнопки, без перестановки чашки. Встроенные программы промывки/чистки/декальцинации и сменный фильтр обеспечат высокое качество используемой воды. Специальные настройки позволяют установить один из трех уровней горячей воды, 5 уровней крепости кофе, 2 уровня температуры приготовления кофе. На ярком дисплее отображается таймер выполняемых операций. Установка времени автоматического выключения и энергосберегающий режим позволят проявить заботу об окружающей среде.

Гарантия на все устройства — 12 месяцев.

Папки для эскизов и акварели BRAUBERG

Группа компаний «Самсон» сообщает о расширении ассортимента папок для акварели и пастели новинками от BRAUBERG.

Папки для эскизов с красочными обложками из импортного мелованного картона предназначены для рисования карандашом, гуашью, акварелью, темперой, пастелью и тушью.

Папки для акварели содержат набор листов бумаги стандартной плотности и тисненных листов бумаги повышенной плотности («Холст», «Скорлупа»), специально предназначенных для работы с акварелью.

DURABLE
THE STYLE OF SUCCESS

ПАПКИ-РЕГИСТРАТОРЫ DURABLE

- Форматы: A4, A5
- Этикетка для маркировки на корешке
- Реестр на внутренней обложке
- Надежный механизм арочного типа
- 9 цветов
- Материал: ПВХ, БУМВИНИЛ, МРАМОРНЫЙ КАРТОН, ЛАМИНИРОВАННЫЙ КАРТОН

*папки 3310 и 3320 имеют защитную металлическую окантовку

ШИРИНА КОРЕШКА
50 ММ И 70 ММ

По вопросам приобретения данной продукции обращайтесь в представительство компании DURABLE по телефону +7 (495) 601-9213 или e-mail: durable_russia@mail.ru

Прикольная лицензия «Pets Rock» от Hatber

В лицензионном портфеле Hatber появилась новая линейка «Pets Rock». В нескольких словах — это изображения известных личностей в образе прикольных животных. При столь шутливом исполнении, схожесть с оригиналом очень высока, и определить, кто отображен на том или ином дизайне не составит никакого труда. На обложках изображены узнаваемые музыканты, актеры и другие ключевые фигуры шоу-бизнеса, разбавленные юмором и красками. Дизайны удивляют своим стильным исполнением и большим разнообразием. Компактные и шутливые блокноты Hatber на скобе не дадут вам скучать!

В ассортименте Hatber будет представлен широкий выбор бумажно-беловой продукции этой лицензии.

Первыми в продажу поступили 24-листные блокноты А6 формата серии «Шоу двойников Выпуск №1(PR)» и 40-листные блокноты с блестками серии «Pets Rock».

Шутливые блокноты на гребне имеют блок из тонированной розовой бумаги с рисунком. Обложки изделий представлены с изображением известных фигур — Леди Гаги, Эмми Уайнхаус, Кэти Перри и других в образе милых питомцев.

Из эффектов отделки используются блестки, прекрасно дополняющие общую задумку. Рамка вокруг каждого образа идеально подчеркивает каждого отдельного персонажа, а блеск отчетливо привлекает всеобщее внимание, демонстрируя роскошность и стиль.

Новинки серии «Pets Rock» от Hatber не позволят вам остаться в тени, заставив позавидовать всех вокруг!

Гелевые ручки BRAUBERG «Zero» — хит ассортимента!

Группа компаний «Самсон» сообщает о расширении ассортимента гелевых ручек BRAUBERG новинками из серии «Zero».

- Цвет чернил — черный, синий, красный.
- Цвет корпуса — прозрачный, с деталями в цвет чернил.
- Толщина линии — 0,5 мм.
- 12 штук в упаковке.

Новинки отличаются лаконичным и удобным корпусом, а также очень привлекательной ценой.

Для того, чтобы у вашего покупателя была возможность выбора, в серии «Zero» представлены наборы гелевых ручек, состоящие из 3, 4, и 6 товарных позиций. Упаковка — мягкий пластиковый футляр с европодвесом.

Широкоформатные альбомы Hatber HD

Предлагаем убедиться в изделиях высокого качества — альбомах для рисования Hatber HD А3 формата.

Альбомы Hatber HD с повышенной плотностью внутреннего блока — 120 гр/м² предназначены для рисования карандашами, фломастерами, красками и тушью. Обложки альбомов представлены в четырех дизайнах — «Путешествие», «Импрессионисты», «Замок» и «Горный ручей», каждая из которых имеет отделку выборочным лаком с эффектом пластика. Помимо этого, задняя подложка альбомов изготовлена из плотного картона, что помогает удобно расположить их на любой поверхности или рисовать на весу.

Альбомы для рисования Hatber HD — высокое качество, которое по достоинству оценят творческие натуры!

ЛАБОРАТОРИЯ MAPED ПРЕДСТАВЛЯЕТ

3 цвета

TWIST'N FLEX

ЛИНЕЙКА, КОТОРАЯ СВОРАЧИВАЕТСЯ В ЛЮБУЮ ФОРМУ!

Заново ИЗОБРЕТЕНО

Maped®

www.maped.com

Текст: Александр Котляров

Деловые аксессуары: ветры перемен

Сегмент деловых аксессуаров находится на подъеме и демонстрирует хорошие темпы роста. В новом сезоне интерес к нему подстегивает появление многочисленных новинок в ассортиментном предложении основных игроков. Сориентироваться в многообразии актуальных процессов и тенденций, которыми характеризуется сегмент сегодня, реселлеру зачастую непросто. Наш материал призван помочь читателю при составлении ассортимента этой товарной группы.

Коротко о сегменте

Отечественный сегмент деловых аксессуаров давно сложился и характеризуется стабильностью. Продажи здесь предсказуемы, в чем его несомненный плюс. Ежедневники, еженедельники и планинги — это стандартные изделия с внутренним блоком, максимально удобным для ведения записей и систематизации информации. Сколько бы ни говорили о вытеснении бумажных изделий электроникой, они по-прежнему популярны и востребованы.

Продукцию в этом сегменте предлагает очень большое количество участников рынка. Более того, их круг постоянно растет — ежегодно появляются новички, что обусловливает непременное усиление конкуренции, которая более всего заметна в средней ценовой категории. Эта категория на сегодняшний день оказывается самой широко представленной и востребованной.

Коллекции, предлагаемые различными производителями, в целом схожи по дизайну обложек, выбору материалов для переплета, видов бумаги и т. д. Много внимания уделяют качеству изготовления изделий — прошивке, склейке, качеству печати, оформлению внутреннего блока. Сегодня появляются новые варианты для оформления и персонализации продукции. Усовершенствуются и модернизируются способы производства, что в свою очередь, безусловно, улучшает качество конечного продукта. Зачастую разница между продукцией в различных ценовых сегментах определяется не столько качеством изделий, которое благодаря сильнейшей конкуренции уже не может быть низким, сколько видами материалов, используемых

при изготовлении аксессуаров: в премиальном сегменте это более дорогие материалы, способы отделки, более дорогие виды бумаги. А если двигаться в направлении к сегменту «эконом», то здесь все значительно скромнее, но не значит, что менее качественно.

Принято считать, что сегмент еженедельников, ежедневников, планнингов довольно консервативен и не подвержен сколько-нибудь существенным изменениям. Привычно массовым спросом пользуются «классические» модели в традиционных цветах под гладкую кожу с возможностью персонализации и удобным датированным блоком. Но наряду с «классикой» в сегменте появляется множество новинок, которые завоевывают свою нишу и вызывают у потребителя неподдельный интерес. Подобные новинки сегодня во многом и составляют основу для конкуренции. Сегодня они в ассортименте ведущих игроков стали настолько заметны, что их влияние на общее соотношение сил в сегменте уже нельзя не замечать. О новинках и обусловленных ими новых тенденциях на рынке деловых аксессуаров мы поговорили с ведущими игроками канцелярского рынка.

Важные изменения

В сезоне 2012-2013 годов отмечается ряд тенденций, которые позволяют характеризовать изменения в этом сегменте как значительные, влияющие на стратегию участников рынка.

Сегодня нельзя не заметить, что ведущие игроки расширили ассортиментный ряд и обновили свои коллекции. Причинами такого тотального обновления, введения новых позиций, новых дизайнерских решений, очевидно, с одной стороны, стали изменившиеся требования современного рынка, а также, несомненно, конкуренция. Борьба за внимание потребителя продолжается с новой силой, что побуждает обращаться к новым материалам, дизайнам, форматам в соответствии с тенденциями моды.

С другой стороны, изменения в сегменте вызваны сдвигами потребительских предпочтений в соответствии с так или иначе возрастающей покупательской способностью. Тем более, что, как заметила **продакт-менеджер компании «Бюрократ» Ирина Улаева**, «сегодня экономика стабильна, российский рынок становится из года в год более прогнозируемым».

Маркетолог по развитию ассортимента компании «Самсон» Светлана Селезнева отмечает: «Несмотря на то, что классические дизайны все еще являются хитами продаж, коллекции аксессуаров с оригинальными дизайнами в стиле модерн и применением различных дополнительных технологий обработки обложек также присутствуют у многих производителей. Анализ продаж прошлого года дал очевидную картину того, что востребованными являются не только классические модели, выполненные в строгом стиле. Спрос на продукцию с оригинальными и нестандартными дизайнами так же растет».

Руководитель службы маркетинга компании «Хатбер-М» Наталья Суворова говорит: «Появляется много ежедневников с использованием дополнительных видов отделки и комбинации материалов разных фактур и цветов. Наряду с классическими дизайнами появляется все больше оригинальных и ярких вариантов. Можно отметить появление изделий для планирования в пластиковой обложке с дополнительными опциями: на резинке, с клапаном, на магните и т. д.».

Ирина Улаева (компания «Бюрократ») продолжает мысль: «Как любой модный аксессуар, ежедневник сегодня отражает модные тенденции от сезона к сезону. В первую очередь, это, конечно, цвета и материалы обложек ежедневников. Так, в этом сезоне крайне моден консервативный черный цвет, а также бирюзовый, розовый, всевозможные оттенки сиреневого. Наряду с самыми ультрасовременными дизайнами, сегодня моден стиль ретро».

Начальник управления продаж компании «Группа Товарищей» Наталья Матвеева также отметила усиление интереса к моделям с новыми материалами, цветами в дизайне, подчеркнув при этом безусловное доминирование «классики»: «Самый востребованный — сдержанный классический дизайн. Самый популярный материал для переплета ежедневников — кожзам, имитирующий натуральную кожу — гладкую или фактурную. Очень востребованы покрытия под рептилию. Эти материалы используются для моделей средней ценовой категории. Самые распространенные цвета: черный, коричневый, синий, зеленый и бордовый. В последнее время появилось много переплетов ярких цветов: сиреневого, розового, оранжевого. Некоторые производители предлагают ежедневники в тисненых обложках с различным орнаментом. Они смотрятся довольно интересно и напоми-

нают средневековые манускрипты. В премиальном ценовом сегменте для переплетов используется кожа, в эконом-сегменте — бумвинил и ламинированный картон с многообразием различных дизайнов».

Другой яркой тенденцией стало значительное расширение предложения различных форматов, которые пользуются у потребителей неодинаковым спросом. Тем не менее, производители стараются увеличивать в этом плане ассортиментное предложение.

Наталья Матвеева (компания «Группа Товарищей») указывает на популярную продукцию малых форматов: «В последние годы популярны женские модели ежедневников — как правило, они меньше обычных, А6 формата, в нарядных обложках всех цветов из кожзама, дизайнерской бумаги, текстиля, украшенные необычным тиснением, рисунком, глиттером, с эффектом металлик».

Светлана Селезнева (компания «Самсон») рассказала о значительном расширении ассортимента, подчеркнув, что «торговая марка Brauberg предложила своим клиентам продукцию А4, А5, А6, А7+ форматов». Очевидно, что такое расширение предлагаемых форматов отражает общую тенденцию в сегменте.

Ирина Улаева (компания «Бюрократ») отметила, что «хотя самым востребованным форматом ежедневника по-прежнему является формат А5, но все большую популярность набирают ежедневники нестандартных размеров А6, А7, которые удобно размещаются в барсетке или дамской сумке».

Участники обзора говорят о разнонаправленности потребительских предпочтений относительно востребованности датированной и недатированной продукции.

Наталья Суворова (компания «Хатбер-М») акцентирует внимание на датированных моделях, но не упускает из виду хороший спрос и на недатированные изделия: «Покупатель делает выбор в пользу датированной продукции, в связи с чем отмечается увеличение продаж в этой группе. Такая же картина наблюдается при сравнении форматов: А5 формат более востребован. Изделия А6 формата с недатированным блоком часто используют просто как книгу для записей. Стабильную динамику показывают ежедневники А4 формата с датированным блоком. Такая тенденция сегодня объясняется тем, что ежедневник — это чаще всего корпоративный подарок, рабочий инструмент делового человека или презент, которому придают несколько иное значение, чем просто изделию для планирования. Здесь уже большую роль играет качество, удобство использования, наполнение и презентабельный вид, возможность персонализации и прочее».

Светлана Селезнева (компания «Самсон») говорит, что «датированная продукция имеет ярко выраженную сезонность с началом продаж в августе и снижением темпов к декабрю. Недатированная и полудатированная продукция, а также визитницы и телефонные книжки продаются круглый год, но все же пик продаж приходится на август и ноябрь. Наряду с этим заметно усиление потребительского интереса к полудатированным моделям. Для реселлеров полудатированная продукция обеспечивает стабильные продажи в продолжение всего сезона — в этом смысле риски при включении в ассортиментное предложение подобных моделей, разумеется, минимальны». Это значит, что группа так или иначе развивается и набирает обороты, и существует ряд значимых аргументов в пользу включения полудатированной продукции в ассортимент.

Продолжая тему, **Наталья Суворова (компания «Хатбер-М»)** отмечает: «Если раньше, еще лет 5 назад, можно было четко говорить о том, что недатированная и более дешевая продукция пользовалась большим спросом, то сегодня ситуация кардинально изменилась. Покупка ежедневника сегодня чаще запланирована, и выбор основан на таких критериях, как цена и качество — они, собственно, и являются основными факторами выбора. Недатированная продукция с использованием простых материалов и с минимальными дополнительными возможностями, это, по сути, та же записная книжка, как уже говорилось выше, и цена соответствует этим потребностям. В связи с этим четко можно говорить о перераспределении потребительских предпочтений».

ДЕЛОВЫЕ АКСЕССУАРЫ с европейским именем

BRAUBERG®
BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

Galant®

- Более 30 новых коллекций
- Широкая линейка форматов от А7 до А4

Дизайнерские серии для деловых женщин

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

Galant®

Создавая имидж

Стильный и элегантный подарок для коллег и партнеров.

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

Наталья Матвеева (компания «Группа Товарищей») акцентирует тенденцию к перераспределению потребительских предпочтений в пределах разных ценовых сегментов: «В последнее время мы отмечаем смещение предпочтений покупателей от эконом-сегмента к более качественным, а значит, и более дорогим моделям. Самый высокий спрос — в среднем ценовом сегменте. Его ядро составляют модели формата А5 в поролонированных прошитых обложках из искусственной кожи, имитирующей натуральную, различной фактуры».

Тотальное расширение ассортимента практически у всех участников рынка диктует нам необходимость уделить более пристальное внимание наиболее заметным новинкам и остановиться на них подробнее.

Притяжение материалов

Приметой сегодняшнего дня стало значительное расширение круга материалов, используемых при изготовлении изделий. Помимо уже хорошо знакомых и по достоинству оцененных потребителями кожи и кожзама, ставших классикой, в сегменте заметна тенденция к использованию относительно новых, но не менее привлекательных пластика, винила и ПВХ. Набирают популярность не так широко представленные ранее материалы «под ткань» — имитация тканевой основы, а также виды обложек, в которых реализована вполне современная концепция комбинирования различных материалов — например, винила и кожи. Изделия, изготовленные с использованием указанных материалов, имеют несомненные преимущества и рассчитаны на вполне конкретные потребительские аудитории, о чем скажем далее.

Пластик применяется, как правило, в обложках молодежных серий. Он обеспечивает изделиям легкость, надежно предохраняет внутренний блок от истирания и повреждений, листы не мнутся. Аксессуары с пластиковой обложкой — для молодых, активных, мобильных деловых людей, учащихся, менеджеров.

Изделия с обложками из винила также прочны и привлекательны. Винил предохраняет внутренний блок изделия не менее надежно, чем пластик. Обложки из винила, как и обложки из пластика, адресованы преимущественно молодежной аудитории, поскольку винил обусловливает сравнительно невысокую стоимость изделия, а следовательно, его доступность. К тому же, виниловая обложка практически идеально имитирует натуральную кожу различной фактуры.

К названным группам изделий для продвинутой молодежи и молодого поколения деловых людей примыкают аксессуары с обложками из ПВХ, вариациями «под ткань» и комбинированными обложками из различных материалов — для наиболее прогрессивных и смелых.

ПВХ — мягкий и гибкий материал, но от этого не менее надежный и удобный. Для молодежи — идеальный вариант.

Отделка обложек под ткань — сегодня модная тенденция. Считается, что аксессуары с обложками «под ткань» предназначены исключительно для женщин. Это в определенной мере так, но следует заметить, что многое зависит и от расцветки. Обложку с имитацией ткани сегодня часто выбирают и молодые люди.

Иметь аксессуар из комбинированных материалов — последний «писк» моды. Такие изделия предпочитают настоящие «гурманы» в области стиля. Аксессуары с комбинированной обложкой пока не очень широко распространены и представлены на российском рынке. Это новая, модная сегодня тенденция, которая, несомненно, со временем будет только усиливаться, по мере возрастания потребительского интереса к моделям этого класса. Такие изделия выглядят в сегменте весьма непривычно и этим привлекательны. Кроме этого, сегодня модно иметь аксессуар с обложкой, в которой реализована идея комбинации материалов с разной фактурой: например, материала с эффектом «металлик» и гладкого материала, а также других всевозможных сочетаний.

Использование новых материалов в предлагаемых изделиях полностью отвечает потребностям рынка и проявляет себя в соответствии с потребительским спросом. Очевидно, что

Ирина Улаева
(«Бюрократ»)

Наталья Матвеева,
(«Группа товарищей»)

Наталья Суворова
(«Хатбер-М»)

Светлана Селезнева
(«Самсон»)

потребитель жаждет новинок, а это стимулирует производителей к поиску новых нестандартных решений. Для реселлеров очень важно ориентироваться в том, что предлагает рынок, чтобы, как принято говорить сегодня, быть «в тренде».

Внимание к деталям

В соответствии с главными тенденциями к расширению ассортимента и разнообразию предлагаемых моделей сегодня весьма заметно стремление игроков разнообразить предложение, дополнив конструкцию и дизайн изделий актуальными мелочами, которые, тем не менее, оказываются важны для создания общего впечатления от их восприятия и использования. Ведь положение о том, что ежедневник, еженедельник, планнинг или бизнес-блокнот — это не только удобные инструменты планирования, но и модные аксессуары, создающие имидж их владельцам, пока никто не отменял. Как известно, имидж складывается из деталей, которые сегодня стали важными факторами в борьбе за внимание потребителя. Рассмотрим эти детали более пристально, сделав акцент на актуальных новинках, предлагаемых игроками в сегменте.

Первое, на что обращаем наше внимание, — *тип крепления обложки аксессуаров*. Заметным новшеством сегодня стало появление у изделий рельефного корешка, который в сочетании с обложкой «под старину» придает аксессуару респектабельный и более интересный вид. Рельефный корешок обложки часто напоминает средневековый богато оформленный фолиант. В сегменте некоторыми игроками также представлены аксессуары с закрытым нерельефным корешком, оформленным «под старинную книгу» с тиснением. На полке такое изделие выглядит как настоящая книга в дорогом переплете. Вообще популярность стиля «ретро» сегодня отметили практически все участники обзора.

Не менее интересными новинками, рассчитанными на молодежную аудиторию, стали модели с так называемой интегральной обложкой. Легкий материал обложки, несомненно, уменьшает общий вес изделия. Стоит отметить применение резинки-фиксатора обложки, что также является новинкой сезона в сегменте, — удобная опция, позволяющая легко фиксировать блок ежедневника, еженедельника или бизнес-блоекнота внутри обложки.

Если рассматривать изделия на евроспирали, следует выделить новинки со съемной двойной обложкой. Удобство изделий на евроспирали известно давно: евроспираль позволяет складывать аксессуар таким образом, чтобы производить записи, что называется, «на весу».

Не менее привлекательны аксессуары с полузакрытой спиралью и съемной обложкой из ПВХ. Съемная обложка позволяет полностью освободить внутренний блок изделий и может использоваться самостоятельно. Так или иначе, у обладателя такого аксессуара круг вариантов его использования значительно расширяется.

Другим важным элементом дизайна, который непременно радует глаз, становится *прошивка обложки*. Большинство моделей, представленных в сегменте сегодня, прошито по периметру. Это придает им солидности и, несомненно, привлекает внимание потребителя — таковы, к примеру, коллекции аксессуаров премиум-класса Galant и большинство коллекций Brauberg от группы компаний «Самсон», вся новая линейка ежедневников под торговой маркой Berlingo от компании «Хатбер-М», большинство моделей в ассортименте коллекции «Global Deluxe» от компании «Бюрократ» и многие другие. Прошивка — это всегда солидно и богато. Чаще всего в предлагаемых в сегменте моделях встречается одинарная прошивка и стежок мелкого и среднего размера. Но присутствуют модели и с двойной прошивкой. Дизайнерское решение заключается в том, что за счет двойной прошивки и подложки аксессуар получает, как правило, более интересный и богатый рельеф — это привлекает внимание.

В ряду дизайнерских решений нельзя не отметить также такие детали, как скругленные уголки, перфорацию, необычное тиснение, разнообразные цветовые решения, о которых уже говорили и писали не раз.

Но еще одним заметным элементом во внешнем облике деловых аксессуаров становится *оформление среза.* Сегодня модные цвета для оформления среза — золотой и серебряный. Но встречаются и заметные отступления от общего «правила»: например, модели, имеющие красный срез, что в сочетании с обложкой темного цвета выглядит весьма необычно. Многие игроки в этом сезоне предложили изделия со срезом, оформленным в цвет обложки.

Заметной тенденцией сезона стало большое разнообразие фактур материалов, используемых при оформлении обложек. Перечислить фактуры и все их возможные комбинации, представленные в сегменте сегодня, вообще не представляется возможным — настолько их разнообразие поражает воображение. Здесь обложки с фактурами под кожу животных, под разные виды ткани, под бархат; мелкорельефные и с крупными элементами, гладкие и грубые — на любой вкус.

Некоторые игроки делают большую ставку даже на такие, казалось бы, мелочи, как закладка-ляссе, которая в некоторых коллекциях изготавливается из материала импортного производства. Тесьма таких ляссе сплетена из отдельных волокон. Элемент не расплетается, а на конце закладки — красивая кисточка.

В любом случае пристальное внимание к деталям — свидетельство жесткой конкурентной борьбы между игроками в сегменте.

Сегодня составить разнообразный, актуальный и привлекательный ассортимент — для реселлера вообще не проблема. Главное — правильно сориентироваться в многообразном предложении.

Помимо уже названных новинок в сфере конструктивных и дизайнерских изысков стоило бы упомянуть также применение различных видов застежек, удобных отсеков внутри обложек, держателей для письменных принадлежностей, но все эти «бонусы» владельцам деловых аксессуаров известны давно и не новы, хотя, несомненно, удобны, функциональны и повышают привлекательность изделий для потребителя.

Доступный аксессуар

В ряду деловых аксессуаров хочется обратить особое внимание на изделия, которые в последнее время стали завоевывать все более сильные позиции — это бинес-блокноты.

BRAUBERG®

BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

Абсолютно новый ассортимент органайзеров бизнес-класса

СТАРТ ПРОДАЖ

НОЯБРЬ

Органайзеры **Brauberg** - это надежные и стильные помошники в организации планирования времени.

- Обширный справочный материал
- Ежедневное и ежемесячное планирование
- Карманы для визиток и пластиковых карт
- Телефонно-адресная книга
- Удобная застежка

Эксклюзивным представителем Brauberg Brands GmbH в Российской Федерации является **Группа Компаний "Самсон".**

Оптовый интернет-магазин **www.samsonopt.ru/zakaz**

Они, как правило, незаслуженно оставались в тени своих «старших товарищей» — ежедневников. Сегодня участники рынка, что называется, повернулись к ним лицом, и это постепенно также превращается в заметную тенденцию сегмента.

В отличие от ежедневников, еженедельников, планнингов бизнес-блокнот представляет собой блок листов бумаги в клетку или в линейку в солидно оформленной обложке. Очевидно, что этот более простой аксессуар имеет более широкую потребительскую аудиторию, которая состоит не только из деловых людей, но и из студентов и даже школьников. Бизнес-блокноты предназначены в первую очередь для молодых и мобильных.

Несмотря на кажущуюся простоту, бизнес-блокноты оформляются не менее интересно, чем, скажем, ежедневники или еженедельники. В этом сезоне яркими новинками стали изделия с мягкой обложкой. Хочется отметить модели с резинкой, изделия с удобными магнитными застежками и прошивкой обложки; а также с интегральной обложкой. В перечисленных конструкциях предусмотрена горизонтальная или вертикальная резинка, которая удерживает обложку и не позволяет изделию открыться в сумочке или портфеле.

Весьма важно, что материалы и фактуры обложек, используемые в бизнес-блокнотах, также соответствуют последним модным тенденциям — это кожзам с темоэффектом, винил, бумвинил и материал «под ткань». Более того, в сегменте присутствуют модели с горячим тиснением и с тиснением фольгой.

Эффектным стало также готовое предложение бизнес-блокнотов в цветных дисплеях и для точек розничной торговли.

Осталось сказать несколько слов о предлагаемых в этой товарной категории форматах изделий. Основных форматов три: А4, А5 и А6. Но, их количество в соответствии с общей тенденцией в сегменте, постепенно увеличивается: к примеру, торговая марка Brauberg предложила новый удобный для пользователей формат А7+. Аксессуары такого формата удобно носить в кармане пиджака или разместить в небольшой дамской сумочке.

Увеличение спроса на бизнес-блокноты свидетельствует о возрастании потребительского интереса к красиво оформленной, качественной и при этом недорогой продукции для повседневного использования — это также заметная сегодня тенденция, характеризующая сегмент деловых аксессуаров.

Эксперты рекомендуют

В заключение хотелось бы привести несколько важных рекомендаций и пожеланий со стороны оптовых поставщиков продукции.

Наталья Матвеева (компания «Группа Товарищей») говорит: «Не секрет, что самые интересные и ходовые модели у крупных поставщиков раскупаются еще до начала сезона. Поэтому к сезону лучше готовиться заранее: заранее получать предложения от поставщиков, планировать свои заказы. Предварительный заказ дает возможность поставщику учесть все пожелания клиента и сформировать свой ассортимент на их основе».

Светлана Селезнева (группа компаний «Самсон») обращает внимание на то, что «залогом успеха может послужить правильный выбор поставщика, чьи производственные мощности и квалификация сотрудников обеспечат желаемое качество и своевременные отгрузки»: «При подборе ассортимента мы учитываем ряд факторов, которые могут повлиять на продажи. Одним из основных является ориентация на целевые аудитории. В данной группе товаров целевые аудитории рассматриваются как в гендерном разрезе, так и возрастном. В этом сезоне в нашем ассортименте представлены как строгие классические дизайны, так и демократичные, молодежные. Правильно подобранный ассортимент для удовлетворения различных целевых сегментов, а так же критерии ценовой политики основа перспективного развития группы».

Так или иначе, основной вектор развития сегмента — постоянно возрастающие требования, мотивирующие игроков рынка уделять большее внимание разнообразию предлагаемой продукции в соответствии с основными тенденциями в этом сегменте.

ErichKrause®

важна каждая мелочь

Вокруг света, или все до лампочки… PHILIPS

Текст: Мария ТАРАСЕНКО

За окном почти зима, а это значит, что световой день в средней полосе длится не более 7-8 часов. Все остальное время суток нам требуется искусственное освещение, где бы мы ни находились — на работе, дома, на улице. Собственно, дело привычное — включил свет, и порядок. Однако тема эта не простая — освещение в доме или офисе формирует настроение человека, влияет на его работоспособность и даже самочувствие. Поэтому сегодня мы остановимся на тех видах ламп, которые используются в осветительных приборах наиболее часто.

Разговор о лампах мы начали не случайно — большинство операторов рынка товаров для офиса, формируя свой ассортимент, уже включили в него не только разнообразные настольные лампы и светильники, но и сменные лампы. К тому же сегодня семейство электроламп стало весьма обширным и разнообразным. Именно поэтому реселлеру важно как предложить клиенту широкий выбор осветительных ламп, так и грамотно проконсультировать его относительно свойств каждой из них. Этим мы и займемся, рассмотрев подробно разнообразные лампы PHILIPS, представленные в ассортименте группы компаний «Самсон».

Компания Philips — лидер в области световых решений как для профессиональных, так и для потребительских рынков. Она разрабатывает системы освещения, используемые в различных сферах: в быту, офисах, благоустройстве городов и промышленности, а также в розничной торговле, индустрии гостеприимства и развлечений, спорте, здравоохранении и других, предлагая широкий спектр продукции любой степени сложности — от отдельных источников света до комплексных световых решений и услуг. Итак…

Лампы накаливания — проверено веками

Что бы ни говорилось о переходе с ламп накаливания на энергосберегающие источники света, в России и сегодня, в третьем тысячелетии, помещения освещаются в большинстве своем именно обычными лампочками накаливания, конструкция которых была запатентована Томасом Эдиссоном еще в 1879 году и с тех пор не претерпела никаких принципиальных изменений: под действием электрического тока, как и много лет назад, вольфрамовая нить в лампе раскаляется и несет нам свет.

Недостатком таких ламп, с точки зрения экономии, является большая потребляемая мощность и недолговечность. Но, несмотря на повсемест-

ную кампанию по переходу страны на энергосберегающие носители света, «лампочки Ильича» до сих пор остаются самыми массовыми и продаваемыми. Это, в общем, и понятно — низкая цена и доступность в нашей стране пока остается определяющим фактором. Именно поэтому идея полной остановки производства ламп накаливания в России в целях экономии электричества отложена — слишком радикальной такая реформа будет для многих пенсионеров и малообеспеченных семей. И все же, 100-ваттные лампочки уже довольно давно запрещены к производству и продаже. Прочие же по-прежнему лидируют в качестве источников света. Кроме того, их теплый свет создает в помещении приятную атмосферу.

Именно поэтому компания «Самсон» предлагает обычные прозрачные и матовые лампы накаливания 40, 60 и 75 Ватт TM PHILIPS с цоколем E27, свечеобразные с цоколем E14, круглые — матовые и прозрачные, лампы с Т-колбой, которые используются для декоративной подсветки и специального освещения, а также лампы Spot, которые благодаря своему сильно сфокусированному свету прекрасно подходят для акцентирующего, «точечного» освещения объектов. Также в ассортименте представлены лампы для микроволновых печей, холодильников, духовок и вытяжек. Словом, все виды ламп, необходимые для освещения пространства любыми видами светильников.

Впрочем, технический прогресс не стоит на месте, к тому же, вопросы энергосбережения вышли сегодня на первый план. На смену старой лампе накаливания пришла новая лампа — комплексная люминесцентная лампа (КХЛ), или энергосберегающая лампа.

Энергосберегающие лампы — все только начинается

Остановить рост дефицита электроэнергии — задача, которую решают сегодня во всем мире, и Россия — не исключение. С проблемой экономии электроэнергии прекрасно справляются современные энергосберегающие люминесцентные лампы.

Энергосберегающая лампа — это трубка с электродами, наполненная парами ртути и инертным газом (аргоном), а ее внутренние стенки покрыты люминофором. Под действием высокого напряжения в лампе происходит движение электронов. Столкновение электронов с атомами ртути образует невидимое ультрафиолетовое излучение, которое, проходя через люминофор, преобразуется в видимый свет.

Благодаря применению современных технологий, такая лампа потребляет в четыре-пять раз меньше электричества, чем лампа накаливания, и при этом дает столько же света!

У энергосберегающих ламп гораздо дольше срок использования — 8000-15000 часов непрерывного горения, по сравнению с лампами накаливания — 1000 часов, намного выше световая отдача (у ламп накаливания 85-90% электроэнергии превращается не в свет, а в тепло).

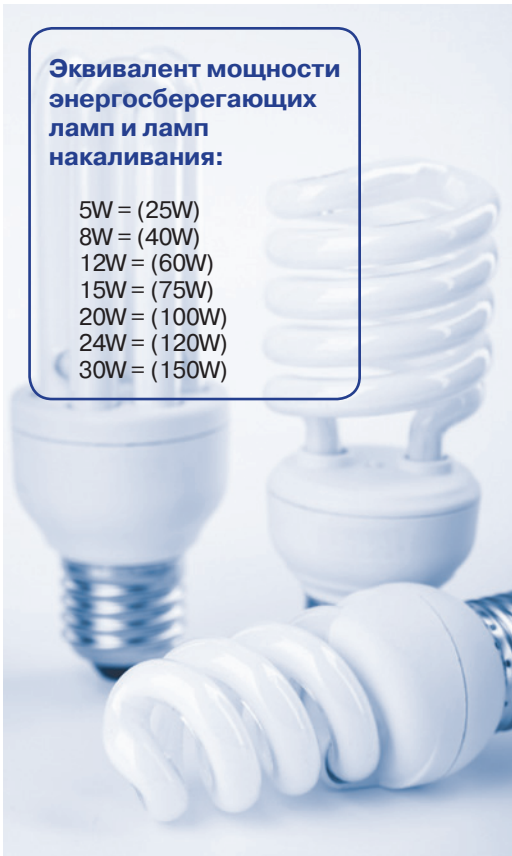
Незначительное тепловыделение позволяет использовать компактные люминесцентные лампы большой мощности в хрупких бра, светильниках и люстрах, в которых от ламп накаливания с высокой температурой нагрева может оплавиться пластмассовая часть патрона, либо сам провод.

Конечно, с точки зрения россиянина, недостатком энергосберегающих ламп по сравнению с традиционными лампами накаливания является их высокая цена. Но энергосберегающая лампочка неспроста называется энергосберегающей. Учитывая экономию на электроэнергии при использовании этих ламп и срок их службы, в итоге применение энергосберегающих ламп становится более выгодным для бюджета не только отдельных семей, но и организаций, в которых применяется такое освещение. И, несмотря на то, что пока эти лампы применяются не повсеместно, энергосберегающим лампам прочат будущее в нашей стране. Кроме того, в ближайшие годы возможен и полный отказ от продажи и производства обычных ламп накаливания, что сделает энергосберегающие лампы единственной возможной альтернативой.

Что же касается ассортиментного предложения группы компаний «Самсон» — здесь каждый оптовик найдет полный спектр энергосберегающих

Эквивалент мощности энергосберегающих ламп и ламп накаливания:

5W = (25W)
8W = (40W)
12W = (60W)
15W = (75W)
20W = (100W)
24W = (120W)
30W = (150W)



люминесцентных ламп торговой марки PHILIPS, который может понадобиться клиенту. Лампы различной мощности — от 8 до 32 Вт, спиралевидные и прямые, с разным цветовым спектром — от холодного «дневного» до теплого желтоватого оттенка, с цоколем E27 и E14 — подойдут для применения в любых помещениях.

Галогены и светодиоды — луч света в темном царстве

Кроме привычных ламп накаливания и набирающих популярность компактных люминесцентных ламп в современных осветительных приборах требуются и другие типы освещения, создающие мягкое, бестеневое, рассеянное или точечное, направленное освещение для любых объектов. В этом случае не обойтись без галогеновых ламп для бытового и профессионального освещения.

Строение галогенных ламп идентично строению обычных ламп накаливания. Выполненная в виде кварцевой колбы, наполненной инертным газом с добавкой галогенов или их соединений, такая лампа обеспечивает замедленное испарение тела накаливания, что увеличивает срок ее службы. Сейчас в мире выпускаются сотни типов галогенных ламп мощностью от 3-х до 20000 Вт. Современные галогенные лампы имеют целый и сочный свет на протяжении всего срока службы лампы накаливания; благодаря высокой светоотдаче галогенные лампы обеспечивают больше света, чем лампы накаливания, а срок службы их примерно в два раза больше. Кроме того, уменьшенные размеры галогенных ламп позволяют использовать их в сверхминиатюрных и малозаметных светильниках, подчеркивающих интерьер.

Малые габариты галогенных ламп позволяют формировать различные световые пучки с помощью отражателей достаточно малых размеров. Галогенные лампы работают от сети 220 В напрямую без трансформаторов, а модели низкого напряжения — от источников питания 6, 12 и 24 В.

Кстати, изначально, галогенные лампы применялись чаще всего для освещения киностудий. Сегодня же они находят свое применение в новых областях — такие лампы широко применяются для подсветки объектов на выставках и ярмарках, используются для подсветки зданий, освещения офисных и жилых помещений.

Галогеновые лампы PHILIPS признаны во всем мире и с успехом применяются в профессиональной и бытовой сферах. В ассортименте компании «Самсон» этот вид ламп представлен зеркальными лампами и миниатюрными 12-ти вольтовыми, а также энергосберегающими галогеновыми лампами по виду похожими на обычные лампы накаливания — с цоколем E14 и E27. К слову, галогеновые лампы Philips получили статус «Зеленый флагман» (Green Flagship), подтверждающий высокие экологические характеристики, обеспечивающие безопасность продукции для окружающей среды.

Кроме галогеновых, компания «Самсон» предлагает и светодиодные лампы PHILIPS — наиболее современный из всех существующих ламп тип. В качестве источника света в них применяются мощные высокоэффективные светодиоды со световой отдачей 110-130 лм/Вт и сроком службы свыше 50 000 часов или 15 лет работы в режиме реального освещения. Галогеновую лампу за это время придется заменить примерно 100 раз, а светодиодную — 30 раз. Конечно, цена светодиодных ламп на порядок выше, но и преимущества ее использования очевидны — кроме срока службы светодиодные лампы имеют низкое потребление энергии, не нагреваются, при их производстве не используются вредные материалы, кроме того, имеется возможность диммирования — управления интенсивностью освещения. Поэтому светодиодные лампы с успехом используются для освещения открытых пространств, парковых и пешеходных зон, железных и автодорог, туннелей, производственных и офисных помещений, торговых центров, магазинов, витрин, рекламных носителей; декоративной и архитектурной подсветки.

Впрочем, какие бы виды освещения ни выбрал клиент, ассортиментная линейка PHILIPS в компании «Самсон» — это широкий выбор самых современных ламп, а также возможность оформить заказ в интернет-магазине и гарантированно получить качественный товар в кратчайшие сроки.

Цветовой спектр энергосберегающих ламп:
- холодный белый свет (6000-6500 К) — ярко-белое, голубоватое освещение, похож на «дневной свет»;
- теплый белый свет (4000-5000 К) — тон, наиболее приближенный к стандартной лампе накаливания — нейтральный мягкий свет.
- теплый свет (2700-4000 К) — желтоватый, самый теплый из спектра цвет.

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!

Текст: Анна ВЛАСОВА

ТОВАР ЛИЦОМ

Презентационные папки

BRAUBERG®

BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

NEW

Даже самая важная информация должна быть подана правильно и красиво, чтобы заинтересовать потребителя или слушателя. Торговая марка Brauberg смело заявляет, время обезличенных отчетов и презентаций прошло! Надежный помощник для каждого, кто стремится подчеркнуть свой стиль, — удобная презентационная папка. Прочная, долговечная и функциональная. Она позволяет создавать индивидуальную обложку на проект и подавать товар лицом.

Большинству офисных сотрудников хотя бы раз приходилось готовить доклад, отчет или презентацию. И когда сложные аналитические данные выстраивались в логическую цепочку, красиво ложились на бумагу и становились понятными публике, приходило время оформлять работу. Традиционный способ — подшить листы в папку. Если объем небольшой, то в тонкую пластиковую, если масштабы проекта грандиозные, то в архивную. Просто, доступно и совершенно обычно.

Какие могут быть инновации в такой устоявшейся сфере? Торговая марка Brauberg отвечает стильной новинкой — презентационной папкой. Оригинальный товар подарит индивидуальность любой работе, позволит выделиться ей на фоне безликих докладов и предстать в выгодном свете.

Функциональные преимущества

Основное отличие презентационных папок от привычной продукции — прозрачные карманы на обложке и корешке изделия. Карманы предназначены для создания индивидуального тематического оформления. Внешний вид папки полностью зависит от замысла владельца: это может быть яркая привлекательная картинка или строгое лаконичное описание проекта. Окончательный дизайн ограничивает только фантазия автора!

Внутренняя поверхность также не осталась без внимания. На двух сторонах обложки по нижнему краю расположены карманы, выполненные из ПВХ в единой цветовой гамме с папкой. Назначение этих карманов определяется предназначением продукции. Например, в презентационную папку можно вложить рекламный буклет, визитку или CD-диск с дополнительной более подробной информацией. Если изделие используется в ресторанах для оформления меню, то внутренние карманы удобны для анонсирования нового блюда или специальных акций, которые проводятся в данный период.

Для крепления листов в презентационные папки выбран надежный D-механизм. Металлическая фурнитура обеспечивает длительный срок службы и удобна в эксплуатации. Решение отказаться от О-механизма, в котором кольца круглой формы, было принято не случайно. Использование круглого кольца быстрее изнашивает корешок перфорированной папки, попросту — файла. В процессе эксплуатации отверстия теряют форму и часто рвутся. Приходится заменять файл на новый. В D-механизме листы в перфорированных папках лежат ровной стопкой, а не располагаются по дуге. В остальном D-механизм повторяет О-вариант: способ открытия-закрытия, надежность крепления листов, расположение на внутренней части задней обложки.

Расстояние между кольцами соответствует расстоянию перфорации у стандартных файлов, поэтому не придется подыскивать оригинальную продукцию для наполнения папки.

Немаловажным моментом для многих потребителей станет отсутствие логотипа Brauberg непосредственно на продукции. Ведь задача презентационных папок — индивидуализировать проект, сделать его особенным. На самой папке не будет никаких отвлекающих деталей, которые сложно вписать в авторскую концепцию.

Продукция

В ассортименте торговой марки Brauberg презентационные папки представлены в двух различных формах исполнения — это папки с двухсторонним пластиковым покрытием (ПВХ) и из прозрачного пластика.

D-механизм
Название механизма происходит от внешнего вида кольца, которое по форме напоминает отраженную по вертикали латинскую букву «D». Металлическое крепление используется в «толстых» папках, рассчитанных на хранение большого объема информации. Преимущество D-механизма в том, что подшитые листы располагаются ровной стопкой, а не по дуге.

О-механизм
Привычный О-механизм часто используется в пластиковых и архивных папках. Его название пошло от круглой формы колец крепления. О-механизм считается менее щадящим по отношению к подшитым листам, потому что расположение по дуге провоцирует частую деформацию отверстий.

Основу изделий из ПВХ составляет картон толщиной 2 мм и плотностью 1500 г / кв. м. Такая обложка гарантирует устойчивость и защиту содержимого от деформации. Презентабельный внешний вид папки обеспечивает двухстороннее пластиковое покрытие толщиной 0,2 мм. От него же зависит цвет и износостойкость. Приятное на ощупь ПВХ-покрытие имеет рельефную структуру, которая имитирует рисунок натуральной кожи и повышает потребительскую ценность презентационной папки. Качественный материал сохраняет эластичность в широком температурном диапазоне, не трескается при минусовой температуре и прост в эксплуатации. Благодаря ему папку можно подвергать влажной уборке без вреда для внешнего вида.

Презентационные папки с двухсторонним пластиковым покрытием оснащены двумя прозрачными карманами — на лицевой обложке и на корешке. Продукция представлена в широкой цветовой гамме, поэтому покупатели легко могут выбрать оттенок, подходящий по корпоративному стилю.

Второй вариант презентационных папок — изделия из прозрачного пластика. За счет практичности и долговечности пластиковая продукция активно используется в офисной среде. Она не требует особых условий хранения и ухода. Обложка презентационных папок Brauberg с корешком 40 мм изготовлена из пластика толщиной 0,65 мм, с корешком 55 мм — толщина пластика 0,7 мм.

Прозрачные пластиковые папки по достоинству оценят потребители. Стильная продукция заметно выделяется на фоне аналогов. Создавать оригинальное оформление позволяют 3 кармана: на корешке, передней и задней поверхности обложки. Используя цветной принтер и богатую фантазию, можно сделать широкоформатный постер, закрывающий обложку целиком. Красочная презентационная папка послужит идеальным каталогом для туристского агентства, который в любое время можно корректировать и дополнять.

Увеличенный срок службы качественной продукции из пластика и неоспоримые преимущества в оформлении презентации позволяют

реселлерам устанавливать дополнительную наценку на изделия.

Цвета радуги и не только

Презентационные папки Brauberg с двухсторонним пластиковым покрытием представлены в ассортименте торговой марки широкой цветовой гаммой. Разнообразие оттенков дарит покупателям возможность оформить проект в соответствии с корпоративными цветами своей компании.

Классическое черное и белое покрытие использовано для папок с двумя кольцами. В продукцию с корешком 25 мм помещается до 120 листов, с корешком 50 мм — до 300 листов.

Наибольшее количество оттенков предлагается в серии с корешком 50 мм и четырьмя кольцами. Удобство использования и оптимальное количество информации, которая может быть размещена в папке, призваны вывести товарную позицию в лидеры продаж. Именно поэтому дизайнеры торговой марки уделили ей особое внимание. Презентационные папки с картонной обложкой, покрытой двухсторонним пластиком, можно приобрести в желтом, зеленом, красном, синем и черном цвете.

Для масштабных проектов предназначены широкие папки с корешком 65 мм. Их вместимость — до 400 листов. Такая продукция будет актуальна для презентации строительных объектов, новых торговых марок, ассортимента оптового склада, а также для предоставления годовых отчетов и планов. Презентационные папки с креплением на четырех кольцах представлены в белом, черном и синем цвете.

Несколько слов о продукции из прозрачного пластика. О толщине обложки мы уже рассказали, стоит упомянуть и о вместимости. Папки с корешком 40 мм рассчитаны на 250 листов, с корешком 55 мм — на 400 листов.

Таким образом, любой покупатель сможет выбрать наиболее оптимальный вариант, исходя из поставленных задач.

Варианты использования

Чем привлекателен новый товар, мало известный потребителю? Он дает возможность каждому пользователю самостоятельно определить назначение продукции. Так даже самые стандартные вещи находят свое призвание.

В презентационных папках уже название говорит само за себя. Продукция ориентирована на красочное предоставление информации. По мнению маркетологов торговой марки Brauberg, наиболее широкое распространение папки получат в офисной среде. Приведем лишь несколько примеров.

Сотрудник торговой компании готовит презентацию нового товара. Информацию, созданную в электронном виде для передачи через проектор, дополняет папка с печатными материалами. В ней продублирован текст к каждому слайду, чтобы не читать с экрана, и собраны максимально полные сведения, которые могут заинтересовать слушателей. Докладчик, подготовленный к презентации, уверенно знакомит с новым товаром и не теряется при ответах на вопросы.

Другая ситуация. Вне зависимости от деятельности компании руководящий состав регулярно собирается для оценки текущей ситуации и утверждения планов на будущее. Инициатор собрания определяет повестку дня и схему обсуждения. Чтобы каждый участник мероприятия мог легко ориентироваться в обсуждаемых вопросах, готовятся индивидуальные презентационные папки с необходимой информацией. На обложке — четко сформулирована цель собрания.

Презентационные папки станут отличными помощниками для владельцев небольших ресторанов и кафе. Заказывать персонализированную продукцию для оформления меню бывает нецелесообразно и затратно. Для презентационных папок достаточно разработать красочную обложку — и индивидуальное меню для каждого кафе готово! Страницы с описанием блюд в любое время могут быть обновлены.

Пожалуй, самым ярким способом использования презентационной папки является каталог туристского агентства. Манящие пейзажи на обложке и актуальная информация о курортах и достопримечательностях помогут туристам определиться с выбором пакета услуг. Оперативное обновление сведений гарантирует, что каждый путешественник получит достоверные данные о стране пребывания.

Презентационные папки Brauberg дарят пользователям свободу выбора. Не стоит следовать шаблонному мышлению, когда сама продукция призывает проявить свою индивидуальность!

Узнать подробную информацию о презентационных папках Brauberg можно на сайте www.samsonopt.ru

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

Офисное железо

Текст: Анна ВЛАСОВА

В ряду самых востребованных офисных принадлежностей, которые должны быть на столе у каждого работника, неизменно стоит зарекомендовавшее себя офисное железо — степлеры и дыроколы. Интересно, что совершенно разные на первый взгляд изделия (по форме и содержанию) выполняют одну и ту же функцию — создание архивов и подшивок документов.

Считаете степлеры и дыроколы банальными настольными принадлежностями? Продукция торговой марки Brauberg способна развеять миф об однообразии моделей.

Рассказывать о принципе работы степлеров и дыроколов не имеет смысла. Офисные принадлежности давно зарекомендовали себя и нашли свое место на рабочем столе. Наиболее удобный способ создания подшивки каждый сотрудник определяет сам.

В зависимости от потребностей пользователей, торговая марка Brauberg предлагает разные варианты оборудования. Для быстрого скрепления до 20 листов идеально подходит степлер серии Hessen («Гессен») со скобами №24/6 (код для заказа 222549*). Цельнометаллический механизм гарантирует длительный срок службы и эффективное пробивание отверстий. Дополнительным преимуществом серии является упаковка-ассорти, которая позволяет расширить ассортимент магазина. При необходимости иметь под рукой компактный степлер, который легко помещается в кармане и при этом обладает достаточной пробивной способностью, стоит обратить внимание на продукцию классической серии Nero («Неро»). Мини-степлер (код 222544) рассчитан на скобы №10, которых в увеличенном желобе помещается до 50 штук. Стильным украшением рабочего стола будет дырокол серии Quantum («Квантум») с пробивной способностью до 20 листов плотностью 80 г/кв. м. Цветная вставка из мягкого пластика обеспечивает комфортное использование. Особенно эффектно смотрится модель из светло-серого пластика с сиреневым декором.

Выбирая степлеры и дыроколы, не стоит забывать и о расходных материалах. Только качественная продукция даст желаемый результат. Это особенно актуально при покупке скоб для степлера. Неправильно заточенные, изготовленные из слишком мягкого металла, плохо проклеенные изделия деформируются под воздействием давления и не прошивают положенное количество листов бумаги. У дыроколов расходным материалом можно считать папки — но это уже совсем другая история.

Для работы с объемными архивами разработаны степлеры специальной конструкции. Рычажный механизм в них увеличен, что позволяет прошивать большое количество страниц, прилагая меньше усилий. Такие модели присутствуют и в линейке торговой марки Brauberg. Устройство позволяет устанавливать расстояние от края листа до скобы и имеет надежный металлический механизм. Модель Centurion («Центурион») «работает» со скобами от №24/6 до №23/13 и сшивает до 80 листов (код 222563). Степлер Giant («Гигант») «справляется» с 200-ми листами с помощью скоб от №24/6 до №23/24 (код 222564). В продукции предусмотрена возможность разного положения загибания скоб.

Степлеры и дыроколы пользуются стабильным покупательским спросом. Несмотря на долгий срок службы качественного изделия, о продукции всегда вспоминают при формировании нового рабочего места, а также при желании заменить «надоевшие» модели на яркие и современные. Дополнительным преимуществом для реселлеров является отсутствие ярко выраженных сезонных колебаний в продажах. При таких условиях грамотно составленный ассортимент магазина гарантирует стабильный спрос в течение всего года.

История дырокола

Официальным изобретателем дырокола называют немца Фридриха Зеннеккена, который в 1886 году первый подал заявку на патент устройства. Однако считается, что еще раньше дырокол появился у Иммануила Канта. Документы Канта «блистали» аккуратными отверстиями с 1799 года. Отличие от современного дырокола в диаметре отверстия. Сегодня оно составляет 5 мм, а у Канта равнялось 11,6 мм.

Коллекции Brauberg

Каждая серия офисных принадлежностей имеет свои преимущества и оригинальные элементы отделки. Именно поэтому покупатель имеет возможность среди схожих по эксплуатационным характеристикам изделий выбрать товар с индивидуальным стилем.

Серия Partner («Партнер»). Удобная для небольших магазинов серия-ассорти обеспечивает широкий выбор продукции, что всегда ценится покупателями. Цельнометаллический механизм повышает пробивную способность степлеров и дыроколов. Для оформления продукции выбраны наиболее популярные офисные цвета: синий и черный. Степлеры, рассчитанные на сшивание 12 листов (скобами №10) или 25 листов (скобами №24/6), украшены черной пластиковой накладкой.

Серия Flagman («Флагман»). Эргономичная коллекция с плавными формами удачно впишется в любой офисный интерьер. Широкая цветовая гамма позволяет выбрать наиболее актуальный оттенок настольных принадлежностей — универсальный черный или серый, а может быть, яркий красный или синий. Серия дополнена мини-степлерами на 8 листов и удобным антистеплером. Коллекция Flagman представлена в эконом-сегменте, поэтому доступна широкому кругу покупателей. Оптимальная стоимость продукции достигается за счет активного использования пластиковых деталей, при этом рабочий механизм изделий остается цельнометаллическим.

Серия Nero («Неро»). Классическая коллекция черного цвета лаконична по дизайну и имеет правильные геометрические формы. Доступная цена и универсальное оформление делают продукцию привлекательной для крупных компаний, в которых закупки офисных принадлежностей осуществляются в большом объеме. Металлический механизм устройств гарантирует длительный срок службы. Помимо стандартных настольных моделей в коллекции представлен удобный мини-степелер, который по достоинству оценят сотрудники, чья работа связана с передвижениями.

Серия Hessen («Гессен»). Серия-ассорти включает качественные принадлежности с цельнометаллическим пробивным механизмом. Универсальный дизайн с незначительными декоративными элементами создает привлекательный внешний вид. Степлеры и дыроколы коллекции окрашены в синий и бордовый цвет. Упаковка-ассорти позволяет создавать цветовое разнообразие на витрине, которое выгодно магазинам любого размера и формата.

Серия Quantum («Квантум»). Гимн эргономичности и комфортному использованию офисного железа. Необычным дизайнерским решением стало использование вставки из мягкого пластика, который обеспечивает противоскользящий эффект и является стильным украшением устройства. Требовательные покупатели встанут перед выбором: приобрести степлер и дырокол с основой темно-серого или светло-серого цвета. Коллекция продолжает линейку продукции с упаковкой-ассорти.

Конструкция настольных принадлежностей торговой марки Brauberg продумана до мелочей, поэтому использовать оборудование легко и приятно. Большинство изделий оснащены мягкой накладкой на днище, которая защищает поверхность стола от царапин. Контейнер для сбора конфетти в дыроколах серий Partner, Flagman, Hessen и Quantum имеет специальный дизайн, при котором отгибается только половина крышки. Таким образом, снятый контейнер остается на устройстве и никогда не затеряется на столе среди бумаг.

Наличие встроенного антистеплера во многих моделях степлеров позволяет сокращать количество настольных принадлежностей, занимающих место.

Информативная упаковка с продуманным дизайном дает покупателю основные сведения о продукте. Достаточно взглянуть на коробку, чтобы определиться, подходит ли оборудование для решения поставленных задач. О цвете изделия расскажет вырубное окошко.

Настольные принадлежности торговой марки Brauberg ориентированы на различные покупательские группы и вкусовые предпочтения пользователей. И пока существует потребность создавать разноформатные архивы и подшивки, степлеры и дыроколы будут пользоваться стабильным спросом.

История степлера

Прототип степлера, о котором известно современникам, имеет «царские» корни. Он был вручную изготовлен для французского короля Людовика XV. На каждую скобу был нанесен знак отличия королевского двора. Доступные народу степлеры в 1866 году запатентовал Джордж Макгилл.

«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 Санкт-Петербурга, Ижевска, Нижнего Новгорода, Самары, Пензы и Кабардино-Балкарии.

Текст: Мария ТАРАСЕНКО

Компания «Канцлер»
ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА
www.office-zakaz.ru/kanzler
заказ бесплатного каталога
и прайс-листа:
(812) 993-2-775

ООО «Канцлер»: «Наш принцип — постоянное развитие»

Директор Морозов Владислав Николаевич

Компания «Канцлер»
***Год основания компании** — 2005*
***Количество сотрудников** — 12*
***Обслуживаемые рынки** — Санкт-Петербург, Ленинградская область*

«Оргтехника и немного канцелярских товаров — такой была специализация фирмы семь лет назад, — рассказывает **директор компании Морозов Владислав Николаевич**. — С самого начала мы поставляли оргтехнику для юридических лиц, создали базу лояльных клиентов, потом сделали акцент на поставку канцелярских товаров и бытовой химии, поскольку это более интересный и востребованный товар с широким ассортиментом. За последние 1-2 года мы пережили период активного роста нашей компании и для того, чтобы перейти на новый уровень, нам потребовалось заново определить, кто мы и какие, чем мы отличаемся от других таких же небольших компаний. Большая часть персонала прошла обучение на управленческих тренингах. У нас появилась стратегия и долгосрочное видение того, какими мы хотим стать в будущем и что для этого нужно делать. Нашему росту и развитию способствует сотрудничество с группой компаний «Самсон» — ведь работа по дилерской программе — это удобство, доставка товара, наличие каталогов и интернет-магазна, персональный подход компании «Самсон» в работе с нашей организацией.

Старший менеджер по работе с корпоративными клиентами Захарова Кристина, коммерческий директор Белякова Вера

С каталогом легче презентовать товары и компанию, понятные шестизначные артикулы и фотографии товаров способствуют быстрому заказу, а также быстроте в выставлении счета.

Сегодня клиенты стали более требовательными к сервису, срокам доставки, ценам, ассортименту товара, удобству работать и заказывать, необходима индивидуальная работа с каждым. Наше главное отличие от других компаний в том, что мы устанавливаем и поддерживаем человеческие, доверительные отношения. Личный контакт для нас очень важен и мы стараемся со всеми организациями, с которыми работаем, формировать отношения не просто поставщик-клиент, а прочные партнерские взаимоотношения, основанные на понимании взаимных интересов, чтобы максимально учитывать их в нашей работе.

Вообще, в компании «Канцлер» собрались люди с разными увлечениями: директор — Владислав Морозов является неоднократным победителем чемпионатов по ралли и рукопашному бою, его заместитель Екатерина — мастер спорта по штанге, бухгалтер Виктория — профессионально занимается лыжами и теннисом, а коммерческий директор фирмы Вера играет на пианино и скрипке. Всех их объединяет целеустремленность, здоровый образ жизни и, конечно, любовь к детям! «Именно поэтому,— говорит директор компании, — помимо работы с корпоративными клиентами и товарами для офиса, мы очень любим продавать товары для творчества и детские школьные принадлежности». Постоянное развитие — один из главных принципов нашей компании. Мы открыты для новых идей, контактов, партнерских отношений!»

В данный момент меняется оргструктура в связи с тем, что началось разграничение функций (операторы, активные продажи, сборщики, розничная торговля), набирается дополнительный персонал в связи с увеличением объема продаж.

В ноябре начнет работу дополнительный офис продаж и склад на юго-западе Санкт-Петербурга для удобства наших петербургских клиентов и оптимизации логистических процессов. Мы не занимаемся агрессивными продажами, не обзваниваем предприятия по справочникам, в поиске новых клиентов мы используем личные контакты и рекомендации партнеров.

Компания «Планета» — удовлетворять потребности клиента

Компания «Планета»
ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА
www.office-planet.ru/planeta
заказ бесплатного каталога
и прайс-листа:
8 (34147) 3-73-00

Руководитель компании Зайцев Сергей Михайлович

Компания «Планета»
Год основания компании *— 2006*
Количество сотрудников *— 11*
Обслуживаемые рынки *— г. Сарапул, г. Ижевск, г. Камбарка, Сарапульский район, Каракулинский район, Киясовский район*

Компания «Планета» начиналась как семейный бизнес. Рынок товаров для офиса, по мнению учредителей компании — это интересное, динамично развивающееся направление с постоянно добавляющимися товарными группами и далеко идущими перспективами.

В том числе и обслуживание корпоративных клиентов, которое было выбрано основным направлением компании.

«Конкурентная среда во всех сферах деятельности вносит свои коррективы и на развитие рынка по обслуживанию офисов необходимыми товарами, — рассказывает вдохновитель создания компании и ее **коммерческий директор Зайцева Наталья Анатольевна**. — Клиент сегодня требует самого лучшего сервиса. Выполнению этой задачи способствуют предлагаемые группой компаний «Самсон» инструменты продаж — каталог и интернет-магазин. Дилерская программа позволяет оптимально удовлетворить потребности покупателей — товарные группы в дилерском каталоге подобраны для этого идеально. К тому же, клиенты находят каталог очень удобным для совершения заказа — огромный ассортимент, подробные описания характеристик товаров. Зачастую заказы клиентов по каталогу способствуют спонтанным покупкам.

Что же касается новых товарных групп, в ассортименте нашей компании они появляются постоянно, поскольку изменяющаяся специфика корпоративного рынка требует гибкости поставщика при обеспечении офисов товарами, необходимыми для их бесперебойной деятельности. Последними введенными в ассортимент товарными группами стали мебель, продукты, спецодежда, оргтехника и другие.

С началом работы по дилерской программе существенно увеличились объемы продаж, появились новые клиенты, в организационной структуре возникла необходимость в выделении таких служб как отдел продаж, служба доставки, коммерческая служба.

Более того, обслуживание клиентов по каталогу эффективно влияет на имидж компании, выделяя ее из огромного числа других участников рынка; на логистику, сокращая количество недопониманий по таким технически сложным позициям как оргтехника, расходные материалы — следовательно, сокращается время получения заказа клиентом.

Предлагаемые группой компаний «Самсон» рекламные материалы, безусловно, побуждают покупателей к покупкам, способствуют расширению номенклатуры и, как следствие, объемам продаж».

Служба доставки: Двинских Алексей, Красноперов Артем

Отдел продаж: Пермитина Елена, Вахрамеева Елена, Корнева Оксана, Чуракова Ольга, Мухтарова Лилия, Безносова Евгения

Руководитель компании Зайцев Сергей Михайлович, коммерческий директор Зайцева Наталья Анатольевна

Компания «Офис Маркет»: каталог — универсальный инструмент

Компания «Офис Маркет»
ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА
www.office-planet.ru/om
заказ бесплатного каталога
и прайс-листа:
(831) 297-23-71,
297-00-86

Директор компании Жаров Михаил Степанович

Компания «Офис Маркет»
Год основания компании *— 1996*
Количество сотрудников *— 10*
Обслуживаемые рынки *— Нижний Новгород и Нижегородская область*

«Наша компания начиналась с организации лоточной торговли в учебных заведениях города, — рассказывает **директор Жаров Михаил Степанович.** — Цели поставленные изначально, были скромные. Со временем появился интерес, азарт, желание расширить предложение. Так в 2001 году был открыт магазин площадью 90 кв.м., а в 2008 состоялся переезд с увеличением торговой площади до 150 кв.м.

С открытием магазина стали поступать предложения от организаций о постоянном сотрудничестве. Нельзя было этим не воспользоваться. Преимущества — стабильный доход в этом сегменте рынка.

Работа по дилерской программе группы компаний «Самсон» позволила увеличить оборот и клиентскую базу, что в свою очередь повлияло на изменение в структуре организации. Если раньше на одного работника возлагался ряд обязанностей, то теперь работа разбивается на участки, где у каждого своя часть работы. Кроме того, программа, предложенная ООО «Самсон», позволила, прежде всего, сократить расходы и сосредоточить все силы на работе с клиентской базой. Безусловно, требования потребителей растут вместе с ростом конкурентных предложений. Поэтому сегодня мы используем наши преимущества: каталог — это наш агент, который постоянно присутствует у покупателя. И чем он ярче и заметнее, тем больше шансов обратить на себя внимание потенциального покупателя. Удобство работы с каталогом имеет неоспоримые плюсы, и наряду с ним в последние годы наши силы направляются на развитие интернет-торговли. Это самая благодатная почва для развития. Интернет дает неограниченные возможности для развития клиентской базы

Прежде всего, скорость обработки заказа, а следовательно увеличение объема продаж при тех же текущих расходах. Увеличение прибыли позволяет проводить грамотную кадровую политику. Не в последнюю очередь возможность конкурировать с крупными игроками, такими как «Комус».

Сегодня тех, кто привык работать с бумажным носителем — около 30%, еще 30% — это те, кому проще набрать телефонный номер, но 40% заказов мы уже получаем через Интернет. Несмотря на это, каталог — самый универсальный инструмент, замены которому пока еще никто не придумал».

Ершова Наталья, Буева Прасковья, Жарова Оксана, Латышева Татьяна

Буева Прасковья, Ершова Наталья, Жаров Михаил Степанович, Латышева Татьяна

ГОТОВЬСЯ К БУДУЩИМ ПОБЕДАМ!

Компания «ХАТБЕР-М» успешно реализует лицензионный проект «Сочи-2014» в категории «Бумажно-беловой продукции». Уже знакомая покупателю коллекция с изображением символики XXII Олимпийских зимних игр пользуется высоким спросом и популярностью. Применение новейших технологий в производстве обеспечивает высокое качество продукции, что заслуженно вызывает доверие у потребителей.

Компания обновила товарную линейку лицензионной продукции, которая, безусловно, займет достойное место в коллекции «Сочи 2014».

В основу дизайнерского решения новинок легли узнаваемые элементы олимпийской символики, являющиеся наглядным воплощением Образа Игр.

Заряжайтесь спортивным духом и позитивными эмоциями, присоединяйтесь к всеобщему олимпийскому движению вместе с компанией «ХАТБЕР-М»

Степлеры и дыроколы

BRAUBERG®

BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

★★★

Широкий ассортимент - более 60 позиций

Постоянный спрос в течение года среди розничных и корпоративных клиентов

Надежность и долговечность - гарантия 3 года

Выгодная цена -

Степлеры от **14** *руб.*

Дыроколы от **30** *руб.**

*Цена указана с максимальной скидкой

Зарабатывайте на степлерах и дыроколах круглый год!

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

Компания «Стикер»: каталог — это имидж компании

Компания «Стикер»
ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА
www. office-zakaz.ru/sticker
заказ бесплатного каталога
и прайс-листа:
т./ф: (846) 270-82-57/67,
972-78-14/15

Директор Божко Наталья Владимировна

Компания «Стикер»
Год основания компании *— 2010*
Количество сотрудников *— 10*
Обслуживаемые рынки *— г. Самара и Самарская область*

Компания «Стикер» довольно молода — она работает почти три года, но уже сумела занять прочные позиции на рынке Самары.

С самого начала фирма создавалась с целью обслуживать корпоративных клиентов — у директора компании был накоплен многолетний опыт работы именно в этой сфере. Благодаря этому сложилось понимание преимуществ корпоративного рынка сбыта и видение того, как и за счет чего небольшая активная фирма может превзойти своих крупных конкурентов. Специфика работы на корпоративном рынке предполагает наиболее полное удовлетворение потребностей клиентов в самых разных товарах для офиса. Существенной поддержкой в этом стало сотрудничество с группой компаний «Самсон» — компания начала активную работу с распространения каталогов товаров для офиса, предоставленных поставщиком. Работать с крупной федеральной компанией по каталогам было удобно как менеджерам, так и отделу закупок, поскольку каталог — это важный инструмент, занимающий главное место в корпоративных продажах. Он существенно упрощает работу с клиентом, ведь далеко не у всех есть возможность выхода в Интернет или время для того, чтобы лично приезжать в розничный магазин. По мнению сотрудников компании, каталог очень удобен в работе: клиент видит картинку и тут же может получить качественную консультацию менеджера и в кратчайшие сроки получить сам товар. К слову, «Стикер» заказывает каталоги с индивидуальной обложкой и логотипом предприятия уже второй год, поскольку считает, что каталог — это не только эффективный инструмент продаж, но и имидж компании. По итогам акции «Большие призы за Erich Krause и Полиграфика», проводившейся группой компаний «Самсон» в 2010 году, компания «Стикер» получила приз — мощный ноутбук за второе место по Самарской области.

С началом работы по дилерскому каталогу в компании произошли изменения, как в штате — набирался дополнительный персонал, так и в оргструктуре — изменилась структура продаж, появились новые клиенты.

Сегодня компания «Стикер» растет и развивается, занимаясь обслуживанием юридических, коммерческих и государственных структур, принимая участие в аукционах, электронных торгах, котировках. Со многими крупными предприятиями города и области заключены долгосрочные договора. В ближайших планах — увеличение штата и открытие в 2013 году розничного магазина в г. Самара.

Менеджеры отдела продаж

Отдел логистики

Менеджеры отдела продаж

Зам. директора Кирсанов И.А

Группа компаний ООО «Меотида» — преимущества очевидны

Компания «Меотида»
ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА
www.office-zakaz.ru/meotida
заказ бесплатного каталога
и прайс-листа:
8 (8662) 40-26-27

Генеральный директор Бахова Залина Асланбековна

Компания «Меотида»
Год основания компании *— 2010*
Количество сотрудников *— 5*
Обслуживаемые рынки *— Кабардино-Балкарская Республика*

«Развитие компании началось с открытия розничного магазина, однако через год работы, в связи с существенным различием объемов закупок в розничной и корпоративной торговле началось обслуживание корпоративных клиентов, — рассказывает **коммерческий директор Керимов Залим Асланбекович.** — И если в начале работы большинство клиентов в основном интересовал ценовой вопрос, то через определенное время он стал далеко не главным. Сегодня клиентам важны удобство формирования и передачи заказа, оперативность обслуживания и доставка товара, ассортимент и качество самих товаров.

Чтобы как можно полнее удовлетворять потребности клиентов, мы начали сотрудничество с группой компаний «Самсон» — сначала основной интерес к дилерской программе мы проявляли из-за возможности использования сайта www.office-zakaz.ru, но потом поняли, насколько удобны каталоги товаров для офиса.

С началом работы по дилерскому каталогу мы поменяли распределение функциональных обязанностей внутри своего штата. В частности, добавились функции менеджера по работе с корпоративными клиентами, появились новые клиенты, расширилась территория их обслуживания (если раньше это в основном был Нальчик, то сейчас — вся территория КБР), появились новые группы продаваемых товаров (компьютерная техника, расходные материалы, мебель, хозтовары), выросла доля продаж бумажной продукции и выросли продажи в целом.

Нашим клиентам нравится работать с каталогом и сайтом. С появлением сайта www.office-zakaz.ru круг наших клиентов постоянно увеличивается. Ведь ни для кого не секрет, что без Интернета сегодня не работает ни одна компания. Клиентам нравится делать заявки через интернет-магазин, находясь на своем рабочем месте. Преимущества очевидны: наглядность, информативность, оперативность в выборе товаров и их заказе, возможность планирования расходов, большой выбор товаров, и конечно, простота и удобство работы.

Сама дилерская программа группы компаний «Самсон» направлена на развитие компании-дилера, поскольку в ней уже предложено готовое решение по построению бизнеса, что позволяет не тратить время на поиск оптимальных решений по организации продаж».

Соучредитель
Бахов Аслан Барасбиевич

Старший продавец
Кушхаканова Ирина

Коммерческий директор
Керимов Залим Асланбекович

Компания «Новаком»: уделять внимание уровню сервиса

Компания «Новаком»
ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА
www.novakom-online.ru
заказ бесплатного каталога
и прайс-листа:
(8412) 49-27-27,
49-04-45

Директор Александровский Сергей Владимирович

Компания «Новаком»
Год основания компании *— 2001*
Количество сотрудников *— 7*
Обслуживаемые рынки *— г. Пенза, Пензенская обл*

«Компания «Новаком» работает на рынке канцтоваров Пензенской области более 11 лет, — рассказывает ее **директор Александровский Сергей Владимирович.** — Деятельность фирмы изначально была направлена на обслуживание корпоративных клиентов, поскольку это стабильный бизнес, который имеет хорошие перспективы развития в современных условиях и гарантированный доход при правильной организации работы и качественном обслуживании клиентов.

Сегодня требования клиентов растут, поэтому больше внимания мы стараемся уделять повышению уровня сервиса — информируем клиентов о проведении акций, новинках, предоставляем каталоги, оперативно реагируем на замечания и т. д. Существенную помощь в работе нам оказывает группа компаний «Самсон» — один из лидеров на российском рынке поставок товаров для офиса. Мы учимся строить свой бизнес и развиваемся вместе с партнерами, участвуя в дилерской программе.

Используя возможности интернет-магазина www.office-zakaz.ru, мы предлагаем новые группы товаров, которые появляются в ассортименте нашего поставщика — компании «Самсон». На сегодня все активнее идет работа с сайтом: с его помощью клиенты могут получать максимальную информацию о свойствах товара.

Обслуживание клиентов по каталогу позволило сократить время согласования заказа товара с клиентом — то есть временной период от заказа до отгрузки уменьшился, что помогает быстро и оперативно выполнять доставку товара покупателю.

Положительные результаты налицо — увеличился персонал, офисные площади, появились новые клиенты, выросли объемы продаж. Лучше стала продаваться мебель, офисная техника, расходные материалы для оргтехники.

Клиенты относятся к каталогу очень хорошо. Одни постоянно делают по нему заказы, другие используют его при поиске нового товара, офисного оборудования и т. д. Для нас же каталог — это дополнительный инструмент для привлечения новых клиентов и увеличения объема продаж. Подробная информация о товаре, удобство заказа по коду, хорошее полиграфическое исполнение — главные отличия дилерского каталога от каталогов других компаний. А помочь клиентам сделать правильный выбор среди большого количества наименований — и есть наша задача».

Юлия Владимировна, заместитель директора

Ирина, менеджер

Инна, продавец-консультант

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

САМСОН рекомендует

БУМАЖНУЮ ПРОДУКЦИЮ ИЗ ОФСЕТНОЙ И ТЕРМОЧУВСТВИТЕЛЬНОЙ БУМАГИ STARLESS И AKZENT

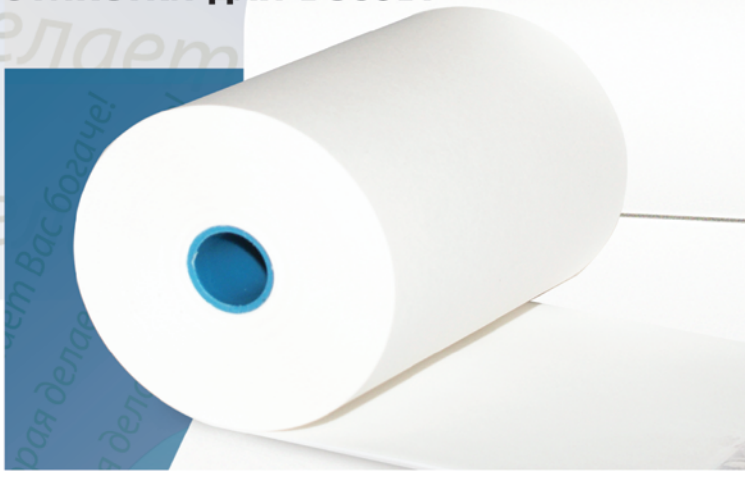
STARLESS® UNIVERSAL QUALITY

STARLESS universal quality

- **Чековые ленты для ККМ, банкоматов и платежных терминалов:**
  - с печатью/без печати,
  - с водяными знаками,
  - без фенола,
  - с ТОП-покрытием,
  - тонированные.

ПРОИЗВОДИТСЯ ПО ТЕХНОЛОГИИ КЛАССА А!

- **Бумага перфорированная в стопе,**
- **Самокопирующаяся бумага,**
- **Бумага для плоттеров,**
- **Бумага для принтеров,**
- **Бумага для факсов,**
- **Ленты для электронных очередей,**
- **Термоэтикетки для весов.**



AKZENT™ premium quality®

AKZENT premium quality

ПРОДЛЕВАЕТ СРОК СЛУЖБЫ ВАШЕГО ОБОРУДОВАНИЯ!

Осенние выставки:

Paperworld Russia 2012:

второй год в России

25-27 сентября 2012 года в ЦВК «Экспоцентр» (Москва) состоялась Международная выставка бумажной продукции, канцелярских и офисных товаров Paperworld Russia 2012.

Вторую осень Paperworld Russia принимает гостей в Экспоцентре. Безусловно, по сравнению с другими выставками, проходящими там же и тогда же, Paperworld выглядел довольно скромно — масштабов и размаха «соседей» не наблюдалось. И все же, как отметили экспоненты, выставка позволила им привлечь новых клиентов и поддержать уже существующие контакты.

Среди ее посетителей преобладали представители оптовых компаний, розничных магазинов и производств канцелярских товаров. Наибольшую заинтересованность среди посетителей вызвали товарные группы «Офисные принадлежности», «Школьные принадлежности» и «Подарки».

Большая заинтересованность участников рынка в товарах для хобби и творчества вдохновила организаторов Paperworld Russia на создание специальной зоны Creativeworld Salon, где прошли мастер-классы, семинары, презентации, встречи с художниками и мастерами, на которых были продемонстрированы преимущества предлагаемой экспонентами выставки продукции. Тренд-зона привлекла большое количество посетителей.

В рамках Paperworld Russia 2012 была представлена обширная тематическая деловая программа, на которой прошли выступления представителей ведущих компаний, а также сотрудников Московского государственного университета Печати. Партнером деловой программы выставки стал известный интернет-портал «Ярмарка Мастеров» — торговая площадка для покупки и продажи авторских и дизайнерских вещей в пространстве русскоязычного Интернета. В итоге экспонентами мероприятия стало более 60 компаний из Греции, Индии, Индонезии, Италии, Китая, России, Южной Кореи, Тайваня, Турции и Японии. За время работы выставки ее посетили более 2500 специалистов канцелярской отрасли.

Общей тенденцией обеих отраслевых выставок, прошедших в Москве, стала ориентация на специалистов отрасли — все меньше случайных гостей, все больше реальных контактов между профессионалами рынка.

Впрочем, для этого и существуют выставки.

в поисках новых клиентов

«Скрепка Экспо. Осень 2012»:

акцент на коммуникации

18 – 20 сентября 2012 года в МВЦ «Крокус Экспо» (Москва) прошла очередная XVII Международная специализированная выставка канцелярских и офисных товаров «Скрепка Экспо. Осень 2012». На площади 5 000 кв. метров свою продукцию представили более 120 компаний из России, Австрии, Белоруссии, Бельгии, Германии, Италии, Норвегии, Франции и Японии. За три дня экспозицию посетили более 5 000 специалистов из России и других стран.

Итак, выставка состоялась. Помимо новинок канцелярских товаров, школьного ассортимента, товаров для офиса, сувенирной продукции, расходных материалов для офисной техники, товаров для хобби и творчества, в рамках экспозиции впервые были представлены школьная форма, книги, игрушки, развивающие и настольные игры, что, несомненно, внесло в экспозицию несколько новых тонов.

В рамках работы выставки состоялось несколько мероприятий. Более 130 посетителей побывало на бизнес-конференции «Драйверы успеха на рынке канцелярских и офисных товаров России», что, несомненно, вызвало живой интерес у присутствующих.

Еще одним событием нового формата стал «Центр коммуникаций розничных сетей и поставщиков». Цель работы Центра — результативное взаимодействие поставщиков канцелярских товаров с представителями розничных сетей и стимулирование дальнейших переговоров на стендах экспонентов. За 3 часа работы Центра успели выступить 18 поставщиков и ознакомить с продукцией, а также тенденциями отрасли 21 розничную сеть.

Не менее оживленной площадкой стал Фестиваль развивающих идей «Разумники Fest», на котором был представлен для всех желающих ряд мастер-классов с целью ознакомления с новинками продукции, качественными и нормативными характеристиками товаров и получения обратной связи от потенциальных заказчиков.

В рамках традиционной экспозиции отечественных производителей «Покупайте Российское» все желающие могли посмотреть канцелярскую продукцию российского производства. Главной тенденцией экспозиции стало значительное увеличение количества участников.

На стенде Информационного Агентства «БИЗНЕС-ИНФОРМ» состоялась конференция, на которой прозвучали доклады и презентации, а также были проведены дискуссии, посвященные офисной технике, расходным материалам и комплектующим, а также техническим и организационным решениям задач автоматизации документооборота и электронного архивирования.

Итогами работы выставки стали реальные контракты, новые проекты, перспективные идеи и повышение эффективности бизнеса компаний, основанное на передовых тенденциях канцелярской отрасли!

сегмент

ПЕРВЫЙ КАНЦЕЛЯРСКИЙ ПОРТАЛ WWW.SEGMENT.RU

Каждый лакомый кусочек
канцелярской отрасли
на одном портале

www.segment.ru

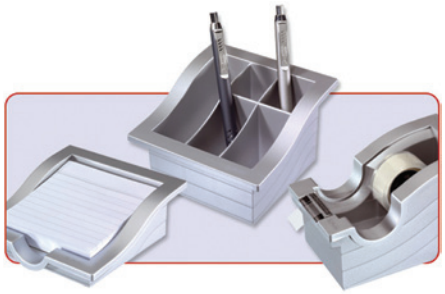
Тел.: +7 (812) 335-59-15 E-mail: segment@segment.ru

Herlitz: от оптового магазина к холдингу

Год основания:	1904
Сфера деятельности:	один из ведущих производителей и поставщиков товаров для офиса и школы в Центральной и Восточной Европе
Оборот:	более 230 млн. евро
Охват:	14 стран Европы и более 40 стран мира
Число сотрудников:	более 2500 человек
Штаб-квартира:	Берлин, Германия
Руководство:	председатель правления Ян фон Шукман

Herlitz, пожалуй, один из самых узнаваемых брендов товаров для офиса и школы в Европе. Узнаваемость торговой марки только в Германии составляет более 90 процентов. В 2004 году компания Herlitz с триумфом отметила свой 100-летний юбилей. А началось все в 1904 году с небольшого оптового магазина в Берлине, который основал немецкий предприниматель Карл Херлитц. Магазин был известен довольно широким ассортиментом бумажной продукции и письменных принадлежностей. В 1935 году бизнес перешел к сыну Карла — Гюнтеру Херлитцу. На тот момент в компании было всего 6 сотрудников. Во время обязательной службы Гюнтера в армии делами управляла его мать Берта Херлитц. Компания осуществляла продажи упаковочных резинок, чернильниц, клейкой ленты. Тогда же был приобретен первый фирменный автомобиль для доставки товаров, постепенно расширялась клиентская база.

Во время Второй мировой войны помещение компании было полностью разрушено, и, как следствие, ее работа приостановлена. Первые



послевоенные поставки Гюнтер Херлитц возобновил лишь к 1945 году, вернувшись в полуразрушенное подвальное помещение компании. Военное и послевоенное время было действительно тяжелым. В 1948 году во время блокады Берлина фирма осуществляла лишь нерегулярные поставки клея, линеек и детских книг воздушным транспортом в Восточную Германию. После снятия блокады в 1949 году компания Herlitz начала интенсивно развиваться, поскольку существенно расширился рынок сбыта. Товарооборот удваивался каждые 4 года. Предприятие превратилось в крупнейшего в Германии поставщика канцелярии. В 1951 году было организовано производство школьных тетрадей и блокнотов Herlitz, а к 1960 году была сформирована сеть сбыта товаров на территории ФРГ: прорыв на рынке был осуществлен за счет дневников и альбомов для рисования с картинками спортивной и природной тематики. Ежемесячно на производстве обрабатывалось более 150 тонн бумаги.

В 1972 году Herlitz стала акционерным обществом, организовала товарные склады в Гамбурге и Мюнхене, а также изготовление почтовых конвертов, в 1976 году компания наладила выпуск письменных принадлежностей и папок, а в 1977 году вывела акции на Берлинскую биржу и организовала ряд филиалов в Австрии, Голландии и Швейцарии. К 1985 году было закончено строительство многоярусного склада на 70 тысяч паллет в Шпандау (Берлин) — склад вошел в Книгу рекордов Гиннеса как самый высокий многоярусный склад в мире. Спустя 2 года была приобретена компания Susy Card, выпускающая поздравительные открытки. С 1990 по 1993 год компания организовала представительства в Польше, Чехии, Венгрии, Финляндии и России. В 1994 году Herlitz приобрела российскую бумажную фабрику Wolga AG и получила хорошую прибыль. К 1996 году компания превратилась в крупный холдинг. К началу 2000-х годов часть предприятий холдинга была продана, но товарооборот компании составил при этом бо-

лее 335 млн. евро. Компания активно вела поиски инвесторов, и в 2005 году контрольный пакет акций перешел к Advent International. В том же году было приобретено предприятие по производству папок-регистраторов и картотек в Румынии. 2007 год был ознаменован введением фирменного дизайна с новым логотипом Herlitz, а в 2010 году контрольный пакет акций Herlitz в объеме 70,1 % перешел к компании Pelikan International.

Компания осуществляет строгий контроль производства. В 2011 году ее специалисты разработали концепцию безопасной продукции. В рамках концепции все материалы, из которых изготовлены изделия Herlitz, были разделены на классы. Для каждого класса материалов компания обозначила собственные требования, которые в значительной степени превосходят специальные требования, определенные немецкими и европейскими законами и стандартами. Сегодня Herlitz по праву является одним из ведущих мировых брендов сферы товаров для школы и офиса с более чем 10 тысячами наименований товаров в ассортименте.

ЭТО ПРОСТО ПРАЗДНИК КАКОЙ-ТО!

Текст: Мария ТАРАСЕНКО

На самом деле в жизни есть гораздо больше поводов для праздников, чем красных дней в календаре. Для людей веселых и радушных праздник — это и первая зарплата, и выход в отпуск, и полученная премия, не говоря уже о днях рождения детей, друзей и коллег, любимой фирмы и т. д. С этой приятной ноты мы и начнем разговор о том, что предлагает сегодня рынок товаров для офиса для того, чтобы веселье получилось на славу.

Как известно, организация любого праздничного мероприятия — дело хлопотное и ответственное. Важно, чтобы было учтено все — создание атмосферы, украшение помещения, сервировка стола. Само собой разумеется, подготовка к празднику начинается с закупки всего необходимого — это могут быть и скатерти, и посуда, и воздушные шары, и свечки для торта.

И хорошо если все это можно купить в одном месте, не затрачиваясь на поиски в разных местах. В этом смысле — товары для праздника — «находка» как для оптовика, так и для владельца розничного магазина товаров для офиса и школы, поскольку они не только логично дополняют ассортимент, но и позволяют привлечь клиентов, которым удобно закупать все необходимые товары у одного поставщика. И тут важно сформировать правильное предложение для клиента, поскольку потребности у него могут быть самые разнообразные — от организации детского праздника до поздравления боссу.

Рассмотрим на примере группы компаний «Самсон», что можно предложить клиенту, чтобы он остался доволен и отметил праздник на все 100%.

Вариант 1 — Праздник непослушания

Итак, детские праздники — головная боль для родителей и глобальное веселье для детей любого возраста. Причем, чем младше ребенок, тем ярче и интереснее должен быть проведен и оформлен праздник.

А это значит, что, во-первых, в ход идет все для украшения помещения — будь то детский сад, школьный класс, квартира, частный дом или арендованное помещение.

Самое популярное украшение — воздушные шары, непременный атрибут любого праздника и хорошего настроения. Ярких и пастельных цветов, круглые, овальные и в форме сердца, с рисунками и без — применив фантазию, любое помещение можно превратить разноцвет-

ную детскую сказку. Именно поэтому группа компаний «Самсон» включила в свой ассортимент разнообразные воздушные шары по 10, 15, 100 и даже 200 штук в упаковке. К примеру, с помощью комплектов из воздушных шариков 12-ти цветов серий «С днем Рождения» (код 102882) и «Поздравления» (код 102881) с большими шелкографическими рисунками можно не только оформить комнату или зал, но и «наполнить» их воздушными пожеланиями и поздравлениями!

Не говоря уже о том, что интерьер, украшенный с помощью шаров с изображениями героев из любимых мультфильмов (код 101828), будет «гвоздем» детского праздника.

Впрочем, воздушные шары для детского праздника подойдут не только для украшения, но и для игры. Для этой цели компания «Самсон» предусмотрела замечательные панч-боллы (код 101836 и 101837) — прочные большие шары с резинкой, изготовленные из плотного материала, что позволяет использовать его для различных игр, а также шары для моделирования, которые позволяют создавать различные фигурки и способствуют творческому развитию детей.

Впрочем, детский праздник замечателен еще и тем, что даже взрослый чувствует себя на нем ребенком! Просто нельзя не предложить клиенту, который собирается проводить детское мероприятие такие «прикольные» штучки, как веселые разноцветные карнавальные колпаки (коды 590234, 590235, 590236, 590329), клоунские носы на резиночке (код 590330) и игрушки «язык-гудок» (код 101840), которые наполнят шумом и весельем любой праздник. Кстати, все товары представлены в упаковке с европодвесом, а это значит, что они будут привлекать особое внимание к витрине розничного магазина.

«Комплексный подход» к мероприятию — набор праздничных предметов для сервировки детского стола на 8 персон — идеальное и уже готовое решение для вечеринки в помещении или на природе. В набор входят приглашения, стаканы, тарелки, салфетки, скатерти, колпаки и игрушки-гудки. К тому же, эти красочные бумажные наборы представлены в двух вариантах — для мальчиков (серия «Клоуны», код 590337) и девочек (серия «Феечки», код 590338).

Веселой кульминацией мероприятия станет задувание праздничных свечей для украшения торта, выполненных в форме цифр от нуля до девяти (коды 590339-590348), или традиционных маленьких свечек по «счету» лет юного юбиляра (код 590225).

В общем, немного фантазии — и с помощью предложенных клиенту товаров детский праздник будет ярким и незабываемым!

Вариант 2 — Скромное обаяние корпоратива

Какой коллектив не устраивает корпоратив? Правильно, никакой. А это значит, что представитель организации, отвечающий за проведение офисного праздника, не должен уйти с пустыми руками от своего поставщика товаров для офиса. Тем более, такому клиенту есть, что предложить.

Начнем с того, что корпоратив может быть проведен как в помещении, так и на природе. В последнем случае следует задуматься об одноразовой посуде и прочих необходимых для «вылазки» вещах. В ассортименте группы компаний «Самсон» имеется все, что для этого нужно — как набор одноразовой посуды, состоящий из 6 плоских тарелок диаметром 22 см, 6 стаканов объемом 0,2 л, 6 вилок и 6 салфеток (код для заказа 600951), так и все предметы по отдельности — тарелки одно-, двух- и трехсекционные, плоские и суповые тарелки, пластиковые фужеры, бокалы и рюмки, чашки и стаканы, а также пластиковые вилки, ножи и ложки. Можно также предложить клиенту и бамбуковые шампуры для мини- шашлыков из мяса, птицы, рыбы и создания канапе (код 601000). Кстати, незаменимая вещь на пикниках, и не только на корпоративных. Впрочем, одноразовая посуда также покупается для сервировки коллективного стола, если корпоратив проходит, скажем, в офисе, а не ресторане или кафе. Также акутальными будут и бумажные ламинированные скатерти — (коды 125370-72), которые помогут быстро и красиво оформить столики, и красочные салфетки. Идем дальше: не лишними будут трубочки для коктейля (код 590407), которые создадут праздничную атмосферу, а также оригинальные пластиковые пики для канапе в виде шпаги (код 590241)

и деревянные пики–зонтики (код 590405) и пики-фрукты (код 590406) — отличное украшение любых блюд на праздничном столе.

Что касается самих участников праздника — то есть сотрудников — для них можно предусмотреть приятные и недорогие подарки в честь события, которое отмечается коллективом. К примеру, оформить их в подарочные пакеты различного размера: прочные бумажные и ламинированные пакеты отлично подходят для упаковки самых разнообразных подарков. Презент, оформленный в яркий пакет, — это гарантированное праздничное настроение коллектива. А в качестве памятных сувениров могут быть использованы разнообразные подарочные свечи — от ароматизированных до ярких «столбиковых» с изображениями и без — универсальный подарок на все случаи жизни. И пакеты, и свечи также имеются в ассортименте компании «Самсон».

Особо отличившихся представителей трудового коллектива можно в шутку наградить праздничной «медалью» — золотой, серебряной или бронзовой (на усмотрение начальства): вручение такого комплекта наград (код 590333) будет веселым завершением мероприятия.

Вариант 3 — Happy Birthday to Boss

Этот вариант самый ответственный. Тут, возможно, придется не только сочинять душещипательные поздравления в стихах, но и самим надевать праздничные колпаки (см.выше) и сервировать стол (см. опять же, выше), но и проявить максимум творческого начала, взяв в руки ножницы, клей и бумагу. Для креативного оформления помещения, где будет проходить поздравление босса пригодится поделочная крепированная бумага различных цветов, картон, цветная бумага и праздничная лента в катушке, если вдруг понадобится декорировать подарочную упаковку или букет, а также не полениться своими руками украсить офис так, чтобы он отражал суть работы и торжественность момента. Подарки от коллектива можно оформить с помощью упаковочной пленки, также она используется и при создании разнообразных декоративных композиций. Все это легко закупить в любом представительстве группы компаний «Самсон».

Еще одна идея для создания праздничной обстановки — поздравительные гирлянды из букв — «С Днем Рождения» (коды 590232-33) или «Поздравляем» (коды 590231, 590327) — и атмосферу подчеркивают, и развесить легко и удобно в любом кабинете или зале.

Кстати, говоря о поздравлении самого Босса — не забудьте предложить своим клиентам огромный выбор деловых подарочных бизнес-аксессуаров, представленных в компании «Самсон» — а это и настольные наборы, и шикарные ручки, и ежедневники, планинги и еженедельники премиум-класса TM GALANT и Brauberg. Впрочем, здесь же можно купить и технику в подарок начальнику — все от сотовых телефонов, фотоаппаратов и электронных книг до телевизоров, ноутбуков и кофемашин — а главное, все это сразу можно заказать как через Интернет, так и по каталогу!

Вариант 4 — Здравствуй, офис, Новый год!

Ну и, наконец, праздник, который неумолимо приближается с каждым днем — Новый год.

А какой Новый год в офисе без пушистой елочки и гирлянд! А это значит, что сегодня актуально не только поздравлять друг друга «С наступающим» в коллективе, но и украшать предновогоднее помещение, в котором он трудится.

Итак, искусственная сосна или ель — в зависимости от предпочтений, различной высоты с пушистой хвоей, которую легко убрать после праздника и снова поставить на следующий год. Такая елка разбирается до ветвей, быстро и просто собирается, поставляется в компактной упаковке и подойдет для любого новогоднего торжества. Или небольшие новогодние елочки от 25 до 60 см в корзине, украшенные бантами, шарами, лентами, которые можно разместить в любом интерьере. Или елка с подсветкой LED-лампами или гирляндами, которая прекрасно смотрится не только в темноте, но и при свете дня, создавая праздничное настроение в предновогодние дни.

Ну и, конечно, то, что служит новогодним украшением всех отечественных офисов перед Новым годом — мишура, гирлянды, серпантин и конфетти. В группе компаний «Самсон» найдутся новогодние украшения на любой вкус. Кстати, гирлянда в виде бахромы (коды 590258 и 590259) незаменима для праздничного оформления витрин, украшения торговых залов магазинов, офисов и детских образовательных учреждений. В ассортименте имеются гирлянды в виде звезд, зигзагов, снежинок, а также вертикальные гирлянды — фейерверки (коды 590260-61). Замечательное конфетти (код 590331) используется для украшения стола, подарков, упаковки и для обсыпания присутствующих на празднике коллег. Не говоря о красочном серпантине (код 590409) —непременном новогоднем атрибуте.

Кстати, в зависимости от ситуации, для предновогоднего оформления помещения может пригодиться практически все, о чем говорилось в этой статье — от воздушных шариков до праздничных свечей.

К слову, какой бы повод для праздника не был у покупателя — при правильной выкладке на витрине и грамотной консультации продавца или менеджера, праздничный ассортимент всегда будет пользоваться спросом клиента — ведь, как мы уже знаем, поводов для праздников — великое множество.

Все коды, указанные в статье, соответствуют кодам для заказа товара группы компаний «Самсон».

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

Школьная доска: назад в будущее

(доски для письма мелом, цветные и белые мелки)

Текст: Анна ВЛАСОВА

Какие ассоциации вызывает слово «школа»? Среди самых популярных воспоминаний у каждого человека, наверняка, будет школьная доска и то, как у этой самой доски приходилось отвечать. Сегодня уже сложно доподлинно установить историю создания и имя первооткрывателя столь полезного и нужного изделия. Однако не поддается сомнению тот факт, что привычная нам школьная доска пережила ряд трансформаций. О современных технологиях и тенденциях рынка досок для письма мелом, а также сопутствующих товарах — школьных мелках — рассуждаем в «Школьном базаре».

К доске пойдет…

В недалеком прошлом все доски для письма мелом были исключительно деревянными. Их покрывали матовой краской, чаще всего черной или темно-коричневой. Такой фон обеспечивал максимальную контрастность с записями, сделанными мелом.

Современная школьная доска имеет металлическую основу, что позволяет работать не только с мелом, но и размещать вспомогательные пособия на магнитах. Краску в чистом виде для покрытия рабочей поверхности сегодня не использует ни один производитель. Для этого у каждой компании разработаны специальные составы, к которым предъявляются повышенные требования по устойчивости к химическим и механическим воздействиям. Особая формула обеспечивает длительный срок службы поверхности. Наиболее популярна продукция, изготовленная из металла с лаковым покрытием. Такое сочетание встречается и у отечественных, и у импортных товаров. Оптимальное соотношение цены, качества и эксплуатационного периода выводит доски с лаковым покрытием на лидирующие позиции.

Однако популярный — не значит единственный. Отдельно стоит рассказать об уникальной разработке польской компании «2x3», широко представленной на рынке школьных и офисных досок, — продукции с износостойким керамическим покрытием. Производитель утверждает, что такая поверхность прослужит 25 лет, сохранив эксплуатационные свойства!

Современное нестираемое покрытие препятствует появлению бликов и обеспечивает отличную видимость практически под любым углом. На матовой поверхности контрастно пишет мел любого цвета. Примечательно, что сегодня большинство досок — зеленые.

Среди представленных на российском рынке торговых марок присутствуют товары импортного и

отечественного производства. Изготовлением досок для письма мелом занимаются крупные компании, в ассортиментной линейке которых и школьная мебель, и необходимое оборудование для аудиторий, а также небольшие фирмы, специализирующиеся только на одном товаре. Ведущими отечественными производителями считаются предприятия «Росметалл», «ДОК-17» и «Светоч».

Помимо этого покупателям доступна продукция, изготовленная под собственными брендами крупными операторами канцелярского рынка.

Если говорить о видах досок для письма мелом, то весь ассортимент можно разделить на две большие группы: настенные и передвижные. Каждая категория имеет свои достоинства и недостатки, поэтому тип доски выбирается в зависимости от потребностей покупателя.

Настенные доски

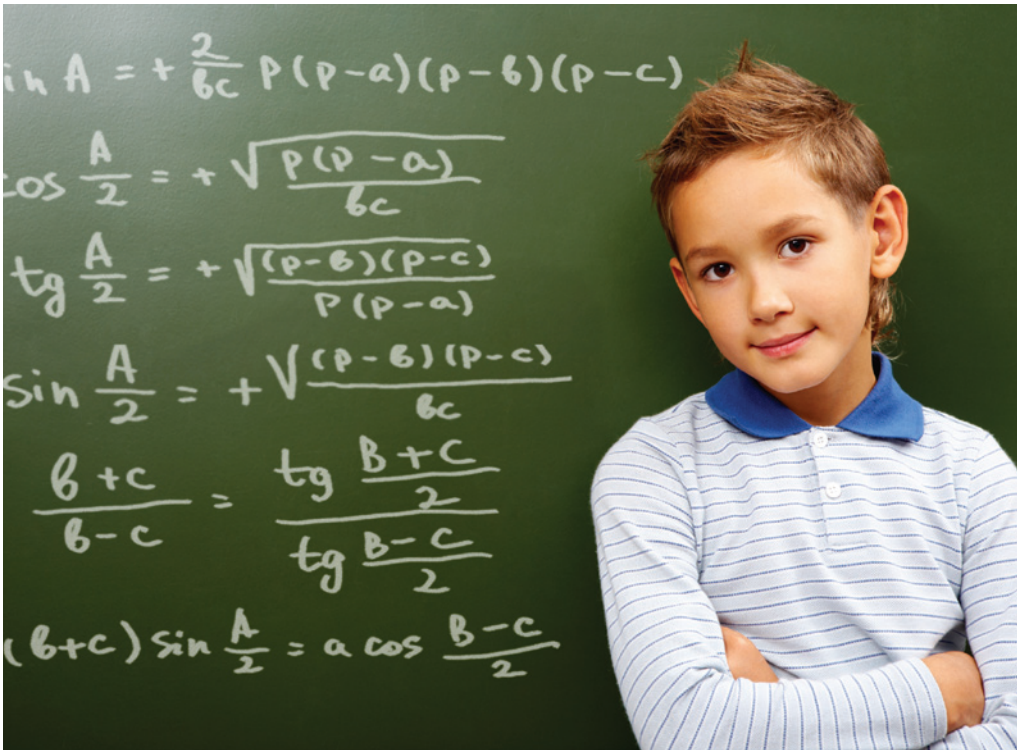
Как уже понятно из названия, настенные доски крепятся к стене и являются стационарными. Именно такие изделия получили широкое распространение в учебных заведениях разного уровня. Неоспоримое преимущество настенной доски — большая площадь рабочей поверхности.

Настенные доски располагаются посередине передней стены класса, таким образом, чтобы лица учащихся были обращены к ней. Существует несколько правил, которых придерживаются, выбирая место для установки конструкции. Например, не стоит крепить доску близко к окну. Расстояние должно составлять не менее 1 метра, чтобы поверхность не отсвечивала. Шкафы и ниши рядом со школьной доской наоборот затемняют рабочее поле. Неравномерное освещение ухудшает видимость изображения. Оптимальное удаление парт от доски — 2-2,5 метра.

Обязательным атрибутом меловых досок стала полочка для принадлежностей. Она выполняет две основные функции. Во-первых, играет роль резервуара для меловой пыли, которая образуется в процессе письма на доске. Во-вторых, служит приспособлением для хранения мела и влажной салфетки. Полочка облегчает мытье полов, которые не нужно оттирать от меловых разводов.

Забегая вперед, отметим, что передвижные доски не имеют такого полезного приспособления. Это обусловлено особенностями конструкции: при повороте доски на другую сторону (вращение осуществляется в горизонтальной плоскости) полочка оказывается перевернутой и вся собранная меловая пыль рискует оказаться на полу или, того хуже, на голове у пользователя.

По количеству рабочих поверхностей настенные доски бывают односекционные и трехсекционные.



В односекционных конструкциях — всего одна поверхность для написания. Она может быть любого размера, однако наибольшую популярность у покупателей приобрела доска со сторонами 100*150 см. Изделие достаточно компактное, чтобы разместиться в любом помещении, и в то же время, имеет достаточную рабочую площадь.

Больше свободы для действий предлагает трехсекционная доска с пятью рабочими поверхностями. Конструкция изделия состоит из центральной части, которая крепится к стене, и двух подвижных боковых створок. Боковые элементы открываются и закрываются независимо друг от друга. Как и в случае с односекционными моделями, наиболее распространенный вариант трехсекционной доски — с центральной частью 100*150 см, при этом размеры боковых элементов составляют 100*75 см каждый.

Тенденциям современного спроса полностью отвечают комбинированные доски, появившиеся в ассортименте практически всех производителей. Особенность изделий состоит в том, что в них предусмотрены как рабочие поверхности для письма мелом, так и элементы с белым покрытием для письма специальным маркером. Комбинированными бывают трехсекционные и поворотные доски.

Установка стационарных моделей подразумевает такое же «неподвижное» оснащение аудиторий. Поэтому настенные доски наиболее популярны

в тех помещениях, где рассадка слушателей не меняется из раза в раз.

Передвижные доски

Главное преимущество передвижных досок — мобильность. Конструкция установлена на прочном алюминиевом стенде, который обычно оснащен колесами для простоты перемещения. Передвижные доски имеют две рабочие поверхности, сменяющиеся вращением полотна вокруг горизонтальной оси на 360˚. Напомним, что такие изделия могут быть комбинированными: для письма мелом и для письма специальным маркером. Толщина изделия зависит от профиля, который применяют для усиления конструкции. При использовании СЕ европрофиля толщина доски составляет 20 мм, стандартного профиля СС — 14 мм. В передвижных досках очень важна устойчивость конструкции, которая достигается правильной геометрией изделия.

В основе мобильных систем, также как и настенных, лежит металлический лист, поэтому с помощью магнитов на поверхность можно прикрепить наглядные пособия, например, плакаты, иллюстрации, графики и т. д.

Оптимальный размер доски выбирается в зависимости от площади помещения, в котором предполагается установка конструкции. Передвижные доски часто встречаются в офисных переговорных комнатах, залах заседания, кабинетах НИИ.

К разновидности передвижной доски стоит отнести и детские модели на стендах-мольбертах. Они отличаются красочным оформлением и небольшой рабочей поверхностью. Детские доски для письма мелом особенно популярны в дошкольных образовательных учреждениях и для домашнего использования. Такие конструкции занимают мало места и доставляют большую радость детям.

Секреты мела

Прежде, чем раскрыть все секреты производства, стоит рассказать о компаниях, которые работают на этом рынке. Сегодня перед российскими покупателями представлен широкий выбор производителей. Наиболее известные отечественные предприятия — «Алгем», «Эликонт», «Вакарис», «Пегас», «Квартет-1». Самый старый завод в России по производству мела работает в г. Белгороде, а одним из главных «старичков» на рынке является компания «Алгем». К слову сказать, она первая начала лить мел, запатентовав состав и квадратную форму. Привлекательность такой продукции — в ее безопасности. Литой белый мел содержит гипс в минимальном количестве. Несмотря на патент, формулу продукта и квадратную форму используют и на других производствах.

Мел изготавливается с помощью пресс-форм. Примечательно, что российские матрицы имеют горизонтальное расположение, а на импортных заводах чаще используют вертикальную заливку. Кроме того, если отечественный производственный процесс подразумевает заполнение индивидуальных форм, то зарубежные компании отливают большие кубы, которые после высыхания разрезаются лазером или фрезой.

Качество мела напрямую зависит от состава. Для изготовления белой продукции меловой порошок перемешивается с гипсом, цветной — с красителями. Состав проходит многоступенчатую обработку, которая позволяет избежать крупных вкраплений, царапающих доску. Индивидуальную особенность имеет и каждый краситель. Например, красный пенит и разрыхляет структуру мела, голу-

О мелках

Чтобы рабочая доска была в постоянной «боевой готовности», необходимо поддерживать запас расходных материалов — мелков. С первого взгляда на ассортимент, представленный сегодня на российском рынке, становится понятно, что сегмент находится в активной стадии развития. Своим мнением о ситуации и перспективах поделился **менеджер отдела импорта группы компаний «Самсон» Николай Седых.**

— Что сегодня представляет собой российский рынок школьных мелков?

— Рынок цветных и белых мелков еще относительно молод и находится на начальной стадии роста. Поэтому и представленных на нем брендов не очень много. Из узнаваемых, пожалуй, стоит выделить «Пифагор», Brauberg, «Хатбер», «Алгем», Koh-I-Noor. В премиальном сегменте позиционируются такие марки, как Maped, Herlitz.

— Какая продукция пользуется активным покупательским спросом?

— На мой взгляд, наиболее популярен на данный момент набор из цветных мелков. Самые востребованные в этом сегменте упаковки от 3 до 12 штук. Белый мел менее привлекателен для розничных покупателей. В случае с белыми наборами популярны объемные упаковки до 100 штук. Это объясняется тем, что целевые группы потребителей цветного и белого мела несколько отличаются. Цветная продукция ориентирована на детей младшего и среднего школьного возраста. Белый мел — в основном продукт для образовательных учреждений.

— Что необходимо учесть при организации продаж школьного мела?

— Безусловно, надо предусмотреть сезонные колебания, которые в этой товарной категории ярко выражены. Пик продаж мела приходится на летние месяцы и начало осени. В остальной период существенных колебаний не наблюдается.

Мелки смело можно отнести к товарам для детского творчества, поэтому их лучше выставлять с аналогичной по назначению продукцией, например, вместе с цветными карандашами, фломастерами, пастельными мелками, красками. Белый и цветной мел также логично располагать рядом с меловыми досками. Выбирая товар, покупатели в первую очередь смотрят на стоимость, бренд, особенно, если он узнаваемый и, конечно же, на красочность оформления. Поэтому мелки, как любой детский товар, должны иметь привлекательную упаковку с ярким дизайном. Плюсом будет необычная форма продукции — не просто брусок, а зверюшка или яйцо.

— Как определить качество мела?

— Обычный потребитель может понять, насколько качественны мелки только на практике. Качественная продукция не крошится, образует минимум меловой пыли, имеет насыщенные цвета. Сегодня популярен так называемый не пачкающий мел, который в процессе использования не оставляет следов на руках. Для этого производители могут оборачивать мелок в индивидуальную бумажную упаковку или использовать формулу «без пыли».

— Какие, на ваш взгляд, перспективы развития у российского рынка школьных мелков?

— Как было отмечено ранее, рынок мелков относительно новый и динамично развивающийся. В дальнейшем мы ожидаем продолжение роста данного сегмента.

Стабильный спрос должны обеспечить общий подъем экономики в посткризисный период, рост благосостояния населения, культуры потребления и увеличение рождаемости.

Позитивная оценка, основанная на объективных обстоятельствах, помогает релессерам грамотно сформировать ассортимент школьных мелков, которые будут пользоваться повышенным спросом у покупателей.

Для офиса и дома, для деловых переговоров и задушевных бесед

WALTZ

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

бой, наоборот, сжимает и делает продукцию тверже. Эти производственные тонкости учитывают компании при разработке рецептуры.

Так же, как и черногрифитные карандаши, мелки имеют градацию по твердости. Она зависит от степени сушки и состава. Более твердый материал рассчитан на создание рисунков на асфальте, для школьных досок идеален мел средней твердости, а для портновских работ — оптимален мягкий продукт.

Отечественная продукция привлекательна для покупателей из-за приемлемой стоимости. Особенно это относится к белым мелкам, которые учебные учреждения потребляют в большом количестве. Для них не важен дизайн упаковки, главное — чтобы продукт полностью соответствовал требованиям пользователей.

«Пифагор»

Торговая марка «Пифагор» всегда поддерживает полезные увлечения детей. Специально для дошкольных учреждений и домашнего использования была разработана серия досок для письма мелом с ярким привлекательным оформлением. Меловые доски являются идеальным пособием для игры в школьную жизнь, приучают детей к вертикальному письму и работе с мелом.

Дополнительное преимущество досок «Пифагор» — двухстороннее исполнение: одна рабочая поверхность предназначена для письма мелом, вторая — специальным маркером. Магнитно-маркерная сторона позволяет использовать магниты для крепления рисунков и мелких деталей.

Яркая двухсторонняя доска (код для заказа 231725*) на устойчивом стенде легко перемещается, имеет специальную полку для принадлежностей и поставляется в комплекте с шестью круглыми магнитами. Изделие устанавливается в виде мольберта. Зеленая сторона детской доски предназначена для письма мелом, белая сторона — маркером. Рабочая поверхность размером 45х60 см не занимает много места, поэтому доску можно располагать даже в небольших помещениях, например, в детской комнате.

Схожие характеристики имеет другая доска (код 231997): двухстороннее исполнение, размер поверхности 45х60 см, яркое оформление. Отличительной чертой является регулируемый по высоте стенд 103-135 см, что позволяет подобрать оптимальное расстояние от пола в зависимости от роста ребенка. Стороны доски окрашены в черный (для мела) и белый (для маркера) цвета. Дополнительно изделие комплектуется двумя зажимами, которыми можно закрепить бумажный лист.

Максимально приближены к школьным аналогам детские доски в деревянной рамке. Напольный вариант (код 231996) с высотой стенда 116 см и настольная модель (код 231998) на подставке 43 см предусматривают белое лаковое покрытие для письма специальными маркерами и черное — для письма мелом. Размер рабочей поверхности у напольной доски составляет 52х56 см, у настольной — 30х33 см. Доски просты в эксплуатации, легко перемещаются в пространстве. В комплекте поставки входит полка для принадлежностей.

Полноценная работа с меловыми досками невозможна без главного пишущего инструмента — мела. Ассортимент торговой марки «Пифагор» включает как цветные, так и белые мелки. Традиционная прямоугольная форма изделий для удобного захвата имеет закругленные грани. Специальная формула продукции исключает наличие крупнодисперсных вкраплений, царапающих доску. Мел изготовлен из экологически чистых материалов.

Наборы цветных мелков поставляются в упаковках по 4 (221977), 6 (221979) и 10 штук (221168), белых — по 4 штуки (221978).

Красочное оформление упаковки продукции торговой марки «Пифагор» не останется незамеченным на полках магазинов. Кроме того, ассортимент бренда предусматривает и другие изделия, необходимые для организации письма мелом на школьных досках.

Brauberg

Школьный ассортимент торговой марки Brauberg, предусматривающий все необходимое для учебных заведений любого уровня, включает качественные доски для письма мелом, без которых не обходится ни одна классная комната. Магнитная поверхность досок позволяет закреплять дополнительные материалы: рисунки, фотографии, условные обозначения. Таким образом, презентация получится красочной, а объяснение — наглядным.

Односекционная доска для письма мелом (код для заказа 231706*) имеет зеленое лаковое покрытие, обеспечивающее максимально широкий угол обзора без бликов. Рабочая поверхность размером 90х120 см закреплена в усиленный алюминиевый профиль, гарантирующий долгий срок службы изделия. Для безопасности углы доски оснащены пластиковыми накладками. Компактная доска для письма мелом комплектуется лотком для принадлежностей, четырьмя магнитами и элементами крепления.

Для больших аудиторий предусмотрена трехсекционная магнитная доска. Центральная неподвижная часть имеет размер 100х150 см, боковые секции — 100х75 см — крепятся с

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

помощью шарниров. Угол поворота боковой части — 180°. Рабочая поверхность выкрашена в зеленый цвет для максимального контраста с белым мелом. Усиленная алюминиевая рама укомплектована для безопасности пластиковыми углами. Вместе с доской поставляется крепеж, полка для принадлежностей и 4 магнита.

Удобным решением для переговорных комнат и небольших аудиторий станут передвижные доски Brauberg. Двухстороннее изделие с рабочей поверхностью 90х120 см размещается на прочном алюминиевом стенде высотой 140 см. Простоту перемещения обеспечивают колеса. В ассортименте представлена меловая доска (код 231705) и комбинированная доска (код 231704) с зеленой поверхностью для письма мелом и белой — для письма специальным маркером.

В товарной линейке Brauberg широко представлены школьные мелки. Продукция круглой формы изготовлена по специальной технологии «Антипыль», которая защищает от летящей во всех стороны меловой крошки и сохраняет руки чистыми. Мелки представляют собой круглую палочку длиной 8 см и диаметром 10 мм. Цветные наборы поставляются в картонных упаковках: 6 неоновых цветов (223553), 10 цветов в упаковке с европодвесом (223552). Белые мелки, наиболее популярные в учебных заведениях, представлены комплектами по 100 штук (223550) и небольшими наборами из 10 штук (223548). Также в ассортименте торговой марки Brauberg предусмотрены комбинированные упаковки, состоящие из цветных и белых мелков. Чтобы разноцветная продукция не потеряла исходный цвет, картонная упаковка оснащена разделителями. Набор с европодвесом из 9 штук (223554) состоит из 6 белых и 3 цветных мелков, набор из 100 штук (223555) включает 20 цветных и 80 белых.

Дополняет «белую коллекцию» небольшой набор из 12 штук (223549). Мел квадратной формы имеет индивидуальную бумажную обертку, благодаря которой руки не пачкаются меловой крошкой. Качественная продукция Brauberg изготовлена из экологически чистых материалов. В составе отсутствуют крупные вкрапления, способные повредить поверхность доски.

Полный ассортимент принадлежностей торговой марки Brauberg для оснащения учебных классов представлен на сайте www.samsonopt.ru

«2х3»

Польская компания «2х3» работает на рынке средств визуальной коммуникации для дома, офиса и школы более 15 лет. Знакомство российских покупателей с качественной продукцией торговой марки началось с 2002-2003 года, когда предприятие решило осваивать новые рынки. Ши-

рокий ассортимент ориентирован на различные потребительские группы и запросы. В нем представлены как бюджетные модели пробковых досок, так и инновационные разработки с керамической поверхностью Р3.

Формируя комплексное предложение для своих клиентов, группа компаний «Самсон» ввела в ассортимент несколько товарных позиций досок для письма мелом торговой марки «2х3». Для небольших учебных классов, НИИ, конструкторских бюро и других учреждений разработаны удобные передвижные двухсторонние доски. Увеличенный срок службы обеспечивает модель с износостойким керамическим покрытием (код для заказа 231203*). По данным исследований, такая рабочая поверхность сохранит эксплуатационные свойства в течение 25 лет! Доска установлена на стенде с колесами, которые позволяют легко перемещать установку на любое расстояние. Рама и каркас изготовлены из прочного алюминиевого профиля с анодированным покрытием серого цвета. При необходимости доска вращается в горизонтальной плоскости, для подачи информации могут быть задействованы обе стороны. Дополнительные материалы могут крепиться на металлическую доску с помощью магнитов или пластиковых держателей для флипчарт-блокнотов, поставляемых в комплекте с продукцией. Рабочая поверхность доски — 120*180 см.

Компактным решением для небольших помещений станет двухсторонняя доска размером 90*120 см (код 231202). Передвижная конструкция изготовлена из алюминиевого профиля и оснащена колесами. Металлические рабочие поверхности с лаковым покрытием выкрашены в оптимальный зеленый цвет, препятствующий возникновению бликов. В комплекте с доской поставляются пластиковые держатели для флипчарта.

В ассортименте торговой марки также представлена настенная модель (код 231209). Наиболее востребованная среди покупателей форма — доска для письма мелом из трех элементов — имеет металлические поверхности с лаковым покрытием. Размер центральной части — 100*150 см, боковых секций — 100*75 см. Боковые части крепятся к основной с помощью шарниров и легко вращаются, закрывая полностью центральную часть. Комплект поставки включает доску в алюминиевой рамке, крепеж, полку для принадлежностей и пластиковые держатели блокнотов для флипчарта.

Качественная продукция торговой марки «2х3» пользуется стабильным спросом у покупателей.

Boardsys

Сбалансированный ассортимент группы компаний «Самсон» включает актуальные в школьном сезоне доски для письма мелом от одного из крупнейших российских производителей Boardsys. Качественная продукция изготовлена из стали толщиной 0,3 мм с полимерным покрытием, что обеспечивает надежную службу изделия. К тому же металлическая поверхность позволяет крепить информацию с помощью магнитов. В качестве дополнительного аксессуара в ассортименте торговой марки предусмотрены специальные магнитные папки-уголки формата А4 (код для заказа 231699*). В них размещается информация, напечатанная на листах. Магнитные папки легко снимаются с доски и крепятся на нее.

Надежные доски для письма мелом укреплены алюминиевой рамкой с защитными пластиковыми уголками. Для предотвращения повреждения во время хранения и транспортировки продукция имеет усиленную упаковку из оргалита. Рабочие поверхности досок для письма мелом Boardsys выкрашены в зеленый цвет. Легкость считывания обеспечивает антибликовое покрытие.

Настенная продукция ориентирована на учебные заведения, в которых до сих пор основной способ подачи материалов — запись информации на досках. Односекционная доска (код 231691) размером 100*150 см идеально подходит для небольших аудиторий. Трехэлементные модели рассчитаны на просторные классы. Магнитные доски с пятью рабочими поверхностями укомплектованы полочкой для принадлежностей, крепежом и подробной схемой по сборке продукции.

Наиболее популярный товар — доска с центральной частью 100*150 см и боковыми элементами — 100*75 см (код 231692). Аналогичная модель увеличенных размеров — 100*170/340 см (код 231694). Двухсторонние боковые секции (100*85 см каждая) крепятся к основной части на шарнирах. Оригинальная продукция — комбинированная доска с рабочими поверхностями для письма мелом и специальным маркером (код 231693). Размеры изделия — 100*150 см в сложенном виде и 100*300 см с развернутыми боковыми сторонами.

В ассортименте бренда предусмотрены и мобильные доски, установленные на передвижном стенде на колесах. Поворотная доска с рабочей поверхностью 100*150 см (код 231695) фиксируется под любым углом и вращается в горизонтальной плоскости на 360°. Металлическая поверхность предназначена для интенсивной эксплуатации и обеспечивает длительный срок службы.

Подробнее с характеристиками продукции торговой марки Boardsys можно ознакомиться на сайте www.samsonopt.ru.

Мелки для досок

В ассортименте группы компаний «Самсон» предусмотрены качественные цветные и белые мелки, идеально подходящие для любых типов школьных досок. Продукция импортного и отечественного производства ориентирована на различные покупательские группы. Мелки изготовлены из экологически чистого, проверенного сырья. Многоступенчатая обработка позволяет исключить из состава зернистые вкрапления, которые могут поцарапать поверхность доски в процессе эксплуатации.

Наиболее актуальным школьным мелком является продукция белого цвета. Экономичные большие упаковки представлены наборами по 100 штук. Мелки в картонных коробках крупнейших российских производителей «Алгем» (код для заказа 223175*) и «Эликонт» (код 223071), а также известной французской марки Maped (код 23144) пользуются стабильным покупательским спросом.

Небольшие наборы белых мелков больше ориентированы на розничных покупателей, а не на крупные тендерные закупки. Такая продукция приобретается и для учебных заведений, и для офисного использования, и для домашних досок. Клиенты группы компаний «Самсон» могут выбрать, например, бюджетный отечественный товар торговой марки «Эликонт» (набор из 6 штук — код 223072) или импортную продукцию Maped (набор из 10 штук 223142), Herlitz (набор из 12 штук — код 222999). Стоит отметить, что упаковка зарубежных мелков оснащена европодвесом, удобным для организации продаж в магазинах свободного доступа.

При объяснении учебных материалов часто приходится выделять некоторые детали, написанные или нарисованные на доске. Для этого используют наборы цветных мелков. Как и в случае с белыми мелками, в зависимости от бюджета покупки можно выбрать продукцию отечественного или импортного производства. Оптимальным предложением для потребителей станет набор круглых цветных мелков Maped из 10 штук (код 223143). Изделие изготовлено из карбоната кальция, который обеспечивает мягкость письма и высокое качество продукции. Специальная формула «без пыли» позволяет сохранить руки и одежду в чистоте при использовании мелков. Красочная упаковка с европодвесом и яркий насыщенный цвет мелков привлекут внимание покупателей.

Помимо белых и цветных мелков в ассортименте группы компаний «Самсон» представлены необходимые аксессуары, незаменимые при работе с меловой доской. Их наличие позволяет создавать комплексное предложение для клиентов, которые всегда найдут нужный товар по приемлемой цене.

Оригинальная находка

Вместо заключения приведем несколько примеров нестандартного использования досок для письма мелом, а точнее их интеграции в повседневную жизнь человека. Доска в кафе для рекламы блюд — уже не новое изобретение. В некоторых отелях посетителям предлагают таблички на дверь не со стандартными надписями, а пустую меловую доску. Каждый может порадовать персонал нестандартными просьбами, которые обязательно будут исполнены.

К детским забавам можно отнести свинью-копилку — на ее боку закреплена небольшая доска для ведения учета накоплений. Раскрытию творческих талантов поспособствует фоторамка со специальной поверхностью, на которой можно рисовать разноцветными мелками.

Полезными взрослыми «напоминалками» станут светильник с оригинальным абажуром или подставка под стакан, схожие по свойствам с покрытием меловой доски.

Некоторые производители предлагают использовать вместо доски для письма мелом дверь в детскую комнату, или мебель, или теннисный стол. Не каждый родитель на такое решится, но если на рынке существует предложение, то обязательно появится спрос.

Формируя ассортиментную линейку собственного магазина, важно учитывать, что несмотря на длительный срок службы современных досок для письма мелом, продукция пользуется стабильным спросом среди потребителей и всегда находит своего покупателя.

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

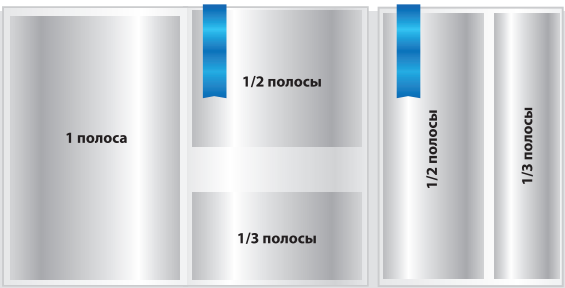
скидка -20%

ЖУРНАЛ
КАНЦЕЛЯРИЯ

WWW.KANZELARIA.RU

САМАЯ ЭФФЕКТИВНАЯ РЕКЛАМА

прямая адресная рассылка
территория охвата - вся Россия
КПД - 99,9 %
7000 экземпляров



рекламные модули		реклама на обложке	
1/3 полосы (58x265)	— 25 000 руб.	1 полоса	— 90 000 руб.
1/2 полосы (180x130)	— 30 000 руб.	2 полоса	— 70 000 руб.
1/1 полосы (210x297)	— 50 000 руб.	3 полоса	— 60 000 руб.
		4 полоса	— 80 000 руб.

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

ВКЛЮЧАЙТЕ В РЕКЛАМНЫЙ БЮДЖЕТ

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

Офисная планета®

товары для офиса

общероссийская система обеспечения организаций
товарами для офиса по каталогу

Каталог ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА

Товары ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА

Единые стандарты

Промо-материалы и корпоративный стиль

Маркетинговая и рекламная поддержка

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

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

Предложение ограничено!

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

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. 501028

4 606224 079103

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