www.kanzelaria.ru

ЖУРНАЛ

КАНЦЕЛЯРИЯ

STATIONERY & OFFICE EQUIPMENT

ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА И УЧЕБЫ • ОФИСНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

февраль – март 2014

№65

ЛАБОРАТОРИЯ MAPED ПРЕДСТАВЛЯЕТ

Заново ИЗОБРЕТЕНО

Maped®

JUNGLE INNOVATION

КОЛПАЧКИ НИКОГДА НЕ ПОТЕРЯЮТСЯ!

www.maped.com

Офисная планета®

товары для офиса

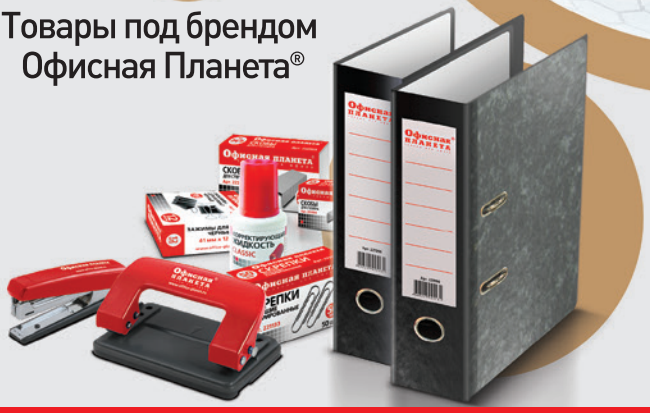
Общероссийская система обеспечения организации товарами для офиса по каталогу

1 Высокоэффективные инструменты работы

2 Комплексная маркетинговая поддержка

3 Обучение и единые стандарты обслуживания

4 Товары под брендом Офисная Планета®



5 Логистические ресурсы Федерального поставщика

Стань представителем торговой системы Офисная Планета® в своём регионе!

Подробности Вы можете уточнить у менджеров сбытовых подразделений группы компании «Самсон»

СОДЕРЖАНИЕ

4 **Новости**

14 **Товарный обзор**
Сегмент деловых сумок

24 **Торговая марка**
WALTZ — доброе тепло

28 **Лайма — новинки для чистоты**

32 **Гаджеты**
Видеорегистраторы SONNEN — надежный свидетель

36 **Выбирайте лучшее**
Несколько слов о кофемашинах

42 **В фокусе**
Совершенствовать сервис клиента

44 **Знакомьтесь — розница**
Компания «Парта»

46 **Знакомство с дилером**
Дилер корпоративной торговли

54 **Школьный базар**
Школьные рюкзаки и ранцы — как найти хит?

РЕКЛАМОДАТЕЛИ

Acco Brands 17

DURABLE 11

ErichKrause 49

Faber Castell 21

MAPED 1

ProfiOffice 7

CAMCOH ..... 2, 4-6, 8, 23, 27, 31, 35, 41, 50, 53, 57, 61 -64

Сегмент 40

Хатбер 13

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 разворот	90 000
Разворот (2 полосы)	80 000
1 полоса	50 000
1/2 полосы	30 000
1/3 полосы	25 000

ЖУРНАЛ КАНЦЕЛЯРИЯ

№ 65, февраль – март 2014

Учредитель: ООО «БРГ инвест»

Главный редактор: Мария Тарасенко

Корреспонденты: Александр Котляров, Ольга Палий

Дизайн и верстка: С. Подпоринова

Прием и оформление рекламы:
Тел.: (473) 250-29-12, 89107498552
info@kanzelaria.ru
Распространяется бесплатно
Тираж: 7000 экз.

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

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

Ответственность за содержание материалов, опубликованных на коммерческой основе, несет рекламодатель.
Рекламируемые товары и услуги подлежат обязательной сертификации.

Журнал «Канцелярия» зарегистрирован в Министерстве РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций.
Свидетельство
ПИ №77-13476 от 30 декабря 2002 г.

© ООО «БРГ инвест», 2006

Невероятные цены на офисную технику BROTHER

Группа компаний «Самсон» сообщает своим клиентам, что ассортимент принтеров и МФУ пополнили новинки от BROTHER: лазерный принтер HL-1112R и лазерное МФУ DCP-1512R (принтер, копир, сканер).

Надежная офисная техника позволяет облегчить работу офисных служащих и выполнять повседневные задачи быстро и качественно.

Компактный принтер BROTHER HL-1112R является идеальным экономичным решением для дома и небольшого офиса. HL-1112R обеспечивает высокую скорость печати и профессиональное качество отпечатков.

BROTHER DCP-1512R — это лазерный принтер, копировальный аппарат и цветной планшетный сканер в одном устройстве. МФУ с высокой скоростью печати предназначено для использования в небольших или домашних офисах с целью экономии рабочего пространства. Предоставляет широкий спектр функций по разумной цене.

Наборы для выжигания и деревянные заготовки BRAUBERG

В ассортименте наборов для творчества группы компаний «Самсон» появились замечательные новинки BRAUBERG — наборы деревянных заготовок и наборы для выжигания. Мы уверены, что эти товары будут пользоваться повышенным спросом у Ваших покупателей, ведь они являются отличным подарком любителям выжигания всех возрастов.

Деревянная заготовка BRAUBERG дает простор для творчества, позволяя нанести на поверхность любое изображение, впоследствии выжечь его или раскрасить красками. В дальнейшем изделию можно придать форму, обработав края лобзиком.

Набор для выжигания BRAUBERG позволяет выжечь уже нанесенные на фанеры рисунки или самостоятельно нанести на чистую фанеру один из 4-х предлагаемых рисунков с помощью прилагаемой копировальной бумаги для последующего выжигания.

Склад в Уфе стал в два раза эффективней!

Группа компаний «Самсон» спешит поделиться отличной новостью: на складе в Уфе успешно установлена, апробирована и введена в работу современная система WMS!

Она позволяет автоматизировать и оптимизировать процедуры приема, размещения, хранения, обработки и отгрузки товаров. Теперь все поступающие от Вас заказы автоматически передаются на склад и сразу же отправляются в набор. WMS определяет место нахождения товара, а значит найти нужную позицию теперь гораздо проще. При помощи специальной системы автоматически в интерактивном режиме фиксируется деятельность операторов и происходит загрузка очередных заданий. Появляется возможность контролировать правильность выполнения работ, что особенно важно при сборке товара.

Все это значит, что мы сможем в 2 раза быстрее и качественнее выполнять Ваши заказы, а значит партнерство с группой компаний «Самсон» станет в 2 раза выгоднее и приятнее!

Стиль от DELUCCI

Компания «ХАТБЕР-М» представляет новинки! Изумительные наборы настольных принадлежностей премиум-класса ТМ DELUCCI из дерева.

Наборы содержат все необходимые офисные предметы для делового человека. В производстве новинок используются только качественные и прочные породы дерева.

Наборы находятся в стильных подарочных коробках черного цвета с фирменным логотипом DELUCCI. Они станут полезным и презентабельным подарком.

Наполнение представлено различными предметами от 4-х до 9-ти. Это могут быть горизонтальные лотки, ручки, подставки под карандаши и ручки, подставки под визитницы и конверты, настольные часы, нож для открывания писем, степлер и подложка для письма.

Разнообразие цветового решения наборов: черный дуб, красное дерево, коричневый орех, светлый дуб и розовое дерево — позволит подобрать наиболее подходящий вариант под столешницу или общее оформление кабинета.

КИСТИ
И НАБОРЫ КИСТЕЙ

BRAUBERG®
BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

ПИФАГОР®

Более 50 моделей!
Высокое качество!
Доступные цены!

Заказывайте
в интернет-магазине
www.samsonopt.ru

Тетради на кольцах BRAUBERG: «Luxury» и «Stylish»

Группа компаний «Самсон» сообщает о появлении в ассортименте новинок от BRAUBERG — тетрадей на кольцах серий «Luxury» и «Stylish».

Тетради на кольцах BRAUBERG — это практичные и функциональные предметы. Конструкция такой тетради позволяет аккуратно извлечь ненужный лист. Верхняя обложка может раскрываться на 360 градусов. Это позволяет делать записи на весу, что одинаково удобно как для учебы, так и для работы.

- Формат А5 (175х215 мм).
- Твердая ламинированная обложка.
- 2 дизайна в ассортименте.
- Внутренний блок — офсет 60 г/м², клетка без полей, 120 листов.
- Четырехкольцевой механизм.
- Индивидуальная упаковка.

Документ-камера TRIUMPH A405

Группа компаний «Самсон» рада сообщить своим клиентам о том, что в ассортименте «документ-камер» появилась новинка от TRIUMPH.

5-мегапиксельная документ-камера TRIUMPH A405 представляет собой идеальное средство для проведения презентаций, захвата изображений и видеозаписи. Благодаря этому визуальному презентеру и компьютеру пользователь может захватывать в реальном времени изображение трехмерных объектов, журналов, книг, документов, фотографий и визитных карточек и представлять его с помощью монитора или проектора.

Уникальные, обращенные вниз линзы позволяют просто и удобно выполнять многократный захват изображения. При помощи этого устройства удобно демонстрировать иллюстрации, проводить семинары и лекции.

Доходная штучка: кофемашина Брилль Café

САМСОН

Современный ассортимент бытовой техники для приготовления кофе потрясает своим многообразием. Производители бытовой техники предлагают покупателям самые разнообразные кофемашины. Группа компаний «Самсон» также расширяет свой ассортимент интересными новинками и предлагает Вашему вниманию капсульную кофемашину БРИЛЛЬ CAFE RC-1802.

Это устройство позволит быстро и без лишних хлопот приготовить ароматный кофе. Одним нажатием кнопки можно установить индивидуальную крепость напитка, которую машина запомнит автоматически. Кофейная гуща после использования остается в капсуле: эта особенность делает процесс очистки кофемашины быстрым и гигиеничным. Капсулоприемник на 14 капсул позволит, не отвлекаясь на очистку машины от использованных капсул, приготовить кофе для большой компании. Машина также позволяет приготовить горячую воду для чая или подогрева чашек для эспрессо.

Капсулы для кофемашины БРИЛЛЬ CAFE представлены 4 вариантами вкусов: «Acqua» — это сбалансированный вкус с яркой и сочной кислинкой; «Aria» — это легкий вкус с быстро проходящим послевкусием; «Fuoco» — это крепкий, плотный, бодрящий кофе с яркой благородной горчинкой; и, конечно же, «Terra» — классический итальянский эспрессо с плотной, насыщенной, обволакивающей пенкой.

Каждая капсула содержит 100% натурального свежемолотого кофе, который, благодаря герметичной упаковке, сохраняет свой аромат и вкус.

Гарантия на кофемашину — 12 месяцев.

Блоки для заметок Hatber

Hatber

Компания «ХАТБЕР-М» представляет новинку ассортимента — блоки для заметок ТМ Hatber.

Бумажный блок 9х9х9 см располагается в картонном дисплее со специальным разъемом для удобства использования. Картонные дисплеи имеют цветную запечатку и представлены в следующих дизайнах: узнаваемые образы из коллекции «МАКИ», IFresh и строгая офисная тематика. Компактная и яркая упаковка блока будет привлекать внимание и отлично впишется в любое рабочее пространство.

Блоки для записей Hatber производятся из бумаги 100% степени белизны. Благодаря высокому качеству продукции заметки сохранятся на долгое время!

Яркие помощники от Hatber всегда под рукой!

Profi Office
Germany
-Качество
- Функциональность
- Дизайн

Профессиональные ламинаторы серии
PROLAMIC HRD

Брошюровщики серии
BINDSTREAM

Уничтожители документов серии ALLIGATOR

Подробная информация на сайте производителя:
www.profioffice.ru

Тел.: (495) 968-87-41

Японская надежность: МФУ и принтеры KYOCERA

Группа компаний «Самсон» рада сообщить, что теперь в нашем ассортименте появились товары под брендом KYOCERA (кё:сэра). Компания KYOCERA — один из ведущих мировых производителей офисного оборудования.

Компактное, эффективное и высокоэкономичное устройство FS-1040 — идеальный настольный принтер, оснащенный кнопкой Quiet Mode (бесшумный режим), которая позволяет существенно снизить уровень шума. Кроме того, его отличает высокое быстродействие, обеспечивающее выход первой страницы всего лишь через 10 секунд после отправления задания на печать. Прочный и надежный благодаря долговечным технологиям компании KYOCERA, это тот самый безотказный принтер, на который всегда можно положиться.

KYOCERA FS-1025MFP — это лазерное многофункциональное устройство. Скорость печати до 25 страниц в минуту в черно-белом режиме и наличие функции двусторонней печати делают его идеальным устройством для совместного использования сотрудниками небольших рабочих групп и офисов.

Специальный бесшумный режим (Quiet Mode) существенно снижает уровень шума, а многоцелевой лоток рассчитан на работу с бумагой различных форматов. Использование долговечных технологий компании KYOCERA и запас тонера на 3000 страниц позволяют не только снизить воздействие на окружающую среду, но и сократить расходы на обслуживание устройства.

Электрочайники SCARLETT и BRAUN

Группа компаний «Самсон» сообщает о расширении нашего ассортимента чайников новыми моделями SCARLETT и BRAUN.

Всем известно, что электрический чайник является одним из самых востребованных бытовых приборов для офиса или дома.

Модель чайника SCARLETT SC-226 в полной мере удовлетворяет всем этим требованиям. Корпус чайника изготовлен из высококачественной нержавеющей стали, которая сохраняет природные свойства воды. Внутренний световой индикатор и неоновая подсветка добавляют модели привлекательности. Многоуровневая защита обеспечена автоматическим отключением при закипании, отключением при недостаточном количестве воды и удобной кнопкой открытия крышки. Гарантия на новинки чайников — 12 месяцев.

Каталоги SONNEN и BRABIX для успешных продаж!

Группа компаний «Самсон» рада сообщить Вам, что на всех складах компании уже появились новые красочные каталоги товаров под торговыми марками SONNEN и BRABIX.

Яркие издания содержат все необходимые сведения о товарах: их описание, технические характеристики, размеры и многое другое. Кроме того, каталоги содержат много полезной дополнительной информации, которая обязательно пригодится в работе. Например, в каталоге техники и электроники SONNEN Вы найдете сведения о том, как подобрать лампу нужного размера по цоколю, какая батарейка подойдет для Вашего устройства, почему выгодно торговать видеорегистраторами SONNEN и какие колонки предложить Вашему клиенту. Безусловно, вся эта полезная информация поможет Вашему продающему персоналу детально изучить ассортимент и провести его качественную презентацию для конечного потребителя. Чтобы получить бесплатный экземпляр каталогов SONNEN или BRABIX, свяжитесь с менеджером Вашего сбытового подразделения группы компаний «Самсон».

Наушники SENNHEISER — чистый звук по привлекательной цене

Вот уже почти 70 лет имя SENNHEISER является символом качества. Компания заслужила мировое признание благодаря передовым разработкам в производстве высококачественных микрофонов, наушников, а также разработкам в сфере беспроводных технологий. Группа компаний «Самсон» представляет вашему вниманию новинки нашего ассортимента товаров SENNHEISER — проводные, беспроводные наушники и гарнитуру.

К примеру, беспроводные наушники SENNHEISER RS 110-8 II являются бескомпромиссным выбором для прослушивания всех видов музыки и телевизионных программ. Модель RS 110-8 II позволяет насладиться полной, не ограниченной коммутационным кабелем свободой. При доступной цене — это самый короткий путь в мир качественного звука.

Новинки от DURABLE

Компания DURABLE не перестает удивлять своих клиентов новинками. В 2013 году российскому рынку было представлено очередное «диво» — FOTOFRAME и FOTOFRAME PLUS — самоклеящиеся рамки для фотографий различного формата с дополнительным окошком для подписи и без него.

Прототипом FOTOFRAME стал уже получивший известность продукт MAGAFRAME, успех которого стал поистине ошеломляющим во всем мире. В основе также лежит самоклеющаяся подложка и магнитная рамка, но на сей раз самых популярных фото-форматов. FOTOFRAME и FOTOFRAME PLUS идеально подойдут как для повседневной жизни, так и для организации рабочего пространства.

BRAUBERG®
BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

РУЧКИ БИЗНЕС-КЛАССА

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

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

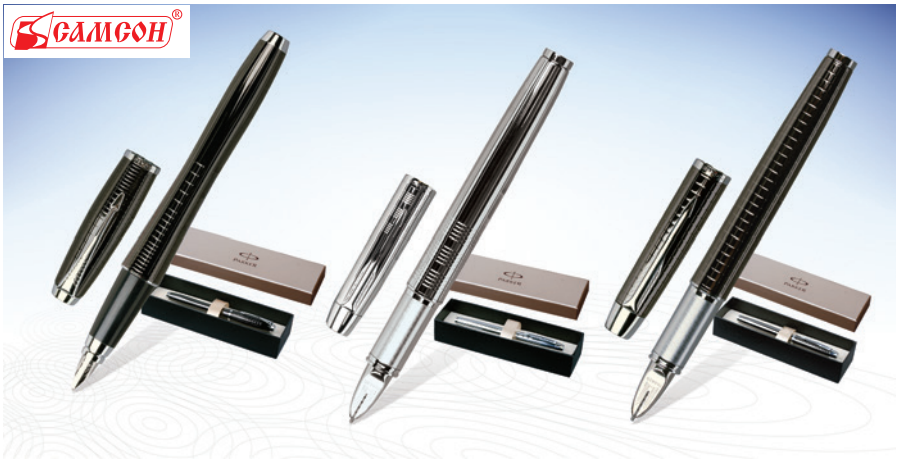
Инновационные ручки PARKER

Группа компаний «Самсон» сообщает о значительном расширении ассортимента письменных принадлежностей PARKER.

Особый интерес вызывают новинки с системой «5-й пишущий узел». Новые ручки PARKER уже хорошо известных покупателю серий «IM» и «Urban» сочетают в себе все достоинства классических ручек PARKER и нового пишущего узла.

Система «5-й пишущий узел» обеспечивает непринужденное скольжение по поверхности бумаги, позволяя ручке подстроиться под манеру письма ее владельца после нескольких написанных слов.

Благодаря особенностям конструкции пишущего узла, равномерная подача чернил обеспечивается даже при смене давления (например, если владелец ручки находится на борту самолета) — система компенсации давления не оставляет места для подобного недостатка. Все новинки упакованы в фирменные подарочные коробочки PARKER.



Флэш-диски и внешние жесткие диски: SILICON POWER, SEAGATE, VERBATIM

Группа компаний «Самсон» рада сообщить своим клиентам о появлении в ассортименте носителей информации новинок флэш-дисков SILICON POWER и внешних жестких дисков SEAGATE и VERBATIM. Более 20 моделей носителей информации позволяют подобрать «хранилище электронных данных» покупателям с разными бюджетами.

Обладателям скромного бюджета можно рекомендовать модель флэш-диска SILICON POWER 8GB Luxmini 320. Флэш-диск прост в исполнении, снабжен отверстием для цепочки и аксессуаров. Привлекает внимание, так как выполнен в элегантном отполированном корпусе.

А тем, кто готов приобрести по-настоящему вместительное устройство, рекомендуем предложить SEAGATE Expansion с объемом памяти 4TB. Этот портативный жесткий диск — легкое в использовании решение для случаев, когда нужно мгновенно добавить пространство для хранения данных на компьютере и взять файлы с собой.

Гарантия на все устройства предоставляется в течение 12 месяцев.

Акция DURABLE для розницы

Немецкий производитель DURABLE предпринял ряд шагов по продвижению своих товаров в нескольких розничных магазинах столицы. При этом компания не только сделала акцент на своем высококачественном товаре, но и еще раз наглядно продемонстрировала свое отношение к окружающему миру и братьям нашим меньшим. В нескольких магазинах столицы в настоящее время проходит акция для розничных клиентов, в ходе которой при покупке трех продуктов TM DURABLE покупатель получает календарь А3 формата на 2014 год в подарок.

Календарь с питомцами Химкинского приюта для животных был напечатан компанией DURABLE в благотворительных целях. Предприимчивая администрация приюта таким оригинальным и очень наглядным способом не только получает дополнительное финансирование для содержания питомцев, но и всячески старается найти им новый дом.

Акция DURABLE проходит в розничных магазинах Акварель (м. Китай-Город), МДК (м. Арбатская), Библио-Глобус (м. Лубянка).

Переплетные машины FELLOWES

Группа компаний «Самсон» предлагает вашему вниманию новинки переплетных машин FELLOWES, предназначенных для переплета документов с помощью пластиковых пружин. Среди новинок представлены переплетные машины на любой бюджет. Например, FELLOWES STAR+ является идеальным выбором для малого офиса. В аппарате предусмотрена вертикальная загрузка листов, которая обеспечивает легкое их выравнивание при пробивке. Широкая удобная ручка плотно прилегает к корпусу. Для переплета используются пластиковые пружины.

Рюкзак BRAUBERG — во всех кинотеатрах страны!

BRAUBERG
BRAUBERG BRANDS GmbH · GERMANY

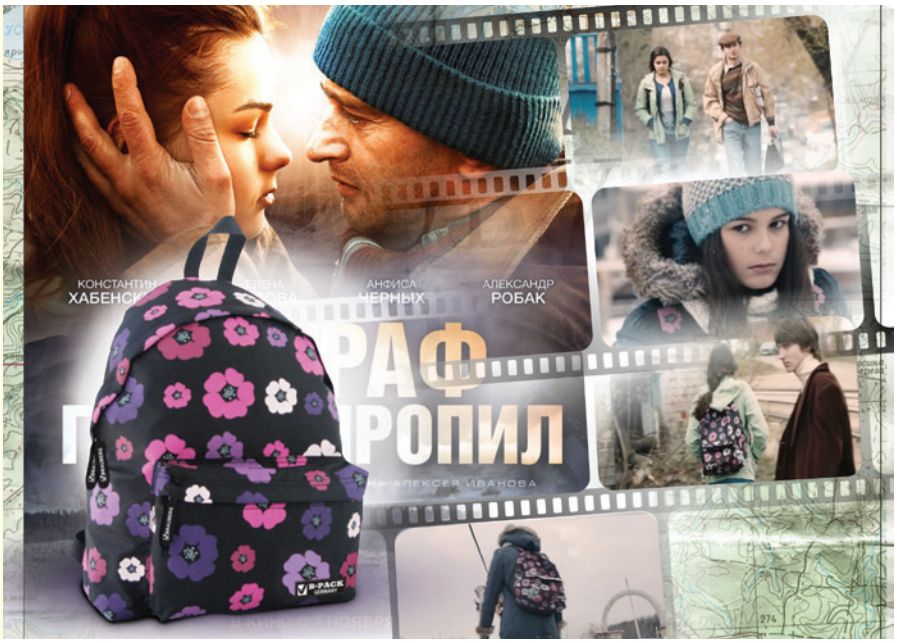
Недавно на экраны страны вышел фильм «Географ глобус пропил», в ролях которого снялись Константин Хабенский, Анфиса Черных и … молодежный рюкзак BRAUBERG.

Модный школьный аксессуар серии B-PACK принадлежит одной из героинь киноленты — школьнице Маше Большаковой. Стильная модель с цветочным принтом подчеркивает юность девушки и помогает глубже раскрыть роль.

Стоит отметить, что модельный ряд B-PACK уже давно пользуются популярностью среди старшеклассников и студентов благодаря яркому дизайну, вместительности и доступной цене. Не удивительно, что именно рюкзак BRAUBERG был отобран «для роли» в этом фильме.

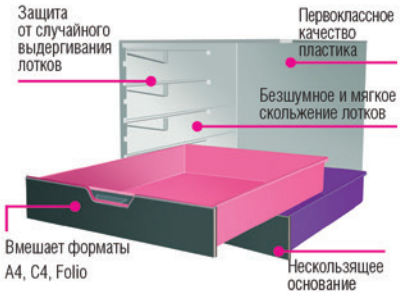
Узнать более подробную информацию о всех моделях серии B-PACK и сделать заказ Вы можете на сайте или по телефону, связавшись с менеджером Вашего сбытового подразделения группы компаний «Самсон».

Надеемся, что «звездная карьера» принесет рюкзакам BRAUBERG всенародную любовь, а Вам высокие продажи и максимум прибыли!



DURABLE
THE STYLE OF SUCCESS
VARICOLOR®
БОКСЫ ДЛЯ ДОКУМЕНТОВ

- Боксы для документов (на 5, 7, 10 лотков)
- Пластик abs
- Глянцевая поверхность, нескользящте ножки
- Устанавливаются друг на друга
- Можно комбинировать лотки разной глубины



Артикулы: 7605, 7607, 7610
(на 5, 7, 10 лотков)

colour your office

WWW.DURABLE-RUSSIA.COM
Представительство DURABLE 8-495-601-92-13

Представляем магазины «образцового оформления»!

Группа компаний «Самсон» с радостью представляет Вам победителей конкурса «Сделайте Ваш магазин привлекательнее», который проходил осенью прошлого года. Напомним, что по условиям акции, чтобы принять участие в конкурсе, необходимо было оформить розничный магазин специальным комплектом POS-материалов, сфотографировать полученный результат и разместить снимки на сайте www.samsonopt.ru.

За время проведения конкурса на суд экспертного совета было представлено более 1200 фотографий, среди которых необходимо было выбрать лучшие из лучших в трех номинациях. По словам жюри, с каждым годом растет не только количество участников конкурса, но и качество оформления, поэтому выбрать победителей было непросто. Тем не менее, после долгих обсуждений было принято решение присудить победу магазину «Глобус» и наградить клиента главным призом — сертификатом на 200 000 рублей на проведение рекламной кампании и оформление магазина.

Ценные призы также достались клиентам, которые лучше всего оформили места продаж школьных и офисных товаров. Так победителем в номинации «Первый класс» стал клиент уфимского филиала группы компаний «Самсон», получивший в подарок высокопроизводительный ноутбук.

Лучшим в номинации «Бизнес-класс» был признан клиент из Самары. Ему досталось комфортабельное кожаное кресло руководителя. Победителем народного голосования на сайте с результатом 127 голосов также стал клиент самарского филиала группы компаний «Самсон», получивший в качестве приза капсульную кофемашину. И конечно, все участники акции получили гарантированный приз — яркие и стильные часы Brauberg. От всей души поздравляем победителей и участников конкурса, желаем высоких продаж и новых успехов в акциях группы компаний «Самсон»!

Кадровые изменения в Российском Представительстве компании DURABLE

В начале 2014 года в Российском Представительстве компании DURABLE произошли некоторые кадровые изменения.

На должность менеджера по маркетинговым коммуникациям пришел работать Алексей Соболев, сменивший на этой должности Анну Кулакову. Алексей долгое время проработал в компании Группа Товарищей, в отделе импорта, хорошо знаком с товарами DURABLE и курировал, в том числе, продвижение марки в компании. На новой должности Алексей будет отвечать за продвижение DURABLE на рынке России и осуществлять маркетинговую поддержку партнеров DURABLE .

Фигурные блокноты от Hatber

Компания «ХАТБЕР-М» представляет серии 60 листных блокнотов А6 формата с фигурной высечкой на гребне.

Многообразие форм и обложек притягивает взгляды всех любителей необычного.

Ровная вырубка блока без засечек делает края гладкими. Белоснежный внутренний блок без линовки позволит делать небольшие записи и даже зарисовки.

Популярные лицензии ждут вас на обложках блокнотов: веселые «Пингвины из Мадагаскара», очаровательная «Зайка Ми», динамичные AngryBirds и озорной «Кот Саймона» заряжают позитивом каждый день!

Специально для юных дам дизайнеры разработали формы бабочек, сундучков и аппетитных пирожных. Романтическая серия «Сердечки» идеально выступит в роли замечательного подарка на День Святого Валентина.

Необычные и яркие формы блокнотов от ТМ Hatber — источники вдохновения и хорошего настроения!

НОВАЯ КОЛЛЕКЦИЯ ПРЕДМЕТНЫХ ТЕТРАДЕЙ

«Metallic»

«The Wall»

«Предметная мозаика»

Выбери свою серию!

«Умные фрукты»

«Attention»

«Сфера знаний»

www.hatber.ru

НА РЕМНЕ: ФОРМУЛА ХИТА

Сегмент деловых сумок на отечественном рынке меняется. Новый сезон — новые тенденции, новые модели, новые условия конкурирования. Объектом внимания в этом обзоре стали сумки на ремне. Крупные игроки рассказали нашему журналу о трендах и новинках, а также попытались приблизиться к формуле хита продаж нового сезона в этой категории.

Текст:
Александр
Котляров

О сегменте

Начало 21 века — это время мобильных и энергичных деловых людей, которые постоянно в дороге. Именно этим объясняется сегодня широкое распространение и постоянно растущий спрос на деловые сумки на ремне с отделением для ноутбука или для планшета. Указанные сумки образовали отдельный относительно самостоятельный сегмент, пользующийся высоким спросом.

Сегмент деловых сумок на ремне уверенно растет — сегодня это, пожалуй, главная его характеристика. На российском рынке представлены сумки российских, китайских и западных производителей. Если анализировать рынок по ценовому критерию, то с уверенностью можно сказать, что основная конкурентная борьба ведется в низком ценовом сегменте. Здесь большой проблемой для российского рынка сумок является «серый импорт» из Китая, который составляет порядка 80 – 90 % всего рынка. Доля же европейских и отечественных сумок составляет лишь 5 – 10 %. В низком ценовом сегменте представлена продукция следующих российских производителей: компании «Серебряный Пик» (TM Silver Top), ООО «Кроуни» (TM Sanaco), «Медведково», Stelz, «Сакси».

В среднем ценовом сегменте лидируют такие российские компании как «Альянс», Grizzly, Lucky Bag, «Дизель», «МэвиРус», Bagsi99, а также представлены модели китайских производителей, марки которых удерживают твердые позиции и характеризуются стабильным спросом: Bradford, Bollini, Yeso, Wanlima, Top Power.

В высоком ценовом сегменте преобладает продукция западных производителей. Лидирующими марками здесь являются Dior, Prada, Gucci, Armani, Roberto Cavalli.

В числе лидеров — также давно зарекомендовавшие себя Case Logic, Tucano, Targus, Krusell, Port Design.

Среди ведущих дистрибьюторов деловых сумок на ремне отмечены Lucky Bag, «Дизель», «Фокус Сумки», Bagsi 99, «МэвиРус», ТД «Ориент Опт», «Сумка-Стиль», DelMare, «Робинзон-багаж», Samsonite, Redmont, «Империя сумок», «Mr. Сумкин».

В целом количество производителей и дистрибьюторов деловых сумок в России достаточно велико. И, тем не менее, они пока не могут переломить ситуацию с преобладанием «серого импорта» из стран Юго-Восточной Азии.

О конкуренции

Конкуренция в сегменте деловых сумок на ремне очень высока. Рынок насыщен большим количеством дешевой китайской продукции, с которой сложно соперничать в плане цены. Поэтому борьба за внимание потребителя идет на других фронтах: качество материалов, фурнитуры и дизайн.

Руководитель отдела продаж компании Grizzly Анастасия Ванюшина говорит: «Конкуренция с каждым годом ужесточается, это связано не столько с новыми производителями на рынке — количество серьезных производителей не увеличивается, сколько с тем, что крупные торговые компании в последние годы

завозят продукцию из Китая под собственными марками или no name».

Коммерческий директор компании Alion Анастасия Жихарева подчеркивает, что именно перенасыщенность рынка дешевой китайской продукцией диктует производителям иной характер борьбы за потребителя: «Производители постоянно соперничают в разработке уникального дизайна, использовании новых материалов, фактур, цветов и новых технических решений. Безусловно, потребитель, который впервые покупает аксессуар, реагирует на дешевые предложения и делает выбор в пользу более дешевой сумки. Тем не менее аудитория, которая действительно заботится о сохранности своего гаджета, растет и, несмотря на цену, готова выбирать интересные решения с уникальным дизайном, множеством технологических новшеств и хорошим качеством исполнения».

Большинство участников говорят, что конкуренция проявляется с наибольшей силой в низком сегменте. Но есть мнение, что соперничество активно идет и в среднем ценовом сегменте: «Производители стараются завоевать внимание потребителя оригинальными дизайнами, отделкой. Кроме того, ежегодно в любой коллекции появляются новинки», — говорит **директор по продажам компании «Группа Товарищей» Наталья Матвеева**.

Условия рынка диктуют характер конкуренции: появляется большое количество новой продукции под собственными торговыми марками участников рынка. Безусловно, это играет на руку потребителю: ему предоставлен широкий выбор товара, качество которого контролирует владелец торговой марки.

Главные тенденции

Мы попросили участников обзора указать на основные тенденции, которые сегодня наблюдаются в сегменте деловых сумок. Озвученные экспертами тренды можно разделить на две группы: процессы, касающиеся спроса и потребительских предпочтений, и тенденции, касающиеся дизайнов изделий.

В первой группе выделяется несколько заметных процессов. Эксперты уже неоднократно отмечали на страницах нашего журнала тенденцию увеличения спроса на деловые сумки с отделением для ноутбука. В 2013 году продажи планшетов выросли на 50 %, в то время как продажи ноутбуков упали приблизительно на 10 %. Несмотря на это спада в продажах деловых сумок для ноутбука не ожидается, поскольку планшет не сможет полностью вытеснить ноутбук, который позволяет решать более сложные задачи. Более того, деловые сумки с отделением для ноутбука используют не всегда по прямому назначению, то есть не только для переноски ноутбука, но и личных вещей.

Сегодня уверенно набирает обороты группа сумок на ремне с отделением для планшета, что также обусловлено популярностью этих устройств и растущим спросом на них. При этом костяк ассортимента составляют сумки с классическими сдержанными деловыми дизайнами.

Анастасия Жихарева (Alion) рассказывает: «В сегменте деловых сумок по-прежнему остаются востребованными более универсальные и консервативные модели, отличающиеся высоким функционалом и стилем. Наибольшим спросом пользуются сумки для ноутбука с размером экрана 15 дюймов, которые показывают стабильные продажи на протяжении всего года, несмотря на сезонность. В последние годы сегмент деловых кожаных сумок устойчиво растет.

С появлением планшетных компьютеров, которые завоевали огромную популярность у российских пользователей, сумки на ремне с отделением для планшета уверенно набирают обороты. Как правило, это ультратонкая вертикальная сумка, по размеру чуть больше, чем сам планшет, с несколькими карманами и отделениями, а также удобным наплечным ремнем».

Анастасия Ванюшина (Grizzli) замечает: «Продажи сумок-планшетов под современные iPad и прочее заметно растут». Рост продаж категории сумок на плечевом ремне с отделением для планшета — отличный повод для реселлера дополнить и расширить уже существующий ассортимент в соответствии с отмеченным трендом. Поэтому на рост сумок на ремне с отделением для планшета стоит обратить особое внимание.

Наталья Матвеева («Группа Товарищей») отметила другую заметную тенденцию: «Предпочтения потребителей смещаются в сторону более качественной и более дорогой продукции, и в связи с этим отмечен рост спроса в среднем ценовом сегменте». Очевидно, этот рост обусловлен усилением внимания к более качественной продукции вследствие благо-

приятных экономических условий на отечественном рынке и увеличением покупательской способности. Кроме того, именно в среднем сегменте сконцентрирована брендованная продукция, качество которой на порядок выше, чем у продукции no name.

Третья тенденция — рост продаж и ассортимента деловых сумок с яркими дизайнами для женщин. На этом тренде стоит остановиться особо. Деловая активность женщин постепенно набирает обороты, что влечет существенное увеличение спроса на женскую часть ассортимента деловых сумок.

Анастасия Ванюшина (Grizzly) говорит: «Продажи женского ассортимента деловых сумок растут на глазах. Женская сумка отличается от мужской дизайном, цветом — в этом случае ограничений нет, и внутренней эргономикой, а главное — удобством: не надо скручивать листы А4 стараясь вместить их в женскую сумку, при этом женскую сумку деловая сумка не отменяет и последняя вполне может дополнять образ».

Светлана Жигулина («Самсон») рассказывает: «Среди деловых сумок очень хорошие продажи показали женские модели BRAUBERG «TUTTO», «Caprice 2», «Shaker». Именно благодаря своей функциональности, интересному дизайну и цветовому решению данные модели полюбились представительницам прекрасного пола. Более того, в моделях BRAUBERG «Caprice 2» и «Shaker» есть противоударная воздушная подушка, которая поглощает внешние толчки и удары и надежно защищает от повреждений все содержимое сумки. В связи с тем, что женские деловые сумки показали хорошие продажи, мы расширяем ассортимент данного вида товаров. В мае — июне 2014 года в ассортимент группы компаний «Самсон» поступят в продажу еще несколько новых моделей: BRAUBERG «Novel» и «Nevada». Классический черный и глубокий, насыщенный сиреневый и бирюзовый цвета новых моделей сумок добавят несколько интересных штрихов к образу любой леди. Водоотталкивающая, прочная ткань, мягкий уплотнитель надежно защитят планшет, ноутбук и другие личные вещи, переносимые в сумке, а благодаря своим размерам и наличию нескольких карманов данные модели отличаются особой вместительностью».

Мужчины же более консервативны в отношении деловых сумок на ремне в плане предпочтений дизайна и материалов. Женская аудитория в этом отношении более прогрессивна — в женском ассортименте есть тенденция к разнообразию фактур и расцветок. Так мы постепенно подошли ко второй группе трендов — тенденциям в сфере дизайнов и используемых материалов в дизайне деловых сумок на ремне.

Несомненно, классика — это сумки из натуральной кожи. Но и здесь появилась новая тенденция к использованию в изделиях других материалов.

Относительно материалов изготовления деловых сумок **Наталья Матвеева («Группа Товарищей»)** замечает: «Лучшим материалом для деловой сумки является настоящая кожа. Такой аксессуар подчеркивает статус владельца. Однако современные технологии производства так называемой экокожи позволяют добиваться очень близкого внешнего сходства кожзама и натуральной кожи. Такие материалы приятны на ощупь, эффектно выглядят и достаточно износостойки. Одна из самых продаваемых товарных групп в сегменте деловых сумок — портфели из кожзама и кожи. Хорошо востребованы и мягкие деловые сумки из натуральной кожи естественных цветов со множеством карманов и отделений, со специальными вставками для ношения ноутбука и других гаджетов. Популярны также сумки для ноутбуков, выполненные из текстиля любых цветов. Но все же большая часть аудитории этой товарной группы — мужчины, предпочитающие изделия из натуральной гладкой кожи в классическом исполнении: в элегантном черном и благородном коричневом цвете. Допускаются контрастные детали — молнии, ручки, накладные карманы, отстрочка по краю, но в целом деловая сумка должна выглядеть лаконично, солидно и презентабельно. Гораздо важнее, чтобы сумка была функциональна — имела достаточное количество карманов, надежную фурнитуру, регулируемый ремень».

Анастасия Ванюшина (Grizzly) подчеркивает: «Классический портфель с двумя-тремя отделениями и с клапаном на замке — это тема натуральной кожи, и заменить его трудно. Но это товар дорогого сегмента. В среднем сегменте — это портфели из нейлона без клапана с удобными отделениями и достаточным количеством карманов, с отделением для ноутбука. В дешевом сегменте ничего не меняется, только качество тканей, фурнитуры и пошива заметно уступает. Цвета делового ассортимента вполне предсказуемы — это черный, оттенки серого, оттенки коричнево-

ВАША ПЕРЕЗЕНТАЦИЯ

Компания Acco Brands, крупнейший производитель офисной продукции в мире, представляет Вашему вниманию самое современное оборудование для офисов под торговыми марками GBC и Rexel

1

УНИЧТОЖИТЕЛИ С АВТОМАТИЧЕСКОЙ ЗАГРУЗКОЙ БУМАГИ СЕРИИ AUTO+ REXEL

Вам больше не потребуется тратить время на уничтожение бумаги, высчитывать количество уничтожаемых листов. Вы сможете загрузить в шредер сразу целую стопу документов, от 60-ти до 750 листов, в зависимости от выбранной Вами модели.

Шредеры с автоматической загрузкой Rexel Auto+ являются уникальным продуктом на рынке, получили в феврале 2013 года награду «Технология года» во Франкфурте.

С 2014 года ассортимент шредеров Rexel Auto+ расширен моделями с 4-м уровнем секретности. Шредеры Rexel Auto+ могут уничтожать бумагу со скобами и скрепками, большинство моделей также уничтожает кредитные карты, ряд моделей уничтожают компакт-диски.

Среди модельного ряда из 14 артикулов найдите именно Ваш шредер Rexel Auto+.

2

ПЕРЕПЛЕТНЫЕ МАШИНЫ НА ПЛАСТИКОВУЮ ПРУЖИНУ GBC COMBBIND

Новая серия переплетных машин GBC CombBind 100, 110, 200 и 210 производится на собственном заводе Acco Brands в Португалии.

Все модели оснащены удобной пошаговой инструкцией QuickStep, расположенной на корпусе машинки в виде картинок.

Запатентованная система облегченного пробивания документов снижает усилие на 50%: можно пробивать документы «одной левой». Двойная ручка у большинства моделей удобна как для правшей, так и для левшей.

Разделение функций пробивания и переплета документа во всех, даже самых экономичных моделях в 2 раза ускоряет процесс работы.

Надежные, продуманные и простые в использовании переплетные машины GBC — это просто мечта как для любителей, так и для профессионалов.

3

ЛАМИНАТОРЫ GBC FUSION

Это целая серия из 9-ти быстрых, удобных и простых в работе ламинаторов.

Революционно высокая скорость нагревания ламинаторов GBC Fusion от 1 минуты до 5 минут в самых простых моделях!

Выбор температурного режима происходит при помощи простого нажатия на 1 кнопку!

А ламинатор GBC Fusion 5100LA3 сам определит необходимую для оптимального ламинирования температуру. Обыкновенное чудо уже завтра может быть в Вашем офисе.

Более подробную информацию о продукции Вы можете найти на сайте www.accobrands.com

го и бежевого, оттенки хаки. Дизайн строгий, сдержанный, но с использованием ярких элементов и фурнитуры, сочетание разных фактур тканей. Каждый год мы вводим пять–шесть новых материалов в коллекцию».

В целом можно говорить о тенденции к использованию в деловых сумках более широкого круга материалов: нейлона, экокожи, кожзама, текстиля — это менее дорого, но не менее стильно, презентабельно и интересно. Новые материалы — способ в значительной степени расширить и разнообразить ассортимент деловых сумок и этим привлечь внимание большего числа потребителей.

Светлана Жигулина («Самсон») указывает еще ряд тенденций, касающихся сферы материалов и дизайнов деловых сумок на ремне: «Год от года каждый производитель сумок старается сделать свой продукт более функциональным и удобным в применении для конечного покупателя. При изготовлении сумок используют материалы с водоотталкивающей пропиткой, металлическую фурнитуру, которая значительно прочнее пластмассовой. С появлением и популяризацией планшетов добавили специальное отделение для планшета, также сейчас в каждой сумке есть множество специальных карманов: и для телефона, и для визитных карточек, и для письменных принадлежностей, и для всех современных гаджетов (видеорегистраторов, навигаторов и т. д.). В некоторых сумках даже есть специальное отделение для планшета с прозрачной вставкой, которая позволяет использовать планшет прямо в сумке, не извлекая его.

Если раньше в изготовлении сумок использовали в основном три вида материалов — ткань, кожзам и кожу, (а цвета данных материалов были в основном черные и коричневые), то сейчас разновидности материалов и цветов, используемых для изготовления сумок, самые разнообразные: это нейлон, полиэстер, жаккард, кожа, войлок и кожзам с разной фактурой. Очень часто материалы комбинируют, чтобы создать более стильную, интересную модель сумки.

Что же касается цветовой гаммы, то всегда были, есть и будут популярными сумки в классической цветовой гамме: черные и коричневые. Но сегодня пользуются также спросом сумки глубокого темно-синего, благородного серого и теплого песочного цветов. А тем, кому надоели деловые однотонные сумки, могут купить необычную модель с принтом, например, в клетку. Клетка никогда не выбивается из сдержанного делового стиля, но при этом привносит изюминку в строгий деловой образ как мужчины, так и женщины».

Основные тенденции названы, но какова же сегодня формула хита продаж в указанном сегменте? Об этом — в следующем разделе.

Формула хита

Идеальный товар, видимо, найти сложно, но это не значит, что не следует пытаться это сделать. Мы предложили участникам обзора поразмышлять о том, какой же товар в сегменте деловых сумок в этом сезоне будет пользоваться хорошим спросом.

Светлана Жигулина («Самсон») опирается на опыт продаж прошлого 2013 года: «Наибольшим спросом пользуется продукция низкого и среднего ценовых сегментов. Может сложиться неправильное впечатление, что если сумка стоит недорого, то она очень низкого качества. На самом деле это не всегда так, в низком ценовом сегменте всегда можно найти сумки достойного качества. Хитами продаж среди деловых сумок в ассортименте группы компаний «Самсон» в 2013 году стали позиции BRAUBERG «Profi», «Tempo», «Chance», «Control 1» и неудивительно, что в центре внимания оказались именно эти модели. Это можно объяснить прежде всего привлекательной ценой в соотношении с хорошим качеством продукции. Хорошее качество складывается из прочного, износостойкого материала, металлической фурнитуры, функциональных карманов и отделений. На основе продаж текущих позиций и на основе тенденций на российском рынке электроники, группа компаний «Самсон» решила расширить ассортимент сумок на плечевом ремне. В мае – июне в ассортимент поступит более 40 новых моделей сумок BRAUBERG на ремне разных размеров, со множеством функциональных карманов, со специальным отделением для планшета и без. В новом ассортименте будут представлены сумки из ткани (жаккард, нейлон, полиэстер), кожзама и холщовой ткани в разных ценовых сегментах. Данный вид сумок очень популярен сейчас на российском рынке, поскольку с сумками на ремне все необходимое всегда под рукой. В них есть множество карманов и отделений, которые помогают преобразовать небольшое пространство во вместительный аксессуар. Благодаря своей форме эти сумки очень удобны при ходьбе.

Несомненно, хитами продаж станут модели BRAUBERG «Patrol», «Explorer», «Palermo» — компактные, функциональные, выполненные в сдержанном, лаконичном стиле из водоотталкивающего материала с использованием металлической фурнитуры. И, конечно же, не останется без внимания яр-

Анастасия Ванюшина
(«Grizzly»)

Анастасия Жихарева
(«Alion»)

Наталья Матвеева
(«Группа Товарищей»)

Светлана Жигулина
(«Самсон»)

кая, стильная женская модель сумки BRAUBERG «Palermo».

Выше представлена только небольшая часть новинок, которые ожидаются в новом году. За новинками ассортимента деловых сумок BRAUBERG следите на нашем сайте www.brauberg.com».

Анастасия Жихарева (Alion) свое мнение о хите продаж формулирует на основе анализа потребительских ожиданий и современных тенденций: «Сегодня формат гаджетов сильно изменился: они стали тоньше и легче. Будущему хиту продаж необходимо учитывать этот тренд, а значит, в первую очередь, сумка должна быть легкой и компактной.

Во-вторых, современный покупатель (мужчина или женщина) хочет выделяться, следовательно, сумка должна иметь уникальный дизайн. Безусловно, важным является и материал, из которого она выполнена. Тренд этого сезона — сумки с использованием во внешней отделке материалов с водоотталкивающей пропиткой.

В-третьих, мы все предпочитаем комфорт, удобство и надежность. Карманы на молнии, удобный регулируемый наплечный ремень, эргономичные ручки, возможность при необходимости увеличивать внутреннее пространство сумки (сумка-трансформер) — обязательные детали сумки-лидера.

И, конечно же, с высокой скоростью развития планшетного рынка, важным атрибутом является наличие в сумке отделения под планшет. Хит продаж — это оптимальное сочетание всех трех компонентов.

Из ассортимента Case Logic лучше всего продаются сумки из серии ANC и AUA для ноутбуков с диагональю 15-16 дюймов. Помимо этого в сумке найдется место не только для компьютера, но для iPad и других необходимых мелочей — на дне сумки легко уместится адаптер питания, а во внешний карман можно положить смартфон.

В ассортименте Tucano одним из лидеров продаж является серия One Premium, выполненная из натуральной итальянской кожи. Коллекция отличается стильным дизайном, яркими цветами, безупречной функциональностью и высоким качеством исполнения. К новинкам можно отнести серию Tucano TEMA и ELLE. Коллекции выполнены из натуральной итальянской кожи премиум-класса и сочетают в себе модные дизайнерские тренды и функциональность, современные технологии и ультрамодные расцветки».

Анастасия Ванюшина (Grizzly) описывает хиты, делая акцент на материалах, из которых изготовлены сумки: «Классические модели Grizzly, строгие и сдержанные, но в любом случае они рассчитаны на людей ярких, неординарных, которых даже офисная рутина не способна превратить в серую массу. Спросом пользуются модели из нейлона с кожаными вставками».

Наталья Матвеева («Группа Товарищей») акцентирует внимание на хорошо зарекомендовавших себя в прошлом сезоне позициях и на материалах изделий: «Главные требования, предъявляемые к деловой сумке — это презентабельный внешний вид и многофункциональность, которая, например, в моделях сумок Flavio Ferrucci достигается за счет большого количества отделений для ручек, визиток, ежедневника, кошелька, а также наличия специальной съемной вкладки для переноски небольшого ноутбука или планшета. Деловая сумка должна иметь надежную и качественную фурнитуру, регулируемый плечевой ремень, аккуратные швы. Для деловой галантереи предпочтительны сдержанные цвета, а также стильный лаконичный дизайн без излишеств. Мы отмечаем хорошие продажи кожаных деловых сумок Flavio Ferrucci. Сумки сделаны из натуральной кожи, окрашенной в традиционные цвета, — элегантный черный и оттенки коричневого. В декоре используется контрастная строчка по краю, комбинация кожи разного цвета, накладные карманы. Внутренние карманы сумок отделаны кожей, что обеспечивает им дополнительную прочность и износостойкость. Все сумки имеют регулируемые ремни для ношения через плечо. Во всей коллекции деловых сумок используется надежная металлическая фурнитура классического дизайна. В ряде моделей предусмотрена специальная мягкая вставка с креплением-липучкой для ношения небольшого ноутбука или планшета. При желании вставку можно убрать. Большим спросом пользуются также портфели INDEX, сделанные из высококачественной, приятной на ощупь искусственной кожи. Они практичны, надежны, красивы, имеют оригиналь-

ную фурнитуру, удобную внутреннюю организацию, отстегивающийся наплечный ремень и при этом привлекательны с точки зрения цены».

Естественно, что каждый участник сосредоточен на собственном ассортименте, но атрибуты хита в сегменте деловых сумок в целом выявляются достаточно четко: приемлемая цена, качественные материалы (кожа — в классических и более консервативных моделях; искусственная кожа, нейлон, ткани — в более современных моделях), качественная фурнитура (желательно металлическая), качество швов и молний. Не менее важна и эргономичность: обязательно наличие необходимых отделений под планшет и ноутбук, а также множество дополнительных кармашков и держателей для мелочей. И, наконец, привлекательный деловой дизайн: более классический — для мужчин и более яркий — для женщин.

Вместе с тем следует иметь в виду, что границы между мужскими и женскими сумками постепенно стираются. Одна из устойчивых тенденций моды — унисекс. Сегодня можно встретить представительницу прекрасного пола с мужской деловой сумкой, поскольку мужские модели сумок отличаются большей функциональностью. Конечно же, мужчина вряд ли выберет сумку с лакированной поверхностью, на которую скорее упадет женский выбор.

Потребитель и ассортимент

Формируя ассортимент деловых сумок на ремне, реселлеру важно принимать во внимание тот факт, что большинство потребителей этого товара пока все же мужчины. Хотя, в соответствии с указанной экспертами тенденцией, женская часть потребителей постепенно догоняет мужскую по показателям спроса.

Наталья Матвеева («Группа Товарищей») поясняет: «Деловые сумки на ремне, включая деловые портфели и сумки-планшеты, — это, преимущественно, мужская тема. В этих группах популярны модели классической формы, сделанные из гладкой кожи или качественной экокожи без затейливого тиснения, в традиционной для кожаных изделий цветовой гамме (черный/коричневый), с продуманной системой отделений и карманов, с надежной металлической фурнитурой. Молодые и амбициозные покупатели выбирают модели более свободного стиля, с контрастными деталями, предпочитая мягкие сумки. Более консервативные покупатели останавливают выбор на портфелях.

Женщины предпочитают личные вещи носить в дамских сумочках, а специальные сумки приобретают преимущественно для ноутбуков. Это могут быть модели как из кожзама, так и из текстиля, в более яркой цветовой гамме, чем обычные деловые сумки».

Анастасия Ванюшина (Grizzly) в качестве основных критериев выделения потребительских групп рассматривает возраст и платежеспособность: «Потребителей можно разделить на три группы по возрасту: молодежь — школьники и студенты; молодые люди до 30 лет, начинающие свою трудовую деятельность; и взрослые сформировавшиеся люди от 30 лет и старше. Потребителей оптимально разделить еще на три группы по предпочтениям в разных ценовых сегментах. Задача реселлера — представить максимально широкий выбор, соответствующий всем потребительским группам».

Светлана Жигулина («Самсон») в качестве главного критерия выделения потребительских групп рассматривает деятельность человека: «С сумками на ремне ходят практически все: начиная от школьников и заканчивая пенсионерами, как мужчины, так и женщины. Единственное, что может оказать влияние на выбор сумки, — это деятельность человека. Например, с сумкой из кожзама может пойти и школьник, и студент, и офисный работник — везде она будет смотреться уместно. А вот с холщовой сумкой в офис уже не пойдешь, все же сумки из холщовой ткани больше подходят для неформальной обстановки, хотя имеют место и в офисном ассортименте».

Участники обзора единогласно рекомендуют реселлеру при формировании ассортимента включать максимальное число разнообразных моделей в разных ценовых диапазонах, мотивируя это тем, что, чем больше у потребителя выбор, тем больше шансов, что он задержится в торговой точке и сделает необходимую покупку. Иными словами, разнообразие ассортимента деловых сумок на ремне — залог успешных продаж.

Анастасия Жихарева (Alion) говорит: «Большой ассортимент моделей, разнообразие брендов, незнакомых потребителю, различные форм-факторы и расцветки — все это создает в голове человека, пришедшего выбирать сумку для своего портативного компьютера, беспорядок. Правильная выкладка в этой категории способствует тому, что по-

FABER-CASTELL

since 1761

GRIP 2001

Запатентованная GRIP зона с массажными и противоскользящими шашечками

Эргономичная трехгранная форма

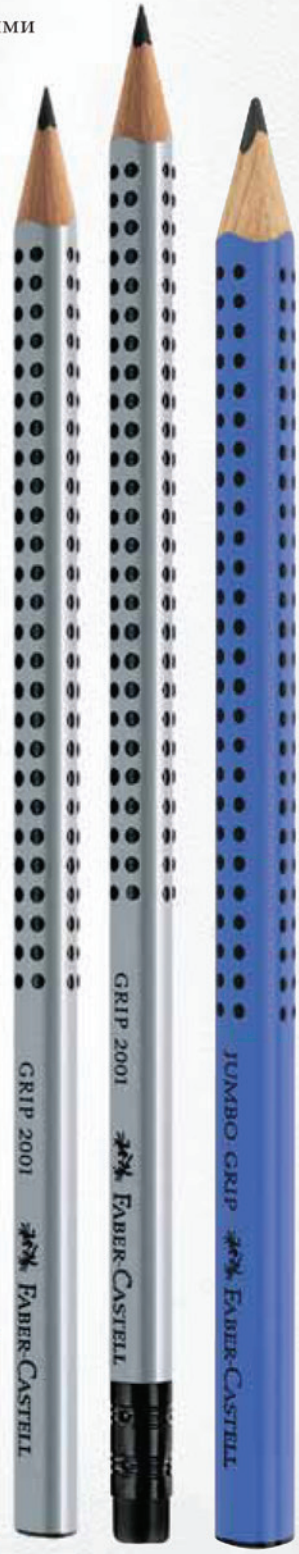
Мягкая, качественная древесина из экологических источников для хорошего затачивания

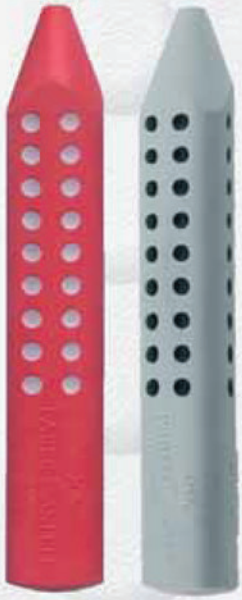
Запатентованная SV технология вклеивания грифеля

Лаки на водной основе в целях защиты окружающей среды

Широкая шкала твердости

Карандаш получил премию за ДИЗАЙН.





WWW.FABER-CASTELL.COM.RU

купателю будет проще разобраться в ассортименте и сделать правильный выбор. А чем проще и приятнее покупателю приобретать товар, тем больше выгоды эта товарная категория приносит магазину.

При создании концепций выкладки сумок на торговые витрины, в первую очередь, необходимо отталкиваться от общей концепции магазинов торговой сети и наличия существующего торгового оборудования.

По нашему опыту, наиболее успешная выкладка предполагает разделение всего ассортимента сумок по размерам диагонали ноутбуков и планшетов, для которых они предназначены, — от большего к меньшему. Внутри размера также существует деление на сумки темных расцветок классического покроя и остальные — молодежные, женские, менее строгие сумки. Внутри каждого сегмента сумки сортируются по цене.

Подобная выкладка позволяет покупателю лучше ориентироваться в ассортименте продукции, быстрее находить интересующую его группу сумок. Размещение похожих сумок единым блоком гарантирует, что покупатель, заинтересованный в сумке с определенными характеристиками, увидит максимальное количество таких сумок перед тем, как сделать окончательный выбор.

Сортировка по цене внутри категории заставляет покупателя в первую очередь обращать внимание на более дорогие модели. В предлагаемой нами концепции одним из важнейших моментов является соблюдение вертикальных границ групп сумок. Для того чтобы не вводить покупателя в заблуждение, товарные подкатегории не должны перемешиваться друг с другом на стеллаже.

Размещение продукции должно быть в непосредственной близости от зоны продаж ноутбуков / планшетов. Это позволит покупателю не только купить стильный и модный гаджет, но и сразу выбрать к нему подходящий аксессуар».

Светлана Жигулина («Самсон) высказывает следующие рекомендации: «Если площадь магазина небольшая, то я порекомендовала бы включить самые ходовые модели сумок на ремне со специальным отделением для планшета и без, низкого и среднего ценового диапазона, в сдержанной цветовой гамме самого популярного размера middle (когда каждая из сторон сумки от 21 до 27 см). Также порекомендовала бы включить несколько женских моделей сумок на ремне, которые позволяют разнообразить ассортимент и будут привлекать внимание клиентов. Если же площадь магазина большая и позволяет представить более широкий ассортимент, то к сумкам на плечевом ремне, можно добавить деловые сумки, сумки-пилоты, кейсы-пилоты. Что же касается выкладки, то продукцию на витрине лучше выкладывать по размерам. Следует также компоновать женские сумки с женскими, а мужские с мужскими».

Анастасия Ванюшина (Grizly) высказывает свои рекомендации: «Правильно было бы основой ассортимента сделать два-три известных производителя средне-высокого сегмента. Этой продукцией можно полностью закрыть нишу и представить хорошие качественные деловые сумки. Часто трудно определиться с наценкой, но тут все зависит от того, какой покупатель и насколько часто он заходит в точку продаж. Зная своего потребителя, реселлеру проще определять размер наценки. Большинство производителей в отрасли, в том числе и Grizzly, рекомендует наценку в 100%. С такой наценкой реселлер сможет получить прибыль даже с учетом тотальной распродажи товара. Выкладывая товар на полке, правильнее лучшие места отдать наиболее ярким моделям. Их захочется повертеть в руках. И никогда не стоит ставить товар боком. Только в фас».

Максимально широкий ассортимент и правильная выкладка способны привлечь внимание к любому товару и поднять его продажи. Не исключение и деловые сумки на ремне.

Перспективы сегмента

Сегмент деловых сумок представляется участникам обзора весьма перспективным. В ближайшие годы ему пророчат стабильный рост в количественном и в денежном выражении наряду с ужесточением конкуренции и возможным появлением новых игроков, представляющих продукцию как no name, так и под собственными торговыми марками.

Учитывая последние кризисные явления в российской экономике, логично предположить удорожание импортной продукции и сокращение спроса на нее, а также увеличение спроса на деловые сумки отечественного производства. Представляется, что в перспективе средний качественно-ценовой сегмент будет набирать обороты. На фоне всеобщего сокращения рынков ожидается довольно высокий потребительский интерес к продукции среднего ценового сегмента.

BRAUBERG®

BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

Модные профессионалы

Деловые сумки и кейсы

Демократичный стиль.
Немецкое качество.
Справедливая цена.

Для вашего бизнеса — Выгодное предложение

САМСОН®

Федеральная сеть оптовых складов
Регулярная доставка маршрутами по России

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

Следите за новинками в интернет-магазине
www.samsonopt.ru

Текст: Ольга ПАЛИЙ

WALTZ® – доброе тепло

Что может быть прекрасней чашки крепкого горячего чая ранним утром на кухне, в мокром грибном осеннем лесу, на зимней рыбалке или охоте? Вдыхаешь душистый бодрящий пар, ощущаешь терпкий вкус благородного древнего напитка и чувствуешь… счастье. А помогают делать людей счастливыми всем хорошо знакомые заварочные чайники и термосы, которые с нового года появились в линейке товаров ТМ WALTZ.

Французское опровержение закона: быстро не значит хорошо

Даже самый убежденный сторонник пакетированного чая или растворимого кофе в глубине души тоскует о насыщенном вкусе любимых напитков, приготовленных по всем правилам. Изобретенный в начале двадцатого столетия во Франции способ заваривания кофе (а позже и чая), известный под названием френч-пресс, позволяет потратить на приготовление натурального ароматного напитка совсем немного времени.

ТМ WALTZ выпускает на российский рынок интересные новинки: оригинальные серии френч-прессов и заварочных чайников. Приобретая эти товары у группы компаний «Самсон» — эксклюзивного представителя марки - по цене производителя и выставляя на них среднерозничную цену, реселлер получает редкую возможность получить максимальную прибыль с каждой товарной позиции, так как из процесса ценообразования исключается дистрибьютор. Френч-прессы и заварники пользуются на российском рынке активным спросом: их покупают не только частные лица, но и корпоративные клиенты — офисы, предприятия общественного питания (в том числе и сетевые).

Френч-пресс нравится и любителям, и знатокам. Цилиндрический сосуд из жаропрочного стекла с крышкой и пропущенным через нее поршнем с сетчатым фильтром позволяет быстро приготовить любимые напитки, а завершающий процесс заваривания — отжим — предотвращает попадание чаинок и кофейной гущи в чашку и способствует переходу полезных веществ из кофейных зерен и чайных листьев в напиток.

Стоит ли удивляться тому, что френч-пресс стремительно завоевал весь мир? Редкий случай, когда «быстро» и «хорошо» оказалось возможным совместить. А прекрасные традиции китайской чайной церемонии, русских самоварных посиделок, английского Five O'clock tea требуют времени: самого дорогого товара в наши дни.

Прекрасный новый WALTZ

ТМ WALTZ продолжает радовать своих поклонников, вводя в ассортимент заварочные чайники и френч-прессы. Лаконичный стильный дизайн, современные производственные технологии, отличные потребительские характеристики — таковы традиционные отличия продукции этой торговой марки, воплощенные во всех моделях новой линейки.

Практичный пластик представлен сериями **«Калейдоскоп», «Мозаика»** и **«Утро»**. Небольшие по объему (всего 350 мл!) френч-прессы серии «Калейдоскоп» с корпусами из черного (601351), красного (601352) и зеленого (601353) пластика очень удобны для приготовления напитков на одну персону. Яркие цвета привлекают к себе внимание и поднимают настроение, благодаря чему френч-прессы этой серии непременно вызовут интерес различных покупательских групп.

Френч-прессы серии «Утро» привлекут потребителей минималистическим дизайном, возможностью

выбрать нужный объем заварника — 350 мл (601354), 800 мл (601355), 1 л (601356), а также приятным дополнением в виде двух стаканов, выполненных в том же лаконичном стиле (601370), что сразу создаст на домашней или офисной кухне особое «утреннее» настроение.

Те, кому нравятся изысканность и сияние металла, выберут серии **«Модерн», «Классик»** и **«Элит»**. Френч-прессы серий «Модерн» и «Классик» в своем дизайне сочетают простоту, удобство и функциональность. Прозрачность стекла гармонично сочетается с блеском полированной нержавеющей стали, удобная черная пластиковая ручка не даст обжечь пальцы. В серии **«Модерн»** ТМ WALTZ предлагает изящную небольшую модель объемом 350 мл (601363) и модель объемом 600 мл (601364). Френч-прессы серии «Классик» представлены в объемах 800 мл (601365) и 1л (601366), а также объемом 600 мл в наборе с двумя стаканами (601372). Все модели серий **«Модерн»** и **«Классик»** дополнены пластиковой ложкой, которая идеально подходит для отмеривания нужного количества заварки.

Френч-прессы серии **«Элит»** изящны: четыре полосы матовой нержавеющей стали поддерживают изготовленную из жаропрочного стекла колбу, их плавные изгибы повторяют линии ненагревающейся металлической ручки и плотно прилегающей конусообразной крышки. Объемы френч-прессов данной серии — 350 мл (601367), 600 мл (601368), 1 л (601369). Все заварники укомплектованы пластиковыми ложками для отмеривания количества чая или кофе.

Представляя новинки ТМ WALTZ, нельзя не сказать о заварочных чайниках. В серии **«Бергамот»** представлены две модели заварников: красный объемом 0,75 мл (601374) и черный 1,25 мл (601373). Дизайнеры ТМ WALTZ эффектно обрамили стеклянную сферу колбы качественным пластиком корпуса, предусмотрели удобную ручку и плотно прилегающую крышку. Сетчатый фильтр из нержавеющей стали не дает возможности мелким чаинкам оказаться в чашке. Небольшой заварочный чайник **«Сильвер»** объемом 0,5 мл (601375) недаром получил свое название: высококлассная заводская полировка корпуса из нержавеющей стали, в который помещена стеклянная колба с металлическим фильтром, действительно сияет серебром.

Добавим, что каждая модель френч-прессов и заварочных чайников любой серии ТМ WALTZ хорошо «держит каплю» (т. е. не дает каплям напитка, стекающим с носика чайника, упасть на скатерть или столешницу), подходит для всех типов посудомоечных машин и, что особенно важно для реселлера, имеет яркую подарочную упаковку.

WALTZ всегда и везде со мной

Кофе или чай радуют своим вкусом не только дома, в офисе или кафе: самое, пожалуй, большое удовольствие горячие напитки приносят там, где приготовить их быстро и качественно трудно — в путешествии, на охоте или рыбалке, в долгой поездке.

О сохранении температуры готовых блюд на длительный срок так, чтобы они не потеряли своего вкуса, аромата, питательных свойств и температуры, задумывались давно. Человеческий разум смог решить эту задачу лишь в конце XIX — начале XX века. В 1892 году шотландец Джеймс Девар изобрел сосуд с двойными стенками, из пространства между которыми был выкачан воздух, что исключало возможность передачи тепла от внутреннего сосуда к внешнему и наоборот. Температура жидкости, налитой во внутренний сосуд, оставалась неизменной долгое время.

В 1903 году берлинский производитель стеклянных изделий Рейн-

гольд Бургер добавил к изобретению Девара металлический корпус, пробку и крышку-стаканчик и получил патент на промышленное производство посуды для сохранения жидкостей горячими в течение суток.

С тех пор из термосов было выпито много чая и кофе, в них научились хранить первые и вторые блюда, десерты (мороженое). Мало найдется людей, которые никогда в жизни не пользовались бы этим удобным приспособлением.

Конечно, за более чем сто лет своей истории термос менялся. Внутреннюю колбу стали изготовлять не только из стекла, но и из практичной нержавеющей стали, сейчас в производстве активно используют пластик. Пробка термоса, выточенная из натурального пробкового дерева, превратилась в крышки разной конструкции, сделанные из различных материалов. На сегодняшний день существует несколько типов этих изделий, каждый из которых представлен в ассортименте ТМ WALTZ.

Разрешите представить

Термосы классические: металлический термос, корпус которого сужается к горлышку для лучшего сохранения тепла. Предназначен для напитков, снабжен специальным клапаном в пробке; крышка термоса может использоваться как стакан. При необходимости в таком термосе можно сохранять горячими первые блюда.

— термос WALTZ классический (объемы 0,35 л (601411), 0,5 л (601412), 0,75 (601413) и 1л (601414)). Модели компактны: легко помещаются в рюкзак или сумку. Идеальны для тех, кто не мыслит жизни без горячих напитков, но много времени проводит в перемещениях или уединенных занятиях.

— термос WALTZ классический (объемы 1,8 л (601405) и 2,6 (601406)). Эти модели хороши для походов и дальних поездок, различных мероприятий на свежем воздухе, на которые собирается несколько человек. Для удобства применения оснащены удобной пластиковой ручкой и надежным съемным ремешком.

Любители кофе утверждают, что его элитные сорта лучше заваривать во френч-прессе: именно этот способ наиболее полно передает вкус кофе. К сожалению, последнее не относится к особым сортам чая. Зато заварочный чайник с прессом позволяет полностью извлечь полезные вещества из травяных чаев. Кофе, приготовленный во френч-прессе, содержит меньшее количество кофеина благодаря способу заваривания.

— термос WALTZ классический объемом 0,5 л представлен не только в строгом элегантном дизайне. Любителям стиля ТМ предлагает изделия с рисунками на корпусе. Для романтиков подойдет модель WALTZ (601410), серебристый полированный корпус которой украшен нежно-лиловыми цветами и в тон им окрашена крышка-чашка термоса. Тем, кто любит погорячее, — модель WALTZ (601409) с рисунком, имитирующим расцветку армейской защитной формы. Обе модели снабжены надежным ремешком для большего удобства при использовании.

Термосы универсальные имеют более широкую горловину, чем классические, что позволяет использовать их для хранения не только жидкостей, но и пищевых продуктов. Крышка термоса может использоваться в качестве чашки. Универсальные термосы удобны, широко используются как дома, так и в путешествиях. В них — как и в других видах термосов ТМ WALTZ — можно отлично сохранить температуру холодных напитков и блюд: например, несколько пачек мороженого останутся в нем холодными даже в самый жаркий летний день. Универсальный термос WALTZ объемом 0,8 л (601408) полностью соответствует всем требованиям, предъявляемым к этому типу изделий: компактный, удобный, он отлично держит нужную температуру в течение суток, прост в уходе.

Пищевые (судковые) термосы имеют широкую горловину, к ним прилагаются легкие, герметично закрывающиеся контейнеры из пищевого пластика. Предназначены для хранения первых и вторых блюд, десертов. Преимуществом таких термосов является возможность сохранения нужной температуры одновременно в трех блюдах. ТМ WALTZ вводит в ассортимент термос пищевой WALTZ объемом 2 л (601407). Широкая пластиковая крышка плотно фиксируется при помощи особых зажимов. В комплект входят три судка из пищевого пластика, металлические ложка и вилка в пластиковом футляре. Для удобства переноски к корпусу термоса можно прикрепить съемный ремешок.

Все термосы, представленные ТМ WALTZ, будут интересны реселлерам и покупателям, благодаря двойной практичной колбе из высококачественной нержавеющей стали, которая сохраняет температуру продуктов в термосе в течение суток; элегантному современному дизайну; привлекательной цене.

Утром, днем или вечером, дома, в офисе или в путешествии каждый может радовать себя добрым теплом, которое дарят новые товары ТМ WALTZ. А стабильно высокий спрос на предлагаемые группой компаний «Самсон» френч-прессы, заварники и термосы будет выгоден реселлерам: у них появляется прекрасная возможность расширить круг корпоративных клиентов (за счет обслуживания компаний, работающих на рынке общественного питания) и обеспечить рост продаж.

Со всеми перечисленными в статье моделями френч-прессов и термосов ТМ WALTZ можно ознакомиться и сделать заказ на сайте группы компаний «Самсон» www.samsonopt.ru.

Новые коллекции посуды WALTZ®

в наборах и поштучно

- Оригинальная форма
- Современный дизайн
- Качественный фарфор и керамика
- Подходят для использования в посудомоечной машине и микроволновой печи

арт. 601179 **АРИЗОНА**
20 предметов, фарфор

арт. 601201 **ЦВЕТЫ**
330 мл, фарфор, ассорти

САМСОН®

Федеральная сеть оптовых складов.
Регулярная доставка маршрутами по России.

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

2011 2012

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.

Лайма®

НОВИНКИ ДЛЯ ЧИСТОТЫ

На современном российском рынке санитарно-гигиенической продукции сосуществует и конкурирует большое количество производителей, среди товаров которых потребитель может выбрать продукцию как для домашнего, так и для профессионального применения. Торговая марка «Лайма», не уступая лидерам рынка и предлагая качество по демократичной цене, ввела в свой ассортимент актуальные новинки для профессионального использования «Лайма PROFESSIONAL», а также новые линейки товаров для дома.

Текст: Александр Котляров

Немного истории

Чистота — залог здоровья. Этот лозунг был актуальным, к сожалению, не всегда. Древние цивилизации понимали особое значение чистоты для здоровья человека. В Древнем Египте были определенные правила, регламентировавшие чистоту жилищ и порядок содержания улиц. Чистоту любили древние греки и римляне.

Иначе обстояло дело в Средневековой Европе. Исследователи говорят, что европейцы были нечистоплотны, не знали водопровода, не поддерживали чистоту в своих жилищах, а в средневековых городах стоял неприятный запах.

В России чистоту любили во все времена — в этом отношении Древняя Русь опережала средневековую Европу лет на 300. Бани были распространены в стране повсеместно. Еще летописец Нестор в «Повести временных лет» — письменном памятнике начала 12 века, содержавшем сведения о прошлом славян, — рассказывал о том, что древние славяне еще в 1 веке н.э. встретили ученика Христа апостола Андрея Первозванного баней. Князь Владимир предписывал строить бани специально для излечения больных.

Традиции чистоты сильны в России до сих пор. В 21 веке культура гигиены вышла на качественно иной, более высокий уровень. Санитарно-гигиенические товары стали самыми ходовыми позициями. Чтобы шагать в ногу со временем, торговая марка «Лайма» вывела на рынок линейки самых современных товаров для использования в офисе и дома. О них мы расскажем далее.

Лжедмитрия I в свое время выдал себя тем, что не ходил в баню: придворные не могли не заметить этого, поскольку русские были весьма чистоплотны.

Диспенсеры «Лайма PROFESSIONAL»

Диспенсеры для бумажных полотенец, туалетной бумаги, индивидуальных сидений на унитаз, а также для

жидкого мыла весьма популярны как способ поддержания гигиены в общественных местах и современных офисах. Сегодня это один из признаков внимательного отношения к людям. Спрос на эти позиции очень высок как со стороны крупных компаний, так и кафе, торговых центров, кинотеатров, вокзалов, аэропортов и т. д. Поэтому оператору, работающему с корпоративными клиентами, включать эти товары в ассортимент, безусловно, выгодно.

Торговая марка «Лайма» предложила широкую линейку современных универсальных диспенсеров для жидкого мыла и санитарно-гигиенических изделий «Лайма PROFESSIONAL»: диспенсеры для полотенец ZZ(V) сложения (601426), для полотенец сложения Interfold (601425), диспенсеры для туалетной бумаги различной длины намотки (601427, 601428), диспенсеры для полотенец с центральной вытяжкой (601430), для индивидуальных сидений на унитаз (601429), а также диспенсеры для жидкого мыла объемами 0,6 л (601423) и 1 л (601424).

Исключительной особенностью этих товаров является то, что все они прекрасно сочетаются с расходными материалами других производителей, то есть универсальны в использовании, выполнены в стильном дизайне и изготовлены из износоустойчивого материала, благодаря которому диспенсер будет выглядеть как новый долгое время. Все товары оснащены замком, в комплекте также имеются все необходимые аксессуары для крепления на стену.

Расходные материалы для диспенсеров «Лайма PROFESSIONAL»

Широкая линейка расходных материалов «Лайма PROFESSIONAL» отвечает высоким требованиям гигиены и представляет собой ряд очень качественных товаров. В ассортименте — бумажные полотенца сложений ZZ(V) (124557, 126094, 126095) и Interfold (126096, 126097), туалетная бумага разной длины намотки от 170 до 480 метров (126092, 126093, 126091, 124546), полотенца с центральной вытяжкой (126098), индивидуальные сидения для унитаза (126099) и жидкое мыло в канистрах объемом 5 литров. Туалетная бумага и бумажные полотенца, кроме длины намотки и типа сложения, отличаются также уровнем качества. Выделяются три уровня качества: универсал, классик и люкс. Они различаются материалом изготовления (макулатура или 100% целлюлоза), количеством слоев (1 или 2), а также белизной (от серого до кристально белого) и, конечно же, ценой. Ассортимент «Лайма PROFESSIONAL» подходит для покупателей с любым бюджетом.

Кроме этого, «Лайма PROFESSIONAL» представляет 5 позиций жидкого мыла, различающихся не только отдушкой, но также ценой и качеством: две позиции жидкого кремыла с отдушками «Яблоко» (600189), «Лимон» (600190); две позиции жидкого мыла с отдушками «Алоэ и Зеленый чай» (601431) и «Грейпфрут и Лайм» (601432) и продукт с нейтральным ароматом «Премиум» (601433). Все мыло поставляется в емкостях по 5 литров — отличное предложение по разумной цене.

Товары для уборки «Лайма»

Весной 2014 года марка «Лайма» выводит на рынок две линейки товаров для уборки. Первая линейка — для дома и офиса: швабры (601461 — 601471), стекломойки (601493 — 601495), совки (601472 — 601475), наборы для уборки (601459, 601460), насадки для швабр (601476 — 601491). Вторая линейка — PROFESSIONAL — инвентарь для уборки средних и больших помещений: уборочные тележки (601496 — 601503), швабры и насадки (601513, 601504 — 601507, 601509 — 601512), водосгоны и стекломойки (601517 — 601523), совки (601508).

Некоторое время назад наборов для уборки просто не существовало, но необходимость в них ощущалась довольно-таки явно.

К примеру, в ассортименте «Лайма» — это набор для уборки «Дом и офис» (601459, 601460): предназначен для проведения влажной уборки небольших помещений и представляет собой комплексное решение — в нем есть все необходимое: ведро, швабра с насадкой, система отжима. Дополнительно можно купить сменную насадку для швабры (601487 – 601488). Основное преимущество набора состоит в том, что можно полностью избежать контакта рук с водой. Удобная и простая система отжима, основан-

ная на центрифуге, позволяет отжимать насадку без контакта с водой, и при этом даже не нужно наклоняться. Насадка из данного набора выполнена из микрофибры — материала, обладающего лучшими впитывающими и моющими свойствами.

Чистоту в современных офисах обеспечивают уборщицы, инвентарь которых также стал более современным. Речь идет об уборочных тележках, которые позволяют перевозить все необходимое для поддержания чистоты: в руках все эти ведра, МОПы, тряпки, чистящие средства, совки, губки и пр. просто не унести.

В линейке «Лайма PROFESSIONAL» представлен широкий ассортимент уборочных тележек: от универсальной тележки-ведра до многофункциональной тележки для комплексной уборки; МОПов больших размеров (от 60 см), инвентаря для чистки окон и совка со сметкой.

Салфетки «Лайма»

Торговая марка «Лайма» предлагает вискозные и целлюлозные салфетки (601558, 601560, 601562, 601564) и бытовые губки (601551, 601552, 601554 – 601557, 601563) самых популярных размеров. В апреле 2014 года ожидается пополнение ассортимента «Лайма» вискозными и целлюлозными салфетками различных размеров для сухой и влажной уборки, а также абразивными салфетками для удаления стойких загрязнений. Ассортимент расширяется на фоне отлично зарекомендовавших себя салфеток из микрофибры «Лайма» с высокой позитивной динамикой: салфетки универсальные «Лайма Эконом» (601242; 601243), «Лайма Стандарт» (601251, 601250; 601254, 601246, 601244; 601245), салфетки для стекол и зеркал «Лайма Гладь» (601248), салфетки для мебели «Лайма Офисная» (601257) и «Лайма Замша» (601249), двусторонние салфетки для кафеля «Лайма Скраббер» (601255), а также полотенца для кухни «Лайма Вафельные» голубого и кораллового цветов (601252 и 601253).

Иными словами, в ассортименте «Лайма» есть все, чтобы сформировать привлекательный ассортимент товаров для поддержания чистоты и сделать оптовым, офисным и розничным клиентам отличное предложение.

Расширение ассортимента

Специалисты «Лаима» значительно расширили асортимент торговой марки самыми востребованными и перспективными товарными позициями. Обновленный ассортимент «Лайма» позволяет удовлетворить практически любые потребности в санитарно-гигиенических товарах и принадлежностях для уборки и поддержания чистоты в офисе и дома.

Ассортиментное предложение торговой марки «Лайма» открывает для реселлеров новые горизонты развития в плане привлечения клиентов за счет предложения новой товарной категории. Сегодня специализация реселлера на определенной марке товаров чрезвычайно ценится и являет собой один из способов заявить о себе как о надежном партнере, эксклюзивно представляющем перспективную торговую марку.

Включение в ассортимент товарных позиций ТМ «Лайма» — для реселлера отличная возможность соответствовать общей тенденции, которую сегодня диктует рынок.

Со всем ассортиментом торговой маркой «Лайма» можно ознакомиться и сделать заказ товаров на сайте группы компаний «Самсон» www.samsonopt.ru

5 причин выбрать товары «Лайма»

- *Одни из самых низких цен на рынке*
- *Высокое качество товаров*
- *Универсальность товаров, обеспечивающая возможность замены*
- *Постоянно развивающийся полный и сбалансированный ассортимент*
- *Маркетинговая поддержка торговой марки оптовиком*

лайма®

Ваша чистая выгода!

- Самый востребованный ассортимент;
- Лучшая цена на рынке хозяйственных товаров;
- Неизменно высокое качество;
- 100% наличие на складах.

Вешалки-плечики **от 43 руб.**

Салфетки универсальные **от 15 руб.**

Перчатки латексные **от 15 руб.**

Мешки мусорные **от 11 руб.**

Веник-метла **от 103 руб.**

Ведро-контейнер **от 311 руб.**

САМСОН®

Федеральная сеть оптовых складов.
Регулярная доставка маршрутами по России.

2011 2012

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.

Видеорегистраторы SONNEN®
надежный свидетель

Текст: Александр Котляров

Ежегодно на российских дорогах увеличивается количество автомобилей. Рынок авто год от года демонстрирует стабильно высокий уровень продаж. Устойчивость спроса наблюдается и на вторичном рынке автомобилей. В связи с этим стабильность числа продаж ожидается и в сегменте автомобильных видеорегистраторов. Учитывая эти факторы, молодая и перспективная торговая марка SONNEN в 2014 году вывела на рынок интересную линейку этих устройств.

Код для заказа
352862

Качество SONNEN

Торговая марка SONNEN — мультибренд, предлагающий широкий ассортимент качественной электроники по доступным ценам. Новинками этого сезона стали модели автомобильных видеорегистраторов, способные порадовать соотношением цены, функционала и качества любого владельца авто.

Для производства видеорегистраторов SONNEN используются самые современные комплектующие от ведущих мировых производителей. Большинство моделей имеет процессоры Ambarella и матрицы Omni Vision, обеспечивающие наилучшее качество записи как в дневных, так и в ночных условиях. Благодаря своим сбалансированным характеристикам в сочетании с доступной ценой, видеорегистраторы SONNEN будут востребованы даже самыми взыскательными пользователями и заслуженно займут место в их автомобилях.

Контроль качества на каждом этапе производства обеспечивает высокую надежность продукции на выходе, а яркая упаковка содержит детальное описание товара и привлекает внимание потенциальных пользователей.

«Картинка» и обзор

Качество «картинки» имеет решающее значение при выборе видеорегистратора. Оно складывается из частоты записи, разрешения камеры и угла обзора устройства. Эти параметры были учтены при формировании всей товарной линейки видеорегистраторов SONNEN. В устройствах SONNEN они оптимальны: частота записи в разных моделях — 30-60 кадров в секунду в сочетании с высокими параметрами разрешения картинки Full HD — 1440x1080, 1920x1080 и HD — 1280x720. В ассортименте SONNEN устройства с разным углом обзора — от 120 до 180 градусов: чем больше этот параметр, тем больше деталей дорожной обстановки способна фиксировать камера видеорегистратора.

Пользователи при выборе модели обращают особое внимание на размер экрана. Одни хотят иметь

возможность просматривать запись непосредственно на самом регистраторе — для этого требуется большой экран; другие в этом отношении менее требовательны. В линейке видеорегистраторов SONNEN представлен самый широкий выбор размеров экрана: от компактных моделей с небольшой диагональю 1,5–2 дюйма до более габаритных с диагоналями 2,5–2,7 дюйма.

Еще одно из основных требований, предъявляемых к видеорегистратору, — его компактность. Устройство, закрепленное в автомобиле не должно перекрывать обзор водителю. Хороший гаджет вообще не отвлекает внимание. Линейка видеорегистраторов SONNEN составлена с учетом данного параметра: клиентам предоставлен широкий выбор самых компактных моделей.

Иными словами, широкий ассортимент разноплановых видеорегистраторов SONNEN способен удовлетворить потребности всех групп клиентов.

Подвижные узлы

Современные видеорегистраторы и их держатели имеют множество подвижных частей и поворотных механизмов. Надежность и качество крепления регистратора — одно из основных требований, которые автолюбители предъявляют к этим устройствам. Зачастую некачественное крепление при всех достоинствах прибора начинает раздражать водителя, делая использование гаджета невыносимым, и даже создает аварийную ситуацию, особенно когда устройство внезапно отваливается во время движения.

Специалисты SONNEN учли эти риски при изготовлении подвижных частей регистраторов и креплений и предложили исключительно качественные и проверенные их типы. Обращает на себя внимание надежность фиксации подвижных частей в устройствах SONNEN. На рынке есть множество моделей с поворотными механизмами и с «плавающими» креплениями объектива видеокамеры. По задумке конструкторов, такой механизм дает пользователю возможность легко менять угол крепления устройства либо настраивать картинку видео, не меняя положение всего прибора в месте его установки. Надежную и постоянную фиксацию видеокамеры способны обеспечивать лишь качественные подвижные узлы. В противном случае ее положение будет постоянно сбиваться. Этот фактор также учтен разработчиками SONNEN.

Что касается панели с разъемами, через которые регистратор соединяется с источником питания, компьютером или телевизором для копирования или просмотра видео, то особое внимание в регистраторах SONNEN уделяется надежности ее крепления в корпусе устройства. На этот элемент ложится большая нагрузка, особенно если регистратор установлен не стационарно и его планируется постоянно отключать. Ведь большинство пользователей именно так и поступает, забирая прибор из автомобиля, поскольку опасается автомобильных краж. Надежная фиксация панели с разъемами в корпусе устройств учтена изготовителями видеорегистраторов торговой марки SONNEN и обеспечивается постоянным контролем качества изготовления устройства.

Сохраняя информацию

Автомобильные видеорегистраторы SONNEN отличаются высоким качеством записи в форматах Full HD и HD, современными компактными дизайнами, а также широчайшим набором полезных функций, таких как GPS-модуль, G-сенсор, резервное копирование, ночная съемка, дополнительная камера, большие экраны для просмотра записей прямо на месте происшествия и т. д. Остановимся на этих функциях особо.

GPS-модуль обеспечивает запись координат и скорости автомобиля во время видеозаписи с их последующим отображением при просмотре. Это особенно полезно в качестве доказательства в суде, поскольку на видео с регистраторов с GPS-модулем отображаются основные параметры движения и местонахождения авто в момент ДТП.

G-сенсор создает короткие видеофайлы и защищает их от автоматического удаления при циклической перезаписи по мере заполнения карты памяти. Защита срабатывает при резком изменении скорости автомобиля: ускорении, торможении, повороте и т. д. Это обеспечивает 100% сохранности файла с записью ДТП.

Функция резервного копирования позволяет сохранить необходимый файл, скопировав его с карты памяти во внутреннюю память устройства. Как правило, к протоколу ДТП прилагается карта памяти видеорегистратора (лучше в конверте) с записью видео ДТП. При этом в протоколе делается пометка о том, что видео ДТП присутствует на карте памяти. Если регистратор оснащен функцией резервного копирования, то перед тем, как отдать карту памяти инспектору, владелец такого устройства имеет возможность сделать резервную копию видео с карты памяти в память устройства на случай, если карта с записью потеряется или окажется повреждена. При этом в протоколе обязательно следует указать не только модель устройства, его серийный номер и прочие необходимые параметры, но и на существование резервной копии видеофайла с ДТП.

Код для заказа
352866

Функция ночной съемки — увеличение чувствительности матрицы видеокамеры в условиях плохой освещенности. Многие модели видеорегистраторов оснащаются светодиодной подсветкой объекта съемки. Но эффективна такая подсветка лишь на определенном небольшом расстоянии.

Дополнительная камера — эта опция расширяет угол обзора видеорегистратора и позволяет фиксировать обстановку не только не-

Код для заказа
352860

Код для заказа
352868

посредственно перед авто, но и на обочинах дороги, на соседних полосах, сбоку и в некоторых моделях даже сзади автомобиля.

В ассортименте SONNEN представлены устройства с различным набором дополнительных функций — за счет этого возможности выбора в значительной степени варьируются.

Модельный ряд SONNEN

Предлагаем традиционный для нашей рубрики мини-обзор наиболее интересных моделей автовидеорегистраторов SONNEN, которые обеспечат эффективные продажи в ассортименте любого реселлера. Их, безусловно, выгодно включать в свой ассортимент.

SONNEN DVR-700 (352857)* — универсальная модель, комбинация двух устройств в одном корпусе: Full HD-видеорегистратора с функцией ночной съемки и радар-детектора с функцией обнаружения сигналов X, K, Ka-диапазонов, сигналов радарных комплексов «Стрелка» и «Искра», а также сигналов лазерных радаров. Радар-детектор имеет два режима работы «Город»/«Трасса». Устройства, совмещающие в себе видеорегистратор с радар-детектором — тренд сезона, поэтому они пользуются особой популярностью.

Код для заказа
352867

SONNEN DVR-600 (352862) — этот Full HD-видеорегистратор оснащен двумя камерами, установленными под углом 45˚ друг к другу, что обеспечивает панорамный угол обзора 180˚. Благодаря этому осуществляется запись происходящего не только на соседних полосах дороги, но и на обочине. Устройство идеально для тех, кто ищет именно широкий угол обзора и фиксацию максимального количества объектов дорожной обстановки.

SONNEN DVR-560 (352860) **и SONNEN DVR-570** (352868) наиболее функциональные модели, в которых представлены Full HD-запись, GPS-модуль, G-сенсор, функция

Код для заказа
352857

резервного копирования. Устройства имеют компактные дизайны, не перекрывающие обзор водителю. Модель SONNEN DVR-560 (352860) оснащена большим экраном с диагональю 2,7˝, но благодаря его расположению устройство совершенно не перекрывает обзор водителю.

SONNEN DVR-520 (352867) отличается широким функционалом: прибор имеет Full HD-разрешение, сверхширокий угол обзора 175˚, встроенный G-сенсор, большой экран, HDMI-интерфейс, гарантирует высочайшее качество видеосъемки и удобство просмотра записанных файлов. Главная особенность модели — сверхширокий угол обзора, близкий к горизонтальному.

SONNEN DVR-500 (352865) Full HD-видеорегистратор с широким углом обзора, ночной съемкой и функцией резервного копирования. Одна из самых популярных моделей на рынке. Универсальный дизайн позволяет устанавливать устройство как камерой вверх, так и камерой вниз — весьма эргономичная модель.

SONNEN DVR-310 (352863) широкоугольный HD-видеорегистратор, обеспечивающий качественную запись всего происходящего на дороге в дневных и ночных условиях. Встроенный G-сенсор надежно защитит записанные файлы при аварийной ситуации.

SONNEN DVR 550 (352859) — Full HD видеорегистратор с ударопрочным металлическим корпусом и удобным креплением, позволяющим при необходимости легко снять устройство и забрать его с собой. Модель имеет широкий угол обзора и отлично снимает в условиях плохой освещенности или ночью.

SONNEN DVR-300 (352861) одна из самых простых и бюджетных моделей в классическом дизайне, с ночной съемкой и широким углом обзора. Большой экран 2,5˝ позволяет рассмотреть все детали полученных записей.

Эти и другие модели автовидеорегистраторов SONNEN удовлетворяют всем требованиям современных продвинутых автовладельцев, которым не составит никакого труда подобрать оптимальный вариант из широкого ассортимента SONNEN.

Продвижение и поддержка SONNEN

Группа компаний «Самсон» — эксклюзивный дистрибьютор торговой марки SONNEN — обеспечивает для своих клиентов постоянное наличие товара на складах, оптимальное соотношение цены и высокого качества товаров, широкий ассортимент, сбалансированный по потребительским свойствам и ценам. Кроме этого, имеется развитая сеть сервисных центров, что важно как для оптового клиента, так и для конечного потребителя электроники. Специалисты SONNEN постоянно проводят маркетинговые мероприятия по продвижению торговой марки SONNEN и повышению ее узнаваемости и лояльности к ней со стороны оптовых клиентов и конечных потребителей.

Благодаря всесторонней поддержке торговой марки со стороны ее эксклюзивного представителя продукция SONNEN вызывает к себе неподдельный интерес потребителей. Кроме этого, SONNEN сравнительно молодая торговая марка, а интерес к новинкам очень высок и продолжает расти.

Со всеми моделями автовидеорегистраторов SONNEN можно ознакомиться и сделать их заказ в группе компаний «Самсон», набрав код для заказа товара на сайте www.samsonopt.ru

** Коды для заказа товара в группе компаний «Самсон»*

+50%
к Вашему
доходу

ПОЛУЧИ БОЛЬШЕ
ПРИБЫЛИ С ПРОГРАММОЙ

МАГАЗИН
в магазине

САМСОН®

Подробности на сайте
www.samsonopt.ru

Чашечку кофе?

Несколько слов о кофемашинах

Текст: Ольга ПАЛИЙ

«Кстати, сейчас в Европе и лучших домах Филадельфии используют кофемашины. Необычайно эффектно и элегантно», — именно так сказал бы сегодня Остап Бендер. И был бы абсолютно прав — кофемашины победоносно шествуют по миру, медленно, но верно вытесняя привычные джезвы, кофейники, кофеварки. Причем используют кофемашины практически везде: дома, в офисах, в кафе-барах-ресторанах. Что же так привлекает в этих прекрасных устройствах?

Краткий курс истории автоматических кофемашин

Первым пропускать пароводяную смесь через молотые зерна кофе додумался в 1822 г. француз Луи-Бернард Бабо, а в 1843 г. Эдвард Лозейль де Санте изобрел первую паровую кофемашину для коммерческого использования. На Парижской выставке 1855 г. она сразила зрителей своей производительностью: 1000 чашек кофе в час! Машина могла находиться только на открытом воздухе, а кочегар для поддержания необходимой температуры и давления должен был постоянно подбрасывать уголь в топку. У Лозейля получился скорее паровоз, чем изящное украшение кафе и ресторанов!

1901 г. — итальянец Луиджи Беззера конструирует и патентует полуавтоматическую паровую кофемашину. Оказалось, что под действием пара молотые кофейные зерна отдают напитку гораздо больше кофеина и эфирных масел. В 1948 г бармен Акилле Гаджиа создает кофеварку-полуавтомат для приготовления эспрессо и капучино. Начиная с этого времени кофемашины появляются не только в кафе и барах, но и в домах и офисах.

В 1961 году на рынке появилась полуавтоматическая эспрессо-кофемашина FAEMA E 61 LEGEND, создавшая идеальные условия для приготовления эспрессо. До сих пор E 61 остается символом высокого статуса кофейни или бара.

С восьмидесятых годов 20 века развитие и совершенствование кофемашин для профессионального, домашнего и офисного использования стремительно набирает темп.

Все познается в сравнении

Сейчас на рынке представлено несколько видов кофемашин — капсульные, автоматические, рожковые; первые два сейчас наиболее популярны.

В первом виде машин используются капсулы — герметично упакованный молотый спрессованный кофе, дозированный на одну порцию и сохраняющий «чарующий аромат» от 9 до 16 месяцев. Возможности автоматических кофемашин шире: в них можно использовать зерновой или молотый кофе и готовить разнообразные напитки, в том числе какао или горячий шоколад.

Главная задача современных производителей кофемашин — превратить приготовление кофе в приятный и увлекательный процесс, делая уход за сложным аппаратом предельно простым, а разнообразие вариантов напитка — огромным.

Дефицит времени, требующегося для приготовления кофе традиционными способами, большой интерес городского населения к новым товарам и продуктам, более внимательное отношение к собственному здоровью — причины постоянно растущей популярности кофемашин. И хотя этот товар не относится к нижнему ценовому сегменту, для реселлеров (особенно тех, кто работает в крупных экономически активных регионах) он представляет достаточно серьезный интерес.

На современном российском рынке кофемашин выбор огромен. Найти подходящий аппарат для ясно определенных целей можно легко. Главное — четко цели определить.

Капсульные	Автоматические
Достоинства	
• быстрота приготовления напитка • большой выбор вкусов (ассортимент зависит от фирмы-производителя) • простота в использовании • производительность до 50 чашек в день • небольшие размеры • приемлемая цена	• полностью автоматизированный процесс приготовления кофе (от помола до удаления использованного сырья в специальный контейнер) • возможность выбирать вкус и регулировать крепость напитка • капучинатор для вспенивания молока • простота в управлении • простота в эксплуатации • высокая производительность
Недостатки	
• ограниченный фирмой-производителем выбор вкусов • невозможность по желанию перейти на использование капсул другого производителя • постоянные высокие затраты на покупку капсул.	• несколько более долгое время приготовления по сравнению с капсульными • высокая цена

Капсульные россыпи

Любителям свежего кофе, для которых самыми важными критериями являются скорость и простота приготовления напитка, подойдут капсульные машины. Они компактны, очень просты в эксплуатации, нетребовательны в уходе.

Технология создания капсул отлично сохраняет притягательный запах свежемолотого кофе.

Капсульные кофемашины замечательно подходят для домашних кухонь, крошечных (2-3 столика) кафе и небольших (до десяти сотрудников) офисов.

На современном рынке кофемашин лидерами продаж являются марки «De'Longhi», «Krups», «Cremesso», «Bosch», «Jura», «Saeco». Разброс цен велик, производители предлагают большой набор дополнительных функций: встроенные капучинаторы, подогрев чашки, противокапельная система, автоматическое отключение и очистка, энергосберегающий режим, регулируемая по высоте подставка для чашек и т. д.

Марки «De'Longhi» и «Krups» объединяет бренд Nestlé «Nespresso» — старейший производитель капсульного кофе, предлагающий ассортимент из 17 видов кофейных

напитков, цена чашки кофе — от 10 до 40 рублей. Сэкономить позволят совместимые капсулы Smart Coffee Club, Ethical Coffee Company, Café Royal. Под маркой «Krups» выпускается весьма популярная благодаря своим демократичным ценам серия кофемашин «Dolche Gusto». Палитра вкусов — 20 видов, цена чашки — от 18 до 37 рублей.

Под маркой «Bosch» выходит серия капсульных кофемашин «Tassimo», к которым подходит любая кофейная капсула компании «Kraft Foods» (11 вкусов, включая горячий шоколад и чай). Также подходят капсулы с молотым кофе Jacobs Monarch. Цена капсулы — от 18 до 44 рублей.

Удобные в эксплуатации, компактные, отличающиеся современным дизайном капсульные кофемашины — находка для любителей кофе, ценящих разнообразие вкусов и стабильное качество варки. Тонким знатокам благородного напитка, а также работникам крупных офисов больше подойдут автоматические кофемашины.

Кофемашины для офиса — необходимость

Автоматические кофемашины приобретают и для домашней кухни, и для офиса, и для профессионального использования в кафе, барах, ресторанах. Этот товар, относящийся к высокому ценовому сегменту, обладает

большим количеством функций и, соответственно, предоставляет больше возможностей потребителям.

Для домашних кухонь и небольших офисов, число сотрудников которых не превышает 10 человек, хорошо подходят кофемашины с небольшим (1 л) объемом резервуара для воды и мощностью от 1050 Вт. Такие модели есть в предложении всех компаний, производящих автоматические кофемашины: «Jura ENA 3 Ristretto», «Jura ENA 7 Coffee Cherri» «Philips Saeco HD 8743/19», «Philips Saeco HD 8743/11».

Чем более многочислен офис, тем мощнее должна быть кофемашина. Для офиса из 10-20 сотрудников подходят модели с объемом резервуара от 1 до 1,5 литров и мощностью не менее 1350 Вт («Philips Saeco HD 8745/09», «Philips Saeco HD8733/19»; «Jura ENA Micro 9», «Jura ENA 9 One Touch»; «De'Longhi ESAM 6900»; «Melitta CAFFEO SOLO», «Melitta CAFFEO Lattea»). Для коллектива из 30 сотрудников лучше приобретать аппарат с резервуаром для воды объемом 1,7-1,8 л. и мощностью от 1350 до 1450 Вт («Krups EA 9000 Barista», («Krups EA 8050 Compact», «Bosch TES 50324 RW»). Более крупные офисы выгодно оснащать автоматическими кофемашинами, объем резервуара которых будет не менее 1,8-2,5 л и мощность — от 1450 Вт и выше («Bosch TES 50129 RW», «Bosch TES 50328 RW», «De'Longhi ESAM 04.110.B», «De'Longhi ESAM 22.110.B», «Jura Impressa C 50», «Jura Impressa F50 Classic», «Krups EA 8250 Compact»). Хорошо зарекомендовали себя на офисных кухнях и автоматы с двойным бойлером («De'Longhi ESAM 3500 N/S», «De'Longhi ESAM 6600», «Philips Saeco HD8854/09»).

Автоматические кофемашины проектируются таким образом, что при правильной эксплуатации потребитель освобождается практически ото всех забот, связанных в приготовлением и уборкой. Но перед началом эксплуатации необходимо обязательно внимательно изучить инструкцию по применению: сложное устройство для своей бесперебойной работы требует точных настроек и корректного отношения.

Просто, быстро, выгодно

Основные потребители кофемашин — это не только офисы — большие и маленькие, но и кафе, закусочные, рестораны быстрого питания. А это еще один шанс для компании, работающей в корпоративном сегменте, расширить круг клиентов. Санатории, спортивные учреждения, торговые центры тоже могут стать новыми клиентами — ведь наряду с бумагой, офисными принадлежностями и канцтоварами они с удовольствием купят нужную технику по каталогу своего поставщика, не затрачиваясь на поиски в разных местах. Стремясь к расширению товарного предложения и выходу на новые рынки обслуживания, группа компаний «Самсон» включила в ассортиментную линейку и востребованные «расходники» для капсульных и автоматических кофемашин — кофе-капсулы и натуральный молотый кофе. Более того, реселлеру нет необходимости закупать их впрок: каждая из позиций, которой заинтересовался клиент, может быть поставлена группой компаний «Самсон» под заказ.

Следовательно, продав своему клиенту аппарат для приготовления кофе, реселлер гарантированно будет поставлять ему и все, что необходимо для приготовления напитка вместе с регулярно заказываемыми товарами офисного ассортимента. А грамотный поставщик никогда не откажется от дополнительной и постоянной статьи дохода.

И поскольку основная задача компании, работающей на корпоративном рынке, — сформировать правильное предложение для клиента, чтобы его потребности в товарах для офиса были полностью удовлетворены, следуя тенденциям рынка, важно включать в свой ассортимент востребованные позиции, такие как кофемашины.

В ассортименте группы компаний «Самсон» представлены весьма популярные серии капсульных кофемашин «Krups Dolche Gusto», «Krups Nespresso», «Tchibo Cafissimo», «Бриль Cafe». Широко известная своим очаровательным дизайном серия «Dolche Gusto» представлена компактными моделями «Melody» (451107) и «Piccolo» (451106), приближающимися по своим основным параметрам (мощность 1500 Вт, давление 15 бар) к профессиональным аппаратам. Кофемашины серии «Nespresso» (XN 214010 (451105), XN 250A10 (451102)) отличаются высоким давлением 19 бар при небольшой мощности, а также лаконичным современным дизайном.

Стильный яркий дизайн капсульной кофемашины Tchibo Cafissimo Comfort (451170) заставит любого покупателя обратить более пристальное внимание на эту модель: при небольшой мощности в 950 Вт машина создает давление в 15 бар, автоматический дозатор воды делает возможным регулировку крепости напитка. 3 вида капсул с 8 превосходными вкусами кофе Tchibo порадуют самого тонкого ценителя.

Недавно заявившая о себе марка «Бриль Cafe» начинает приобретать популярность благодаря своим замечательным потребительским качествам. Элегантная обтекаемая форма модели RC-1802 (451215), впечатляющее сочетание красного, черного и серебристого цветов, высокая мощность 1400 Вт, создающая давление от 15 до 20(!) бар, возможность регулирования крепости кофе. Линейка капсул «Бриль Cafe» — четыре ярких вкуса «Aquva», «Fuoco», «Aria», «Terra» (20 капсул в стильной упаковке) — привлекут покупателя как изысканным букетом и крепостью, так доступной ценой.

Модели автоматических кофемашин, представленные в ассортименте группы компаний «Самсон», подходят для любых условий эксплуатации. Для дома и небольшого офиса идеальны модели «Philips Saeco HD 8745/09» (450951), «Philips Saeco HD8733/19» (450950), являющиеся хитами продаж. Обе машины могут готовить кофе на две чашки одновременно, компактны, работают только на кофейных зернах — встроенная кофемолка обеспечивает нужную степень помола. Ручной капучинатор помогает приготовить латте, капучино, мокачино. Автоматическая очистка проводится перед включением и выключением режима ожидания. Модели отличаются лишь цветом панелей корпуса: для HD 8745/09 выбран серебристый, а для HD8733/19 — элегантный черный пластик.

Для больших офисов подойдут модели «Bosch TES 50129 RW», «Bosch TES 50328 RW», «De'Longhi ESAM 04.110.B». Хит продаж — автоматическая кофемашина «Bosch TES 50129 RW» (450931) с объемом резервуара 1,7 л — может работать как на молотом, так и на зерновом кофе, готовит напиток одновременно на 2 чашки, оснащена автоматическим таймером отключения, что сокращает расходы на электроэнергию. Чистота поддерживается с помощью регулируемой высоты дозатора, ручного легко промываемого капучинатора, съемного поддона для сбора капель. «Bosch TES 50129 RW» — лучшее соотношение цены и качества для автоматических кофемашин этого типа.

Модель «Bosch TES 50328 RW» (450930) оснащена практически теми же функциями, что и предыдущая. Ее преимущество — встроенный капучинатор, быстро взбивающий нежнейшую молочную пену. Изысканный дизайн кофемашины сделает более стильным и современным офис или домашнюю кухню.

Стильная автоматическая кофемашина «De'Longhi ESAM 04.110B» (451217) идеально подходит для приготовления эспрессо, обеспечивая подогрев чашек. Но это не значит, что другие вкусы кофе ей недоступны. Ручной капучинатор позволяет приготовить любой напиток с молоком или сливками. Автоматическая очистка от накипи сделает эксплуатацию машины легкой и приятной.

Автоматические кофемашины — это, бесспорно, необходимая техника для всех, кто любит благородный вкус кофе: ведь с ними каждый становится истинным гурманом.

Со всеми перечисленными в статье моделями капсульных и автоматических кофемашин можно ознакомиться и сделать заказ на сайте группы компаний «Самсон» www.samsonopt.ru

ВНИМАНИЕ, АКЦИЯ!!!

с 1 февраля 2014 года

Группа компаний «Самсон» — федеральный поставщик товаров для офиса, проводит акции для оптовых клиентов:

«Подарки за кофемашины TCHIBO»

При единовременной закупке 2-х капсульных кофемашин TCHIBO Cafissimo (код 450882) клиент получает в подарок 2 кофейных набора WALTZ.
При покупке 1-й капсульной кофемашины TCHIBO Cafissimo (код 450882) — 1 кофейный набор WALTZ. Акция проводится до 30.04.2014 г.

«Заряд бодрости от Брилль Cafe»

При единовременной закупке 2-х капсульных кофемашин Брилль Cafe (код 451215) — в подарок 2 упаковки капсул Брилль Cafe Terra (код 620307).
При покупке 1-й кофемашины Брилль Cafe (код 451215) — в подарок 1 упаковка капсул Брилль Cafe Terra (код 620307).
Акция проводится до 31.07.2014г.

сегмент

ПЕРВЫЙ КАНЦЕЛЯРСКИЙ ПОРТАЛ WWW.SEGMENT.RU

Каждый лакомый кусочек
канцелярской отрасли
на одном портале

www.segment.ru

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

Брилль café

Заряд бодрости от Брилль Café

Свежеобжаренный натуральный кофе в капсулах – выбор истинных ценителей!

Кофемашина капсульная Брилль Café RC-1802

4435 р.*

Почему кофемашина «Брилль Café»:

- **доступная цена;**
- **постоянное наличие на сладах;**
- **простота эксплуатации;**
- **высокая надежность.**

Почему капсульная:

• герметичная упаковка капсул с отсутствием кислорода сохраняет 100% качества продукта;
• индивидуальная упаковка под каждую порцию;
• удобство приготовления любого кофе – эспрессо, американо, капучинно.

сильная обжарка | *средняя обжарка* | *слабая обжарка* | *средняя обжарка*

- ***4 вида капсул;***
- ***Яркая, надежная упаковка;***
- ***Разные степени обжарки;***

Уникально низкая цена:
1 капсула 11 руб!*

*Цены действительны на момент публикации и могут отличаться в зависимости от региона. Цены указаны с максимальной оптовой скидкой.

САМСОН®

Федеральная сеть оптовых складов
Регулярная доставка маршрутами по России

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

2011 2012

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

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

Офисная планета®

СОВЕРШЕНСТВОВАТЬ СЕРВИС КЛИЕНТА!

Текст: Мария ТАРАСЕНКО

ТОРГОВАЯ СИСТЕМА «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА», ПРЕДЛАГАЮЩАЯ СВОИМ ДИЛЕРАМ ВСЕСТОРОННЮЮ ПОДДЕРЖКУ ПО РАЗВИТИЮ СОБСТВЕННОГО БИЗНЕСА ПОД ФЕДЕРАЛЬНЫМ БРЕНДОМ, ПРОДОЛЖАЕТ ИНТЕНСИВНО РАЗВИВАТЬСЯ, СОВЕРШЕНСТВУЯ КОМПЛЕКСНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ И РАСШИРЯЯ ПРЕДЛАГАЕМЫЙ АССОРТИМЕНТ. ОБЪЕДИНИВ ПОСТАВЩИКОВ ТОВАРОВ ДЛЯ ОФИСА ПО ВСЕЙ РОССИИ — ЛИДЕРОВ РЫНКА В СВОИХ РЕГИОНАХ, — «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА» ПРЕДЛОЖИЛА ПЕРЕДОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖ, ОСНОВАННЫЕ НА МИРОВОМ ОПЫТЕ, СОВРЕМЕННЫЙ СЕРВИС И ОТЛАЖЕННУЮ СИСТЕМУ ЛОГИСТИКИ. О ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ ТОРГОВОЙ СИСТЕМЫ И ЕЕ ДОСТИЖЕНИЯХ — В НАШЕМ СЕГОДНЯШНЕМ МАТЕРИАЛЕ.

БОЛЬШИЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Старт федеральной торговой системе «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА» был дан в 2007 году, и на текущий момент аналога подобной программе на российском рынке товаров для офиса не существует. Масштабный проект, реализованный группой компаний «Самсон», поставил перед собой задачу предоставить участникам ТС «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА» современный сервис, основу которого составляют продажи товаров для офиса по каталогам в сочетании с продажами через Интернет и набором рекомендаций для дилеров, позволяющим значительно повысить эффективность продаж.

Одной их самых важных задач оператора рынка товаров для офиса сегодня является формирование своей потребительской ценности для конечного корпоративного покупателя, которая состоит из имиджа компании, комфортности условий покупки и долгосрочных отношений между поставщиком и клиентом. И дилеры торговой системы получили такую возможность, работая под федеральным брендом и имея готовый набор эффективных технологий по привлечению и поддержке клиентов. Кроме того, в их распоряжении оказываются товарные запасы поставщика — группы компаний «Самсон» и широкий ассортимент товара с эффективной системой хранения и поставки.

Продвигая бренд «Офисная планета» в целом, торговую марку «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА» с ее атрибутами и рекламными ходами, компания «Самсон» дает возможность продвижения и каждого участника программы в отдельности. ТС «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА» обеспечивает узнаваемость ТМ «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА» и облегчает контакт дилеров с конечными потребителями. Оклейка транспорта дилера, оформление его магазинов в едином стиле, обучение дилеров, семинары и тренинги, разработка рекламы и ее финансирование — все это входит в комплексную программу по развитию бизнеса клиента.

ВАЖНЫЕ ДОСТИЖЕНИЯ

Безусловно, интерес к программе, повышающей эффективность работы ее участников, растет. Так, за 2013 год участниками проекта стали более 20 компаний. Среди них — как крупные и известные на своих рынках компании, так и не очень крупные, но достаточно амбициозные дилеры, стремящиеся развивать свое направление и расширять рынок сбыта. Главное для участников проекта — это наличие опыта работы с корпоративными клиентами и желание вести активные продажи в сегменте товаров для офиса, используя рекомендованные подходы взаимодействия с клиентами.

Сегодня торговая система «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА» — это более 230 участников проекта, 340 городов обслуживания, свыше 106 000 м^2 общей площади складских помещений, порядка 13 0000 ежедневных доставок участниками ТС «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА», более 450 автомобилей доставки, не менее 430 розничных магазинов, оформленных в фирменном стиле, и свыше 1700 торговых агентов по всей России!

Кроме того, «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА» — это актуальный высокомаржинальный каталог товаров для офиса, современный интернет-магазин, промо-продукция в стиле «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА», свыше 70 товаров под брендом «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА» (в текущем году планируется введение еще порядка 40 позиций товара, наиболее востребованных в офисе).

СЛОВО УЧАСТНИКАМ

«Работая под федеральным брендом «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА», мы получили реальные преимущества перед конкурентами. Во-первых, федеральная торговая система — это корпоративный стиль фирмы: одежда сотрудников, гофротара упаковки, пакеты, клейкая лента, сувениры, выполненные в едином стиле. Во-вторых, информативные каталоги, облегчающие работу с клиентами, привлекательные акции и спецпредложения способствующие росту продаж. В-третьих, интернет-магазин www.office-planet.ru, созданный компанией «Самсон», — самый современный и удобный способ заказа товара. Все это выгодно выделяет нашу компанию среди конкурентов» — говорит *директор ООО «Регион-трейд» Нерусов Артем (Московская область)*.

С ним согласен *директор компании «Офисная планета» (г. Чайковский) Воробьев Олег*: «Приняв решение стать дилером федеральной торговой системы «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА», мы значительно повысили уровень корпоративного обслуживания, существенно увеличили количество клиентов, а также расширили ассортимент заказываемых товаров. Федеральный бренд «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА» выступает в роли визитной карточки нашей фирмы. А это и имидж компании, и интерес клиента, и высококачественный сервис. Мы получили статус успешного, надежного и стабильного поставщика».

«В настоящий момент печатный каталог «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА» — это фактически визитная карточка нашей компании, — считает *коммерческий директор компании «Вымпел» Владимир Мольков (республика Карелия)*. К тому же, торговая система дала нам важные преимущества — полноценный интернет-магазин «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА» с актуальными ценами, удобным бэк-офисом и возможностью видеть реальные остатки товаров, совместное участие в рекламных кампаниях, бесплатную доставку по определенным маршрутам, постоянно растущий ассортимент продукции, специальные цены и акции на товар».

«Можно смело сказать, что программа «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА» открыла нам новые пути развития, — утверждает *директор компании «Офисная планета 51 регион» Андрей Елсуков (Мурманская область)*. — Яркий и запоминающийся логотип компании, индивидуальный каталог, возможность управлять стоимостью товаров, круглосуточный интернет-магазин, открытие розничных магазинов, качественное и быстрое обслуживание клиента, независимость, конкурентные цены, огромный ассортимент и имидж — все это дает нам работа с группой компаний «Самсон».

«Дилерскую программу разрабатывала и внедряла команда, использовавшая передовой опыт российских и зарубежных компаний, — говорит *директор компании «Глобус-Офис» Алексей Деминов (Белгород)*. — 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, можно быстрее и эффективнее развивать свой бизнес».

НЕМНОГО О БУДУЩЕМ

Одна из самых главных задач в развитии бизнеса своих клиентов для группы компаний «Самсон» — это совместная работа с дилерами, повышение качества обслуживания ими своих покупателей, как корпоративных, так и розничных. Под эгидой торговой системы «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА» проводится индивидуальная работа, даются рекомендации, повышается эффективность продаж, совершенствуется единый формат работы в рамках программы. Компания «Самсон» регулярно проводит обучение участников программы на всей территории РФ. Все это ведет к повышению узнаваемости и созданию положительного имиджа этих компаний. И это необходимо, в первую очередь, им самим.

Совершенствуя сервис клиента, группа компаний «Самсон» совершенствует и свое предложение — так, каталог «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА» 2014 стал еще более профессиональным. Его новый выпуск включает в себя около 2000 новинок! В каталог вошли новые группы товаров: электроника, элементы питания, мебель, продукты питания. Значительно увеличен ассортимент существующих разделов и в интернет-магазине www.office-planet.ru. В дальнейшем каталог и электронная площадка «Офисная планета» также будут ежегодно обновляться и включать самые интересные и самые новые товары.

В 2014 году будет продолжаться привлечение участников на территориях, которые еще не охвачены программой. Таких территорий осталось мало, но в некоторых регионах найти партнеров еще предстоит.

Торговая система «ОФИСНАЯ ПЛАНЕТА» продолжает активно развиваться, предлагая своим дилерам всестороннюю поддержку по продвижению бренда, совершенствуя инструменты продаж, усиливая логистическую составляющую, развитие которой — залог стабильности и оперативности поставок на рынке товаров для офиса.

Компания «Парта»: только стремительное развитие!

Федеральная программа «Магазин в магазине», предложенная группой компаний «Самсон» своим клиентам, успешно развивается и объединяет новых участников. Призванная помочь в развитии бизнеса с минимальными вложениями и поддержать оптовых клиентов, обслуживающих покупателей в традиционной рознице, «Магазин в магазине» представляет собой комплекс элементов и рекомендаций, которые позволят реселлерам выйти на новый уровень развития розничного бизнеса. Сегодня мы представляем вашему вниманию новую рубрику «Знакомьтесь — розница», в которой мы будем знакомить наших читателей с «рецептами» ведения бизнеса успешных розничных клиентов.

Сегодня на наши вопросы отвечает ***директор компания «Парта» (г. Новороссийск) Александр Олегович Обляшевский.***

— Компания «Парта» работает на рынке Новороссийска более 13-ти лет. Александр Олегович, какие этапы в развитии компании вы хотели бы отметить?

— Компания «Парта» была основана в апреле 2001 года. На тот момент штат сотрудников составлял 4 человека. Товары для офиса являлись и являются востребованными товарами, поэтому было принято решение развивать это направление. При этом мы учли все пожелания потребителей рынка города Новороссийска и стремились предоставить сервис, которого не было у наших конкурентов. Если на начальном этапе мы старались сделать упор на школьный товар, то со временем большую часть продаж стала составлять реализация офисного ассортимента. Параллельно развитию розничной сети мы развивали корпоративную клиентскую базу. На сегодняшний день над стремительным развитием нашей фирмы работает более 90 квалифицированных сотрудников. Открыто семь розничных магазинов на центральных улицах экономически развитых районов города Новороссийска, включая торговый центр площадью 1200 м², а также создан мощный корпоративный отдел.

— Как повлияло участие в программе «Магазин в магазине» на развитие розницы?

— Наша компания стала участником программы «Магазин в магазине» одной из первых. Еще до вступления в программу руководство приняло решение о развитии новых товарных групп: для того, чтобы расширить бизнес, увеличить оборот и сделать компанию «универсальной». Соответственно, на полках магазинов стали появляться новинки товаров, за счет этого стали появляться новые клиенты и интерес к новому ассортименту, что привело к увеличению товарооборота.

В рамках программы «Магазин в магазине» использовали сервисы по внутреннему оформлению магазинов, участво-

Компания «Парта»
г. Новороссийск
тел.: (8617) 60-70-33,
67-70-33, 60-71-29
www.office-planet.ru/officemax

Программа «Магазин в магазине» — это:

- *ассортимент товаров: выделены товарные отделы, логичные для расширения канцелярского ассортимента. Важной составляющей товарного предложения являются рейтинги товара по финансовым показателям.*
- *внешнее и внутреннее оформление магазина: способствует привлечению клиентов. Участникам предоставляется комплект POS-материалов и разработка макетов внешнего оформления. Возможно финансовое участие группы компаний «Самсон» в изготовлении внешнего оформления.*
- *развитие дополнительных услуг: участникам программы предоставляется экономический расчет на самые популярные виды услуг.*
- *стандарты обслуживания клиентов: соблюдение стандартов способствует увеличению лояльности клиентов, как и остальные элементы, которые формируют имидж магазина в целом и являются решающими факторами при выборе покупателями места совершения покупок.*

вали в фотоконкурсе «Ваш новый магазин». Разрабатываем макеты листовок со специальными предложениями для покупателей. Планируем использовать сервис смс-рассылки для конечных покупателей. На сегодняшний день компания «Парта» — это не только огромный ассортимент канцелярских товаров, но и большой выбор посуды, кожгалантереи, бытовой химии, санитарно-гигиенических товаров, бытовой техники, оргтехники и многое другое. В свою очередь, нам удалось расширить сотрудничество с ООО «Самсон РФ». Наряду с канцелярскими товарами, высокие темпы роста оборота показывают такие товарные группы, как элементы питания, источники света, хозяйственные товары, офисная мебель.

— Успех компании на высоконкурентном рынке — это и собственные «ноу-хау». Каковы они у «Парты»?

— Конечно же, при таком интенсивном развитии рынка с каждым годом становится труднее привлечь и удержать покупателя. Поэтому для потребителей мы предоставляем дисконтную карту, которая дает накопительную и постоянную скидку, подарочные сертификаты, которые решают проблему нашего потребителя при выборе подарка. Множество подарков и скидки выдаются в день рождения компании «Парта». Есть еще одна немаловажная ежегодная акция — помощь детям-инвалидам под названием: «Покупая у «Парты», вы помогаете детям-инвалидам».

В настоящее время в компании «Парта» представлены все три направления бизнеса — розничный, корпоративный и оптовый. Без ложной скромности можно сказать, что сегодня каждое из них состоялось и успешно функционирует. И в этом большую поддержку нам оказали программы развития бизнеса группы компаний «Самсон».

«Дилер корпоративной торговли»: знакомство продолжается

Подробнее о дилерской программе читайте на www.samsonopt.ru

В рамках рубрики «Знакомство с дилером» журнал «Канцелярия» продолжает рассказывать о компаниях, работающих по дилерскому каталогу компании «Самсон». Сегодня у нас в гостях компании из Самары, Рыбинска, Санкт-Петербурга, Кемерово и Нижнего Новгорода.

Текст: Мария ТАРАСЕНКО

«Группа компаний «Вега» — мы стремимся только вперед!

ООО «Группа компаний «Вега»
ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА
www.office-planet.ru/vega
заказ каталога
и прайс-листа:
тел.: 8 (846) 279-05-75 (76, 83)

Директор Спиридонов Алексей Семенович

ООО «Группа компаний «Вега»
***Год основания компании** — 2004*
***Количество сотрудников** — 25*
***Обслуживаемые рынки** — г. Самара, г. Новокуйбышевск, г. Чапаевск, г. Кинель, г. Отрадный, г. Сергиевск, г. Похвистнево и многие другие районы Самарской области*

«Компания «Вега» была основана в 2004 году. Наступивший год для нас юбилейный, нам исполняется 10 лет, — рассказывает **директор ООО «Группа компаний «Вега» Спиридонов Алексей Семенович**. — Изначально задумывалось, что фирма будет заниматься продажей бумажной продукции, а канцелярские товары будут дополнением к основному ассортименту. Но, проведя анализ рынка, а также оценив потребности и пожелания наших клиентов, было принято решение, сделать товары для офиса и корпоративные продажи основной специализацией нашей компании. Ассортимент заметно расширился уже к началу 2005 года. Помимо широкого спектра бумажной продукции, канцелярии, мы предлагали покупателям товары хозяйственного назначения, расходные материалы для оргтехники. И если в начале нашей деятельности многие фирмы делали акцент лишь на низкие цены и бесплатную доставку, то уже через несколько лет основным требованием становится и широкий ассортимент, и высокий профессионализм сотрудников, и возможность заказа товара в интернет-магазине.

Сотрудники компании«Вега»

В 2008 году наша компания стала дилером Федеральной программы «Офисная планета». Одним из весомых преимуществ данной программы является каталог — хорошо иллюстрированный, информативный, практичный, меняющийся год от года только в лучшую сторону. Другое преимущество, не менее важное и полезное — это интернет-магазин, заказ в котором легко сможет сделать любой, даже «технически не подкованный» пользователь. Широкое одобрение получил новый каталог 2014 года, который был выпущен с нашей индивидуальной обложкой. Мы постарались донести информацию об этапах развития компании, условиях работы, о сотрудниках до наших многоуважаемых клиентов. И поверьте, это было замечено и получило очень высокую оценку со стороны наших партнеров. Для нашей фирмы ТС «Офисная планета» дала ряд серьезных преимуществ: широкий ассортимент товара, регулярные спецпредложения и акции «Ценопад», поставка нужного товара «Под заказ», поддержка рекламными материалами. Бренд «Офисная планета» узнаваем в Самарской области.

ГК «Вега» трудится на рынке Самарской области 10 лет. Хотелось бы подвести некоторые промежуточные итоги за прошедшее десятилетие: это расширение числа покупателей, работа с крупнейшими предприятиями нашей области на протяжении многих лет, постоянный профессиональный рост сотрудников, открытие собственного мебельного производства и работа в рамках программы «Офисная планета».

Разумеется, что в сфере продажи канцелярских товаров, существует жесткая конкуренция, и для того, чтобы соответствовать обновленным требованиям покупателей, товарный ассортимент компании пополнили такие группы товаров, как: продукты питания, офисная и бытовая техника, офисная мебель.

По мнению наших клиентов, им действительно удобно покупать такие разноплановые вещи в одном месте. Мы, в свою очередь, очень ценим доверие наших партнеров и искренне благодарим их за многолетнее сотрудничество!

«Орион»: мы мобильная и очень гибкая компания!

ООО «Орион»
ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА
www.office-zakaz.ru/orion52
заказ бесплатного каталога
и прайс-листа:
тел.: (831) 468-12-04

Директор компании Михаил Филиппов

ООО «Орион»
***Год основания компании** — 1996*
***Количество сотрудников** — 24*
***Обслуживаемые рынки** — Нижний Новгород и Нижегородская область*

«В 1996 году я решил торговать финской бумагой «для ксерокса». Через несколько месяцев привез из Москвы канцелярские товары — и дело пошло», — рассказывает **директор компании «Орион» Михаил Филиппов**. — «Еще на старте мы осознанно выбрали сегмент корпоративных продаж — бизнес любого масштаба потребляет товары для офиса. Они, как хлеб, нужны каждый день, с первого дня работы любой компании и до последнего. Если грамотно наладить основной бизнес-процесс — «обслуживание клиента», то он будет приходить снова и снова. Сегодня более 1200 корпоративных клиентов Нижнего Новгорода и области доверяют нам обслуживание своего бизнеса. Среди постоянных клиентов — предприятия и организации всех форм собственности, от индивидуального предпринимателя до крупной международной корпорации».

Разумеется, требования корпоративных клиентов существенно изменились за годы нашей работы. То, что еще вчера было конкурентным преимуществом, сейчас является, по сути, «гигиеническим» фактором, в отсутствии которого с тобой и разговаривать никто не будет.

Минимальный «входной» набор требований для работы в корпоративном сегменте сегодня это: значительное товарное предложение в наличии; оперативная доставка; разумные цены; понятный клиенту «интерфейс» (приветливый оператор, опытный консультант, интуитивно понятный современный сайт и т.д.) и, конечно, репутация компании.

С компанией «Самсон» мы работаем вместе с 2000 года — практически с момента открытия филиала в Нижнем Новгороде, и сегодня это наш «удаленный» склад. Имея возможность видеть остатки онлайн и резервировать товар, мы можем действительно оперативно обслуживать клиентов.

Выход в свет уже первого дилерского каталога существенно расширил «канцелярское мировоззрение» и нас самих, и наших клиентов. А его регулярное обновление позволяет нам всем оставаться в курсе последних тенденций развития товарного предложения. Как правило, мы предлагаем клиенту столько каталогов, сколько отделов и/или потенциальных заказчиков у него есть. Это стимулирует импульсные покупки и способствует укреплению положительного имиджа поставщика в глазах сотрудников компании-клиента.

Каждый клиент уникален по-своему, и у каждого есть своя специфика. Мы стремимся как можно глубже понять

Лариса Сухова, ведущий и самый опытный менеджер отдела продаж, работает в компании уже 12(!) лет

ее и сделать наши услуги максимально удобными для каждого конкретного клиента. Мы – мобильная и очень гибкая компания.

«Орион» — надежный поставщик товаров для офиса — комплексное решение для вашего бизнеса!» — с этих слов мы начинаем диалог с каждым новым клиентом и доказываем это, ежедневно выполняя обещания, данные нашим клиентам.

В 2010 году наша компания стала золотым призером в номинации «Лучший независимый дилер» на территории Российской Федерации.

«Многие слышали их голос по телефону, но не все знают их лично… Слева направо: Наталья Елисеева, Наталья Баженова, Мария Архипова, Марина Михайлина, Настя Морозова, Настя Якимова, Марина Шахгалдян и Мария Суслова. Награды, благодарности и дипломы — это их заслуга».

«Соберут заказ быстро и точно, упакуют аккуратно. Сотрудники склада (слева направо) Юрий Голубев, Виктор Тришкин, Евгения Калинина, Алексей Потапов и Александр Мишуков».

Компания ГОЛДСИБ — система компаний по продаже товаров для офиса

Компания «ГОЛДСИБ»
ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА
www.office-planet.ru/goldsib
заказ каталога
и прайс-листа:
тел.: (3842) 75-33-23

Директор Медведев Константин Викторович

Компания «ГОЛДСИБ»
Год основания компании *— 1999*
Количество сотрудников *— 25*
Обслуживаемые рынки *— г. Кемерово и Кемеровская область*

Компания ГОЛДСИБ работает на рынке Кемеровской области уже 15 лет. Начав работу с доставки бумаги в организации, а затем организовав небольшую фирму этого же направления, учредители расширили свое предложение канцтоварами и товарами для офиса. Уже тогда стало понятно, что на эту продукцию у корпоративного клиента всегда был и будет спрос.

Со временем требования корпоративных клиентов к качеству товара и обслуживания значительно выросли, а высокая конкуренция на рынке диктовала новые правила работы — необходимо было выгодно отличаться от других игроков. Компания ГОЛДСИБ присоединилась к федеральной торговой системе «Офисная планета» группы компаний «Самсон», тем самым значительно укрепив свои позиции на рынке.

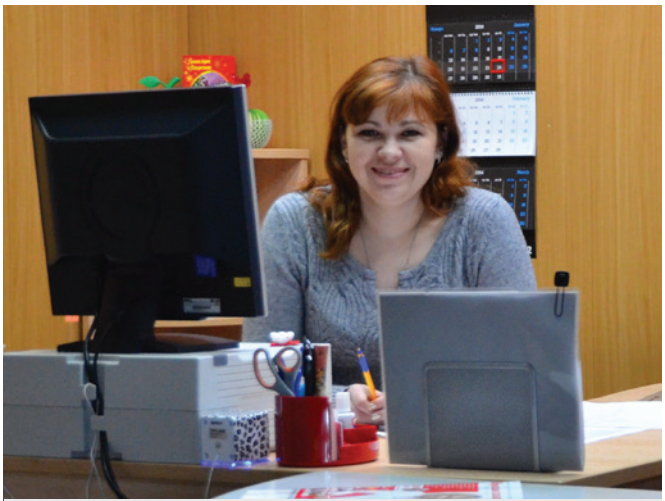
«Нас привлекла идея использования сайта и интернет-магазина «Офисная планета», — рассказывает **директор компании Медведев Константин Викторович.** — Это очень удобно — сразу видны остатки товара, его описание и фото, цена со скидкой.

Кроме дополнительных скидок и рекламных акций, проводимых группой компаний «Самсон», печатный каталог с индивидуальной обложкой выглядит гораздо солиднее и презентабельнее, товары стали продаваться лучше и их доля в общем обороте существенно выросла, появились новые клиенты. Что касается работы по каталогам, нам гораздо удобнее принимать заказ на расстоянии. Также увеличивается число импульсных покупок из неосновного ассортимента, который клиент увидел в каталоге, пока искал нужные товары. А это могут быть как офисные принадлежности, так и сопутствующие — бытовая химия, хозтовары, подарочный ассортимент.

Кроме того, работа под федеральным брендом способствует тому, что поднимается статус компании-поставщика в глазах существующих клиентов, вызывая больше доверия у потенциальных и новых покупателей. Складывается положительный имидж компании, у которой появляется больше возможностей для роста и развития!»

Шеповалова Татьяна Михайловна, начальник отдела продаж

Севостьянова Елена, менеджер



Оксана Панчеха, менеджер

ErichKrause®

КАНЦЕЛЯРСКИЕ ТОВАРЫ ДЛЯ ШКОЛЫ И ОФИСА

ЗАО "ОФИС ПРЕМЬЕР"
эксклюзивный дистрибьютор товаров ТМ Erich Krause в России

КОРПУСНАЯ МЕБЕЛЬ
для руководителей и персонала

БОЛЬШОЙ ВЫБОР! + **ВЫГОДНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ!** = **АКТИВНЫЙ СПРОС!**

*стоимость набора с максимальной оптовой скидкой, состоящего из стола и тумбы.

Федеральный поставщик мебели для офиса

САМСОН

20 лет успеха!

Федеральная сеть оптовых складов.
Регулярная доставка маршрутами по России.

2011 2012

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

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

ООО «СТАДИКО СПб»: каталог — наш продавец в офисе клиента

ООО «СТАДИКО СПб»
ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА
www.office-zakaz.ru/stadiko
заказ бесплатного каталога
и прайс-листа:
тел.: (812) 244-72-50

Коммерческий директор Софронов Константин

ООО «СТАДИКО СПб»
Год основания компании *— 2002*
Количество сотрудников *— 22*
Обслуживаемые рынки *— Санкт-Петербург и в Ленинградская область*

«Наша компания изначально была ориентирована на обслуживание корпоративных клиентов, — рассказывает коммерческий директор **ООО «СТАДИКО СПб» Софронов Константин.** — К моменту основания компании у нас уже имелся опыт работы в этой области, собственная клиентская база и существующие клиенты.

Бумага, товары для офиса, картриджи — вот то, что пользуется спросом в этом канале сбыта как десять лет назад, так сегодня. Безусловно, с течением времени клиенты стали гораздо более требовательными. И сегодня все больше работы уходит из области личного общения в интернет. Меняется и востребованность ассортимента — так, сегодня у нас продается больше хозтоваров и товаров, напрямую не связанных с канцелярией.

Серьезной поддержкой в работе является дилерская программа группы компаний «Самсон», предложившая привлекательные условия — разумные цены, широкий ассортимент, возможность получить сайт с интернет-магазином, маркетинговую поддержку, наличие печатного каталога. Все это придает солидность компании-поставщика в глазах клиента, повышает доверие покупателя, способствует росту продаж.

Каталог нравится клиентам — удобство оформления заказа, описание товара, возможность не спеша выбрать все необходимое — несомненный плюс в работе. Каталог — это наш продавец в офисе клиента. Как, впрочем, и интернет-магазин, который с каждым годом пользуется все большей популярностью.

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

Другакова Наталья, менеджер

Калинина Анастасия, менеджер

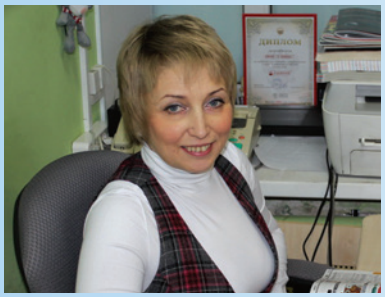
Каширин Алексей, менеджер

Конова Светлана, менеджер

ООО «Уникс» — надеемся на долгосрочное сотрудничество

ООО «Уникс»
ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА
www.office-zakaz.ru/unix
заказ бесплатного каталога
и прайс-листа:
тел.: (4855) 222-445

Коммерческий директор Неустроева Ольга Николаевна



Компания «Уникс»
Год основания компании *— 1992*
Количество сотрудников *— 8*
Обслуживаемые рынки *— г. Рыбинск, Некоузский, Пошехонский, Брейтовский районы Ярославской области*

Серова Катерина, продавец

«Работа нашей компании началась с обслуживания и ремонта контрольно-кассовых машин, копирования и ламинирования документов, розничной торговли канцелярскими товарами, — рассказывает **коммерческий директор компании Неустроева Ольга Николаевна**. — Постепенно расширяя ассортимент, мы приняли решение уделить внимание именно товарам для офиса. Открыли специализированный магазин, в котором представили широкий ассортимент канцелярской продукции. Постепенно переходили от конечных потребителей к корпоративным клиентам.

В 2001 году, посетив выставку в Москве, мы познакомились с компанией «Самсон» и начали плодотворное сотрудничество. Нас привлекли условия работы, предоставление каталогов для корпоративных клиентов, широкий ассортимент, быстрая доставка товара, системный подход к ведению бизнеса. Мы организовали собственный сервис, удобный для клиентов, каждое утро формируя заказы, доставляем их до рабочего места, поддерживаем большой ассортимент товара и его наличие на складе, гибкую политику ценообразования.

Безусловно, требования к уровню сервиса корпоративных клиентов изменились за годы нашей работы на рынке. Чтобы быть конкурентоспособными, кроме товаров для офиса, мы вводим ассортимент мебельной продукции, светильников, хозяйственных товаров, бытовой химии. То есть то, что востребовано клиентом сегодня.

Ежегодно приобретая печатный каталог группы компаний «Самсон», мы распространяем его среди клиентов. И убедились, что он популярен и востребован в корпоративной торговле: в каталоге прекрасно представлены все группы товаров, краткие характеристики продукции. Многие клиенты предпочитают по старинке листать страницы, держать каталог под рукой на рабочем столе. Но растет также клиентская база, которая заказывает товар через интернет — конечно, это более молодое и мобильное поколение руководителей организаций. Следуя тенденциям времени, мы будем в дальнейшем работать и развивать это направление. Сотрудничество с компанией «Самсон» принесло нам реальные результаты: повышение уровня сервиса, привлечение новых клиентов, увеличение товарооборота. Мы надеемся в дальнейшем на долгосрочное и взаимовыгодное сотрудничество».

Колбасникова Галина Сергеевна, бухгалтер

Синицын Василий Викторович, начальник отдела продаж и Мягкова Елена старший продавец

Максимальная надежность -
максимальная выгода.

STAFF®

STF-888

12 разрядов – код для заказа 250149

14 разрядов – код для заказа 250182

16 разрядов – код для заказа 250183

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

Школьные рюкзаки и ранцы: как найти хит?

Как известно, сани надо готовить летом, а телегу зимой! Чем раньше реселлер начнет формировать ассортимент к новому школьному сезону, тем больше у него будет возможностей составить наиболее востребованное ассортиментное предложение. Как среди огромного ассортимента товаров выбрать будущие хиты продаж? Об этом — наш обзор.

Текст: Ольга ПАЛИЙ

Выбор родителей: кто? где? когда?

Июль-август — период самых активных продаж школьных рюкзаков и ранцев, а также сопутствующих им товаров — пеналов, сумок для обуви, папок для тетрадей. Эти товарные категории можно встретить на разных прилавках: в специализированных канцелярских магазинах, детских универмагах, в магазинах сумок, супермаркетах, на рынках и т.д. Куда за ранцами и рюкзаками идет покупатель?

Согласно опросу родителей учеников начальных классов, проведенному нашим журналом, предпочтения покупателей практически поровну разделились между детскими магазинами и магазинами канцтоваров, причем последние побеждают с небольшим отрывом: 43 % против 36%. Около 14% покупателей отдали предпочтение при покупке специализированным магазинам сумок, 7% — интернет-магазинам. Рынки и супермаркеты как место приобретения школьных рюкзаков и ранцев опрошенные не назвали, отдавая свои голоса в пользу торговых центров с комплексным предложением всех необходимых для школы (диагр. 1).

Большая часть потребителей, по данным опроса, приобретает товары данной группы в июле (31%)-августе (38%), в июне о ранцах вспоминают 23% опрошенных, а в другие месяцы покупки делают лишь 8% респондентов (кстати, большая часть из них совершает покупки в интернет-магазинах) (диагр. 2). В 69% случаев родители учитывают пожелания ребенка и выбирают товар, подчеркивающий индивидуальность их чада. Полностью самостоятельное решение о покупке принимает 23% родителей. В 8% случаев рюкзак или ранец ребенок получает в подарок от родственников или друзей дома (диагр. 3).

Диаграмма № 1
Место приобретения школьных рюкзаков/ранцев

Если школьник младших классов при выборе прежде всего обращает внимание на внешний вид изделия (цвет, наличие принта с лицензионными героями, аппликации, вышивки, стразы), то взрослые больше озабочены другими характеристиками товара. Родительские предпочтения распределились следующим образом: дизайн рюкзака или ранца наиболее важным считают (34%) покупателей, вторым по значимости критерием товара стала эргономичность (30%), третьим — цена изделия (22%) и четвертым — его качество (14 %).

Такие критерии, как известность марки и дополнительные функциональные элементы конструкции ранца или рюкзака, по данным опроса, не берутся в расчет при покупке товара для младшего школьника (диагр. 3). Превалирование таких характеристик товара, как дизайн и эргономичность, над ценой можно объяснить тем, что сборы в школу – это праздник для ребенка, особенно для первоклассника (нелегкие школьные будни еще впереди, а новые вещи всегда создают радостное настроение). И, чтобы поддержать это праздничное настроение, родители стараются порадовать маленького школьника и побаловать его более дорогой покупкой.

В опросе принимали участие представители среднего класса, преимущественно с высшим образованием, жители города-миллионника Европейской части России. При анализе результатов необходимо учитывать влияние на ответы человеческого фактора: настроения, желания предстать в определенном статусе.

Для того, чтобы получить полную и объективную информацию, следует обратиться к данным фактических продаж.

Диаграмма № 2
Время приобретения школьных рюкзаков/ранцев

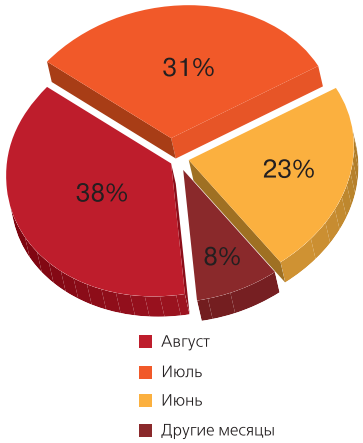


Диаграмма № 3
Рейтинг характеристик рюкзаков/ранцев (потребителей)

Мнение экспертов: что выбирают

Уровень спроса на школьные рюкзаки и ранцы ежегодно высок, следовательно, предложение тоже постоянно расширяется. Производители стремятся привлечь внимание покупателей эффектными дизайнерскими разработками, новыми материалами, дополнительным функционалом. На какие товарные позиции следует обратить внимание реселлеру при формировании собственного предложения на сезон 2014 года? Что пользуется наибольшим спросом у современного российского потребителя? На эти и другие вопросы рубрики отвечают наши эксперты — **Наталья Матвеева, директор по продажам компании «Группа Товарищей», Татьяна Коваленко, менеджер по маркетингу компании «Аура-Сервис», Оксана Толчкова, маркетолог по развитию ассортимента группы компаний «Самсон».**

«Сегодня на рынке представлено великое множество компаний с различными ассортиментными предложениями. Рядовой потребитель ориентируется не только на цену и качество товара, но и на оригинальные дизайны, универсальные и практичные формы, — говорит **Оксана Толчкова**. — Наиболее успешные бренды сегодня, на наш взгляд, это BRAUBERG и Erich Krause — производители лицензированной продукции, Tiger Family, которые привлекают яркими дизайнами и доступной ценовой политикой. Под торговой маркой BRAUBERG представлен широчайший выбор высококачественной продукции со стильными дизайнами, эргономичными конструкциями и новаторскими решениями. Постоянным спросом пользуются компактные жесткокаркасные ранцы благодаря своей легкости и совершенной форме: они вместительны, имеют удобную вентилируемую спинку, изготовлены из водонепроницаемой ткани, привлекают яркой расцветкой». **Наталья Матвеева** дополняет: «Пользуются спросом марки, хорошо знакомые потребителю: Tiger Family и Action!, а также разнообразные лицензионные марки, такие как Animal Planet, Discovery, Поезд Динозавров, Guess with Jess и другие — в нашем ассортименте их более десяти — для детей разного пола и возраста. Также на спрос достаточно сильно влияет наличие у товара лицензии, которая интересна тем, что ее популярность поддерживается громкими премьерами, показами по ТВ, выпуском игрушек и одежды. Являясь поклонником мультфильма, ребенок хочет иметь у себя вещи с изображением любимых героев. Канцтовары — не исключение, ведь с ними он имеет дело каждый день». **Татьяна Коваленко** обращает внимание на рост популярности рюкзаков среднего и высокого ценового сегментов: «На наш взгляд, в ушедшем 2013 году на российском рынке были популярны такие марки как Herlitz, Hama, Scout. Ранцы Lego порадовали новой интересной коллекций и очень низким весом. Наиболее активно у нас продаются рюкзаки и ранцы School Point с наполнением (рюкзак, пенал-тубус, пенал обычный с наполнением, мешок для обуви) и Hama, что вполне объяснимо: приобретая товары этих брендов, покупатель получает немецкое качество по приемлемым ценам».

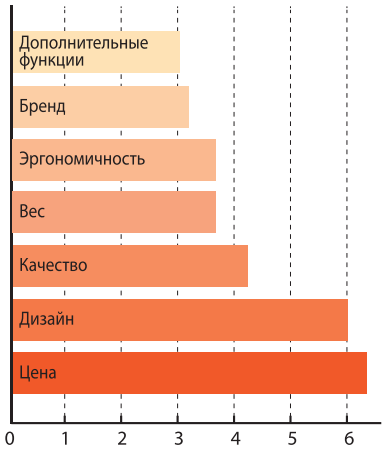
В последние годы на рынке стало появляться все больше коллекций – школьных принадлежностей (рюкзак или ранец, пенал, сумка для обуви, папка для тетрадей и папки для рисования и труда), созданных в едином стиле. Наши эксперты отмечают, что подобное предложение вызывает интерес покупателей: «Линия в едином дизайне смотрится стильно и акту-

ально, — утверждает **Наталья Матвеева**. — В этом сезоне практически каждая новинка в линейке рюкзаков, предлагаемая маркой Action! и лицензионными марками, имеет «пару» как минимум в виде пенала с тем же дизайном». С ней соглашается **Оксана Толчкова**: «Привязанность товарной позиции к коллекции воспринимается покупателями положительно, поскольку сегодня большинство родителей стремится создать стильный школьный образ своего ребенка. Кроме того, подобное предложение помогает сэкономить время, поскольку все сопутствующие изделия можно приобрести в одном месте. Помимо прочего, коллекционный товар стимулирует импульсные покупки, что положительно сказывается на доходе производителя и продавца». **Татьяна Коваленко** подчеркивает, что «особенно популярны коллекции в среднем и высоком ценовом сегменте, тогда как в сегменте товаров с низкой ценой это не так актуально. Когда люди хотят потратить как можно меньше средств, они редко покупают дополнительные аксессуары с тем же дизайном, потому что на них можно тоже существенно сэкономить».

Почему выбирают

Экономия — это важный фактор при выборе школьных товаров, потому что сборы ребенка в школу обходятся родителям весьма и весьма недешево. Говоря о критериях выбора школьных рюкзаков и ранцев, наши эксперты главным из них называют цену: «Приемлемая цена, модный дизайн и высокое качество — основные составляющие успеха изделий среди покупателей» **(Оксана Толчкова, («Самсон»)**; «многие родители в нашей стране первым делом смотрят на цену рюкзаков» **(Татьяна Коваленко, («Аура-Сервис»)**. Однако **Наталья Матвеева («Группа Товарищей»)** уверена, что цена, которая очень важна для потребителя, тем не менее в последнее время не является определяющим покупку критерием, уступая качеству, дизайну и эргономичности.

Диаграмма № 4
Рейтинг характеристик рюкзаков/ранцев (эксперты)



Неправильно подобранный тип школьного рюкзака или ранца увеличивает шансы развития сколиоза на 50%, а слишком большой вес — на 70%. Для того, чтобы предотвратить нарушение осанки ребенка, вес ранца с учебниками у первоклассника не должен превышать 10% от массы его тела.

Дизайн изделий наши эксперты единодушно определяют как второй по значимости критерий при выборе покупки: зачастую именно на яркие детали во внешнем виде изделия, прежде всего, обращают внимание покупатели — ребенок и взрослый. Нередко, по настоянию ребенка, родители покупают яркий, выделяющийся из ряда аналогов товар, упуская из виду качество.

Качество, по мнению наших экспертов, занимает третью позицию при выборе изделия. Школьный рюкзак и ранец — товар, который меняют не реже одного раза в два года, а в большинстве случаев — каждый год. Несмотря на достаточно короткий срок эксплуатации, его «карьера» трудна: он падает, бьется об углы, вешается на неудобные крючки парт, используется в качестве метательного, а порой и спортивного снаряда. Поэтому прочность и износоустойчивость материала, надежность фурнитуры и швов играют важную роль при покупке товара.

Вес изделия в последнее время становится все более значим для родителей. Предметы, которые должны находится в ранце ученика начальной школы, — учебники, тетради, ручки, карандаши, папки для рисования, труда, спортивная форма — весят немало. Если и собственный вес рюкзака велик, то это может грозить нарушением осанки. Эргономичность (ортопедическая спинка, регулируемые широкие (40 мм) лямки с мягкими подкладками) модели также помогает маленькому школьнику сохранить здоровье. Эти критерии разделили 4 место.

Известность марки при выборе российским потребителем школьного ранца или рюкзака не играет большой роли: «Узнаваемый бренд и конструкция изделия — лишь дополнительные преимущества предлагаемого товара», — убеждена **Оксана Толчкова. Наталья Матвеева** считает, известность бренда по-разному влияет на разные категории покупателей: «Для ряда потребителей со средним и высоким доходом известность марки имеет большое значение, особенно если речь идет о европейских брендах».

Наименьшую же значимость в глазах потребителей, с точки зрения наших экспертов, имеют дополнительные функциональные характеристики изделий: термокарманы, встроенные динамики и т. д. (диагр 4).

Как стать хитом

Компании-производители выпускают на рынок новые коллекции школьных ранцев и рюкзаков каждый год, предлагая потребителям все новые и новые модели. Какие-то из них становятся хитами продаж, какие-то менее

33 коллекции рюкзаков и ранцев

BRAUBERG®

BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

Доступны для заказа на www.samsonopt.ru

САМСОН®

Федеральная сеть оптовых складов
Регулярная доставка маршрутами по России

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

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

успешны. Существуют, однако, и такие удачные модели, которые пользуются высоким потребительским спросом на протяжении нескольких лет благодаря сочетанию грамотного дизайна, хорошего качества и приемлемой цены — классика школьного текстиля. Мы попросили наших экспертов рассказать о них: «Самый популярный дизайн наших рюкзаков — это Paradise, — говорит **Татьяна Коваленко («Аура-Сервис»)**. — Он каждый год претерпевает небольшие изменения, но остается в линейке наших товаров уже в течение четырех лет». **Оксана Толчкова** выделяет в линейке товаров группы компаний «Самсон» жесткокаркасные ранцы: «Ранец — изделие, которое обладает каркасом, даже пустой он держит форму, поэтому в ранце легче поддерживать порядок, а его формоустойчивая спинка помогает сохранить осанку. Особенно приветствуются покупателями небольшие формы ранцев — 34x26x16 см («Butterfly», «Magic Dream», «Monster Wheels», «Star Patrol», «Drift Racing»), которые отлично подходят ученикам начальной школы. Данные конструкции вмещают в себя и альбомы формата А4, и папки для тетрадей, и учебники, но вместе с тем они очень компактны и не перегружают спину. Кроме того, вентилируемая спинка дает дополнительное преимущество данным моделям. Также востребованы чуть более объемные ранцы-трансформеры, подкупающие своей эргономичностью («Magic Flora», «Spring Melody», «Football», «Hot Cars»). Они удобны в использовании и нетребовательны в уходе (легко стираются)».

Можно выделить несколько характеристик, по которым реселлер может с большой степенью достоверности просчитать, какие модели новой коллекции той или иной марки станут хитами продаж. Прежде всего, это правильное соотношение цены и качества. Все более высоким спросом пользуются товары под лицензией: «Новинка под лицензионной маркой будет иметь успех, если правильно выбрана лицензия, которой обеспечена хорошая маркетинговая поддержка и, следовательно, внимание потребителей», — убеждена **Наталья Матвеева («Группа Товарищей»)**. Яркий, запоминающийся внешний вид, по ее словам, «очень важен для непосредственных потребителей этой товарной группы — детей, ведь это аксессуар, который должен нравиться в течение всего учебного года (или даже пары лет)». Хорошо продуманная конструкция изделия, учитывающая требования эргономики, — еще один плюс для выхода модели в лидеры продаж: «Особое внимание следует обратить на предпочтения в конструкции изделий, поскольку от этого зависит не только удобство использования, но здоровье и безопасность ребенка: важны размер и вес модели, наличие эргономичной спинки, толщина, длина и форма бретелей» — говорит **Оксана Толчкова**. К ней присоединяется и **Татьяна Коваленко («Аура-Сервис»)**: «Наиболее значимые характеристики рюкзаков и ранцев — это эргономичность, дополнительные функции и, конечно же, дизайн изделий». **Наталья Матвеева** добавляет, что важными элементами конструкции являются «пластиковое дно или ножки для защиты от грязи, прочная верхняя ручка, наличие дополнительных карманов для личных вещей и завтраков», которые делают этот школьный аксессуар практичным и удобным в применении. Качество материалов, из которых изготовляются школьные рюкзаки и ранцы, вносит свою лепту в успешные продажи той или иной модели: «Большое значение имеет качество материалов, из которых сшит рюкзак, наличие светоотражающих элементов», — говорит **Наталья Матвеева.**

В конструкции ранца и рюкзака обязательны светоотражающие элементы, и чем больше будет их площадь, тем лучше. Это позволит участникам дорожного движения издалека увидеть ребенка на проезжей части и избежать ДТП. Вставки из яркого флуоресцентного материала помогут во время передвижения ребенка на дороге днем.

Для более точного прогнозирования успешности продажи той или иной модели необходимо учитывать ситуацию, складывающуюся в экономике в целом и на рынке школьных товаров в частности. «Важно профессионально и своевременно анализировать ход продаж и развитие модных тенденций на рынке, проводить мониторинг цен и ассортимента конкурентов», — советует **Татьяна Коваленко.**

Что новенького в рюкзаке?

Пока ребенку требуется носить в школу большое количество учебников и тетрадей, принципиальных изменений на рынке ранцев и рюкзаков ожидать не следует. Когда-нибудь, с появлением единого электронного учебника, размеры, объемы, базовая конструкция изменятся, а до этого, по мнению **Оксаны Толчковой**, «новаторство заключается только в следовании новым тенденциям, в поиске новых приемов для большего удобства потребителей и эргономичности. Также изменения могут появляться в аксессуарах, комбинировании новых материалов, новых формах, использовании различных технологий украшения изделий. Кардинально поменять модели нельзя, но дизайнерская мысль находится в постоянном поиске».

Практичность ранца во многом определяется качеством ткани, которая должна быть прочной, износостойкой (лучше всего полиэстер 600D), с водоотталкивающей пропиткой. Хорошо, когда внутри ранец также покрыт полиэстером или имеет пластиковую вкладку: в этом случае он будет прекрасно мыться.

Единого электронного учебника пока нет, но количество самых разных электронных устройств, с которыми ребенок не хочет расставаться даже в школе, растет с каждым годом. И производители включают в ранцы и рюкзаки новые элементы конструкции: «Поскольку различные гаджеты сегодня ребенок берет с собой даже в школу, — говорит **Наталья Матвеева («Группа Товарищей»)**, - в некоторых моделях рюкзаков появилось новшество — отделение для ноутбука или планшета. Такие рюкзаки представлены, в том числе, в коллекции Action! За 2014 г.». **Оксана Толчкова («Самсон»)** рассказывает об изменениях в конструкции жесткокаркасных ранцев: «В некоторых появилось пластиковое дно, которое не промокает и легко моется, прорезиненные нескользящие ножки. У ряда моделей изменились формы крышек: они стали более плотными, но это никак не повлияло на общую легкость конструкции, добавлены новые надежные замки со светоотражателями, которые обеспечивают безопасность ребенка в темное время суток. Для большинства ранцев также будет использоваться новая светоотражающая лента с логотипом ТМ BRAUBERG».

Новым также, по мнению **Оксаны Толчковой**, станет использование в дизайне таких материалов, как деним (жесткокаркасные ранцы), мешковина с отделкой из искусственной кожи (рюкзаки и сумки для старшеклассников), пеналы из неопрена.

Новинки и прогнозы

Какие новинки в ассортименте компаний наших экспертов наиболее достойны стать хитами продаж в этом сезоне?

Наталья Матвеева, компания «Группа Товарищей»: «В этом году мы предлагаем новые дизайны в коллекциях полюбившихся нашему покупателю лицензионных марок — таких как Animal Planet, Discovery, Поезд Динозавров и других, представленных в нашем ассортименте не один год, а также несколько новых лицензий, среди которых - интересная новинка «Алиса знает, что делать!»: на нее мы ожидаем очень высокий спрос, который связан с премьерой фантастического анимационного сериала «Алиса знает, что делать!» по мотивам повести Кира Булычева. Мы уверены в успехе новинок от проверенных марок Action!, Tiger Family, а также лицензионных марок представленных в нашем ассортименте не первый год. В нашем предложении — актуальная цветовая палитра, новые комбинации цветов и материалов, оригинальные дизайнерские решения, усовершенствованные модели».

Татьяна Коваленко, компания «Аура-Сервис»: «В этом году наша компания представит 3 новых дизайна рюкзаков марки School Point. Один из них в нашем самом популярном дизайне Paradise. Также мы решили оставить рюкзак в дизайне Ship, так полюбившийся всем в прошлом году.

Отличительной особенностью рюкзаков немецкой марки School Point является специально разработанная с учетом медицинских требований эргономическая «спинка», форма которой помогает рюкзаку занять нужное положение на спине ребенка и позволяет выработать правильную осанку. Здоровье детей защищают также такие особенности конструкции, как:

- специальная спинка, пропускающая воздух и уменьшающая давление на позвоночник;
- равномерное распределение веса;
- удобная застежка;
- не стесняющие движения лямки Anatomic Air System®.

В конструкции используется воздухопроницаемая сетчатая прокладка Anatomic Air Sistem® для вентиляции пространства между спиной и рюкзаком. Кроме того, в 2014 году немецкая марка Office Point предлагает новый товар: тканевые папки для тетрадей с ручками и без. Это весьма востребованный товар в наше время. Эти папки очень удобны не только для переноски небольшого количества тетрадей и учебников, скажем на урок английского или на дополнительные занятия, но их с легкостью можно использовать и для хранения принадлежностей для ИЗО или труда. Мы уверены, что все наши новые дизайны окажутся востребованными и популярными».

Оксана Толчкова, группа компаний «Самсон»: «В этом году мы расширили предложение в каждом сегменте: в низком мы предлагаем выбор из рюкзаков ПИФАГОР с применением новых отделок и украшений, в среднем — разнообразные коллекции BRAUBERG. В этом году у некоторых моделей ранца появилось пластиковое непромокаемое дно, прорезиненные нескользящие ножки, надежные металлические замки, новые декоративные элементы. Это жесткокаркасные ранцы серии «Magic Dream» (224208, 224207)* для девочек, которые легки (вес — менее 1 кг) и компактны (34х26х16). В дизайне соединен глубокий цвет денима с нежно-розовыми вставками, украшенными цветочным принтом. В модели 224207 уплотненные боковины и формообразующая спинка сделаны из ортопедического материала EVA, что помогает снизить нагрузку на позвоночник на 30%. В высоком сегменте мы дополнили коллекцию ранцев BRAUBERG Premium тканевыми пеналами, сопоставимыми по качеству с лучшими европейскими образцами премиального сегмента и тканевыми папками-сумками.

Также мы представим коллекцию casual рюкзаков и сумок из мешковины с отделкой из искусственной кожи. Такие модели практичны и универсальны в использовании — отлично подходят для учебы, прогулок и занятий спортом. Рюкзак для старшеклассников и студентов «Coral» (224376) привлекает покупателей ярким лаконичным дизайном. Коралловый цвет износоустойчивой водонепроницаемой ткани эффектно дополнен темно-коричневым оттенком искусственной кожи и блеском металлической фурнитуры. Специальные ремни регулируют объем вместительного (30х25х16) отделения. Сумка для старшеклассниц и студенток «Drop» (224380) из водонепроницаемой ткани сразу обратит на себя внимание ярко-голубым цветом, продуманным расположением 6 карманов. Кроме того, пополнился ассортимент пеналов. Здесь привлекательные новинки — пеналы с наполнением серии «School mix» (224131), выполненные из практичного полиэстера с яркими модными расцветками. В серию входят четыре дизайна, упакованные в пластиковые коробки с европодвесом. Наполнение — ластик, точилка, линейка и черно графитный карандаш. Мы предлагаем также яркие пеналы для всякой мелочи на резинке «Fresh mix» (224135), которые легко крепятся на обложку тетради, ежедневника, книги. В серию входят пеналы на молнии 4-х цветов: розового, синего, черного и желтого».

Говоря о тенденциях на рынке школьных товаров, наши эксперты утверждают, что наметившийся в последнее время рост продаж в среднем ценовом сегменте продолжится. «Основные продажи рюкзаков и ранцев сконцентрировались на среднем ценовом сегменте, поскольку приоритетом при покупке школьного текстиля в России все-таки является доступная цена и хорошее качество. Однако мы планируем поработать над изделиями всех ценовых категорий — расширить модельный ряд товаров, увеличить число изделий в коллекциях, разработать новые оригинальные дизайны», — делится планами **Оксана Толчкова**. «Сейчас на рынке школьных ранцев и рюкзаков ярко прослеживается тенденция увеличения объемов продукции с лицензионными дизайнами», — подчеркивает **Татьяна Коваленко**, и ее точку зрения поддерживает **Наталья Матвеева**: «Производители с каждым годом совершенствуют формы, материалы, дизайн рюкзаков. Одна из тенденций — развитие лицензионного рынка».

В среднем и высоком ценовом сегменте сохранят популярность коллекции школьных принадлежностей, созданных в едином стиле. Среди потребителей сохранится востребованность комплексного предложения товаров для школы.

** Коды для заказа товара в группе компаний «Самсон»*

Самсон

Внимание акция!

Школьная пора • 2014

В период с 01.05.2014 по 31.08.2014 покупайте рюкзаки, ранцы, пеналы, фартуки для труда, папки для тетрадей и труда торговых марок

BRAUBERG · ПИФАГОР · ErichKrause

и станьте обладателем подарочного сертификата

15 000 руб!*

СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЕ!*

За единовременную закупку рюкзаков, ранцев и сумок на ремне в количестве

от 30 шт.	от 100 шт.
скидка 10 %	скидка 16 %

*Подробные условия акции и спецпредложения на сайте www.samsonopt.ru/zakaz и у менеджеров обособленных подразделений группы компаний «Самсон»

НОВИНКА

Цветная бумага и картон

BRAUBERG®

BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

kids series

Для воплощения творческих фантазий

Форматы А3 и А4
Яркие, сочные цвета

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

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

Galant®

Создавая имидж

Стильный и элегантный подарок для коллег и партнеров.

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

ОФИСНЫЕ КРЕСЛА

BRABIX™

BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

КОМФОРТ И НАДЕЖНОСТЬ!

ПРЕИМУЩЕСТВА:

- срок поставки - от 1 дня;
- гарантия - 365 дней;
- Ваша наценка - от 100 %!

арт.501411

4 606224 103280

Доступны для заказа по каталогу и 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.