ЖУРНАЛ ww.kanzelaria.ru

LEJI

ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА И УЧЕБЫ • ОФИСНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

Новые коллекции посуды



(R)

Офисная планета товары для офиса



ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ!

www.office-planet.ru

e-mail: dealer@samsonpost.ru

ОДЕРЖАНИЕ

Новости Товарный обзор Обзор рынка пластиковых папок

Торговая марка Калькуляторы STAFF – парад

моделей

Гаджеты

«Умные» телефоны

Знакомство с дилером

Дилер корпоративной торговли

Офисная кофемания

В фокусе

Белая книга

HTC Corporation: Quietly brilliant

Школьный базар

Мебель для школьных и дошкольных учреждений

РЕКЛАМОДАТЕЛИ

3M21
Acco Brands17
ErichKrause23
MAPED30-31
CAMCOH1-2, 4, 6, 9,11, 24, 29, 35,
Сегмент40
Хатбер

ПРАЙС-ЛИСТ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ В ЖУРНАЛЕ «КАНЦЕЛЯРИЯ»

Позиция	Стоимость, руб		
обложка			
1-я страница	90 000		
2-я страница	70 000		
3-я страница	60 000		
4-я страница	80 000		
внутренние полосы			
Центральный ра	азворот 90 000		
Разворот (2 пол	юсы) 80 000		
1 полоса	50 000		
1/2 полосы	30 000		
1/3 полосы	25 000		

КАНЦЕЛЯРИЯ

№ 61, июнь-июль 2013

Учредитель: ООО «БРГ инвест»

Главный редактор: Мария Тарасенко

Корреспонденты: Оксана Лаврентьева,

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, 261a **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, телерадиовеща-

ния и средств массовых коммуникаций.

Свидетельство

ПИ №77-13476 от 30 декабря 2002 г.

© ООО «БРГ инвест», 2006



Группа компаний «Самсон»: в помощь детям-инвалидам



Руководство группы компаний «Самсон» активно пропагандирует социальную вовлеченность бизнеса, поэтому одним из направлений деятельности компании являются различные благотворительные проекты.

Вот уже 10 лет «Самсон» выступает основным спонсором ежегодной Спартакиады среди детей-инвалидов. Пропаганда здорового образа жизни, регулярные занятия физическим спортом, популяризация таких видов спорта, как дартс, пионербол, настольный теннис, прыжки в длину и других — основные задачи данного спортивного мероприятия.

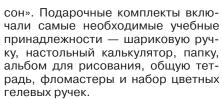
Событие объединяет специальные (коррекционные) школы-интернаты, центры реабилитации инвалидов и физкультурно-спортивные организации инвалидов г. Воронежа и Воронежской области. В этот раз в традиционных майских соревнованиях приняли участие 250 юношей и девушек в возрасте 13 — 19 лет.

Победители соревнований были награждены памятными дипломами и кубками. Все без исключения участники получили поощрительные призы от группы компаний «Сам-









Организаторы Спартакиады с большой теплотой отзываются о группе компаний «Самсон». Мероприятие позволяет не только повысить спортивное мастерство юных участников, но также выявить сильнейших спортсменов среди детей-инвалидов для дальнейшего участия во Всероссийских соревнованиях.









Вентиляторы SONNEN. Сделать выбор — просто!

SONNEN — это новое имя брендовых товаров по привлекательным ценам. Торговая марка претендует на одну из лидирующих позиций, ведь доступность, широкий ассортимент в сочетании с хорошим качеством это именно то, что нужно конечному потребителю.

Группа компаний «Самсон» является эксклюзивным дистрибьютором торговой марки SONNEN на российском рынке. Сегодня она представляет напольные и настольные вентиляторы SONNEN, которые обеспечат комфорт в офисе, на даче или в квартире.

Оптимальным выбором для любого помещения станет напольный вентилятор SONNEN «Home Fan», который имеет три скоростных режима работы, позволяет регулировать мощность потока в зависимости от температуры воздуха и личных предпочтений. Возможность регулировки высоты - еще одна важная характеристика, влияющая на выбор модели потребителями. При мощности 50 Вт вентилятор SONNEN «Home Fan» отличается бесшумной работой, что также немаловажно.

Напольные вентиляторы SONNEN обеспечат комфорт и на работе, и дома. Благодаря стильным дизайнам, они прекрасно подойдут для любого интерьера.

Создать комфортную среду на индивидуальном рабочем месте поможет настольный вентилятор SONNEN «Clip Fan». Наличие съемной подставки и прищепки позволяет разместить вентилятор в любом удобном месте. Занимая минимум места, диаметр всего 15 см, модель отличается бесшумной работой и двумя скоростными режимами — все это делает ее особенно привлекательной.



Зонты от DOPPLER



DOPPLER — ведущий европейский производитель зонтов, который использует первоклассные материалы совместно с передовыми технологиями. В нашем ассортименте представлены удобные в использовании мужские и женские зонты компактных размеров.

Для женщин мы предлагаем модели зонтов с проверенными временем расцветками.

- Механизм складывания автомат.
- Конструкция три сложения.
- •Длина в сложенном состоянии 28-30 см.
- Цвет ассорти.

Для мужчин - классические черные зонтики, а также модели с «деловыми расцветками». Механизм складывания мужских зонтов — автомат. Конструкция — 2 или 3 сложения.

Контейнеры и корзины для мусора ЛАЙМА

Группа компаний «Самсон» представляет необходимые атрибуты для любого предприятия, поликлиники, учебного заведения, магазина, офиса и других учреждений — корзины и контейнеры для мусора ЛАЙМА.

В нашем ассортименте представлены металлические контейнеры с педалью серий «Classic», «Modern», «Nova» и корзины для мусора серии «Bionic» объемами от 5 до 50 литров.

Модель ЛАЙМА «Nova» представляет собой большой металлический контейнер с педалью, который станет прекрасным решением проблемы утилизации большого количества мусора. Объем ведра-контейнера - 50 литров! Контейнер сохранит безупречный вид даже при долговременном использовании, так как он изготовлен из нержавеющей хромированной стали. Система тихого закрывания навсегда избавит от неприятного звука хлопающей крышки.

Контейнеры для мусора ЛАЙМА «Classic» — стильный и качественный вариант, который «впишется» в



бюджет любой компании. Контейнер оснащен функциональной педалью, что делает его удобным в использовании. Наличие пластиковой основы предотвращает повреждения пола.

В комплект каждого металлического контейнера входит пластиковое ведро с ручкой, что позволяет без хлопот извлекать мусор.

Элегантный дизайн и высочайшее качество материалов, используемых при изготовлении металлических корзин ЛАЙМА «Bionic», позволят долгое время поддерживать чистоту помещения и наслаждаться понастоящему стильным предметом интерьера. Отлично подойдут для офиса, кабинета, гостиной, ванной и других помещений.

Высокие эксплуатационные качества и доступные цены помогут получить максимальную выгоду от продаж контейнеров и корзин для мусора ЛАЙМА.



Яркие коллекции рюкзаков и пеналов ПИФАГОР

Специально к новому школьному сезону группа компаний «Самсон» значительно расширила ассортимент рюкзаков, пеналов и фартуков для труда ПИФАГОР. Актуальные дизайны, усовершенствованные конструкции и использование самых современных материалов — все это Вы найдете в новых коллекциях рюкзаков с формоустойчивой вентилируемой спинкой, пеналов-косметичек с яркими принтами из ПВХ, сумок для обуви и фартуков для труда.

Рюкзаки ПИФАГОР — это самые востребованные на рынке модели, широкий ассортимент позволит сформировать привлекательное, полное предложение, затратив при этом минимум усилий. Все изделия соответствуют требованиям ГОСТ. Портфели для младших школьников оснащены светоотражающими вставками, изготовлены из качественных материалов и имеют отделку декоративными элементами.



Папки-регистраторы TM Hatber HD

Представляем Вашему вниманию новинки ассортимента компании «ХАТБЕР-М» — папки-регистраторы премиум-класса с арочным механизмом А4 формата в сериях: «iFresh» и «Black on White (Black on Red)».

Папки-регистраторы TM Hatber HD изготовлены из плотного картона, ширина корешка составляет 70 мм и 50 мм в зависимости от артикула. Новинки в двух дизайнерских сериях имеют цветной запечатанный форзац, выполненный в концепте яркой коллекции «iFresh» или экстравагантной «Red on White (Red on Black)» с великолепным внешним видом.

Коллекция «iFresh» достойно украсит любой современный офис, серия «Red on White (Red on Black)» непременно подчеркнет Вашу индивидуальность и стиль! А благодаря высокому качеству коллекция не останется без внимания!

Специально для тех, кому придутся по душе новые серии, ожидается поступление: папки пластиковые с клапаном на резинке, папки-конверты на кнопке, папки-портфели.

Рабочее пространство порадует Вас изобилием красок и идей вместе с новыми папками-регистраторами ТМ Hatber HD!



Популярные новинки школьного сезона от HATBER

Группа компаний «Самсон» представлет Вашему вниманию новинки товаров для школы HATBER — предметные тетради, дневники, тетрадисловарики, цветную бумагу, цветной картон, альбомы для рисования, блокноты и многое другое.

Серия предметных тетрадей «Гаджеты» — настоящая находка для продвинутых учеников. Она включает в себя 12 оригинальных дизайнов с изображением гаджетов. Стильные тетради на 48 листов классического формата А5 выигрышно смотрятся благодаря обложке из качественного мелованного картона. Яркие и практичные тетради этой серии станут незаменимы для школьника в учебном процессе, ведь они имеют справочный материал по предмету.

Привлечет внимание школьников

серия предметных тетрадей «Красная» на 46 листов. Стандартный набор предметных тетрадей в данной серии дополнен тетрадью для сочинений и тетрадью для записи иностранных слов. Формат — А5, обложка - мелованный картон с выборочным лаком и конгревом.

Ни для кого не секрет, что товары для школы с изображениями известных героев притягивают взгляды покупателей. Наличие в ассортименте лицензионных товаров значительно влияет на прибыль. Так, например, лицензионная серия «Angry Birds» уже заслужила признание среди мальчиков и девочек школьного возраста во всем мире. В серии представлены дневники, тетради, цветная бумага, цветной картон, блокноты, записные книжки.



Чистящие наборы **FELLOWES** для сенсорных экранов



экраны различных Сенсорные устройств — это одни из самых уязвимых элементов, поэтому они требуют особого внимания и ухода. В ассортименте группы компаний «Самсон» появились товары, которые предназначены для качественной очистки и полировки сенсорных экранов устройств — это чистящие и полирующие наборы для планшетов, смартфонов и ноутбуков FELLOWES. Наборы отлично удаляют отпечатки пальцев. Не содержат абразивов. Содержание спиртов в составе — менее 1%.

- Объем 50 и 125 мл.
- Салфетка в комплекте.
- Произведены в Великобритании.

Готовьтесь к школьному сезону с ERICH KRAUSE

Для школьных товаров горячий сезон уже начался. Специально к этой поре группа компаний «Самсон» значительно пополнила линейку школьных товаров и товаров для творчества ERICH KRAUSE.

В серии «Artberry» представлены как товары для самых маленьких, так и товары для детей школьного возраста. Современные, элегантные и надежные товары для детей развивают творческие способности, мелкую и общую моторику, фантазию и воображение. Большое внимание уделяется безопасности товаров. Так, например, пластичная масса «Artberry» изготовлена на основе пшеничной муки и оливкового масла. Она легко разминается, не липнет к рукам. Изображения популярных мультяшных героев украшают школьные товары из серии «Академия монстров». Яркая папка для тетрадей изготовлена из прочного пластика, застегивается на липучки. Заточенные карандаши ярких и насыщенных цветов имеют мягкий, равномерно красящий грифель, изготовленный с использованием натуральных красителей. Популярностью также будут пользоваться товары из серии «Железный человек»: папка для тетрадей, пенал, пенал-косметичка, ранец жесткокар-

касный, рюкзак, цветные карандаши. Товары из данной серии отличаются привлекательным дизайном, выполненным в серых тонах, дополненным контрастной отделкой красного цвета, и изображением популярного у мальчиков супергероя.



Удобные доски-планшеты BRAUBERG для любых задач

Социологические опросы, конференции, лекции, совещания — это далеко не все места, где возникает необходимость делать заметки на весу. Доски-планшеты в такие моменты просто незаменимы. Группа компаний «Самсон» предлагает Вашему вниманию доски-планшеты BRAUBERG серий «Eco», «Number One», «Energy», «Espresso», «Flag» и «Black Jack», которые отличаются неизменно высоким качеством исполнения и превосходными потребительскими характеристиками.

Серия «Есо» — это доски-планшеты, которые отличаются мобильностью, легкостью и прочностью. Они изготовлены из МДФ толщиной 3 мм, что увеличивает их срок службы. В серию входят доски-планшеты для работы с листами форматов А4 и А3. Представлены модели с разными видами прижимов: с двумя металлическими боковыми прижимами с выдвижным подвесом, с боковым и верхним прижимом «бабочка» увеличенного размера с подвесом. Доски-планшеты BRAUBERG «Есо» фиксируют до 50-70 листов.

Серия «Number One» представлена досками-планшетами для листов форматов А4 и А5 различных цветов с верхним или боковым металлическим прижимом с выдвижным подвесом. Изготовлены доски-планшеты из жесткого картона с покрытием из износоустойчивого ПВХ, обеспечивающего долгий срок службы. Фиксируют до 50 листов.

Серия «Energy» — это доски-планшеты ярких неоновых цветов из прочного тонированного пластика толщиной 2 мм. Надежный верхний металлический прижим позволяет фиксировать до 50 листов форматов А4 и А5. Доски-планшеты из данной серии отличает наличие двух металлических линеек со шкалами в сантиметрах и дюймах.

Также в нашем ассортименте появилась доска-планшет «Espresso» с верхним прижимом, которая подходит для работы со счетами и заказами в кафе, барах и ресторанах. Интересными дизайнами отличаются доски-планшеты формата A4 «Flag» и «Black Jack».

Hовое назначение в головном офисе DURABLE







Томас Раадтс приступил к обязанностям вице-президента по маркетингу с 1.05.2013 года. Он будет постепенно перенимать задачи бывшего вице-президента по маркетингу Хорста Бубенцера.

Господин Раадтс напрямую подчиняется президенту компании, господину Майеру-Хунке. В круг его обязанностей войдет управление национальной и международной маркетинговой деятельностью компании.

Хорст Бубенцер, успешно проработавший в своей должности на протяжении 20 лет, внес бесценный вклад в продвижение DURABLE. С 1.05.2013 года он продолжает работать в компании в качестве консультанта по маркетингу. В область его деятельности входят РR и маркетинговые коммуникации, организация выставок и других маркетинговых мероприятий.



Отличное предложение для розничной торговли!

Компания «ХАТБЕР-М» предлагает ознакомиться с уникальной новинкой ассортимента — комлектами календарей на 2014 г. «Соло-Мини» на 1 гребне 68х210 мм и настольных «Домик-Мини» 12 л на гребне 70х210 мм.

Яркий настольный дисплей красного цвета изготовлен из плотного картона, за счет чего конструкция стала устойчивой и при этом не менее привлекательной. Внутри имеются картонные перегородки для создания ячеек под хранение восьми дизайнов календариков. Каждый дисплей индивидуально упакован в термоусадочную пленку. Вместимость картонного дисплея календарей «Соло-Мини» — 240 шт, «Домик Мини» — 160 шт.

Дизайны обложек календарей предлагаются в разноплановых вариантах

и подобраны таким образом, что каждый сможет найти что-то для себя!

Новые комплекты календарей в удобных картонных дисплеях станут отличным предложением для розничной торговли! Настенный «Соло-Мини» на гребне 68х210 мм и настольный «Домик-Мини» на гребне 70х210 мм. Упаковка ассорти.



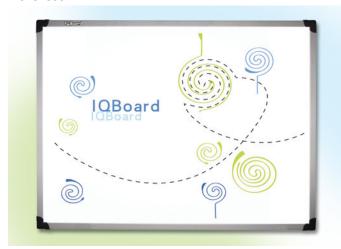
Интерактивная доска IQBOARD — технологии будущего



В нашем ассортименте демонстрационного оборудования появилась замечательная новинка — интерактивная доска IQBOARD ET-P AP082. Устройство предполагает 2 варианта использования: как маркерная доска и как проекционная поверхность. Подключив доску IQBOARD ET к компьютеру, можно показывать содержание урока или презентации, комментировать цифровые документы, управлять компьютерными приложениями и перемещаться по образовательным интернет-сайтам.

- Диагональ $\dot{8}2''$ (208,3 см). Технология электромагнитная (электронная ручка для надписей).
- 2 варианта использования: маркерная доска, проекционная поверхность.
- Размеры (ВхШхГ) 128,3х169,8х3,85 см.
- Рабочая поверхность 119,5х160,5 см.
- Формат 4:3.
- Порты подключения USB, RS232.
- Крепление настенный монтаж.
- Комплектация: 2 электронных пера, 1 комплект настенного крепления.
- 1 установочный СD, 2 черных маркера сухого стирания, 1 ластик.
- 1 кабель USB (10 м), 1 кабель RS232.
- Bec 25,5 кг.
- Гарантия 36 месяцев.

IQBOARD ET-P AP082 — незаменимый помощник в учебе и бизнесе.



Оригинальные брелоки

В ассортименте группы компаний «Самсон» появилось множество брелоков самых разнообразных дизайнов.

Оригинальные и стильные аксессуары представлены с покрытиями под керамику, серебро и золото. Крепление брелоков позволяет украшать не только ключи, но и сумки, рюкзаки и ранцы.

- Материал сплав алюминия.
- Упаковка с подвесом.

Для успешных продаж брелоков Вы можете приобрести специальную стойку. Стойка предназначена для удобного размещения товара в прикассовой зоне.





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

Как продавать в 2 раза больше?





Группа компаний «Самсон» запускает новую масштабную обучающую программу для продающего персонала своих клиентов. Этот уникальный проект разработан ведущими специалистами по развитию бизнеса на основе опыта работы менеджеров по продажам из 83 регионов России.

Руководитель направления по развитию бизнеса оптовых клиентов группы компаний «Самсон» Черноусов Роман:

«Группа компаний «Самсон» в рамках программ по развитию бизнеса клиентов ставит перед собой амбициоз-

ные задачи не просто донести информацию доступным языком, передавая эффективные технологии продаж, но и сформировать отдел продаж с «нуля».

В процессе создания программы мы экспериментировали, совмещая различные методики обучения, адаптировали их к канцелярской отрасли. Сейчас можно с уверенностью сказать, что время создания проекта — это один из самых сложных моментов работы, но в тоже время — один из самых интересных.

На данный момент в арсенале группы компаний «Самсон» существует два основных направления обучения, позволяющие получить новые знания не только продающему персоналу, но и руководителям бизнеса. Мы поделимся опытом создания корпоративного отдела продаж, разработаем стратегию развития компании, формы работы с каждым из сотрудников, расскажем, как в условиях современного рынка добиться максимального результата.

Данный тренинг просто необходим тем компаниям, которые ставят перед собой задачи не просто успешно работать, а развивать бизнес, повышая оборот и лояльность своих клиентов»

Огромным плюсом является командная работа. Ее уже оценили многие клиенты. Все тренинги собирают большое количество участников из различных регионов: от «акул» корпоративного рынка до начинающих.

Настало время добавить цвета!



Компания DURABLE представляет свои новинки в ярких сочных оттенках! Настольные аксессуары, мусорные корзины, настольные покрытия, папки!

Под девизом «Colour your office» DURABLE несет настроение солнечных деньков в каждый офис!

Стабильное немецкое качество аксессуаров, функциональность и дизайн понравятся даже самым искушенным клиентам.

Спешите увидеть и оценить!

Подробную информацию с фотографиями и описаниями вы найдете в разделе «Новости», «Colour your office» на официальном сайте DURABLE (www.durable-russia.com)!





Полимерная глина FIMO



Группа компаний «Самсон» спешит порадовать своих клиентов: в ассортименте компании появились замечательные товары для творчества — запекаемая полимерная глина FIMO. Полимерная глина может использоваться для изготовления украшений, сувениров, предметов интерьера, а также прекрасно подойдет для детского творчества. В нашем ассортименте представлены серии CLASSIC, SOFT и EFFECT.

FIMO Classic — самый популярный сорт запекаемой полимерной глины. Она тверже, чем глина других сортов, при этом позволяет достичь наилучших результатов при смешивании цветов. Материал как нельзя лучше подойдет для изготовления различ-

ных украшений. Популярна среди профессионалов.

FIMO Soft — самый мягкий вид полимерной глины. Эта глина наиболее пластична, податлива, характеризуется широким разнообразием цветов. Идеально подойдет для детского творчества.

FIMO Effect — это глина с добавлением эффектов: люминесцентность (свечение в темноте), полупрозрачность, металлик, глиттер (вкрапление блесток) и т. д. Подойдет как для профессионального использования, так и для детского творчества.

Полимерная глина FIMO запекается при температуре 110 градусов по Цельсию.

Настольные наборы GALANT: шик и функциональность

Каждый сталкивался с проблемой выбора подарка руководителю, коллеге по работе, партнеру по бизнесу. Группа компаний «Самсон» предлагает отличное решение этого вопроса — настольные наборы GALANT. Новые настольные наборы станут надежными спутниками их обладателя, подчеркнут организованность, индивидуальность и статус.

Оригинальный дизайн и единый стиль — визитная карточка каждого настольного набора GALANT. Наборы имеют покрытия из искусственных материалов, которые имитируют натуральную кожу. Среди них: «гладкая кожа», «глянцевая кожа», «крокодиловая кожа», «змеиная кожа», «глянцевая крокодиловая кожа».

Новые наборы разнообразны по

составу и включают в себя от шести до восьми предметов. Например, настольные наборы GALANT «Casablanca» имеют покрытие из гладкого искусственного материала, имитирующего кожу крокодила. Представлены наборы в черном и коричневом цветах.

Отличным подарком для женщиныруководителя станет настольный набор GALANT «Anaconda». Набор эксклюзивного дизайна с покрытием из красного искусственного материала, имитирующего змеиную кожу. В набор входит 8 предметов.

Теперь у Вас есть возможность предложить своим клиентам красивые, солидные и, что немаловажно, функциональные настольные наборы, которые придутся по душе широкому кругу покупателей.



Портмоне GALANT — необходимые аксессуары для деловых людей



Стильное портмоне является необходимым аксессуаром любого мужчины. В ассортименте группы компаний «Самсон» появились качественные и недорогие портмоне GALANT с покрытием из искусственной кожи. Портмоне GALANT — это не только стильные, но и функциональные аксессуары, которые будут просто незаменимы в поездках и в повседневной жизни. Они отличаются оригинальным дизайном, подойдут для энергичных деловых людей.

Портмоне для банковских и дисконтных карт — это изделия с фактурой гладкой кожи и с фактурой «змеиная кожа». Также отлично подойдут для хранения визиток и документов.

- Размер: 2х9х12 см.
- 4 отделения.
- Застежка на кнопке.
- Цвет темно-коричневый и черный.

Портмоне для билетов и документов GALANT отлично подойдут для людей, которые часто путешествуют. Изделие имеет 7 отделений, в которых свободно разместятся паспорт, авиа- и железнодорожные билеты, проездные документы.



Папки-конверты на кнопке BRAUBERG

Папки-конверты на кнопке — это незаменимый товар для любого офисного работника. Они чрезвычайно удобны для хранения и перевозки документов различного формата. Именно поэтому группа компаний «Самсон» расширила свой ассортимент практичными папкамиконвертами на кнопке BRAUBERG.

Среди новинок — папки-конверты форматов АЗ, А5, а также папки, имеющие размер 250х135, которые отлично подойдут для хранения чеков, билетов и других документов.

Папки-конверты изготовлены из плотного прозрачного пластика толщиной от 0,15 до 0,18 мм, что гарантирует долгий срок эксплуатации, и имеют удобную защелку-кнопку. В ассортименте представлены папки разных цветов.

Папки-конверты BRAUBERG — это популярные товары, которые благодаря разнообразию форматов и цветов позволят удовлетворить потребности любого клиента.



Чехлы-обложки MELKCO для телефонов и планшетных компьютеров **Б**САМСОН)

Группа компаний «Самсон» представляет новинки ассортимента товары торговой марки MELKCO. Мы предлагаем чехлы-обложки для телефонов и планшетных компьютеров, которые приносят совершенно новый тренд на мировую арену кожаных чехлов.

Чехлы-обложки MELKCO — это прекрасное качество и легкость в использовании. Крепкий каркас и продуманный дизайн позволяют чехлу плотно держаться на корпусе устройства, почти не увеличивая его в размерах. Благодаря вырезанным отверстиям для кнопок, разъемам

и камерам пользователь получает полный доступ ко всем функциям устройства. Крышка чехла-обложки отлично защищает экран телефона или планшетного компьютера. Надежная и удобная застежка легко открывается и закрывается.

В нашем ассортименте представлены чехлы-обложки для iPhone 4/4S/5, HTC Desire C/X/V, HTC One V, Nokia Lumia 710, Galaxy S/S2/S3, ΠΚ iPad mini, ПК iPad 3 и других мобильных телефонов и планшетных компьютеров.

- Материал натуральная кожа.
- Упаковка с европодвесом.



Впервые шариковые ручки TM Hatber!



Компания «ХАТБЕР-М» представляет ассортиментную новинку сезона — автоматические шариковые ручки TM Hatber.

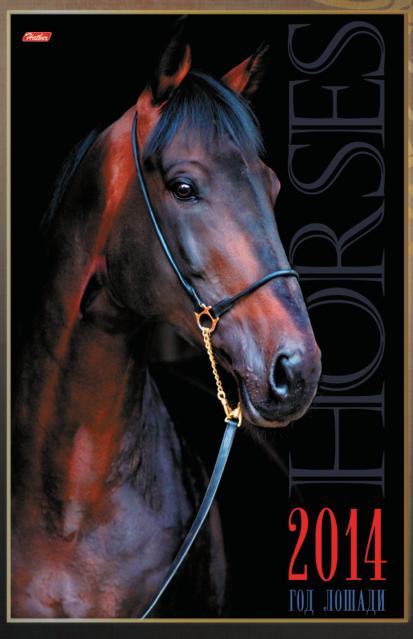
Ручки созданы для комфортного письма и разработаны в современных дизайнах: стильные и яркие. Новинки эргономично располагаются в руке за счет оптимальной толщины корпуса, а разноплановые рисунки на корпусе не оставят равнодушными как детскую аудиторию, так и взрослую. Кнопочный механизм подачи стержня очень удобен в использовании, диаметр пишущего узла — 0,7 мм, цвет чернил — синий.

Ручки поставляются в дисплее, который может служить минивитриной. Удобные картонные дисплеи выполнены в едином стиле с ручками. В каждой коробке по шесть видов дизайнов. Новинки представлены в следующих сериях: «Африка», «Яркая Фантазия», «Цветы», «FRESH».

Новинки письменных принадлежностей TM Hatber — яркие дизайны и комфорт вашего письма!













КАЖДЫЙ ДЕНЬ – ЯРКАЯ ДАТА!

WWW.HATBER.RU



Пластиковая папка фактура, цвет и... эмоции!

О пластиковых папках было уже сказано немало. Этот рынок отличается высокой конкуренцией и поэтому постоянно привлекает к себе интерес. Папки из жесткого и мягкого пластика — большая товарная группа в ассортименте каждого оператора, работающего на канцелярском рынке.

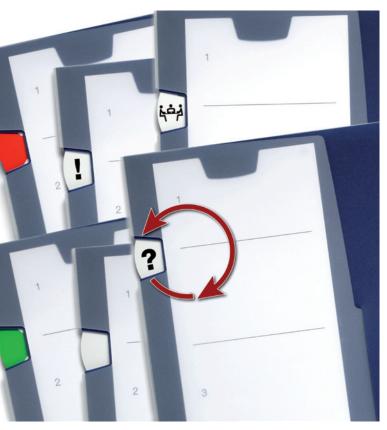
В сегодняшнем материале мы поговорим о возможностях увеличения объема продаж пластиковых папок. Эксперты журнала «Канцелярия» поделились с нами личным опытом успешных продаж изделий из жесткого и мягкого пластика в разных каналах сбыта, рассказали о критериях, которыми руководствуются потребители при выборе данных товаров и вариантах эффективного продвижения продукции.



Прежде чем говорить о стратегии продвижения продукции на рынке папок из жесткого и мягкого пластика, стоит провести хотя бы краткий текущий анализ ситуации в этом сегменте. Обстановка, исходя из калейдоскопа мнений экспертов товарного обзора, выглядит несколько неоднозначной.

Специалисты компании «Группа Товарищей» уверены: несмотря на то, что рынок пластиковых папок «насыщен предложением, в то же время он характеризуется «стабильным спросом». В «ПроБюро» отмечают ощутимый рост сегмента мягкого и жесткого пластика за последние 5 лет. В первую очередь это связано с тем, что «такого рода товары стали использоваться не только для хранения документов в офисах, но и в образовательных учреждениях, повседневной жизни». Технологии производства усовершенствуются с каждым годом, появляется все больше возможностей разнообразить продукцию — нестандартные фактуры, новые формы и многое другое. Нанесение оригинального рисунка и добавление «неожиданной фурнитуры» дополнительно привлекает конечных потребителей и за счет этого формирует в перспективе устойчивый спрос на изделия из пластика.

Изучая рынок жесткого и мягкого пластика за несколько прошедших лет, скажем, что рассматриваемый период приходится на экономический кризис 2008-2009 года, когда ситуация в сегменте складывалась непросто. В компании «Авале» отмечают спад потребительского спроса и платежеспособности населения в этот отрезок времени. И только во второй половине 2009 года, когда обстановка



несколько стабилизировалась, появилась тенденция к «постепенному выравниванию экономики». В последующие годы объем потребления товаров из жесткого и мягкого пластика стал стабильно увеличиваться во всех каналах сбыта. Так что говорить объективно о положительной динамике роста на рынке пластиковых папок можно только в рамках послекризисного периода.

В І.Т.І. отмечают явный факт снижения прибыли на разные позиции пластиковых папок за последнее время. Александра Елисова, продактменеджер компании I.T.I., pacсказывает: «Соперничество на рынке пластиковых папок очень высоко, и некоторые игроки предлагают эту продукцию по намеренно заниженным ценам, чтобы «догрузить» своих клиентов другими товарными позициями. Демпинг касается главным образом папок-файлов. Участники сегмента, не имеющие своих производственных мощностей, вынуждены снижать уровень наценки до минимума или вообще продавать эту продукцию с нулевой прибылью, чтобы хоть как-то удержать свою долю пластика на рынке, что делает конкуренцию крайне нездоровой».

Заметную роль играют и другие факторы. Лев Вольфсон, руководитель отдела оптовых продаж компании «ПЕТРОПЕН Плюс», утверждает, что основные причины снижения прибыли с продаж пластиковых папок — рост объема производства на территории РФ и снижение покупательских требований к качеству продукции. По словам Анны Кулаковой, менеджера по маркетингу компании DURABLE, текущая регрессия в этом сегменте связана в том числе и с активным внедрением в России системы электронного документооборота. По мнению Светланы Токмаковой, менеджера отдела маркетинга компании «Авале», основной сложностью при реализации папок из жесткого и мягкого пластика является большая конкуренция в данном сегменте среди производителей и импортеров. Дополнительную напряженность вызывает наличие большого числа товаров-аналогов в одном ценовом диапазоне, с практически одинаковыми потребительскими характеристиками.

Специалисты группы компаний «Самсон» уверены, что динамика является положительной и значительно увеличить продажи пластиковых папок можно за счет оптимизации ассортимента. Олег Быков, старший маркетолог по развитию ассортимента группы компаний «Самсон», рассказывает: «Мы наблюдаем ежегодный рост продаж папок из пластика порядка 13-15%. В условиях наполненности номенклатуры этой категории и высокой конкуренции данную цифру можно назвать более чем удовлетворитель-



Оптимизация ассортимента подразумевает замену привычных «стандартных» позиций на интересные новинки с использованием необычных материалов, цветов, фактур и спецэффектов (лак и печать).

Так что различные возможности увеличить торговый оборот своей компании существуют всегда, даже в таком высококонкурентном сегменте рынка товаров для офиса, как папки из жесткого и мягкого пластика.

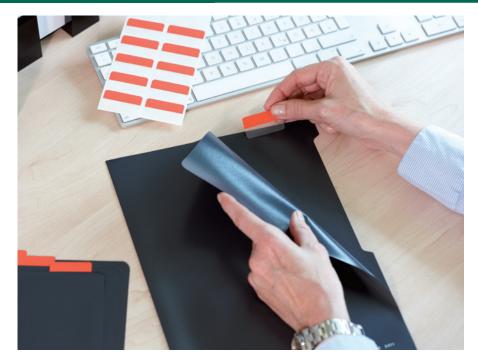
Бренды и ценовые сегменты

Как уже упоминалось выше, российские производители пластиковых папок все больше укрепляют свои позиции. Лидерами можно назвать «Балтик СТМ», «Бюрократ» и «Канцфайл». Собственное производство на территории РФ имеют также «Про-Бюро», «Антураж», «Облкультторг»,

«МАМ ТД», «Фабрика пластиковых изделий», «Пластик М» и ООО «Обской ППК». Иностранные производители, давно зарекомендовавшие себя и свою продукцию на российском рынке. — это ACCO brands, DURABLE, Esselte, Herlitz и др.

Бренды премиум-сегмента — это Esselte, Leitz, DURABLE, Herlitz, Rexel, Shuter, Comix. Также к этому сегменту относятся серии Discovery, Delta, Favorite от Silwerhof. Продукция премиум-сегмента, по словам Александры Елисовой, отличается высококачественными материалами и фурнитурой, часто использованием пластика повышенной плотности с различными эффектами, оригинальным современным дизайном, изысканными цветами и неординарными технологическими решениями. Также производители премиум-продукции стараются применять новейшие тех-





нологии обработки сырья, позволяющие снизить негативное воздействие на окружающую среду.

Обширный средний ценовой сегмент занимают собственные торговые марки российских компаний, отечественного происхождения и производства стран Юго-Восточной Азии: Brauberg, Silwerhof, Buro, ErichKrause, Attache, Berlingo, Bantex, Sponsor, Index и др. Папки этой группы изготавливаются из достаточно качественных материалов, преимущественно классического дизайна. Отдельные коллекции могут выделяться интересными цветовыми сочетаниями.

Продукция эконом-класса характеризуется низкой ценой на товар, которая объясняется использованием вторичного сырья в производстве изделий и малой толщиной пластика. По мнению Олега Быкова, в ассортиментном ряду многих торговых марок есть бюджетные линейки, привлекательные для клиентов своей низкой стоимостью, и их также можно отнести к данной категории.

Если рассматривать рынок в целом, то средний сегмент включает наибольшую долю — примерно 72-75% всей продукции, 15-18% приходится на категорию «эконом», 7-10% занимает премиум-сегмент.

Популярность товаров среднего ценового сегмента обусловлена предпочтениями потребителей, которые стараются приобретать изделия достойного качества по доступной цене. Большинство экспертов полагают, что между пластиковыми папками разных торговых марок здесь нет принципиальных и существенных различий. В основном на рынке представлены папки стандартных дизайнов и классических цветов.

Второе место занимают папки эконом-класса благодаря низкой стоимости продукции.

Малая доля премиум-сегмента объясняется тем, что немногие компании готовы вкладывать деньги в дорогие папки необычных форм и фактур. Но работа с товаром высокой ценовой категории имеет свои преимущества. По мнению Натальи Матвеевой, директора по продажам компании «Группа Товарищей», премиум-сегмент отличается максимальной стабильностью, так как имеет своего постоянного покупателя.

Узнаваемое имя и каналы сбыта

При выборе товара главными критериями для российского потребителя в розничном канале сбыта по-прежнему остаются стоимость товара и качественные характеристики изделия, на название бренда среднестатистический покупатель обращает внимание в последнюю очередь. «Сегодня сложно говорить о высокой лояльности к той или иной торговой марке пластиковых папок, — рассуждает Лев Вольфсон. — Известность бренда и его атрибуты ценности традиционно на многих рынках являются своеобразной гарантией спроса, чего пока нельзя сказать о сегменте жесткого и мягкого пластика». «Российский покупатель выбирает не бренд, а товар, — утверждает Наталья Матеева. — И чаще всего руководствуется принципом нравится/не нравится, устраивает/не устраивает, ориентируясь на цену». Светлана Токмакова присоединяется: «Розничные покупатели пластиковых папок и других товаров данной товарной группы в большей массе не ориентируются в брендах».

Корпоративный покупатель при закупке, безусловно, обращает внимание на бренд продукции. Известная торговая марка в большей степени является залогом качественной продукции, если это европейская или азиатская торговая марка с мировым именем. В компании DURABLE уверены, что на товары известных брендов всегда найдется свой покупатель. А объем продаж может зависеть от многих факторов - размеров компании-клиента, целей закупки, объема выделенного бюджета на данную категорию и пр.

С другой стороны, продвинутые клиенты знают, что зачастую товары под разными торговыми марками производятся на одной и той же фабрике, и продукция под более узнаваемым именем может ничем не отличаться от менее известной. В этом случае при выборе бренда ключевую роль опятьтаки играет стоимость товара.

Говоря о соотношении пластиковых папок разных ценовых сегментов в целом по России, Александра Елисова описывает ситуацию следующим образом: «Производители пластиковых папок в основном ориентируются на корпоративный сегмент, поэтому по объемам производства на первое место выходит





БЕЗ РУК

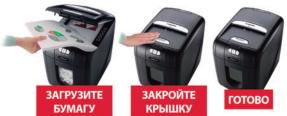
Автоматическое уничтожение документов

ПОБЕДИТЕЛЬ КОНКУРСА ЕОРА 2013 «НОВАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ГОДА»



Шредер Auto+ уничтожает до 100 листов за одну загрузку. Загрузите документ, закройте крышку и можете заниматься своими делами. Шредер начнет

WINNER



Независимые тесты подтвердили эти великолепные результаты экономии времени!

BPE	ИЯ УНИЧТОЖЕ	НИЯ БУМАГИ (Л	лин)
	Шредер с ручной загрузкой	Шредер REXEL с автоподачей	Экономия времени
100 листов	03:28	00:07	97%



Чтобы получить более подробную информацию, посетите сайт www.accobrandspartner.com. Максимальная экономия при использовании Auto+ 100 по сравнению со шредерами с обычной подачей в той же ценовой категории. Независимые испытания, проведенные Intertek Testing & Certification Ltd, июнь 2012 г.



Юлия Коротаева («ПроБюро»)



Олег Быков («Самсон»)



Наталья Матвеева («Группа Товарищей»)



Александра Елисова (I.T.I.)



Анна Кулакова (DURABLE)

продукция эконом-класса. Доля пластика «премиум» незначительна. Такие папки пользуются спросом главным образом в розничных торговых точках городов с платежеспособным населением».

В продажах изделий из жесткого и мягкого пластика важное значение имеют все каналы сбыта. По словам Светланы Токмаковой. одним из основных каналов являются корпоративные каталоги, так как пластиковая продукция в определенной мере создавалась как раз для хранения документов в офисах и на предприятиях. Оптовая торговля позволяет охватывать регионы, в которых не всегда есть возможность создать полноценный канал сбыта самостоятельно. Традиционная розничная торговля показывает общую динамику рынка и потребительские предпочтения, дает возможность тестировать новые и интересные позиции, и при этом в короткие сроки получать отклик по результатам продаж той или иной позиции. Сейчас активно развивается еще один канал сбыта — это интернет-магазины, особенно активные в крупных городах.

Основную прибыль дистрибьюторам и реселлерам приносят оптовые продажи папок под собственными торговыми марками. За счет величины торговой наценки можно получить достойную прибыль, даже несмотря на сравнительно небольшой объем продаж. При этом страна изготовления продукции не имеет никакого значения. Олег Быков рассказывает: «Залог успеха продукции под собственными торговыми марками - качество и приемлемая цена. Например, в группе компаний «Самсон» основной объем торгового оборота составляют изделия Brauberg. Папки европейских брендов выступают в качестве дополнения к базовому ассортименту и призваны удовлетворить потребности взыскательных клиентов».



Светлана Токмакова («Авале»)

«Модные» тенденции

С большой долей уверенности можно утверждать, что на российском рынке формируется мода на офисный пластик. Безусловно, в приоритете пока остается консервативный стиль в черных и синих цветах и стандартных формах, но все большую популярность приобретают товары в разных цветовых оттенках, с тиснением или принтом - ежегодно появляется новая серия папок или усовершенствуется уже существующая. Лидеры на рынке данной товарной группы показывают тенденцию к индивидуализации рабочего места в офисе, стремятся путем создания ярких и функционально усовершенствованных товаров сделать работу в офисе комфортной и приятной.

Как поясняет Светлана Токмакова, все вышеперечисленное в большей степени относится к европейским и азиатским производителям. В России производить широкую линейку и периодически обновлять ее довольно сложно, так как требуются серьезные затраты на работу технологов и дизайнеров, а также перестройку оборудования. Тем не менее, сейчас на рынке можно найти все больше папок с уникальным внешним видом. Безусловно, цвет, фактура и дизайн не являются самыми важными факторами при выборе пластиковых папок, но при этом позволяют потребителю проявить свою личность и отражают имиджевую составляющую.

Юлия Коротаева, продактменеджер компании «ПроБюро», уверена, что в наше время есть мода на все, в том числе и на офисный пластик. «Уже давно прошли те времена, когда для производства папок использовались только три основных цвета черный, синий и красный. В настоящий момент на рынке представлены изделия чуть ли не всей палитры оттенков». При этом новинки у многих компаний появляются достаточно часто одного раза в 2-3 года и до нескольких раз в год. В DURABLE дополняют, что, несмотря на частое обновление ассортимента, новинки представляют собой скорее свежие цветовые решения, нежели радикальные изменения дизайна, формы или типа крепления.

Наталья Матвеева высказывает свою точку зрения: «Безусловно, мы можем говорить о моде на канцтовары. Сегодня, например, во всем мире популярна концепция цветного офиса. Считается, что яркие канцтовары помогают создавать в офисе позитивную рабочую атмосферу и даже положительно влияют на рабочий процесс. Ко-



Лев Вольфсон («ПЕТРОПЕН Плюс»)

нечно, в ассортименте любого продавца канцтоваров основное место отведено офисной классике, выполненной в сдержанных цветах, традиционных для рабочего пространства. Однако все больше производителей выпускают цветные коллекции, включающие в том числе пластиковые папки. Покупатель встречает такие канцтовары очень тепло. Яркие примеры таких коллекций — Colourplay от INDEX, Omega от Panta Plast, Fresh Colour or Herlitz».

Компания І.Т.І. также старается ежегодно предлагать интересные креативные новинки и строить свой портфель таким образом, чтобы не только следовать моде, но и формировать ee. Основу ассортимента Silwerhof составляют папки классического дизайна и необычные решения для креативных потребителей. Эта торговая марка учитывает стремление некоторых покупателей обратить на себя внимание, дает возможность выбрать папку под настроение и сделать ее более заметной среди привычных офисных принадлежностей. Коллекции Discovery и Delta изготовлены из высококачественного пластика с применением добавок, повышающих устойчивость к царапинам. Серии отличают оригинальные дизайнерские решения и необычные цвета: гранатовый, лазурный, пепельный, оливковый — в коллекции Delta; бирюзовый, зеленый, цвет «охры» и цвет «фуксии» — в серии Discovery. В коллекции Favorite используются различные оригинальные комбинации материалов — PVCкожи, нейлона и PU-кожи.

Многие клиенты группы компаний «Самсон» делают выбор в пользу ярких, броских, дизайнерских изделий. отличающихся от «стандартных офисных». В продукции, предназначенной для хранения документов, немаловажным является и оригинальное оформление изделия — цветной стикер, вкладыш и т. п. Что касается изделий, предназначенных для транспортировки документов, например, папок на резинках, то помимо классических сдержанных цветов. все большую популярность набирают позиции из яркого, тонированного пластика с различной фактурой и дополнительными эффектами, например, цветной печатью. Такие товары позволяют не только выделить потребителя из общей массы и подчеркнуть его индивидуальный стиль, но «сами себя продают», позволяя избежать прямой конкуренции с похожими позициями классических оттенков. Выбор среди презентационных папок может зависеть от цвета, считающегося корпоративным для той или иной компании.

Лев Вольфсон высказывает аналогичное мнение: «В настоящее время особой популярностью у потребителя пользуется цветной мягкий пластик. Немецкий концерн Herlitz



PBS AG, к примеру, выпускает серию пластиковых папок easy orga в 8-ми цветовых гаммах, easy orga green в 3-х оттенках, предоставляя широчайший выбор своим клиентам. Помимо ярких однотонных папок в ассортименте папок easy orga от Herlitz появилось сразу несколько дизайнсерий: City Trips, Fruit, Ladylike, Move It, Smiley».

Жесткий и мягкий пластик

Папки из жесткого и мягкого пластика — одна из наиболее значительных товарных групп в ассортименте любой компании. Оценить в среднем по рынку долю пластиковых папок в разрезе типичной канцелярской компании не представляется возможным. В зависимости от широты ассортимента эта товарная группа может занимать долю от 5% до 70-80%, к тому же находится в постоянной динамике. Среди всех папок соотношение жесткого и мягкого

пластика может составлять в среднем 50-76% к 24-50%.

Папки из жесткого пластика предназначены для хранения, организации, систематизации и транспортировки большого объема документации, сохраняя бумагу от сгибов, переломов и деформации. Они различаются по форме и механизму закрытия — с пружинным скоросшивателем, с кольцами (2 или 4), с прижимом, вкладышами (на 10, 20, 30, 40, 60, 80, 100 файлов), на резинках, клип-борды, с отделениями и папки-портфели. Отдельную категорию составляют презентационные папки, куда входят также папкиадресные, папки-карманы и папки для кафе и ресторанов.

Основное назначение продукции из мягкого пластика — организация документооборота в офисах, систематизация и хранение документов, раздаточный материал на прессконференциях и докладах, защита от пыли, грязи, влаги и транспортиров-





ка небольшого количества документов. К папкам из мягкого пластика относятся папки-уголки, на веревке, с перфорацией, папки-конверты разных форматов на молнии и кнопке, файлы и скоросшиватели с перфорацией и без нее.

Материалы и инновационные решения

Качество папки определяется толщиной, видом пластика, надежностью металлической фурнитуры и безупречной работой механизмов. Качественный пластик достаточно упруг, не оставляет заломов, а также устойчив к перемене температурных условий. Поверхность хорошей папки гладкая, без цветовых неровностей, «заусенцев» и зазубрин, изделие не имеет резкого химического запаха.

Во всех видах изделий исходный материал (первичный или вторичный пластик) определяет основные показатели качества готовой продукции — износостойкость и прочность. Александра Елисова поясняет: «Сложности возникают при производстве папок из вторичного сырья. Особенности технологического процесса таковы, что на протяжении одного производственного цикла сложно добиться одинакового оттенка в рамках одного цвета и одного вида папок».

Полипропилен считается более качественным и экологически безопасным материалом, полностью пригодным для вторичной переработки. Он не вреден для окружающей среды, так как при производстве не выделяет ядовитых веществ. Полипропилен используется преимущественно для производства продукции премиального сегмента, ПВХ распространен в среднем и эконом-сегменте.

Немаловажное значение имеют и специальные добавки, входящие в состав первичного сырья. Например, при изготовлении продукции могут использоваться дополнительные ин-

гредиенты, повышающие устойчивость поверхности изделия к царапинам, антистатический ингредиент (при его применении документы, хранящиеся в папках, и материал, из которого изготовлены файлы, не электризуются), ингредиент морозостойкости (предотвращает поломки продукции при низких температурах), анти-отражательный ингредиент (исключает возможность появления бликов при попадании света и позволяет делать копии, не вынимая документы из файлов).

Для изделий из жесткого пластика важным параметром, кроме прочности крепления аксессуаров (прижима или колец), является толщина изделия. Например, для папки с 10 вкладышами достаточной является 0,5-0,6 мм, для 100 вкладышей – 0,9-1 мм. Срок жизни изделий из жесткого пластика может составлять несколько лет.

В папках из мягкого пластиприоритетными параметрами, определяющими качество, являются надежность спайки швов, непосредственным образом влияющая на срок жизни изделия и его способность сохранять форму под весом на протяжении длительного времени. Толщина качественной папки составляет не менее 150 мкр. У изделий из мягкого пластика более короткий срок эксплуатации — от нескольких недель до года, в зависимости от интенсивности использования.

Каждая компания делает ставку на особые свойства своей продукции.

В изделиях Сотіх прочное соединение обложки и файлов достигается за счет специальной технологии лазерной сварки.

Папки компании «ПроБюро» отличаются многофункциональностью за счет наличия в папках кармашков (как внутренних, так и внешних), сменного корешка, дополнительных зажимов и отделений.

DURABLE — единственная компания на рынке, которая предлагает клиентам пятилетнюю гарантию на пластиковые папки с металлическим клипом. DURABLE является родоначальником данной категории. В 1959 году компания запатентовала первую папку с клипом из прижимной стали с «функцией памяти» под названием DURACLIP®. Другое интересное решение — папка-«антистресс» SWINGLIP со знакомым функционалом. Ребристая поверхность клипа способствует успокоению — во время презентации можно не ломать в руках скрепки. Новая серия папок Office Coach помогает секретарям и делопроизводителям соблюдать порядок в документах, легко ориентироваться в больших архивах и обеспечивать отличную координацию между отделами внутри офиса.

Компания І.Т.І. ориентируется на самые последние технологические









RRAND



Ремонт? Переезд? Уборка?

- 1. Используй упаковочную ленту торговой марки Scotch®
- 2. Сделай интересное фото или видео об этом и размести в сообществе Scotch®- vk.com/3m_scotch

И ВЫИГРЫВАЙ

ЕЖЕНЕДЕЛЬНЫЕ призы

СУПЕР-ПРИЗ

ЕЖЕМЕСЯЧНЫЕ призы



100.000 P Ha Pemonn!



Смартфон

+ Годовой набор продукции Scotch®







достижения в производстве пластика. Например, в новой серии Favorite от Silwerhof используется PU-кожа, или искусственная кожа нового поколения — гипоаллергенный и экологически чистый материал. Благодаря своим уникальным свойствам кожа PU не имеет запаха, не перегревается в жару, не выгорает на солнце, не коробится в мороз, стойка в эксплуатации — легко чистится, не трескается и не растягивается.

Достоинство жестких и мягких пластиковых папок из ассортимента группы компаний «Самсон» — разнообразие качественной продукции по справедливой цене. В серии «Energy» представлены изделия из утолщенного пластика, цвета в упаковке — ассорти неон: лимонный, салатовый, голубой и розовый. Коллекция «Income» выделяется тонированным пластиком с устойчивой к царапинам фактурой «диагональ», оттенки — бирюзовый, синий, фиолетовый. Серия «Диагональ» — это папки из прозрачного пластика с рельефной фактурой и контрастными молниями красного, желтого, синего и зеленого цветов. Папки-портфели «Metallic» отличаются изысканным внешним видом и стильным черным обрамлением внутренних отделений. К новому сезону ассортимент значительно расширится, что удовлетворит потребности даже самых взыскательных клиентов: появятся папки из полипропилена (только из первичного сырья), устойчивые к низким температурам, модных сочных цветов, с отделкой из ткани.

Офис и школа

Если недавно папки из пластика считались прерогативой офисов, то сегодня категории офисной и школьной продукции начинают пересекаться. Постепенно школьники и студенты становятся непосредственными потребителями такого рода продукта. Например, торговая марка Сотіх предлагает для учащихся серию пластиковых папок «Traveling Around the World», в которую включены папки на кольцах, папки

с файлами, с прижимным механизмом, папка-конверт на кнопке, папка на резинке и папка-уголок. Коллекция отражает историю путешествий белого медвежонка вокруг света, представляя наиболее узнаваемые страны и достопримечательности.

«В России культура использования папок в школах не так распространена, как в Европе, — рассказывает Анна Кулакова. — Сегмент «офисных» папок гораздо шире. В ассортименте DURABLE к школьному сегменту можно отнести яркие папки DURACLIP®, SWINGCLIP и SWINGCLIP COLOR. Но тетради, которые прииспользовать российские выкли школьники, отличаются от европейских по формату и толщине, в России отсутствует культура использования тетрадей-блоков. Европейские школьники пользуются одной большой тетрадью с перфорированными листами. В дальнейшем из нее удаляют листы с конспектами и раскладывают по предметным папкам».

Лев Вольфсон утверждает, что на долю пластиковых папок для офиса приходится около 90% всего рынка. Дело в том, что российские школьники, в отличие от западных, практически не используют в процессе учебы

тетради формата А4. Типичный формат школьной тетради в России — А5. Таким образом, работа с офисными документами предполагает более активное использование папок именно А4 формата. Наибольшим спросом среди школьников, по данным компании «ПЕТРОПЕН плюс», пользуются вкладыши с перфорацией, скоросшиватели и папки демонстрационные на 20 и 40 карманов.

Александра Елисова также убеждена, что существенную часть ассортимента пластиковых папок занимает офисная продукция. Доля товаров для школы в данном сегменте незначительна, хотя на рынке постепенно появляются интересные изделия. В этом школьном сезоне Silwerhof представляет новинки детского пластика - папки с яркой полноцветной печатью: папки-конверты на кнопке, папки-уголки, папки на молнии.

Светлана Токмакова дополняет: «Разделение на офисный и школьный ассортимент, безусловно, прослеживается. Офисные потребители при выборе обращают большое внимание на функциональность и стоимость товара, школьники же в первую очередь смотрят на привлекательный внешний вид изделий».

Компания «Группа Товарищей» предлагает школьные коллекции канцтоваров, выпущенные под лицензионными марками. В них включены различные папки для тетрадей и для труда — на липучке и на молнии. Учащиеся школ и вузов пользуются также пластиковыми портфелями, файлами, папками-конвертами и папкамискоросшивателями

Результаты продаж группы компаний «Самсон» показывают, что наиболее популярными позициями у школьников являются папки для труда и тетрадей форматов А4 и А5, отечественного и импортного производства. Причем раскупаются в одинаковой мере как изделия нейтральных оттенков, так и яркие дизайнерские решения, с использованием цветной печати, для мальчиков и девочек.





ErichKrause®

важна каждая мелочь



KEHIMIHIHI

Наши цены на вентиляторы гарантия Ваших доходов в сезон!





Переходи на новый уровень!



Мехника хорошего настроения!



арт. 451033 **SONNEN "Office Fan"** d=40 см, 45 Вт, 3 скоростных режима

Цена: 359 руб.



арт. 451122 **SUPRA VS-1601** d=40 см, 45 Вт, 3 скоростных режима

Цена: 531 руб.



арт. 451119 SCARLETT SC-1176 d=40 см, 45 Вт, 3 скоростных режима

Цена: 555 руб.



арт. 451126 SUPRA VS-1201 d=30 см, 30 Вт, 3 скоростных режима

Цена: 531 руб.



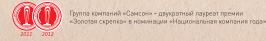
АКЦИЯ! С 01.07.2013 по 31.08.2013 участвуйте в акции

«Выгодная прохлада»! При единовременной закупке 20 вентиляторов любой марки -

> вентилятор SONNEN в подарок!



Регулярная доставка маршрутами по России.





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

Для мгновенного перехода с мобильного телефона на сайт www.samsonopt.ru/zakaz запустите программу для чтения QR-кода и наведите на него камеру.

Продвижение

На рынке канцелярских товаров залогом успешных продаж является правильное формирование ассортимента. Для такой категории товара, как папки из жесткого и мягкого пластика, этот пункт становится особенно важным. Необходимо учитывать как тренды сезона, так и функциональность: папки по своему предназначению должны удовлетворять различные нужды потребителей.

Наталья Матвеева говорит: «Все представленные позиции пластиковых папок из ассортимента компании «Группа Товарищей» пользуются спросом и находят своего покупателя. Вопрос только в том, что более дорогие папки из жесткого пластика имеют более длительный жизненный цикл, долго не теряют привлекательного внешнего вида, поэтому закупаются реже. Мягкий пластик — это расходный материал, который закупается чаще в силу более быстрой амортизации».

Олег Быков уверяет: «Нельзя назвать отдельные виды пластиковых папок морально устаревшими, все виды папок достаточно востребованы. Недостаток оборота жестких пластиковых папок по сравнению с мягкими компенсируется более высоким валовым доходом в абсолюте. «Базовую» часть ассортимента рекомендуется формировать из товаров более привычной нейтральной «офисной» расцветки. Около 10-15% можно отдать «нестандартным» в общем понимании позициям с яркими цветами, различной фактурой, с использованием цветной печати или УФ-лака».

Компания «Группа Товарищей» в продажах делает упор на сбалансированный ассортимент, включающий позиции во всех ценовых категориях, от премиального до эконом-сегмента. Рекомендации по выкладке товара такие же, как для всех канцтоваров: наглядность, системность, совместимость, разнообразие, доступность лля покупателя.

«ПроБюро» делает упор на самые приоритетные позиции — папки с вкладышами и скоросшиватели. В компании представлен весь ассор-



тимент папок с вкладышами, начиная от 10 вкладышей и заканчивая 100 вкладышами, во всех ценовых категориях. Юлия Коротаева полагает, что папки на кольцах и с прижимным механизмом продаются все хуже, что напрямую связано с возрастающей популярностью брошюровочных машин и фурнитурой для них.

Александра Елисова наблюдает четкую зависимость оборачиваемости позиций от канала сбыта — то. что хорошо продается в корпоративе, не всегда пользуется спросом в рознице, и наоборот. В целом стабильным спросом в сегменте жесткого пластика пользуются папки на 20 и 40 файлов, папки с прижимом, папки на резинке, папки с пружинным скоросшивателем. Безусловными лидерами продаж в категории «мягкий пластик» являются папки-файлы плотностью от 25 до 40 микрон.

«Ассортимент предлагаемых компанией пластиковых папок должен зависеть в первую очередь от используемых ею каналов сбыта, - объясняет Александра Елисова. — Если фирма работает преимущественно в корпоративном канале, то упор в продажах стоит сделать на скоросшиватели, уголки, папки-конверты на кнопке и папки-файлы. Что касается ценового сегмента, следует учесть, что корпоративные покупатели чаще выбирают недорогую продукцию невысокого качества. Розничные магазины стараются поддерживать полный ассортимент пластика. Формируя товарное предложение в сегменте b2c, важно делать акцент на продукцию с креативными дизайнами высокого качества».

В заключение можно привести слова Светланы Токмаковой, которая выделяет несколько основных рекомендаций по формированию ассортимента пластиковых папок.

Во-первых, наличие товара разных ценовых категорий, что позволяет учесть потребности всех групп населения, даже самых требовательных клиентов.

Во-вторых, широкий ассортимент, включающий максимально возможное количество папок, различающихся по целевому назначению.

В-третьих, в каждую серию пластиковых папок необходимо включать в среднем от 4 до 7 расцветок, что дает возможность дополнительного выбора потребителям.

В-четвертых, правильная выкладка товара. Оптимальный вариант — это презентация в вертикальном виде, что делает восприятие товара более естественным, позволяя привлечь внимание потребителей.

В целом, большинство экспертов дают оптимистичные прогнозы относительно развития сегмента пластиковых папок. Несмотря на растущий уровень технического прогресса и электронного документооборота, потребность в продукции для хранения и архивирования документов не уменьшается. Постепенно потребители отходят от стандартных «офисных» форм и расцветок. Решающим моментом при выборе товара становится эмоциональная составляющая. Будущее остается за многофункциональными изделиями из современных материалов с интересными дизайнами, яркими цветовыми решениями и декоративными эффектами. Главное для реселлера — уловить модные тенденции и максимально воплотить их в своем ассортименте.



Калькуляторы

парад моделей

Привычное «орудие» счета — калькулятор, если задуматься, является одним из самых гениальных достижений технического прогресса: с начала «эпохи калькуляторов» — 1874 года — и до сих пор этот небольшой помощник для расчетов применяется в совершенно разных сферах жизни и представлен как в портфеле школьника, так и на столе офисного работника. И вот уже на протяжении нескольких веков калькулятор не только не теряет актуальности, но и усиливает свои позиции. И вот почему.



Незаменимый однозадачник

В век информационных технологий простые и надежные «машинки для вычислений» по-прежнему пользуются стабильным спросом, несмотря на увеличивающееся количество электронных мобильных устройств, на которых можно произвести несложные математические вычисления.

С появлением и распространением компьютеров калькулятор как служебная программа вошел в состав каждой операционной системы. Но

программы-эмуляторы, реализованные в различных гаджетах, на практике оказались не слишком удобны для оперативного расчета, сильно уступая специализированным инструментам по функционалу.

В итоге самым удобным и быстрым способом вычислений осталось выполнение арифметических действий на калькуляторе. И опасения, что калькулятор Windows сможет заменить реальный прибор для вычислений, абсолютно не оправдались.

Калькуляторы как устройства от-

личаются продуманной эргономикой, узкой направленностью (карманные, бухгалтерские, инженерные, научные и т. д.) и наличием особых функций, упрощающих работу профессионалов, например, из финансово-экономической и банковской сфер. Основное преимущество калькуляторов перед компьютерами оперативность, готовность к работе сразу после нажатия клавиши «ON» и компактные размеры.

Как электронные книги никогда не вытеснят бумажные экземпляры, так и имеющиеся во всех электронных портативных устройствах специальные программы-калькуляторы не смогут стать полноценной заменой настоящим «электронным счетам».

Точный расчет с калькуляторами STAFF

Рынок калькуляторов можно назвать сформированным, сегодня на нем представлены различные торговые марки и модели, и, по мнению большинства экспертов, в перспективе динамичного развития и роста сегмента ожидать не приходится. В основном продажи делят между собой две категории товаров — «топовые» модели мировых брендов и различная продукция низкой ценовой категории. Потребительский же спрос ориентирован на удобные и надежные инструменты, удачно совмещающие в себе доступные цены, привлекательный дизайн и хорошие технические характеристики.



В сложившихся условиях оптимальным способом увеличения товарооборота оптовиков, розничных магазинов и корпоративного сектора является введение в ассортимент качественного товара с гарантией от проверенного поставщика. Именно к этой категории относится продукция торговой марки STAFF, официальным дистрибьютором которой на российском рынке является группа компаний «Самсон».

Калькуляторы STAFF по характеристикам ни в чем не уступают своим всемирно известным аналогам. Отсутствие в закупочной цепи многочисленных компаний-посредников позволяет обеспечить минимальный размер отпускной цены, что создаст лучшие условия для формирования наценки. В розничной торговле размер ценника на вычислительные устройства STAFF попадает под категорию той самой «золотой середины», обеспечивающей максимально возможный объем продаж.

Ассортимент STAFF включает более 50 самых разнообразных моделей настольные, инженерные и карманные. На все виды калькуляторов предоставляется 1 год гарантии. Точность подсчета, работоспособность и заявленные функции соответствуют мировым стандартам качества. Большинство моделей калькуляторов снабжены двойным питанием солнечными батареями и сменными элементами питания. Упаковка с европодвесом позволяет удобно размещать продукцию на стеллажах в магазинах самообслуживания.

Стабильный спрос на изделия в сегменте калькуляторов формируют не только функциональность, качество и привлекательная цена. Эксперты говорят, что на этом рынке одним из ключевых факторов успеха является узнаваемое имя бренда. Оригинальный внешний вид калькуляторов STAFF вызывает положительные ассоциации у конечных потребителей. Яркие модели с необычным дизайном привлекают к себе внимание и пользуются все большей популярностью в розничном сегменте. С уверенностью можно говорить о том, что сегодня бренд STAFF стал уже широко известен среди всех категорий российских покупателей.

На вкус и цвет

НАСТОЛЬНЫЕ калькуляторы являются флагманами продаж, поэтому должны составлять основу предложения любого продавца. Они эргономичны, удобны в использовании, имеют оптимально подобранный набор функций и соответствуют потребностям большинства пользователей.

Остановимся на нескольких самых популярных моделях от STAFF. Из последних новинок рекомендуется включить в ассортимент калькулято-



ры STF-444-12, STF-555 CORRECT ТАХ и STF-7712-GOLD.

В классической модели STF-444-12 двойное питание обеспечит долгую бесперебойную работу устройства. Калькулятор имеет двенадцать разрядов, две независимые памяти, возможность установки режимов округления и ограничения количества знаков после запятой, клавишу корректировки последнего знака и клавишу «Два нуля». Клавиши ввода цифр выделены серым цветом. Универсальные размеры — 199х153 мм - позволяют использовать счетное устройство на любом предприятии или в офисе.

Другая удачная модель от STAFF калькулятор STF-555 CORRECT TAX с лаконичным стильным дизайном в белом и черном цветах. Большой

дисплей и крупные клавиши очень удобны для выполнения повседневных арифметических действий. Калькулятор имеет функцию расчета налогов, возможность установки режимов округления и ограничения количества знаков после запятой, клавишу корректировки данных, клавишу «Два нуля» и переключатель округления и разрядности. Для максимального удобства пользователя клавиши, обозначающие ключевые функции, выполнены в оранжевом и зеленом цветах. Размер устройства 205х154 мм.

Изюминка калькулятора STF-7712-GOLD — необычный дизайн: металлический корпус золотистого оттенка выглядит стильно и дорого. Прибор имеет 12 разрядов и двойное питание - гальваническая батарея + свето-





чувствительный элемент. Изюминка модели — большой дисплей с регулируемым углом наклона. Устройство выполняет основные математические функции, а также функции «MU» и «GT», имеет клавишу корректировки последнего знака. Компактные размеры — 179х107 мм — и эргономичная форма позволяют использовать калькулятор вариативно, а не только как настольную модель.

Среди ИНЖЕНЕРНЫХ калькуляторов STAFF пальма первенства по результатам продаж принадлежит модели STF-245, имеющей 10 разрядов, в качестве питания используется гальваническая батарея. Устройство выполняет все основные статистические и тригонометрические вычисления. а также вычисления с комплексными числами и процентами — всего 128 функций. К калькулятору прилагается инструкция на русском языке. Жесткая защитная крышка предохраняет корпус от повреждений. Размеры — 120х70 мм.

Модель STF-165 имеет аналогичный функционал и питание. Сдвижной жесткий пластиковый футляр позволяет надежно защитить калькулятор

от любых механических воздействий и ударов. Размер — 143х78 мм.

Калькулятор STF-512 снабжен двухстрочным дисплеем, 10+2 разряда, и питается от гальванической батареи. Выполняет 242 функции, в том числе с возможностью вычислений по калькуляторы имеют двойное питание, за исключением моделей на шнурке.

Лидер продаж среди карманных калькуляторов — универсальная модель классического черного цвета STF-818 с двойным питанием. Устройство производит все основные математические действия, вычисления с памятью, а также действия с процентами. Мягкий футляр не только отлично защищает калькулятор, но и выглядит стильно. Размер — 102x62 мм.

Большой интерес у пользователей вызывают также калькуляторы с надежным металлическим корпусом. Контраст черного мягкого покрытия футляра со светлым металлом смотрится очень привлекательно. Модели STF-1008 и STF-930 отличаются удобными клавишами, мягкими футлярами-книжками и большими дисплеями. Размеры устройств 103x62 мм и 123x75 мм.

Завершают наш парад лучших моделей калькуляторы STF-6228 и STF-6238 с ярким дизайном, розового и зеленого цветов. Отличительные черты этих вычислительных устройств

Стабильно высокие продажи товара обеспечивает фирменное торговое оборудование для выкладки калькуляторов STAFF. До конца года получить его можно на выгодных условиях по акции «Для успешных продаж калькуляторов STAFF!» (подробные условия смотрите на сайте группы компаний «Самсон» www.samsonopt.ru в разделе «Наши предложения»). За единовременную покупку 250 калькуляторов клиенты гарантированно получают настольную витрину, за единовременную покупку 450 калькуляторов — напольную витрину.

заданной формуле. Модель укомплектована инструкцией на русском языке. Жесткий футляр гарантирует полную сохранность изделия. Размеры — 156х86 мм.

КАРМАННЫЕ калькуляторы STAFF представляют собой самые разные 8-ми разрядные модели — пластиковые с металлическим корпусом, ярких и классических оттенков, со шнурком, для расчетов в мобильных условиях, в футляре и без него. Все

– большие лисплеи и пластиковые футляры сочных тонов. Прозрачная блистер-упаковка подчеркивает все достоинства товара. Размеры 104х63мм.

Таким образом, возможностям для роста продаж и перспективной торговле на высококонкурентном рынке калькуляторов сопутствуют несколько основных факторов:

- 1. Работа с оригинальным товаром от крупных российских оптовых компаний.
- 2. Качество товара, подтверждаемое наличием гарантии производителя.
 - 3. Узнаваемое имя бренда.
 - 4. Широкий модельный ряд.
 - 5. Уникальный дизайн.
 - 6. Удобная универсальная упаковка.
- 7. Стимулирование продаж, грамотная выкладка с использованием фирменного торгового оборудования.

Всем перечисленным параметрам полностью соответствует продукция STAFF, представленная в ассортименте группы компаний «Самсон». Подробную информацию о настольных, инженерных и карманных калькуляторах и технических характеристиках конкретных моделей можно найти в каталогах группы компаний «Самсон» и на сайте www.samsonopt.ru.





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 «CAMCOH»

ЛАБОРАТОРИЯ MAPED ПРЕДСТАВЛЯЕТ

Заново ИЗОБРЕТЕНО Мареб



Сегодняшний рассказ посвящен такой популярной категории, как чертежные принадлежности в их самом актуальном и популярном на рынке разрезе – линейке, угольнику и транспортиру. Не технически точным принадлежностям, но используемым в школе или в офисе.

Упоминания о первой линейке, сделанной из слоновой кости, относятся к временам индской цивилизации (3300-1300 гг. до н.э.). Причем уже тогда она отличалась удивительной точностью. Например, экземпляр, найденный на территории древнего города Лотхал, имел деления около 1,6 мм.

Сегодняшний рассказ пойдет о линейке, треугольнике и транспортире (или их наборах).



Материал

В наше время линейки делают из более простых материалов — дерева, пластика или металла.

Дерево — обычно линейки изготовлены из твердолиственных пород дерева (например, бука). Их особенности — экологичность (если дерево не было обработано) и относительно невысокая стоимость. С другой стороны, они как правило, не обладают высокой точностью и прочностью, что особенно актуально в школе или при интенсивном использовании в офисе. На данный момент такая продукция в объеме продаж занимает менее 2% в штучном выражении.

Металл — сталь или алюминий. Стальные линейки делают тонкими. Из-за повышенной прочности их используют в первую очередь при оформительских работах (нож не режет и не повреждает сталь).

Алюминиевые линейки делают из профиля алюминия, они являются самыми жесткими из всех видов линеек. Отлично подходят для черчения, работы с документами (например, когда нужно разделить лист на две части).

Ппастик

Самые популярные, занимают не менее 95% в продажах в штучном выражении, в первую очередь по причине дешевизны. Основные достоинства пластика — легкость в обработке, ему можно придавать любые формы и рельефные особенности, а также играть цветами, наносить декоративные рисунки. Используемые материалы — чаще всего полистирол, потому линейки из такого материала являются хрупкими.











В последнее время линейки стали делать из пластика с добавлением пластификаторов, что позволяет придать им новые качества.

На рынке появились ударопрочные линейки, которые выдерживают сгибание на 90° и не раскалываются при ударах (серия Flex Maped), а также полностью гибкие линейки (серия Twist'n'Flex), которые можно завязать в узел и при этом не потерять в точности (конечно, говорить здесь о технической точности не приходится).

Еще одной новинкой является комбинирование жесткого пластика и мягкой резины (серия KidyGrip).

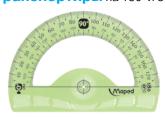
www.maped.com

Основные разновидности чертежных принадлежностей

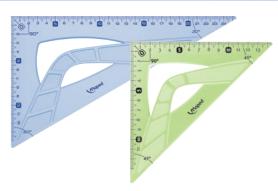
Линейки — односторонние и с держателем, обычно с двусторонней разметкой. Длина 15, 20, 25, 30, 40 и 50 см. Самые популярные — 20 и 30 см.

Угольники с гипотенузой 21 см и углами 45° или 30° и 60°, а также гипотенузой 26 см и углами 45° или 30° и 60°.

Транспортиры на 180° и 360°







Градуировка

Предназначение чертежных инструментов — мерить, потому точность и устойчивость разметки являются основными показателями качества чертежного инструмента. Существуют три основных способа выполнения разметки.

Гравировка шкалы с последующей закраской

Достаточно точная разметка, основной недостаток — краска быстро стирается.

Нанесение краски на поверхность, например, тампопечать

При таком способе разметка переносится с печатной формы. Основные недостатки такого способа — разметка быстро стирается, а также не всегда очень точна. Проблему решают новые технологии, как например, использование ультрафиолетовой краски, которая крайне устойчива к истиранию (скорее поцарапается пластик) и позволяет гарантировать исключительную четкость разметки. На всех линейках Мареd используется именно такой способ нанесения разметки.

Нанесение краски внутрь линейки

Технология, при которой разметка наносится на пластик, а затем сверху заливается еще одним слоем пластика.

Эргономика

Прошли времена, когда линейка сама по себе являлась ценностью. Сейчас много внимания уделяется удобству пользования.

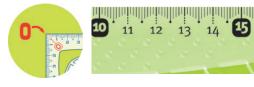
Разметка — для улучшения видимости используется прогрессивная градуировка, когда миллиметровая разметка идет на увеличение каждый миллиметр до 5 мм и на уменьшение после 5 мм. Также выделяют каждые 5 см.

На угольниках нулевая отметка находится в углу, что позволяет отмерять и чертить одновременно.

Еще на линейках присутствует специальный рельеф, который помогает двигать линейку по бумаге.

По краям линейки делают держатели-фиксаторы, которые помогают пальцами фиксировать линейку на бумаге.

Держатели в моделях с держателем делают максимально удобными для того, чтобы можно было сосредоточиться на черчении, а не удержании линейки в руках.











Интересные факты

На линейках с односторенней градуировкой встречается так называемый чистый край — на крае без разметки делают углубление в нижней части линейки. Это позволяет работать с чертежными инструментами на основе чернил и не мазать бумагу при передвижении линейки.

В угольниках тоже есть инновации. Например, Мареd сделал угольник, в котором совмещены углы 30°-60° с 45°. Последний внедрен в середину инструмента. Это позволяет резко сократить количество ассортиментных позиций в категории.

На рынке также предлагают чертежные инструменты для левшей — в них разметка начинается не слева, а справа.

Это скорее западная тема, но все больше товаров делают из переработанного пластика, так называемый «зеленый ассортимент». Линейки — не исключение.











Эта статья продолжает цикл материалов о наиболее перспективных моделях современных электронных устройств. В предыдущих номерах мы рассмотрели планшеты и ноутбуки с сенсорными дисплеями. На этот раз объектами нашего внимания стали смартфоны, сегмент которых в России в последнее время показывает хорошую динамику и характеризуется существенными изменениями, безусловно, интересными для игроков рынка товаров для работы и учебы.

Немного статистики

Эксперты и участники рынка единогласно отмечают, что сегмент смартфонов в России характеризуется стабильным и устойчивым ростом, который осуществляется в первую очередь за счет перехода существенной части потребителей с дорогих смартфонов на более простые модели. Если верить исследованиям, то порядка 90 процентов приложений и возможностей в дорогих моделях смартфонов используются пользователями не более 10 раз за все время владения устройством. При помощи смартфона чаще всего снимают фото и видео, а также отправляют текстовые сообщения. Интернет-серфинг — на втором месте. На последнем месте — использование игровых и навигационных возможностей устройств.

Безусловные лидеры сегмента на данный момент — Samsung и Apple.

Характерным явлением в последнее время является существенное увеличение доли так называемых марок второго эшелона — В-брендов. Такие компании как FLY и ZTE сегодня входят в число лидеров. Для отечественного рынка свойственен также рост количества торговых марок российских компаний, что объясняется желанием покупателя получить доступную альтернативу известным брендам.

Можно выделить бренды первого эшелона — A-бренды: Samsung, Sony, Nokia, HTC и новый для нашей страны бренд LENOVO, получивший известность в ноутбуках и с осени прошлого года предлагающий в России смартфоны; и В-бренды — ZTE, PRESTIGIO, RITMIX, TEXET, HUAWEI IN FLY.

При формировании ассортимента реселлеру следует обращать внимание на модели различных ценовых категорий. Основной вопрос — устройства с каким функционалом наиболее

востребованы на сегодняшний день. Разумеется, многое зависит от региона и платежеспособности потребителя. Но существуют определенные тенденции спроса на те или иные модели, о которых мы намерены рассказать далее. Стоит также особо подчеркнуть, что к продажам смартфонов следует подходить комплексно, не забывая об аксессуарах и учитывая сумму чека. Именно аксессуары в общей структуре продаж зачастую являются тем товаром, на котором можно сделать основной доход. Поэтому поставщик, способный сформировать для клиента комплексное предложение смартфон+аксессуар, наиболее ценен и предпочтителен.

Флагманы ассортимента

Предлагаем нашим читателям мини-обзор наиболее примечательных моделей смартфонов, способных занять достойное место в ассортименте любого реселлера. Мы рассмотрели несколько наиболее популярных сегодня марок смартфонов с точки зрения их новизны, качества и функционала и отобрали наиболее интересные модели для включения их в ассортимент.

SAMSUNG

Начнем с А-брендов: с нового флагмана от компании Samsung SAMSUNG 19500 Galaxy S4. Это правопреемник самого продаваемого смартфона линейки S3. Новинка имеет ряд преимуществ: весит на целых 3 грамма меньше своего предшественника — 130 граммов, ее корпус изготовлен не из пластика, а из поликарбоната — нового материала, модель оснащена большим экраном, чем у ее предшественников. На устройстве установлен экран Super AMOLED с диагональю 126 мм с широкими углами обзора. В SAMSUNG 19500 Galaxy S4 заложена возможность управления экраном, не снимая перчаток, а также перелистывания страниц взглядом — точнее наклоном гаджета. Он пристально следит за глазами пользователя и способен приостанавливать, к примеру, видео, когда владелец отвел взгляд в сторону. Устройство оснащено, пожалуй, лучшей в своем классе камерой с разрешением 13 Мпикс. Имеется также фронтальная камера для совершения видеозвонков, наушники и множество других, безусловно, полезных функций. Новинка, по крайней мере, не хуже своего предшественника линейки S3 и может с полным правом

Самые дорогие компоненты в смартфонах — дисплей и модуль памяти.

позиционироваться как его улучшенная версия. По прогнозам экспертов рынка смартфонов, эта модель должна стать одним из лидеров продаж в ближайшие годы. А тем, кто называет SAMSUNG 19500 Galaxy S4 «дешевым обмылком», предлагаем задуматься, поскольку цена производства модели составила 237 долларов. Для сравнения: стоимость производства iPhone 5 составила 205 долларов, а Lumia 900 - приблизительно 209 долларов.

SONY

SONY представила в 2013 году флагмана — SONY C6603 Xperia Z. Устройство отличается ультрасовременным привлекательным дизайном «из будущего»: первое, что бросается в глаза, - полное отсутствие какихлибо элементов корпуса и функционала на передней и на задней панели. Корпус изготовлен из пластика с глянцевым покрытием, что придает модели статус премиальности. Покрытие влаго- и пылезащитное. Но все



же основной причиной покупки этого смартфона является его 5-дюймовый дисплей с разрешением 1920х1080 точек. Не многие на рынке пока могут похвастать таким функционалом. Плотность точек дисплея обеспечивает отличную детализацию изображения. Экран с большим разрешением требует 4-ядерного процессора с частотой 1,5 ГГц, который отлично справляется со всеми возложенными на него задачами и не «тормозит». Несомненным преимуществом смартфона стала очень производительная платформа. К примеру, открытие веб-страниц здесь, пожалуй, одно из самых быстрых, среди устройств такого же класса. Если говорить о характеристиках камеры, у новой модели она 13 Мпикс с автофокусировкой и вспышкой. В смартфоне реализована возможность записи HD-видео и стереозвука, в процессе фотосъемки в режиме фото Burst можно делать неограниченное количество снимков, возможны также одновременная съемка видео и фото, автоматическое включение макро и ночного режима съемки в условиях недостаточной освещенности. Иными словами. компания Sony приложила максимум усилий для создания современного и функционального смартфона, который успешно составит конкуренцию лидерам рынка.

Другой моделью от SONY, которую рекомендуется иметь в ассортименте любому реселлеру, стала недорогая Sony Xperia E dual. Это отличный современный вариант с 2-мя SIMкартами. Смартфон средней ценовой категории, характеризующийся высоким качеством и отличным функционалом. Пластиковый корпус не пачкается, не скользит, его трудно поцарапать. Смену SIM-карт можно осуществлять, не разблокировав телефон, в модели реализовано удобное переключение с одной карты на другую. Особенного комплемента заслуживает очень «живучая» батарея,







которая без проблем может отработать 4-5 дней без подзарядки. Смартфон очень четко и достаточно громко передает речь собеседника — еще одно несомненное достоинство модели. Очевидно, что те, кто купил это устройство и столкнулся с некоторыми трудностями в его работе, явно поспешили с выводами.

HTC

HTC 8S — привлекательная модель для тех, кто предпочитает вместо Android операционную систему Windows 8. Дисплей — с диагональю 4 дюйма. Модель отличается очень быстрой работой браузера Internet Explorer, чего не увидишь в других смартфонах на Windows, плавной работой интерфейса. При этом интерфейс интуитивно понятен и доступен даже для не особенно продвинутых пользователей. Отдельного разговора заслуживает камера 5 Мпикс, которая выдает снимки очень достойного качества и имеет механическую кнопку,

Первый смартфон появился в 1992 году — это IBM Simon. Устройство продавали по баснословной цене — порядка 900 долларов. Смартфон позволял отправлять и получать факсы, обрабатывать электронную почту. Но самое интересное, что он имел полностью сенсорный экран — и это в начале 90-х годов прошлого века! Весил смартфон более 1 кг. Вследствие дорогой стоимости и больших габаритов модель широкой популярности не получила.

которую многие предпочитают вместо сенсорной. Смартфон отлично ловит и «держит» сеть. «Живучесть» аккумулятора при средней нагрузке - порядка 2 дней, что весьма неплохо для устройств этого класса. Иными словами, перед нами отличная модель по соотношению цены и качества.

LENOVO

Недорогой и очень функциональный смартфон LENOVO S720 с 2-мя SIM-картами, 4,5-дюймовым IPSэкраном, 2-ядерным процессором и симпатичным внешним видом обязательно станет одним из лидеров продаж. Тонкий — менее 10 мм корпус модели выполнен из очень качественного и приятного на ошупь матового пластика, присутствует матовая металлизированная окантовка, нет острых углов. Лицевая панель закрыта специальным стеклом с защитой от механических повреждений, 4 Гб встроенной и 512 Мб оперативной памяти, слот для карты памяти до 32 Гб, 2 камеры — основная 8 Мпикс, дополнительная 1 Мпикс.

ZTE

Из В-брендов ZTE, пожалуй, наиболее интенсивно развивающаяся марка. Сегодня ZTE по праву считается четвертым в мире производителем смартфонов после Samsung, Nokia и НТС. Политика компании — выпускать доступные смартфоны, в которых воплощаются технологии, реализованные в моделях первого эшелона премиального сегмента. К слову, компания стремится выпускать модели в разных ценовых категориях, но следовать принципу ценовой доступности своей продукции ей вполне удается. Включая в свой ассортимент смартфоны ZTE, первое, что получает реселлер, — перспективу хорошей маржинальности.

В связи с этим остановим свой выбор на одной из самых недорогих моделей марки ZTE V790. По цене мобильного телефона реселлер может предложить пользователю полноценный смартфон на базе Android 4.0 с двумя SIM-картами. Дизайн модели характеризуется однозначно: «дороже своей цены». Дисплей в целом неплохой: его диагональ и разрешение — как у первых iPhone. Камера 3,2 Мпикс, снимки получаются среднего качества, но при хорошей освещенности можно сделать вполне «конкурентоспособный» кадр. Есть навигация, медиа-плеер, 2 стандартных браузера для интернет-серфинга — Android и Chrome. Для просмотра новостей и сведений о погоде есть 2 вполне удобных приложения. За небольшие деньги ZTE сумела предложить на рынок вполне достойную модель бюджетного уровня, которая, несомненно, станет пользоваться популярностью у самого широкого круга потребителей, главным образом, благодаря невысокой цене за довольно-таки внушительный функционал.

Другой бюджетной моделью в линейке ZTE стала ZTE V880G. Смартфон оснащен большим экраном с диагональю 4,5 дюйма, 2 слотами для SIMкарт и 2 камерами — фронтальной (0,3 Мпикс) и основной (5 Мпикс). В модели реализована поддержка панорамной съемки на 180 градусов. Смартфон хорошо «видит» сеть, отличается устойчивостью в работе и вполне привлекательной невысокой для своего класса ценой.

FLY

Моделью, заслуживающей особого внимания среди линеек данной марки, стала Fly IQ446 на базе Android 4.1. Смартфон характеризуется очень удачным сочетанием цены и качества: едва ли на рынке возможно найти смартфон с 4-ядерным процессором и 2 SIM-картами дешевле. Несомненно, модель позволяет реселлеру сделать хорошую наценку и получить ощутимую прибыль. Устройство отличается производительным процессором, 8-мегапиксельная камера делает снимки очень быстро, без пауз, есть очень «цепкий» Wi-Fi-модуль, который устойчиво «держит» сеть. Дисплей «утоплен» в корпус приблизительно на 0,3 мм, а это значит, что его трудно поцарапать о поверхность, если положить дисплеем вниз. «Родной» (предустановленный) софт легко удаляется, что не позволяют сделать многие другие модели. Звук, видео и другие стандартные для данного класса устройств функции на высоте. Очень много доступной (свободной) оперативной памяти при работе. Большинство тяжелых игр идет без «тормозов». GPS-приемник отличается устойчивой работой, спокойно ловит 6 спутников за небольшой промежуток времени. Есть радио. Отличная модель по отличной цене.

Эти и другие модели смартфонов можно приобрести в группе компаний «Самсон», ознакомившись с ними на сайте www.samsonopt.ru

Комплексное предложение

для розничных и интернет-магазинов:

ПЛАНШЕТЫ и СМАРТФОНЫ



Цены действительны на момент публикации и указаны с максимальной оптовой скидкой.



Федеральная сеть оптовых складов. Регулярная доставка маршрутами по России.





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

Для мгновенного перехода с мобильного телефона на сайт www.samsonopt.ru/zakaz запустите программу для чтения QR-кода и наведите на него камеру.

«Дилер корпоративной торговли»: Каталог 2013

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 Новотроицка, Белгорода, Новосибирска, Магнитогорска и Московской области.



Компания «Золотая скрепка» клиентам нравится с нами работать

Директор Залатина Татьяна Александровна



Компания «Золотая скрепка» **Год основания компании** — 1998 **Количество сотрудников** — 7 **Обслуживаемые рынки** — г. Новотроицк





Швец О.Б., менеджер по продажам



Мурашко С. В., менеджер по продажам



Запорожец О. Г., менеджер по работе с корпоративными клиентами



Александрова Г. А., менеджер по продажам

Компания «Золотая скрепка» работает на рынке Новотроицка более 15 лет. Начав с розничной торговли канцелярскими товарами, фирма постепенно расширила сферу деятельности за счет обслуживания корпоративных клиентов и оптовой торговли.

«Золотая скрепка» ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА www.office-zakaz.ru/zalatin

заказ бесплатного каталога и прайс-листа:

тел.: 8(3537)60-17-36, 64-05-54

«В 2008 году компания приняла решение присоединиться к дилерской программе группы компаний «Самсон». В дилерской программе нас привлекли, прежде всего, условия сотрудничества и конкурентные преимущества, которые дала нам работа по каталогам, — рассказывает директор компании Залатина Татьяна Александровна. — Они помогли нам привлечь новых клиентов, поскольку мы предоставляли каталоги бесплатно и рассказывали, как можно заказывать товар, не выходя из офиса. С появлением новых клиентов нам понадобились менеджеры по продажам, которые начали работать непосредственно с корпоративными клиентами. Ассортимент нашей компании расширился за счет таких групп товаров как офисная мебель, бытовая химия, компьютерные аксессуары.

Кроме того, за нами закрепился определенный процент скидки, отсрочка платежа и лимит по сумме денежных средств, предоставляемых компанией «Самсон» на закупку необходимого товара в течение месяца.

Мы стараемся использовать все ресурсы, предоставляемые нашим партнером — от интернетмагазина до рекламных материалов. Благодаря рекламной продукции клиенты обращают внимание на бренды, представленные в компании «Самсон».

Клиентам нравится делать заказы по каталогу, они отмечают не только удобство работы, но и экономию времени и средств при заказе у нас. И нашим основным достижением мы считаем количество корпоративных клиентов, которым нравится с нами работать».

Компания «Глобус-Офис» безусловный лидер

Компания «Глобус-Офис» ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА

> www.office-planet.ru заказ каталога и прайс-листа:

тел.: (4722) 20-72-84, 23-27-07

Директор Алексей Николаевич Деминов



Компания «Глобус-Офис» Год основания компании — 2000 **Количество сотрудников** — 35 **Обслуживаемые рынки** — Белгород и Белгородская область

7 октября 2000 года в Белгороде открылся первый розничный магазин компании «Глобус», который с самого первого дня привлекал покупателей оптимально подобранным ассортиментом товаров для офиса и школы, а также новинками рынка и широким выбором востребованных товаров для художников. Розничное направление успешно развивалось, однако для того, чтобы быть конкурентоспособным, «Глобус» расширил сферу деятельности за счет корпоративного направления: на начальном этапе это были клиенты, которые сами обращались в магазин, а затем корпоративное обслуживание стало одним из главных направлений деятельности фирмы. Рост рынка товаров для школы и офиса диктовал свои условия, и движение вперед стало обязательным условием успешной деятельности компании. Одним из важных этапов роста для фирмы стало ее участие с 2002 года в дилерской программе группы компаний «Самсон».

разрабатывала и внедряла команда, используя передовой опыт российских и зарубежных компаний, говорит директор компании «Глобус-Офис» Алексей Николаевич Деминов. Нашим конкурентным преимуществом стало наличие каталога с возможностью его персонализации, интернет-магазин, высокие стандарты работы, узнаваемость торговой марки, рекламная поддержка со стороны компании «Самсон». Используя такую программу,

программу

«Дилерскую

можно быстрее и эффективнее развивать свой бизнес».

1 февраля 2007 года компания открыла Центр корпоративного обслуживания предприятий и организаций «Глобус-Офис», целью проекта стало предоставление предприятиям и организациям Белгорода и Белгородской области товаров и услуг, необходимых для их успешной работы. В штате компании появились торговые агенты, набирался дополнительный персонал, появились новые товарные группы, такие как хозтовары, мебель, компьютерная техника, посуда, продукты питания, и они заняли немалую долю в общем обороте фирмы.

Практически в то же время компания «Глобус-Офис», присоединилась ральной торговой системе «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА», уже в 2008 году став обладателем премии группы компаний «Самсон» — «Лидер корпоративного обслуживания», а в 2011 — Платиновым дилером ТС «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА».

Безусловно, залогом успеха компании «Глобус-Офис», стало не только партнерство с одним из крупнейших федеральных операторов, но и слаженная работа команды профессионалов и единомышленников. Молодые, инициативные и творческие сотрудники компании выполняют свою работу с максимальной отдачей и большим удовольствием. А грамотный подход к ассортиментной политике, современный сервис и использование передовых инструментов в работе приносит компании не только высокие обороты, но и признание клиентов.



Отдел продаж



Склад



Служба доставки

ООО «Регион-трейд»: преимущество перед конкурентами

ООО «Регион-трейд»

ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА

www.office-planet.ru/region-trade заказ каталога и прайс-листа:

тел.: 8(496) 444-80-46

Директор Нерусов Артем Алексеевич



ООО «Регион-трейд» **Год основания компании** — 2006 **Количество сотрудников** — 11 Обслуживаемые рынки — Юго-восток Московской области: Воскресенск, Коломна, Егорьевск, Зарайск, Озеры, Луховицы

«Изначально компания «Регионтрейд» специализировалась на снабжении предприятий промышленными товарами: техническим оборудованием, спецодеждой и т. д., — рассказывает директор ООО «Регион-трейд» **Нерусов Артем Алексеевич.** — Решение расширить сферу деятельности со временем переросло в основное направление нашего бизнеса.

С первых дней своего существования наша компания предлагает полный пакет услуг, сопровожда-

ющих развитие канцелярского направления: бесплатная доставка, рассмотрение заявки в максимально короткие сроки, отсрочка платежа, уважительное отношение к клиентам и 100% выполнение заявки. Тем не менее, с каждым годом тре-



Орлова Анастасия, офис-менеджер



Мататова Мария, продавец-консультант



Служба доставки

у нас появились не только традиционные канцтовары, но и бытовая химия, бумажно-гигиеническая продукция, сейфы, спецодежда. Мебель была выделена в отдельный каталог «Офисная планета». Работая под федеральным брендом «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА», мы получили огромные преимущества перед конкурентами. Во-первых, торговая система «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА» — это корпоративный стиль фирмы: одежда сотрудников, коробки, пакеты, клейкая лента, сувениры выполнены в едином стиле. Во-вторых, информативные каталоги облегчают работу с клиентами, привлекательные акции

и спецпредложения способствуют росту продаж. В-третьих, интернетмагазин www.office-planet. ru, созданный компанией «Самсон», — самый современный и удобный способ заказа товара». И, конечно же, рекламная поддержка поставщика. Все это выгодно выделяет компанию сре-

бования корпоративных клиентов к

уровню сервиса только растут, поэто-

му расширение ассортимента стало

необходимостью. Благодаря дилер-

ским каталогам компании «Самсон»

В настоящее время компания «Регион-трейд» — это отлаженная система логистики, розничные магазины, отдел по обслуживанию корпоративных клиентов, 150 квадратных метров складской площади, автотранспортный парк грузоподъемностью от 500 кг до 1500 кг, централизованная информационная система, широкая география прямых поставок от производителей и огромный ассортимент, насчитывающий свыше 8000 наименований товара.

ди конкурентов.

Мы не стоим на месте - компания растет: с расширением отдела продаж клиентская база постоянно увеличивается. Именно поэтому в следующий раз планируем заказать не менее 1200-1300 дилерских каталогов с индивидуальной обложкой».

000 « Сибирский Книжный Мир»: работа по каталогу постоянное развитие

000 « Сибирский Книжный Мир»

ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА

www.заказдляофиса.рф заказ каталога и прайс-листа: тел.: 8(383) 213-31-01

Директор Иван Викторович Новожилов



ООО «Сибирский Книжный Мир» Год основания компании — 1999 **Количество сотрудников** — 10 Обслуживаемые рынки — Новосибирск и область

«Компания «Сибирский Книжный Мир» начала свою деятельность более 14 лет назад с розничной торговли книжной продукцией, — рассказывает директор компании Иван Викторович Новожилов. — Работая с большим количеством предприятий, мы стали все чаще слышать вопросы о наличии в нашем ассортименте товаров для офиса, так возникла заинтересованность заняться именно этим направлением.

Около двух лет назад менеджер компании «Самсон» порекомендовал нам работать не только с розницей, но и активно развивать корпоративную сеть клиентов. Это решение позволило нашей компании выйти на новый, более успешный уровень. В дилерской программе нас привлекло. в первую очередь, удобство работы с основным офисом в Новосибирске и помощь в организации работы. Очень удобно работать с интернетмагазином: здесь легко заказать товар, осуществляется быстрая доставка, проводятся акции, предлагаются низкие цены и отсрочка платежа.

Рынок товаров для офиса не стоит

на месте, постоянно развиваясь, безусловно, растет и уровень обслуживания корпоративных клиентов. И это не только их требование, но и наше желание. Именно поэтому мы должны обладать конкурентными преимуществами и сотрудничество с группой компаний «Самсон» дает нам такие преимущества. В первую очередь — это каталог, интернет — магазин, брендовые товары и рекламная продукция.

В процесе работы с корпоративными клиентами мы увеличили наш ассортимент в десятки раз, расширились практически все группы товаров каталога. Самыми востребованными группами стали товары для офиса, канцтовары, бумага и бумажная продукция, мебель для офиса, хозяйственные товары, спецодежда, товары для школы. Был набран дополнительный штат сотрудников, развезено около 2000 каталогов, выросла клиентская база и обороты.

Качественная стабильная клиентская база, хорошие результаты в работе, развитие бизнеса и довольные сотрудники — вот то, что дает нам работа по дилерскому каталогу!»



Рахматуллин Рустем и Бабенко Сергей, торговые представители



Сотрудники, менеджер и торговые представители



Директор Новожилов Иван Викторович с торговыми представителями





Каждый лакомый кусочек канцелярской отрасли на одном портале

www.segment.ru

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

Компания «Интеллектуальные системы» — несомненное преимущество оперативность в работе

Компания «Канцлер»

ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА

www.office-planet.ru/sistema заказ каталога и прайс-листа:

тел.: (3519) 21-20-44, 22-65-00

Директор Власенко Ирина Брониславовна



Компания «Интеллектуальные системы» Год основания компании — 2005 Количество сотрудников — 20 Обслуживаемые рынки — Магнитогорск, Нагайбакский район, Верхнеуральский район, г.Верхнеуральск

С момента своего основания компания «Интеллектуальные системы» специализировалась на продаже компьютерной Но пожелания техники заказчиков совершать закупки товаров для офиса наряду с другими специализированными товарами подтолкнула учредителей фирмы к решению расширить ассортимент. Кроме того, компания «Интеллектуальные системы» изначально работала с корпоративными клиентами, что позволило лучше узнать их потребности и пожелания в закупке товаров для обеспечения работы офиса.

«Со временем требования рынка изменились, – говорит директор компании Власенко Ирина **Брониславовна.** — На первое место вышел качественный сервис: от приема заявки и доставки товара в офис заказчика до донесения грамотной и точной информации о характеристиках и свойствах товаров».

Работа по дилерскому каталогу группы компаний «Самсон» давала компании несомненное преимущество — оперативность в

«Кроме того, в дилерской программе нас привлекла возможность работать с каталогом, а также использовать готовый сайт для продвижения товара, научиться работать по разработанной программе расширения собственного бизнеса, продолжает Власенко Ирина Брониславовна. — Хорошим подспорьем являются и рекламные материалы, предоставляемые группой компаний «Самсон», — эта продукция помогает акцентировать внимание на наиболее продаваемых в данный момент товарах. В 2013 году мы присоединились к Федеральной торговой системе «ОФИСНАЯ ПЛАНЕ-ТА», что дало нам серьезные преимущества перед конкурентами и еще больше укрепило наши позиции на региональном рынке.

Основные процессы в связи с новым направлением в нашей компании только начались: подбор персонала, разграничение полномочий внутри компании, расширение клиентской базы и ассортимента товаров. Мы начали широко использовать возможности интернет-магазина, что с энтузиазмом воспринято нашими клиентами, и видим хорошие перспективы дальнейшего сотрудничества с группой компаний «Самсон».



Павел Корнеев, зам. директора



Милешина Светлана, менеджер по работе с кор. клиентами



Любецкая Ольга, начальник отдела продаж



Востриков Станислав, служба доставки



Любовь Корнеева, администратор розничных продаж



Макарова Татьяна, главный бухгалтер



Архипов Алексей, зам. директора



Сегодня в мире ежегодно выпивается более 760 миллиардов чашек кофе. После воды кофе считается вторым по популярности напитком, а мировой оборот торговли, связанный с кофе, занимает второе место после нефти. Динамично развивается и рынок устройств для приготовления ароматного напитка. На рынке товаров для офиса кофеварки и кофемашины становятся важной составляющей ассортимента каждого оптового оператора, и их продажи приносят высокую прибыль.

Цель данного материала — помочь реселлерам разобраться в характеристиках и предназначении техники для приготовления кофе, чтобы продвигать эту товарную группу профессионально и со знанием дела, постоянно повышая уровень обслуживания своих клиентов.



Чашечку кофе? Пожалуйста!

Как известно, пить кофе Россию «заставил» ПЕТР I, насильно прививая вкус к «горькому пойлу» у своих приближенных, — ведь Европа в то время уже наслаждалась ароматом кофе и культивировала «аравийский» напиток.

С того времени все изменилось, и сегодня кофе абсолютно добровольно и с удовольствием ежедневно пьет каждый второй россиянин. Более того, именно кофе стал чуть ли не главным элементом современной офисной культуры. Классический черный, с пенкой, эспрессо, мокка и другие излюбленные напитки большинства работников офисов и предприятий, позволяющие держать себя в тонусе целый день. Встретить посетителя чашечкой ароматного свежезаваренного кофе — красноречивый жест, говорящий не только о внимательном отношении к клиенту, но и располагающий к доверительному общению и эффективным переговорам.

Приготовление растворимого кофе посредством электрических чайников и кулеров постепенно сходит на «нет». Все большую популярность приобретают эстетичные, аккуратные, производительные и автомати-

зированные машины для приготовления натурального кофе. И, конечно же, кофейное оборудование ежегодно обновляется и совершенствуется.

Операторы рынка товаров для офиса, включающие в свой ассортимент кофемашины и кофеварки, также должны следить за тенденциями в этом сегменте, предлагая оптимальные решения для организаций различного уровня и масштаба. Так, более 50 моделей кофеварок и кофемашин разных брендов и ценовых категорий представлены в ассортименте группы компаний «Самсон». Стараясь сделать товарное предложение максимально интересным, «Самсон» предоставляет выгодные цены, конкурирующие с отпускными ценами компаний, занимающихся продажей бытовой техники.

Впрочем, для большинства владельцев бизнеса вопрос, оборудовать ли свой офис специальными машинами для приготовления натурального кофе, уже не актуален. Ответ однозначно да. Именно поэтому для компаний, специализирующихся на обслуживании корпоративного сектора, вопрос, включать ли технику для приготовления кофе в свой ассортимент, также решается положительно безусловно, включать. Нужно лишь

грамотно проконсультировать корпоративного клиента, на каком типе кофейного оборудования, исходя из его технических характеристик, а также из размеров компании, следует остановить свой выбор. Давайте разберемся в особенностях работы кофеварок и кофемашин.

Кофеварки

Кофеварки капельного типа (фильтровые) предназначены для приготовления от 1-2 до 10-12 стандартных чашечек кофе. Устройство состоит из стеклянной емкости и подогреваемой подставки. Принцип заваривания напитка здесь очень прост нагретая примерно до 90°С вода по капле стекает через специальный фильтр (куда помещается молотый кофе) в колбу для жидкости. Следует учитывать, что в такой кофеварке невозможно приготовить напиток со взбитыми сливками или молоком.



Достоинства капельных кофеварок:

- компактные размеры;
- простота в эксплуатации;
- доступность для большинства покупателей.

Технические характеристики

От электрической мощности кофеварки зависит крепость приготовленного напитка и скорость его приготовления. Важно, чтобы между мощностью и объемом колбы для воды существовало оптимальное соотношение. Например, для мощности 600-640 Вт лучше не приобретать кофеварку объемом более 0,6 л. Мощность 800-1000 Вт соответствует объему чаши 1,2-1,25 л. Следует учитывать, что кофеварки большей мощности требуют большего расхода молотого кофе для приготовления того же объема напитка, чем маломощные модели.

Подогреваемая подставка держивает желаемую температуру готового кофе. Время подогрева различается у разных моделей — от двух часов до постоянной работы, пока прибор включен.

Для тех, кто предпочитает контролировать крепость напитка, существуют разные модели с функцией выбора крепости кофе. Любители крепкого (горького) кофе остановятся на устройствах с большей мощностью, например, на модели BOSCH TKA6024V (1100 BT).

В кофеварках рожкового типа напиток готовится под воздействием давления пара (который проходит через молотый кофе), а вместо фильтровсеточек применяются пластмассовые или металлические рожки. Кофе засыпают в рожок и утрамбовывают специальным пестиком. Этот способ был изобретен в Италии и получил на родине название «эспрессо», что в переводе означает «быстрый».

Достоинства рожковых кофеварок:

- приемлемая цена;
- информативная панель управления, на которой размещены индикаторы уровня воды, температуры кофе и др.;
- быстрота приготовления напитка;
- кофе получается очень ароматный:
- возможность приготовления напитка не только из молотого кофе, но и из порционного кофе в таблетках (чалдах);
- можно приготовить разные сорта кофе - капучино (с молочной пенкой), а также ристретто, лунго, мокка. Технические характеристики

Для безопасности в кофеварках рожкового типа реализованы функции: защита от включения без воды и защита от превышения давления пара (в конструкции предусмотрен специальный клапан, сбрасывающий давление при достижении заданного уровня).

Автоматическое отключение при перегреве означает, что при повышении температуры воды до определенной отметки, заданной пользователем, нагрев жидкости автоматически прекращается (об этом сигнализирует контрольная лампочка).

Рожковые кофеварки могут оснащаться насадками-капучинаторами, которые необходимы для приготовления капучино. Трубочка с насадкой опускается в стакан с молоком, а через нее под давлением проходит пар, создающий пенку.

Материал рожка оказывает существенное влияние на вкус готового напитка. Рожки из металла предпочтительнее, так как в этом случае напиток лучше прогревается, вкус получается более насыщенным.

Желательно, чтобы размеры пестика точно соответствовали размерам рожка. Вкус напитка значительно ухудшается, если порошок окажется недостаточно или слишком плотно утрамбованным.

Рожковые кофеварки желательно использовать только на кухне, оснащенной водопроводом, поскольку рожок необходимо промывать после одной-двух чашек напитка.



Говоря об эспрессо-кофеварках, нельзя не упомянуть такие термины, как Steam-Espresso и Pump-Espresso.

Кофеварки Steam-Espresso относятся к моделям более низкого класса и рассчитаны на приготовление небольшого количества чашек кофе. Из-за технологии приготовления под низким давлением (около 4 бар) процесс заваривания происходит медленно, а пар получается слишком горячий (больше 100°C) и частично «убивает» аромат кофе. С другой стороны, у подобного напитка есть свои плюсы — он получается крепким и лучше «бодрит».

Бюджетные цены на модели Steam-Espresso делают их крайне популярными. Например, удобная миниатюрная кофеварка SCARLETT



SC-037 позволит приготовить вкуснейший эспрессо и капучино. Вопрос о покупке обязательно решится в ее пользу, если сравнить характеристики устройства с ценой. DELONGHI ЕС7 может стать лучшим решением для небольшого офиса. Запатентованная крышка бойлера с защитным клапаном обеспечит безопасность использования.

Pump-Espresso (помповые кофеварки) считаются более совершенными - в них давление пара создается при помощи электромагнитного насоса и составляет не менее 15 бар, а температура воды не превышает оптимального уровня 85-90°C. Расход кофе в таких моделях меньше, а скорость приготовления быстрее, и в результате получается превосходный ароматный кофе с пенкой.

Удачные модели помповых кофеварок можно найти у таких производителей, как DELONGHI, VITEK и SCARLETT из ассортимента группы компаний «Самсон».

Кофемашины

Основное достоинство автоматических кофемашин — варка кофе в них полностью автоматизирована, и любой человек сможет приготовить отличный кофе без всяких усилий. Чтобы получить чашку ароматного напитка, требуется только налить воду, засыпать в бункер цельные кофейные зерна (или молотый кофе), установить на панели требуемые параметры и нажать на «Пуск». Встроенная кофемолка обработает необходимое количество зерен, автомат отмерит порцию воды и установит требуемое давление пара. Весь процесс происходит очень быстро и занимает буквально 30-40 секунд. При приготовлении кофе в кофемашине все эфирные масла и доля кофеина, содержащиеся в зернах, полностью сохраняются в готовом напитке. Автоматические кофемашины рассчитаны на офис со средним количеством сотрудников, что составляет примерно сто порций кофе в день.

Лучшим приобретением для офиса с небольшим количеством сотрудни-



ков станет капсульная кофемашина. В таких устройствах используется свежемолотый кофе, упакованный в герметичные капсулы. Кроме того, все капсульные кофемашины имеют давление, аналогичное профессиональным машинам.

Достоинства кофемашин:

- удобство эксплуатации;
- высокая скорость приготовления напитка, по сравнению с кофеварками; - можно делать капучино (в некоторых моделях расчет необходимого количества молока производится автоматически);
- при приготовлении каждой новой порции кофе используется только свежая вода, конструкцией предусмотрена, промывка трубок подачи воды и удаление застоявшейся воды из подводящих трубок;
- электронная память сохраняет заданные пользователем параметры

для повторного приготовления кофейного напитка;

- выбор необходимой температуры;
- самодиагностика неисправностей;
- система очистки от накипи;
- не требуется постоянная чистка и удаление отработанной кофейной гущи (предусмотрена емкость, которая рассчитана на определенное количество порций);
- регулировка количества приготавливаемых чашек:
- выбор желаемой крепости напитка (от 7 до 14 г кофе на порцию);
- настройка режима варки в зависимости от жесткости воды;
- автоматическое отключение.

В ассортименте группы компаний «Самсон» представлен широкий выбор кофемашин таких известных брендов, как BOSCH, KRUPS, DELONGHI, JURA, PHILIPS и TCHIBO мощностью 1050-1700 Вт, давлением 15-19 бар и вместимостью 1-3,2 л, с ручным или автоматическим капучинатором. В некоторых моделях автоматических кофемашин можно использовать как зерновой, так и молотый кофе. Воз-



можно одновременное приготовление одной или двух чашек.

Из кофемашин обращают на себя полупрофессиональные внимание модели.

Например, автоматическая кофемашина JURA Impressa S9 Classic EU оборудована высокоскоростной кофемолкой - время помола сокращается на 50%. Новая форма жерновов гарантирует более точный и равномерный помол.

Основное достоинство автоматической кофемашины PHILIPS SAECO HD8943/29 — эксклюзивная функция регулировки насыщенности вкуса эспрессо. Плотность кофейной пенки и насыщенность напитка можно менять в процессе смешивания. Устройство создает до 6 профилей пользователей по 9 напиткам.

Капсульная кофемашина KRUPS NESPRESSO XN710610 позволяет приготовить напитки с молоком (латте и капучино). Для этого в комплекте





BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY



Модные ирофессионалы

Деловые сумки и кейсы

Демократичный стиль. Немецкое качество. Справедливая цена.









В марте поступление новой коллекции деловых сумок!



идет Aeroccino — емкость для подогрева и взбивания молочной пены с двумя съемными венчиками, хранящимися во встроенном отсеке для насадок.

Аксессуары для кофеварок и машин

В качестве сопутствующих товаров к кофеваркам и кофемашинам реселлерам стоит включить в свой ассортимент и такие позиции, как кофе и какао в капсулах, различные фильтры и средства для удаления накипи и остатков кофейных масел.

Капсулы для кофемашин ТСНІВО. Nespresso и NESCAFE содержат натуральный кофе объемом 5, 7 и 8 г. Ароматы — классический кофе сорта Арабика, Робуста экзотического азиатского происхождения, с оттенками фруктов и сандалового дерева, а также натуральный кофе без кофеина.

Одной из важных расходных частей кофеварок и кофемашин являются фильтры. Они очищают водопроводную воду от хлора и задерживают твердые частички. Качественные одноразовые бумажные фильтры для капельных кофеварок FILTERO ПРЕ-МИУМ сохраняют естественный вкус и аромат кофейных напитков.

3017, SFR Фильтры-картриджи BRITA Intenza TCZ7003, **CLARIS** ТСZ6003 предназначены для смягчения воды, заливаемой в кофемашину. Они значительно увеличивают срок использования устройств благодаря оптимальной защите от накипи. Замена фильтров необходима через два месяца регулярной эксплуатации.

Для долгой бесперебойной работы техники клиентам стоит рекомендовать средства FILTERO, которые подходят для всех видов и моделей кофеварок и кофемашин. Сюда входят таблетки от накипи, которые обеспечивают быстрое и тщательное удаление известкового налета с труднодоступных частей аппаратов и таблетки для удаления кофейных масел с активным кислородом, убирающие осадок и жиры с внутренних поверхностей блока заваривания.

Введение в ассортимент кофейного оборудования и сопутствующих товаров позволит реселлеру сделать свой бизнес более прибыльным и значительно укрепить позиции своей компании на высококонкурентом рынке товаров для офиса. Клиенты получат дополнительную возможность закупать у одного поставщика всю необходимую продукцию для обслуживания кофеварок и кофемашин, наряду с привычными товарами для офиса.

С полным ассортиментом кофейного оборудования и сопутствующих товаров можно ознакомиться на сайте www.samsonopt.ru и в каталогах группы компаний «Самсон».

Какую технику выбрать, исходя из размеров офиса?

Производительность техники для офисных столовых должна напрямую зависеть от количества людей, работающих в организации или отделе. Соответственно, на первое место при выборе кофеварок и кофемашин выходят такие параметры, как тип, мощность и объем чаши для готового напитка. Немаловажное значение имеет и принцип действия, то есть «автоматизированность» самого процесса приготовления напитка, так как именно от него преимущественно и зависит результат «на выходе». Техника для офисов и предприятий также должна быть удобной в обслуживании и максимально функциональной.

Количество человек в офисе	Характеристики устройства	Хиты продаж группы компаний «Самсон»
До 10 человек	Капельные кофеварки: 280-450 Вт, объем 0,1–1,2 л	VITEK VT-1512 POLARIS PCM 1211
	Рожковые кофеварки Steam-Espresso: 280-450 Вт, объем 0,1-0,6 л	SCARLETT SC-037 DELONGHI EC7
10 – 30 человек	Рожковые кофеварки Pump-Espresso: 800-1350 Вт, 15 бар, объем 1-1,5 л	DELONGHI EC155 PHILIPS SAECO HD8323/09 VITEK VT-1511
	Кофемашины: 1350-1850 Вт, давление 15-19 бар, объем 1,1-1,5 л, емкость зерен 125-200 г	JURA ENA 9 Metallic JURA ENA micro 9EU PHILIPS SAECO HD8743/19
30 человек и более	Кофемашины: 1350-1850 Вт, давление 15-19 бар, объем 1,5–3,2 л, емкость зерен 200-350 г	PHILIPS SAECO HD8752/89 JURAImpressaXF50ClassicEU BOSCH TES50129RW KRUPS EA8050



Новые коллекции посуды WALTZ® в наборах и поштучно





Федеральная сеть оптовых складов. Регулярная доставка маршрутами по России.



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



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

Для мгновенного перехода с мобильного телефона на сайт www.samsonopt.ru/zakaz запустите программу для чтения QR-кода и наведите на него камеру.



СТЕЛЛАЖИ

Простая сборка, надежная конструкция

от 1900 руб.



для документов • для картотек • для сумок • для одежды

Более 40 моделей всегда в наличии



Федеральная сеть оптовых складов. Регулярная доставка маршрутами по России. Доступны для заказа в оптовом интернет-магазине





HTC Corporation: Quietly brilliant

Год основания:

Сфера деятельности: один из крупнейших производителей

мобильных телефонов, смартфонов,

коммуникаторов и планшетов

Оборот: более 9 млрд. долларов более 16 500 человек Число сотрудников: Штаб-квартира: Таоюань (Тайвань)

Руководство: председатель правления Шер Вонг

NTC quietly brilliant

Компания HTC Corporation всего за несколько лет превратилась из малоизвестного контактного производителя продукции для других вендоров в безусловного лидера рынка сотовых телефонов, с которым всем пришлось считаться. В этом заслуга женщины — основательницы компании Шер Вонг, дочери создателя крупнейшего на Тайване нефтехимического концерна Formosa Plastics.

Шер, организуя продажи материнских плат для персональных компьютеров, совершала много деловых поездок по всему миру, и для работы с информацией ей очень не хватало небольшого устройства, которое помещалось бы в дамской сумочке или в кармане. Так возникла идея организовать производство смартфонов.

В 1997 году Шер получила предложение о сотрудничестве со стороны Microsoft, которая искала производителей мобильных устройств на базе Windows CE. Не имея налаженного производства портативных компьютеров, Вонг приняла предложение. Но технологий производства наладонных компьютеров в то время еще не существовало, приходилось все начинать с нуля.

Компания НТС стала контактным производителем наладонников и сотовых телефонов, выпустив в 2000 году первый наладонник для вендора Сотрад. Потом были разработки для Palm и выпуск сотовых телефонов для крупных операторов сотовой связи T-Mobile, Orange и О2. Мало кто знает, что именно НТС изготовила первый телефон Google на базе Android.

Компания долгое время не имела возможности выпустить устройство под собственной торговой маркой. Сделать это ей удалось лишь в середине «нулевых». Из-за того, что НТС наряду с производством устройств для других вендоров стала выпускать телефоны под маркой НТС, в 2006 году

ее акции упали наполовину их стоимости — инвесторы сомневались в состоятельности инженеров компании. Но в последующие годы инвестиции в компанию стали расти. Во многом на руку сыграло то, что руководство сумело наладить долгосрочные деловые отношения со всеми четырьмя ведущими сотовыми операторами США. В последующие годы модели сотовых телефонов НТС стали самыми популярными.

Выведенную на рынок в 2010 году модель EVO 4G даже называли «убийцей» iPhone. Стиль работы НТС становится понятен, если взглянуть на топовую модель смартфона 2013 года HTC One. Это премиальный класс: металлический корпус, большой размер, огромный дисплей 4,7 дюйма, 2 Гб оперативной памяти, фотокамера, производящая отличные снимки в условиях низкой освещенности, отличный звук — один из лучших в своем классе. Но в чем же заключается причина неудач компании в последнее время?

Эксперты в качестве такой причины называют частую смену флагманских моделей НТС, указывая на то, что их частое появление (минимум 2 раза в год) мешает потребителю сосредоточиться на одной из них и оценить ее по достоинству. Иными словами, внимание потребителя рассеяно, он не успевает за производителем. К тому же частая смена модельного ряда играет на руку критикам софта для смартфонов НТС, которые в один голос говорят, что софт «сыроват», что его разработчики не успевают за производителем. А это не всегда правда.

Сегодня компания НТС оказалась зажатой между такими гигантами рынка как Apple и Samsung, которая активно продвигает модельный ряд Galaxy, и крупными производителями Huawei и ZTE, которые научились делать бюджетные смартфоны.







Шер Вонг в одном из интервью сказала о своем отце: «Он говорил мне, что надо всегда находить корень проблемы и тщательно изучать любой вопрос. стараться быть перфекционистом». А это значит, что выход и из сегодняшнего незавидного положения компании непременно будет найден.



О сегменте школьной и детской мебели

Этот обзор стал продолжением цикла статей «мебельной» тематики в разных номерах нашего журнала. В предыдущем номере объектом внимания была офисная мебель. Сегодня – мебель для дошкольных учреждений и школ. В этом сегменте СЛОЖИЛИСЬ ПОЗИТИВНЫЕ УСЛОвия, влияющие на увеличение спроса на данную группу товаров. Главными факторами роста спроса стали улучшение демографической обстановки в стране и рост рождаемости, а также финансовое внимание и помощь государ-СТВА ДОШКОЛЬНЫМ И ШКОЛЬНЫМ учреждениям. Создана благоприятная обстановка для дальнейшего развития этого товарного сегмента, на который реселлеру сегодня, безусловно, выгодно обратить внимание.

О сегменте и дефиците

Благодаря увеличению финансирования государством образовательных учреждений, а также благодаря тому, что в 2012 году Государственная дума приняла во втором — основном чтении законопроект, гарантирующий частным школам и детским садам выделение бюджетных средств, наблюдается рост спроса на школьную и детскую мебель. Количество школ и дошкольных учреждений растет с каждым годом. В связи с этим перед реселлерами, занимающимися обслуживанием указанных учреждений, открываются огромные пер-

На фоне стабильного роста спроса сегодня в сегменте наблюдается определенный дефицит предложения, что, безусловно, является позитивным фактором для реселлеров, входящих на этот рынок. Менеджер отдела «Офисная мебель» группы компаний «Самсон» Евгений **Кумицкий** говорит: «Российское производство школьной и детской мебели развито слабо, ассортимент пересекается, новинок и эксклюзивных предложений мало. Доля зарубежных производителей невысока, и в большинстве случаев их товар не может конкурировать с аналогами отечественных производителей, поскольку цены не соизмеримы и очень высоки».

Действительно, производителей и поставщиков качественной детской и школьной мебели на российском рынке немного. Лидеров можно пересчитать по пальцам: ООО «Витал-ПК», ООО «Росметалл», комбинат «ДОК 17», «Фабрика Мебели», ООО «Дэми», ОАО «ДЕБЮТ» и несколько других. Для такой огромной страны как Российская Федерация — это «капля в море». Малое количество производителей и поставщиков детской мебели обусловливает слабую конкуренцию в этом сегменте.

Евгений Кумицкий констатирует: «Крупных, стабильных поставщиков на российском рынке очень мало, ощущается дефицит товара, спрос превышает предложение, сроки изготовления мебели довольно велики — от месяца до двух месяцев в сезон».

Иными словами, сегмент детской и школьной мебели на отечественном рынке развит слабо и сейчас только начинает свое формирование и становление. Именно поэтому следует обратить на него особое внимание, поскольку пока есть возможность оказаться, что называется, у его «истоков». Кроме этого, наличие в ассортименте школьной и детской мебели открывает дополнительный канал для сбыта сопутствующих товаров, а также позволяет занять большую долю рынка в своем регионе.

Организация продаж

Очевидно, что для участника рынка товаров для работы и учебы, включающего в свой ассортимент мебель для школ и дошкольных учреждений, важно грамотно подойти в первую очередь к организации ее продаж. Говоря о выгодах от работы с этой товарной группой, Евгений Кумицкий (группа компаний «Самсон») отмечает, что спрос на мебель для детей практически постоянный: «Преимуществом работы со школьными и детскими дошкольными учреждениями является то, что детская мебель постоянно меняется по мере взросления ее маленьких пользователей. Как правило, уже через пару лет детская мебель утрачивает свою актуальность, поскольку дети растут, и с каждым годом становятся востребованы различные категории детской мебели. В условиях интенсивной эксплуатации мебель приходит в негодность и требуется ее замена. К тому же с изменением интерьера школьных кабинетов и детских комнат (ремонтом) обновляется и их обстановка. Как правило, комнаты для детей «растут» вместе со своими обитателями».

Высокий спрос должен быть обеспечен хорошим и разнообразным предложением, и здесь реселлер обычно сталкивается с определенными трудностями, связанными, главным образом, с выбором надежного поставщика или производителя, который смог бы изготовить и поставить мебель оперативно и в короткие сроки. Оптовика, который полностью соответствовал бы названным требованиям, найти сегодня непросто. К тому же учебные заведения, как правило, заказывают большие партии мебели возникает вопрос наличия товара и площадей для его хранения.

Вариант решения вопроса единственный: обращаться к поставщику, имеющему развитую систему складов и способному обеспечить наличие и короткие сроки поставок товара. В условиях неразвитости рассматриваемого сегмента федеральных поставщиков мебели для школ и дошкольных учреждений немного. Пожалуй, одним из самых крупных операторов рынка товаров для офиса и школы, предлагающих различные виды мебели в оптовом канале сбыта, является группа компаний «Самсон». Развитая система складов и разветвленная система маршрутов позволяет доставить мебель в кратчайшие сроки практически в любую точку страны. Кроме этого, компания «Самсон» помогает своим клиентам решить вопрос хранения этого габаритного товара, предлагая поставки «под заказ».

Клиенту остается лишь временно на короткий срок арендовать помещение под склад, доставить мебель конечному потребителю в удобное для него время и организовать для него важные базовые сервисы: сборку, установку мебели и вывоз упаковки.

Другой вполне решаемый вопрос — как привлечь внимание клиентов, как заявить о себе и продвигать свой ассортимент? Евгений Кумицкий рекомендует реселлеру рассмотреть различные формы продвижения мебели: «В современном мире, когда большое количество людей, в качестве своего рабочего инструмента используют Интернет, сайт позволит очень быстро обратить на себя внимание потенциальных клиентов. Но не стоит забывать о выходе напрямую на целевого потребителя посредством направления торговых агентов с листовками и каталогами, телефонные переговоры (с данной категорией товара это просто, поскольку целевой клиент определен), о рекламе в печатных изданиях».

К слову, группа компаний «Самсон» предлагает сво-







Революционное изобретение

Некоторое время назад ученическим столам предшествовали школьные парты. Сегодня они постепенно возвращаются в школы, и это не случайно. Ведь именно парта была разработана для того, чтобы сохранить здоровье ребенка. Но вот когда и кто ее придумал заглянем в прошлое...

В древности никаких парт в школах не было. В Древней Греции и Древнем Риме ученики писали на специальных глиняных дощечках, продавливая знаки в восковой поверхности палочками для письма - стило. Дощечки располагали на коленях. В период Средневековья учеников сажали, как правило, за большой общий стол. В некоторых странах использовали стулья, а в Древней Руси ученики часто располагались на лавках.

Интересен период, когда на занятиях ученики стояли за высоким столиком с наклонной доской — поставцом, из которого впоследствии родилась распространенная в 19 веке канцелярская «конторка», а позже и известный всем секретер. До 19 века никто не думал о

здоровье учащихся, о том, что находиться в одной позе в течение долгого времени обучения за не приспособленной для этого мебелью вредно.

Идея школьной парты принадлежала профессору Московского университета Федору Федоровичу Эрисману. В 1870 году он создал научный труд «Влияние школ на происхождение близорукости», в котором указал на то, что отсутствие специальной мебели для учеников негативно сказывается на их здоровье, и предложил собственную конструкцию школьной парты в соответствии со своими научными изысканиями в данной области. Интересно, что первые парты были одноместными. Устанавливать в учебных заведениях одноместные парты было экономически не выгодно. Возможно, поэтому появились двухместные парты, автором конструкции которых был петербургский студент, участник революционного движения «Земля и Воля», сосланный на Урал, где в селе Бруснятское Камышловского уезда работал сельским учителем, Петр Феоктистович Коротков.

Для справки: «Земля и Воля» — тайное революционное общество, организованное в 1861 году. Его идейными вдохновителями были мыслители и общественные деятели А.И. Герцен и Н.Г. Чернышевский. Цель организации подготовка крестьянской революции и свержение царского режима.

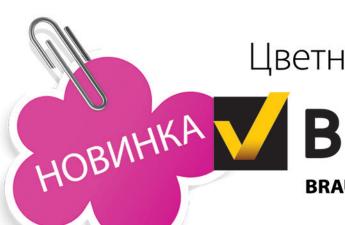
В 1887 году Коротков получил серебряную медаль на Урало-Сибирской кустарно-промышленной выставке за предложенный им проект двухместной школьной парты. Школьная парта Петра Короткова представляла собой практически монолитную конструкцию из очень прочных дубовых досок, в которой стол и скамья были объединены. Стол имел откидную наклонную крышку, снизу был оснащен специальной подставкой для ног, а скамья имела прямую спинку. Впоследствии в конструкции парты появились секции для чернильницы, книгодержатель, а сами парты стали делать разных размеров под рост ребенка.

Из школ парты исчезли лишь в 70-е годы прошлого века. Причина их исчезновения не была научно обоснована с точки зрения медицины. О здоровье ученика снова никто не подумал. Все гораздо банальнее: в школе не должна была стоять мебель, изобретенная во времена царя Александра Второго. То, что изобретателем парты был революционернародоволец, как-то упустили из виду или намеренно закрыли на этот факт глаза. На правительственном уровне было принято решение заменить школьные парты канцелярскими столами и стульями.

Сегодня школьная парта вновь обязательный элемент учебного процесса, по крайней мере, для обучающихся 1 ступени образования, в соответствии с предписаниями СанПиН 2.4.2.2821-10.



им клиентам готовые способы продвижения товара: каталог, в котором содержатся иллюстрации предлагаемых товаров, а также готовый интернет-сайт, находящийся на верхних строчках поисковых систем по ключевым запросам. Наличие у реселлера каталога продукции и собственного интернет-сайта значительно поднимает его имидж в глазах потенциальных клиентов, что очень важно при работе с серьезными государственными учреждениями, находящимися на государственном обеспечении. Как правило, они подходят к выбору обслуживающей организации весьма серьезно. Не отстают от них в этом вопросе и частные детские учреждения, относящиеся к выбору детской мебели еще более щепетильно. Но в этом для реселлера дополнительный плюс: завоевав внимание такого клиента однажды, реселлер может рассчитывать на долгосрочное сотрудничество с ним, поскольку школы и дошкольные учреждения не склонны менять обслуживающие их организации, даже при возникновении определенных



Цветная бумага и картон

BRAUBERG

BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY













ШКОЛЬНЫЙ БАЗАР



Светлана Комова (психолог, кандидат психологических наук)



Евгений Кумицкий («Самсон»)

трудностей — в этом специфика работы с такими клиентами. Каталог позволит клиенту подобрать необходимую мебель, что называется, без «отрыва от производства», оставаясь на своем рабочем месте. Это для оптовика, не имеющего демонстрационного зала, безусловно, выгодно. В каталоге присутствуют изображения школьной и летской мебели с подробными описаниями ее материалов и размеров.

В целом ничего сложного в организации продаж мебели для школ и дошкольных учреждений нет. Участнику рынка следует действовать в соответствии с «азбукой дистрибьютора»: произвести анализ ассортимента

конкурентов и поставщиков, сформировать свой ассортимент (товар не должен лежать на складе, товар должен приносить доход), выбрать поставщика («крепкого», стабильного производителя со своей историей развития и становления на рынке, лояльного к запросам и предложениям клиента).

Мебель для школы

Основным нормативным документом, предписывающим, какую мебель приобретать для школьных и дошкольных учреждений, является СанПиН 2.4.2.2821-10. Реселлеру при формировании предложения важно учитывать, что клиенты выбирают школьные парты и ученические столы в соответствии с ростом учащихся. Поэтому важно предлагать мебель для разных ростовых групп (см. таблицу «Выбор школьной и детской мебели в соответствии с ростом ребенка»). Важно знать, что табуретки и скамейки для школ сегодня не используются — предписаны исключительно стулья со спинкой. Детские скамьи же можно предлагать дошкольным детским учреждениям.

Основным видом ученической мебели для учащихся 1 ступени образования является школьная парта.

Парты, столы и стулья

На рынке школьной мебели представлены парты и ученические столы с системой регулировки наклона рабочей поверхности, а также высоты под рост ученика и без нее. Конечно, первые парты регулировок под рост ребенка не имели. Их просто изготавливали разных размеров. Ученические столы, как правило, имеют каркас из металлических труб прямоугольного сечения, покрытый абсолютно безопасной для здоровья учеников полимерной порошковой краской, и ламинированную столешницу из ДСП или (ЛДСП) толщиной 16 мм. Парты и столы чаще двухместные, но бывают и одноместные. Ученические стулья так же имеют металлический каркас, окрашенный полимерной порошковой краской, сиденья и спинку, выполненные из формованного березового шпона с учетом требований эргономики. Береза — очень твердая древесина, поэтому мебель из нее характеризуется повышенной износоустойчивостью. Это очень важно для детских учреждений, где мебель подвергается более частому механическому воздействию.

При проверке товара реселлеру важно следить за тем, чтобы поверхности предметов школьной мебели, выполненные из древесины, не расслаивались, не образовывали сколов и зазубрин, о которые можно пораниться. Качественная мебель должна быть абсолютно безопасной для

Приобретать мебель с регулировками для детских учреждений более выгодно. Она стоит несколько дороже, но разница в стоимости компенсируется тем, что регулировки по росту ученика позволяют использовать мебель в течение нескольких лет для 2-3 ростовых групп и заменять ее исключительно по мере механического износа.

Особняком в ассортименте производителей и поставщиков стоят регулируемые парты, имеющие до 9 ступеней регулировки угла наклона столешницы и множество регулировок по высоте (по росту). К примеру, таков стол-парта производителя «ДЭМИ». Такие модели подойдут как для учеников начальных классов, так и для студентов вузов. Для чего столько регулировок наклона столешницы? Дело в том, что различные виды деятельности — чтение, пись-



мо, рисование и др. — предполагают различный угол наклона рабочей поверхности. Неспроста, например, чертежники используют специальные доски, на которых чертеж крепится практически вертикально и находится непосредственно перед глазами. Такое расположение чертежа позволяет видеть изображение под прямым углом, а значит, без визуальных искажений, и количество ошибок и погрешностей свести к минимуму. Регулируемый угол наклона столешницы позволяет сохранить зрение ребенка или студента и сформировать у него правильную осанку. Кроме этого, такие парты оснащаются крючком для портфеля и дополнительно полкойжелобом для письменных принадлежностей, линейкой-барьером против соскальзывания, навесными полками для ученических предметов и книг боковой и задней.

Осталось сказать несколько слов об оптимальных цветах школьных парт и столов. За консультацией по этому вопросу мы обратились к семейному психологу, кандидату психологических наук Светлане Комовой: «Для каждого психического процесса существуют свои наиболее благоприятные периоды развития: для младенческого возраста - ощущения, для раннего возраста — речь, для дошкольного — восприятие, для младшего школьника — мышление. Если ребенок недостаточно был включен в соответствующую для данного периода деятельность, то может наступить задержка психических образований данного периода, которая повлечет за собой отставание и других психических явлений и переход на следующий возрастной этап. Поэтому чрезвычайно важно создать благоприятные условия для развития психики в соответствии с возрастными особенностями ребенка.

Школьная мебель не должна быть ярких цветов, которые раздражают психику ребенка и не способствуют концентрации внимания при восприятии учебного материала. Мебель не должна быть также белого цвета, который ко всему прочему негативно влияет на зрение, усиливая освещенность в классе и повышая раздражительность ученика из-за большей интенсивности отражаемых лучей. Оптимальна мебель приглушенных цветов: оттенков бежевого, серого, цвета древесины. Не стоит приобретать также слишком темную мебель — она нагнетает отрицательные эмоции и может даже спровоцировать депрессивные состояния. В начале прошлого века парты в школах выкрашивали в темно-зеленый или коричневый цвета. Как оказалось, не случайно: эти цвета наиболее благоприятно влияют на психику ученика и способствуют продуктивному восприятию новой информации».



Для реселлера важно сформировать широкое предложение школьной мебели. Для этого нужно изучать спрос потенциальных клиентов: в каждой школе или вузе, как правило, уже сформированы определенные предпочтения, зная которые, целесообразно организовать предложение.

Мебель для дошкольных учреждений

Основные требования, предъявляемые к мебели для дошкольных учреждений, - безопасность, эргономичность и долговечность. Потребитель знает, что мебель для детских дошкольных учебных заведений играет огромную роль в адаптации и развитии малышей, во многом способствует снятию напряжения и стресса, способна развивать моторику ребенка и влияет на его эмоциональную сферу.

Наибольшим спросом пользуются детские столы, стульчики, скамьи и банкетки. Эти группы детской мебели подлежат скорейшему износу и требуют постоянной замены. Детскую мебель, как и школьную, подбирают под рост малышей разных возрастных групп.

Светлана Комова отмечает: «Как говорят авторитетные специалисты. психологи и дизайнеры, на формирование детской психики в любом, даже самом раннем возрасте оказывает окружение, детская мебель в особенности. Рынок предоставляет большой выбор, однако следует учитывать, что, в первую очередь, мебель должна быть безопасна, т. е. без острых





углов! Следует подбирать мебель с закругленными углами или овальную, возможен вариант и круглой. Круг это архетип центра мира, порядка. Круг, окружность воспринимаются человеком положительно прежде всего потому, что связаны с его собственным «устройством», участвующим в освоении мира... Круг, как минимум, связан с определенностью места, обозначенностью, отсюда — покоем, уютом. Возникает порядок, дающий физическое ощущение определенности и покоя.

Диапазон дизайнов и расцветок мебели для дошкольников более широк: он имеет колоссальное значение в организации пространства для развития психики ребенка, а также при формировании элементарных навыков работы с предметами. В мебели для малышей используются различные цвета, которые способны влиять на настроение и даже на физическое самочувствие детей. В отличие от школьной мебели расцветки предметов интерьера для детей стимулируют, интерес к ним».

Детские столики

Они используются в столовых и игровых комнатах, а также в классах для детского творчества. Производи-

главным образом, фантазию ребенка и развивают навыки работы с предметами. Поэтому еще одно важное требование к детской мебели — ее легкость. Ребенок должен иметь возможность самостоятельно перемещать, к примеру, стульчики, рассматривать их, строить из них «сооружения». Детская мебель — всегда компонент игры. Психологи говорят, что детская рука — это оголенный интеллект ребенка. Именно через работу с предметами в процессе игры у ребенка складываются основные представления о формах и свойствах объектов пространства. Но главное — происходит формирование картины пространства в сознании малыша. Яркие предметы всегда привлекают к себе внимание и стимулируют тели и оптовые поставшики детской мебели предлагают столики как в наборах, так и по отдельности.

Одной из наиболее привлекательных, функциональных и эргономичных моделей для дошкольных учреждений является набор из 6 детских столиков «Ромашка». Каждый столик-секция представляет собой один цветочный лепесток и может использоваться как в наборе, так и отдельно, самостоятельно. Столики имеют регулировку по высоте и могут быть использованы для детей 0, 1, 2 и 3 ростовых групп. Каждый столик-лепесток оснащен 3 регулируемыми ножками. Секции имеют закругленные грани в целях безопасности для ребенка: о такие столы невозможно пораниться. К тому же в наборе заложена развивающая и образовательная функции: каждая секция выполнена в определенном цвете — по секциям-лепесткам с детьми можно изучать основные цвета и оттенки: синий, красный, желтый, оранжевый, зеленый, розовый. Секции, составленные вместе, образуют подобие цветка с лепестками разного цвета. Набор выполнен из ламинированной ДСП, которую можно подвергать ежедневной влажной уборке. Великолепный вариант для детских игровых комнат.

В игровых и столовых комнатах отлично зарекомендовали себя две модели. Первая — стол «Пчелка» с оригинальным дизайном в виде пчелиной соты (шестигранника) на трех регулируемых по высоте ножках предназначается для 0, 1, 2 и 3 ростовых групп. Модель представлена в двух ярких цветах: зеленом и желтом. Примечательно, что столешница в этой модели выполнена из натуральной древесины, покрытой лаком. Лаковое покрытие очень качественное и позволяет подвергать стол ежедневной влажной уборке, от которой столешница не поведется и не испортится. Это очень важно для детских дошкольных учреждений, где регулярно следует производить влажную уборку. Кроме этого, дети, принимая пищу или занимаясь творчеством, часто проливают на поверхность стола жидкости — лак предотвращает их впитывание и воздействие на деревянную основу столешницы.

Другая модель детских столов на четырех ножках имеет четырехугольную столешницу из ЛДСП, которая покрыта пластиком, предотвращающим воздействие влаги на основу. Столешница имеет безопасные скругленные углы. Модель представлена в синем, зеленом, желтом и красном ярких цветах.

В детских садах всегда были популярны столики с художественной росписью под хохлому. Яркие рисунки на поверхности столешниц создают позитивное настроение и приучают ребенка к восприятию народных художественных промыслов, что является



33 новые коллекции рюкзаков и ранцев



BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY







Таблица «Выбор школьной и детской мебели в соответствии с ростом ребенка»

Ростовая группа	Рост ребенка, см	Высота стола, мм	Высота сиденья стула, мм
0	90-104	400	220
1	105-112	450	260
2	113-127	520	300
3	128-142	580	340
4	143-157	640	380
5	158-172	700	420
6	Свыше 173	760	460

несомненной ценностью указанных моделей. Лаковое покрытие столешниц допускает ежедневную влажную уборку, а яркий рисунок стимулирует фантазию ребенка и подталкивает его к творчеству. Столики с росписью под хохлому рассчитаны на самых маленьких — ростовые группы 1 и 2.

Последней интересной моделью, попавшей в поле нашего зрения, стал разборный детский столик «Малыш». целиком изготовленный из пластика. Преимущество модели — в ее легкости и мобильности. Столик легко перемещать, он не занимает много места, сделан из яркой безопасной пластмассы, имеет скругленные углы и стильный дизайн. Цвет столешницы синий, ножки — желтые. Отличная недорогая модель для самых маленьких.

Детские стульчики, скамейки, банкетки

Основные требования к стульчикам для малышей — их прочность. легкость и безопасность. Стульчики, отвечающие этим требованиям, изготавливаются из натуральной древесины или древесного массива. Древесина — сама по себе довольно тяжелый материал, поэтому она должна быть хорошо просушена. В качестве материала может использоваться также ДСП (ЛДСП).

Модели детских стульчиков бывают регулируемыми и нерегулируемыми под рост ребенка. Наиболее востребованными и функциональными на российском рынке стали стульчики из натуральной древесины типа «Яблочко» без регулировки по росту — в них минимум соединений и технологических отверстий. Представлены модели различных цветов: желтого, зеленого и красного. Они предназначены для малышей 1-3 ростовых групп. К ним примыкают стульчики с художественной росписью под хохлому, дополняющие соответствующие модели детских столиков.

Среди моделей с ростовыми регулировками необходимо выделить стульчик «Крепыш», изготовленный из натурального дерева, покрытого лаком. Он регулируется под рост малышей 0-3 ростовых групп. Другой интересной и функциональной моделью стал стул «Карапуз», изготовленный из массива сосны и фанеры, покрытых лаком, — предназначен для малышей 1-2 и 3-4 ростовых групп.

Скамьи часто используются в игровых комнатах, а также в спортивных залах и детских раздевалках. Как и стулья, скамьи изготавливаются из цельного древесного массива или ДСП (ЛДСП). Важно, чтобы скамья имела качественное лаковое покрытие, препятствующее впитыванию влаги в основу. Сегодня на рынке представлены различные модели скамей: с рисунками и без них, для одного и для нескольких малышей, для детей разных ростовых групп.

Вместо заключения

Для участника рынка важно предложить потребителю разнообразный выбор детской мебели. Сегодня к ней предъявляют повышенные требования, поэтому серьезный производитель или поставщик должен иметь все необходимые сертификаты Сан-Пин и ГОСТ. На сертификацию продукции, безусловно, стоит обращать внимание, но не менее важное значение имеет визуальный осмотр поставляемой партии мебели.

Хотелось бы успокоить потенциального игрока рынка мебели для детских учреждений: сегодня процент некачественной мебели весьма низок, поскольку ее просто не станут приобретать. Именно из-за сложности изготовления детской мебели и повышенных требований к этой категории товара со стороны потребителя изготавливать и поставлять некачественный продукт сегодня невыгодно.

Все описанные в обзоре модели школьной и дошкольной мебели Вы можете заказать в группе компаний «Самсон», ознакомившись с ассортиментом на сайте www.samsonopt.ru





Новинки сезона 2013

Бизнес-тетради и бизнес-блокноты



- Оригинальные дизайны обложек: от классических до молодежных.
- Популярные форматы: А5, А6, А7+.
- Обложка под персонализацию.
- Удобные красочные дисплеи.



Органайзеры бизнес-класса

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



