www.kanzelaria.ru

ЖУРНАЛ КАНЦЕЛЯРИЯ

STATIONERY & OFFICE EQUIPMENT

ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА И УЧЕБЫ • ОФИСНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

август –сентябрь 2014

№ 68

Популярные коллекции и новинки деловых аксессуаров 2015

BRAUBERG®

BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

Впервые!
Уникальный проект группы компаний «Самсон»!

Индекс деловой активности рынка товаров для офиса и учебы

www.samsonopt.ru

Офисная планета®

товары для офиса

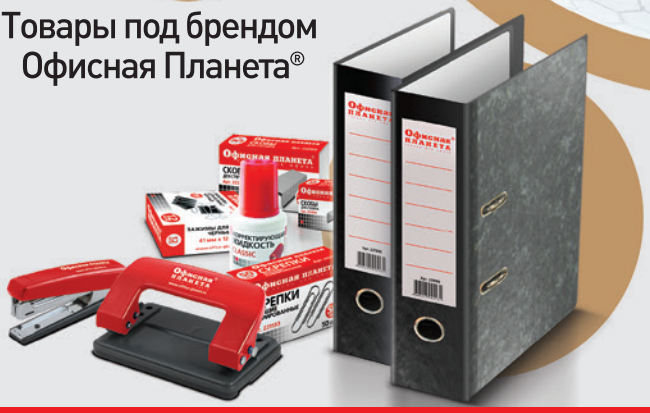
Общероссийская система обеспечения организации товарами для офиса по каталогу

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 менеджеров сбытовых подразделений группы компании «Самсон»

СОДЕРЖАНИЕ

4 **Новости**

14 **Товарный обзор**
Рынок деловых аксессуаров 2014-2015

26 **Торговая марка**
«Клавы», «мыши», провода SONNEN

36 **Лайма – чисто, просто, быстро**

30 **Внимание! Новая рубрика!**
Индекс деловой активности рынка товаров для офиса и школы

33 **Событие**
Новые возможности интернет-магазина!

35 **Выбирайте лучшее**
Закон сохранения энергии от BRAUBERG

42 **Знакомство с дилером**
Дилер корпоративной торговли

48 **Школьный базар**
В мире мольбертов и холстов

РЕКЛАМОДАТЕЛИ

Acco Brands 17
DURABLE 11
ErichKrause 21
Faber Castell 28
АПКОР 45
КАНЦЛЕР 31
MAPED 57
САМСОН 1, 2, 4-7, 9, 11, 23, 27, 32, 41, 42, 51, 55, 59, 60
Сегмент 58
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

№ 67, июнь-июль 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

Энергетик для гаджетов: внешние аккумуляторы SONNEN

Торговая марка SONNEN предлагает Вашему вниманию новинки внешних портативных аккумуляторов, позволяющие пользователю зарядить электронный девайс через USB-интерфейс даже при отсутствии доступа к электрическим сетям.

Среди новинок присутствуют аккумуляторы емкостью от 2600 до 10000 мАч, что позволяет использовать их для многократной зарядки. Модели с двумя USB-выходами предназначены для одновременной зарядки двух устройств, например, смартфона и планшетного компьютера. На торце аккумуляторов располагается сенсорная панель с индикацией уровня заряда. Устройства рассчитаны на более 500 циклов заряда-разряда. В комплекте с аккумуляторами поставляется кабель USB — micro USB. Все новинки выполнены в ударопрочных алюминиевых корпусах. Еще одной отличительной особенностью новинок является присутствие в линейке аккумуляторов с функцией LED-фонарика, что бывает весьма кстати в некоторых ситуациях. Благодаря компактным размерам и легкому весу аккумуляторы удобны для ношения в кармане или дамской сумочке.

SONNEN — сделать выбор просто! Просто закажите портативные аккумуляторы SONNEN сегодня и наслаждайтесь высокими продажами круглый год.

Double-book от Hatber!

Компания «ХАТБЕР-М» приготовила замечательные новинки ассортимента — двойные 80-листные тетради А5 формата на гребне с твердой обложкой.

Разнообразные яркие дизайны новых тетрадей-перевертышей особенно понравятся учащимся старшей школы и студентам. Лаконичные двойные обложки отлично гармонируют друг с другом, в линейке представлены красочные пейзажи, милые зверята, роскошные цветы, знаменитые города мира.

Двойная обложка позволяет вести записи в тетрадях сразу по двум предметам. Внутренний блок с перфорацией позволит легко отрывать листы, не портя их внешний вид. Твердая обложка дает возможность делать записи на весу.

Новые практичные тетради с «двойной» обложкой от Hatber — яркое дополнение в жизни учащегося!

Новый сервис от компании «Самсон» — дистанционное обучение!

Компания «Самсон» запускает новый сервис — программу дистанционного обучения корпоративным продажам. Это новый источник поддержки и развития бизнеса Вашей компании.

Программа рассчитана на персонал, который непосредственно осуществляет продажи корпоративным клиентам, а это торговые агенты, менеджеры по продажам, операторы call-центра.

На портале представлены следующие разделы: обучающие курсы, статейный материал, возможность задать вопрос тренеру, а также блок опроса и рекламный блок.

На сегодняшний день представлен курс «Активные продажи», рассчитаный на специалистов, которые работают с корпоративными клиентами. Курс одинаково подходит для обучения продающего и руководящего состава компании. Также планируется еще два обучающих курса.

Каждый курс включает в себя:

- уроки с методическими материалами;
- примеры диалогов из практики взаимодействия с клиентами;
- проверочный тест, который поможет проверить себя и оценить уровень полученных знаний;
- получение сертификата после успешного выполнения теста.

Итак, новый сервис — это:

Дистанционно! Можно выбрать удобное место и время для изучения материала!

Бесплатно! Онлайн- и оффлайн-тренинги от копании «Самсон» абсолютно бесплатны!

Эффективно! Сразу после прохождения курса вы получаете дополнительные знания и навыки, которые помогут увеличить ваши продажи в несколько раз!

С программой можно ознакомиться на сайте **http://www.samsonopt.ru/zakaz/** (раздел «Сервисы» — «Обучение»). Желаем Вам успешного повышения квалификации и достижения высоких показателей в работе с клиентами!

DURABLE
THE STYLE OF SUCCESS
от MAGAFRAME ™
к DURAFRAME ™
Новый ассортимент информационных рамок под единым брендом
DURAFRAME™ для размещения:
- объявлений и сертификатов
- фотографий
- постеров

Рамки DURAFRAME™
- клеятся на стекло, кафель, крашеные стены, ламинат, металл, пластик
- переклеиваются до 30 раз
- не оставляют липких следов
- быстрая замена вкладыша
- расположение портрет/пейзаж
- двустороннее использование

www.durable-russia.com

КИСТИ
И НАБОРЫ КИСТЕЙ

BRAUBERG®
BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

ПИФАГОР®

Более 50 моделей!
Высокое качество!
Доступные цены!

Заказывайте
в интернет-магазине
www.samsonopt.ru

Защитные пленки SONNEN для планшетных ПК и телефонов

Владельцам «планшетников» и смартфонов хорошо известно: для того, чтобы устройство долго радовало исправной работой, поверхность гаджета нужно защищать от внешних воздействий.

Группа компаний «Самсон» предлагает Вашему вниманию новинку ассортимента торговой марки SONNEN — защитные пленки для телефонов и планшетных компьютеров. В ассортименте есть как пленки, предназначенные для определенных моделей устройств, к примеру, iPhone 5/5S/5C, так и универсальные, подходящие к любым устройствам с указанным на упаковке размером диагонали.

Прозрачные и матовые защитные пленки надежно предохраняют поверхность устройств от механических повреждений. Высокое качество материалов обеспечивает приклеивание без пузырьков воздуха. Защитная пленка не влияет на качество изображения и не оставляет следов после удаления. В зависимости от предназначения, в комплект входят: пленка, ткань для протирки экрана, салфетка для обезжиривания. Упаковка — с европодвесом.

Заказывайте новинки — защитные пленки SONNEN для планшетных ПК и телефонов, являющиеся товарами первой необходимости для магазинов любого формата, в ассортименте которых имеются смартфоны и планшетные компьютеры!

Пластилин BRAUBERG — ходовой товар!

BRAUBERG
BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

Группа компаний «Самсон» предлагает Вашему вниманию новинки товаров для детского творчества BRAUBERG: восковой пластилин и пластилин серии «Class Master».

Пластилин на основе воска обладает повышенной мягкостью и пластичностью. Подходит не только для лепки, но и для создания объемных картин на бумаге или доске для лепки.

- Яркие цвета.
- Со стеком (пластиковым ножом).
- Упаковка с европодвесом.
- Поставляется в картонной коробке.

Пластилин «Class Master» обладает прекрасными пластичными свойствами и мягкостью, легко принимает нужную форму, не требует предварительного разминания, имеет яркие цвета.

Новинки продукции для делового планирования BRAUBERG на 2015 год

Группа компаний «Самсон» предлагает Вашему вниманию 8 серий ежедневников, еженедельников и планингов BRAUBERG на 2015 год.

В поступлении представлены как уже хорошо зарекомендовавшие себя, так и новые серии, например, *«London»* и *«Forte»*.

Классический материал обложек еженедельников *«London»* формата А6 (95х155 мм) с приятной матовой фактурой придает этой серии аристократический облик, а элегантный тисненый орнамент подчеркивает безупречный стиль обладателя еженедельника. Внутренний блок (72 листа) изготовлен из белой офсетной бумаги плотностью 70 г/м^2. Обложка прошита по периметру и подходит для горячего тиснения и тиснения фольгой. Цвет — синий, бордовый.

Ежедневники *«Forte»* формата А5 (138х213 мм) — это прекрасное сочетание удобства и стиля. Перламутровый блеск обложки добавит неповторимый шарм в образ обладателя ежедневника и раскрасит яркими красками даже самый пасмурный день. Внутренний блок (168 листов) изготовлен из белой офсетной бумаги плотностью 70 г/м^2. Обложка прошита по периметру и подходит для горячего тиснения и тиснения фольгой. Цвет — синий, бордовый.

Сочные новинки ручек BRAUBERG

BRAUBERG
BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

Автоматические шариковые ручки, автоматические гелевые ручки и ручки-роллеры — эти новинки ручек BRAUBERG позволят Вам удовлетворить постоянно высокий спрос покупателей на качественные и недорогие письменные принадлежности.

Хочется солнечного настроения? — Пожалуйста! Автоматические шариковые ручки «Instinct», «Sonata», «Juicy» и «Flora» добавят ярких красок даже в самый дождливый день. Цвет чернил — синий. Ширина линии письма ручек — 0,7 мм. Резиновый упор обеспечивает дополнительное удобство при письме. Ручки поставляются в эффектных, ярких дисплеях по 48 или 60 штук (в зависимости от модели).

Вам также есть что предложить любителям гелевых ручек — это новинки популярной серии «Black Jack». Ручки с удобным прозрачным трехгранным корпусом, металлическим наконечником и деталями в цвет чернил. Корпуса ручек украшены узнаваемым принтом. У ручек есть резиновый упор для удобства письма. Цвет чернил — черный/синий. Ширина линии письма ручек — 0,7 мм.

Архивные короба и папки — ходовой товар по низкой цене!

В бумажном документообороте любой компании важно аккуратное и систематизированное хранение документов.

Незаменимые помощники бухгалтерий средних и крупных предприятий — архивные папки и короба, продукция, которая пользуется спросом вне зависимости от сезона.

Группа компаний «Самсон» предлагает Вашему вниманию широкий ассортимент товаров для хранения документов, в том числе архивные короба и папки BRAUBERG.

Например, белый лоток-коробка из прочного микрогофрокартона BRAUBERG с шириной корешка 100 мм (код 124848) рассчитан на 900 листов, а бурый лоток-коробка BRAUBERG с шириной корешка 150 мм (код 124849) легко вместит 1400 листов. Такие модели незаменимы для организаций, работа которых сопряжена с обработкой большого объема бумажной документации: налоговые инспекции, бухгалтерии, учебные заведения, паспортные столы, страховые компании, банки и т. д.

Серия цветных папок BRAUBERG с завязками и резинками с шириной корешка 75 мм, рассчитанных на 700 листов, не только поможет надежно сохранить важную документацию, но также будет выделяться на фоне однотонных «сородичей».

Накопители документов BRAUBERG стойка-угол — в ассортименте компании «Самсон» представлены как белые, так и цветные варианты — это отличное сочетание цены и качества и ходовой товар в любом офисе.

В преддверии офисного сезона стоит задуматься о своевременном пополнении своего ассортимента одним из самых востребованных товаров! Весь ассортимент архивных папок и коробов смотрите на сайте www.samsonopt.ru. Удачных продаж!

Акриловые аксессуары Lamark

Акрил является экологически безопасным, гипоаллергенным и антибактериальным материалом, устойчивым к царапинам и трещинам. Этот материал прекрасно отталкивает пыль, небольшие загрязнения, а также влагу.

Компания «КАНЦЛЕР» представила компактные аксессуары для канцелярских принадлежностей Lamark из акрила: подставку для бумаги, емкость для пишущих принадлежностей и дисплей для клейкой ленты.

Полупрозрачные и прозрачно-голубые изделия Lamark с глубокими оттенками удачным образом впишутся в офисный интерьер или украсят личное пространство.

Аксессуары удобны в применении и долговечны, спустя годы службы сохраняют безупречный внешний вид.

Акриловые аксессуары Lamark — удобны в применении, идеальны в оформлении!

Интересный досуг для всей семьи от Hatber

Новые пазлы на 500 элементов от компании «ХАТБЕР-М» представлены в двух коллекциях: стандартной и с эффектом металлика.

Разнообразные красочные дизайны найдут своих почитателей. Изящная «Венеция», прекрасно подчеркивающая весь романтизм этого города, трогательные изображения домашних питомцев в окружении нежных цветов в выпуске «Милые друзья и букет», «Волк» с магическим, завораживающим взглядом и яркий «Модный внедорожник» — отлично подойдут как для мальчиков, так и для девочек.

Скоро в продажу поступят пазлы «Городская полиция» и «Подводный мир», которые переливаются на солнце и играют разными оттенками цветов за счет печати по металлизированному картону. Чарующий блеск новинок завораживает с первого элемента.

Пазлы — увлекательное хобби, их можно собирать и разбирать, устраивая небольшие турниры. Новые пазлы от Hatber — полезное занятие для всей семьи!

Размер 350х470 мм, 500 деталей, подарочная упаковка в термоусадочной пленке.

Рюкзаки BRAUBERG для школы и офиса… даже на колесах

Торговая марка предлагает новинки рюкзаков для школы и офиса. Прочные, надежные и легкие, эти рюкзаки незаменимы как для городской жизни (учеба, работа), так и для занятий спортом или поездки за город.

10 серий рюкзаков BRAUBERG для школы и офиса — это возможность предложить покупателю качественный товар в практичной цветовой гамме.

К примеру, вместительный рюкзак со вкусным названием «Brownie» оснащен большим количеством отделений, что позволяет рационально использовать его внутреннее пространство. В рюкзаке есть отделение для ноутбука с диагональю до 15,6”. Благородный коричневый цвет и современный дизайн в сочетании с практичностью делают данный рюкзак незаменимым на каждый день. Рюкзак изготовлен из полиэстера.

Ну а тем, кто не любит обременять себя лишней нагрузкой, BRAUBERG предлагает инновационное решение — рюкзаки на колесах серии «Jax». В рюкзаках есть отделение для ноутбука с диагональю до 15,6”. Выдвижная ручка, удобный дизайн плечевых ремней, надежная фурнитура — все это обеспечит полный комфорт в использовании и свободу в передвижениях. Следует отметить, что у рюкзаков данной серии есть даже специальное отделение для защиты лямок от загрязнения, а также чехол для колес, позволяющий не испачкаться при переноске рюкзака на спине. Рюкзаки изготовлены из полиэстера.

Если Ваша цель — повысить доходность своего бизнеса, то новинки рюкзаков для школы и офиса BRAUBERG станут логичным и обоснованным выбором.

Рамка MAGAFRAME теперь в БЕЛОМ!

В цветовой линейке магнитных рамок Magaframe появился белый цвет в форматах А4 и А3.

Табличка с магнитной рамкой позволяет наглядно разместить информационное сообщение. MAGAFRAME™ крепится на любую гладкую поверхность с возможностью многократного переклеивания (стекло, пластик, металл, обои, окрашенные поверхности). Не оставляет липких следов, позволяет быстро менять информационные листы. Дополнительная особенность дизайна позволяет крепить MAGAFRAME™ к прозрачным дверям и окнам — таким образом, информация будет доступна с обеих сторон.

Рамка А4 формата выпускается в черном, белом, серебристом, золотом, красном, синем, зеленом и оранжевом цветах.

Теперь товаров HATBER стало еще больше!

Группа компаний «Самсон» сообщает о значительном расширении ассортимента продукции HATBER. Среди новинок: тетради 12-24 листа, 48-96 листов; тетради на кольцах 120-240 листов; тетради формата А4 80-160 листов; папки на кольцах (20, 40 вкладышей); блокноты А5, А6, А7; записные книжки А6; блоки для записей; альбомы для рисования; книжки-раскраски.

Безусловно, большой интерес вызывает линейка лицензионной продукции, в которой присутствуют товары как для мальчиков, так и для девочек.

Мальчиков, несомненно, привлекут товары, обложки которых оформлены в стиле популярных компьютерных игр: «WARFACE» и «Танки» («World of Tanks»).

«WARFACE»: дневники с интегральными и твердыми обложками, блокнот формата А7 и тетради 48 листов.

«Танки» («World of Tanks»): альбом для рисования, блокнот формата А7, тетрадь 48 листов.

Девочки, конечно же, не останутся равнодушными к сериям «Monster High» и «Зайка Ми».

«Monster High» — это дневники, альбомы, тетради, блокноты и папки, оформленные в стиле популярной серии мультфильмов и фэшн-кукол. Благодаря спецэффектам в виде блесток и выборочного лакирования, товары серии эффектно смотрятся на витрине.

«Зайка Ми» — это российский бренд, предлагающий детям и взрослым присоединиться к жизни двух творческих зайчат: Мии и Мике. Обложки альбома для рисования, тетради 12 листов и блокнота формата А6 выполнены в пастельных тонах и изображают истории из жизни очаровательных заек.

Шариковые ручки «Oil Base» от BRAUBERG — мягкое письмо с первого касания

Группа компаний «Самсон» предлагает Вашему вниманию новинки шариковых ручек на масляной основе BRAUBERG «Oil Base».

Специальные чернила на масляной основе производства немецкой компании Dokumental и надежный пишущий узел обеспечивают мягкое и аккуратное письмо без пропусков с первого касания.

Стержни снабжены игольчатым наконечником.

- Цвет чернил - синий/черный.
- Чернила производства немецкой компании Dokumental.
- Толщина линии - 0,7 мм.
- Игольчатый наконечник.
- Сменный стержень.
- 24 штуки в упаковке.

Среди новинок также присутствует сменный стержень «Oil Base» синего цвета.

Профессиональный нож Lamark — незаменимый инструмент

ООО КАНЦЛЕР представляет профессиональный нож с полностью металлической конструкцией и фиксацией лезвия с помощью самореза.

Новинка оснащена удобной системой блокировки и предназначена для разрезания не только бумаги, картона, ткани, но даже пластика.

Лезвие ножа шириной 19 мм изготовлено из нержавеющей стали.

Такие характеристики, как функциональность, качество и необычный дизайн выделяют предлагаемый канцелярский нож среди ряда подобных. Он найдет свое применение в офисе, в домашнем хозяйстве, в мастерской и на производстве, идеален для складских работ.

Упаковка — блистер с европодвесом для удобного расположения на специализированных стойках.

Веселые альбомы Hatber!

Новые 40-листные альбомы А4 формата с забавными приключениями Лягушонка Ам-няма из популярной онлайн игры CuttheRopeот Hatber.

Обложки новинок дарят позитивные эмоции и радость, особенно для поклонников этой забавной и интересной игры. Необычные веселые образы лягушонка и яркие фоновые расцветки настроят юных художников на творческий процесс. Рисовать в таких альбомах — сплошное удовольствие.

Отличное качество продукции оценят не только дети, но и родители.

Альбомы от Hatber — отличный подарок для ребенка любого возраста!

Календари BRAUBERG на 2015 год

Группа компаний «Самсон» сообщает о расширении ассортимента календарей BRAUBERG новинками сезона 2015!

Теперь доступны для заказа: календари квартальные, настольные перекидные, календари-домики. Все календари произведены на новейшем оборудовании с использованием импортной мелованной бумаги и высококачественных глянцевых красок, что обеспечивает естественную и яркую цветопередачу.

Особым эффектным дизайном отличаются квартальные календари группы «Супер Люкс»: «Времена года», «Вокруг света», «Города мира». Такие календари очень удобны для делового планирования. Курсор-бегунок выделяет текущую дату. Отрывной постер по истечении каждого месяца можно легко заменить на оригинальный новый.

Привлекательный выбор дизайнов календарей BRAUBERG на 2015 год позволит Вам предложить покупателям товар на любой вкус, как для офиса, так и для дома. Для компаний, обслуживающих корпоративных клиентов, будут также интересны компактные настольные календари-домики. Календари с изображением очаровательной овечки как символа 2015 года станут отличным новогодним подарком для клиентов. Рекомендуем Вам сделать заказ сейчас, пока товар есть в наличии.

Яркие шариковые ручки BRAUBERG «Carina»

Группа компаний «Самсон» сообщает о расширении ассортимента неавтоматических шариковых ручек новинками от BRAUBERG: «Carina Orange» и «Carina Blue».

- Цвет чернил — синий.
- Толщина линии — 1 мм.
- Длина стержня — 152 мм.
- Цвет корпуса — оранжевый/тонированный (синий).
- Сменный стержень.

Высококачественные чернила и надежный пишущий узел обеспечивают мягкое и аккуратное письмо с первого касания.

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

Новинки STAEDTLER: надежность и комфорт

Восковые мелки, пастель художественная, черно-графитные карандаши, карандаши механические и запасные грифели, цветные карандаши, маркеры перманентные и маркеры для магнитно-маркерных досок – все эти товары под маркой STAEDTLER теперь присутствуют в ассортименте группы компаний «Самсон».

Надежность и максимальный комфорт в работе — именно на эти качества ориентируется в производстве своих товаров компания STAEDTLER. И это не просто слова. Например, грифели цветных карандашей «Noris Club» необычайно прочны. А все потому, что производятся они по особой технологии A.B.S. (Anti-Break-System), которая повышает прочность на 30%. Ну, а если, скажем, оставить фломастер или маркер STAEDTLER без колпачка на пару дней? Да без проблем! Ведь они произведены с использованием технологии DRY SAFE, позволяющей полностью сохранять рабочие свойства маркера или фломастера.

Особого внимания заслуживает запатентованный дизайн пластикового футляра некоторых серий ручек и маркеров. Помимо своего основного предназначения, такой футляр выполняет еще и функцию подставки для письменных принадлежностей. Удобно, не правда ли?

Мы уверены, что продукция STAEDTLER в Вашем ассортименте станет не только инструментом привлечения новых покупателей, но и гарантом увеличения продаж.

Раскрась свой автомобиль!

Издательство «Хатбер-пресс» выпустило специальные раскраски для мальчиков «Автомобили Германии».

Фигурные дизайны обложек повторяют форму машины, что сразу же привлекает внимание. Разнообразные модели авто на страницах книжек дополнены интересными фактами о каждой. Вы узнаете, какую скорость может развивать Mercedes-Benz, какие материалы используются в изготовлении OPEL, познакомитесь с уникальными системами открывания дверей BMW и прочтете много других познавательных заметок.

Компактный размер раскрасок позволит без труда брать их с собой в дорогу, чтобы развлечь ребенка.

С раскрасками Hatber рисование всегда познавательно и интересно!

Настольные мини-покрытия DURABLE

Большинство отелей, предлагающих переговорные комнаты в аренду, оборудуют помещения стандартным набором предметов: экран, флипчарт, проектор и мебель для конференц-залов.

Теперь есть еще один незаменимый аксессуар — индивидуальное настольное покрытие, которое не только обеспечит мягкость письма, но и защитит дорогую мебель от повреждений.

Компактный размер определяет рабочую зону для каждого участника встречи. Нескользящая основа фиксирует подкладку на любой поверхности и обеспечивает мягкость письма, даже если Вы пишите на одном листе бумаге. Материалы — натуральная кожа или мягкий пластик — подходят для нанесения логотипа.

Настольное покрытие из натуральной кожи (арт. 7304) с нескользящей флисовой подкладкой и обработанными краями. Изготовлено вручную на кожевенной фабрике в Германии.

Настольное покрытие DURAGLAS® (арт. 7111) полупрозрачного цвета, прямоугольной формы. Нескользящая основа, антибликовая поверхность.

Настольное покрытие DURABLE (арт. 7101), классического черного цвета с закругленными уголками.

По вопросам приобретения продукции обращайтесь в представительство компании DURABLE.

КАЛЕНДАРИ КВАРТАЛЬНЫЕ НА ГРЕБНЕ
КАЛЕНДАРИ НА ГРЕБНЕ С РИГЕЛЕМ
КАЛЕНДАРИ НА СКОБЕ
ОТРЫВНЫЕ

НАСТОЛЬНЫЕ ПЕРЕКИДНЫЕ КАЛЕНДАРИ
НАСТОЛЬНЫЕ КАЛЕНДАРИ-ДОМИКИ
КАРМАННЫЕ КАЛЕНДАРИ
ЛИСТОВЫЕ

КАЛЕНДАРИ 2015

КАЖДЫЙ ДЕНЬ - ЯРКАЯ ДАТА

ЯНВАРЬ

пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

ФЕВРАЛЬ

пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	

МАРТ

пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23/30	24/31	25	26	27	28	29

ИЮЛЬ

пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

АВГУСТ

пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24/31	25	26	27	28	29	30

СЕНТЯБРЬ

пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

АПРЕЛЬ

пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

МАЙ

пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

ИЮНЬ

пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

ОКТЯБРЬ

пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

НОЯБРЬ

пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23/30	24	25	26	27	28	29

ДЕКАБРЬ

пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

www.hatber.ru

ЯРКИЕ ДИЗАЙНЫ!
ОТЛИЧНОЕ КАЧЕСТВО
СВЕЖИЕ ИДЕИ!

Место в бизнес-классе: деловые аксессуары, сезон 2014-2015

Текст: Ольга ПАЛИЙ

Осень и начало зимы — период, когда отмечается традиционный рост спроса на ежедневники, планинги и органайзеры — удобные и полезные инструменты делового человека и имиджевые аксессуары. Сегодня наш обзор посвящен современному российскому рынку наиболее востребованной товарной категории деловых аксессуаров — ежедневникам бизнес-класса.

Российский рынок: системность, стабильность, собственные бренды

Человек консервативен: уникальные разработки, предлагаемые нам научно-техническим прогрессом, не вытесняют в повседневном обиходе привычные предметы. Электронные устройства для записи и хранения информации не смогли вытеснить бумажные книги, блокноты, ежедневники, спрос на которые сохраняется. Эта стабильная востребованность делает бумажные деловые аксессуары важной товарной позицией в ассортименте любого оператора канцелярского рынка, особенно в офисный сезон.

Наши эксперты — **Наталья Матвеева, директор по продажам компании «Группа Товарищей», Наталья Суворова, руководитель отдела маркетинга компании «Хатбер-М», Андрей Сорокин, менеджер по маркетингу и PR ООО «КАНЦЛЕР» и Сергей Ермаков, маркетолог по развитию ассортимента группы компаний «Самсон»,** — говоря о современном российском рынке бумажных деловых аксессуаров, подчеркивают его структурированность, высокую насыщенность, а также не до конца исчерпанные способности роста и развития. «На российском рынке ежедневников представлено множество самой разнообразной продукции, отличающейся по цене и качеству, — говорит **Наталья Суворова, «Хатбер-М»**. — Разнообразие ассортимента увеличивает спрос на ежедневники, и количество игроков на российском рынке растет с каж-

дым годом. Все игроки располагаются в определенных нишах, где они наиболее уверенно себя чувствуют: одни делают упор на дизайн и оформление, другие — на качество материалов». Это мнение поддерживает **Сергей Ермаков, «Самсон»**: «Рынок ежедневников продолжает расти и структурироваться. Дело в том, что ежедневник является отличным аксессуаром деловых людей: в нем гораздо удобнее вести записи и планировать рабочее время, чем в электронном носителе». По мнению **Натальи Матвеевой, «Группа Товарищей»**, «в последние годы российский рынок деловых аксессуаров демонстрировал высокие темпы развития и роста, сегодня мы наблюдаем его стабилизацию».

Конкуренция высока даже несмотря на то, что рыночные ниши распределены между игроками. Большинство компаний предлагают ежедневники, планниги, органайзеры под собственными брендами: «Практически каждая компания стала производить ежедневники под своим брендом, — констатирует **Сергей Ермаков, «Самсон»**. — Если раньше на рынке доминировали ежедневники Nazareno Gabrielli и Erich Krause, то сейчас потребителю предлагаются ежедневники Brauberg, Josef Otten, Space, PLANO, Bruno Visconti… По функционалу они практически все одинаковые, отличаются друг от друга комбинациями покровных материалов, а также мелкими дополнениями в конструктивном плане». По мнению **Натальи Матвеевой, «Группа Товарищей»**, высокая насыщенность рынка заставляет канцелярские компании формировать предложение, которое «отличается глубиной и разнообразием ассортимента во всех ценовых категориях. Наиболее высокая конкуренция наблюдается в среднем и низком ценовом сегменте, а самый высокий спрос отмечается в корпоративном канале продаж».

В последние годы все больше продукции выпускается за рубежом: «На сегодняшний день соотношение на рыке импорта и российского производства безнес-аксессуаров составляет примерно 60% и 40% соответственно», — утверждает **Андрей Сорокин, «КАНЦЛЕР»**. С этим согласен, хотя и с некоторыми уточнениями, и **Сергей Ермаков, «Самсон»**: «Сейчас в сторону импорта смещается акцент в производстве ежедневников с обложкой из кожзама. В этом сегменте российские производители проигрывают по цене импортным аналогам. В свою очередь, ежедневники эконом-класса (обложка из Б/В и 7БЦ) по-прежнему массово производятся в России. Качество их ничем не хуже импортных, а цена — гораздо привлекательней».

Импортная продукция — это, в основном, ежедневники и планинги, произведенные в Европе, странах Юго-Восточной Азии и Турции. Европейцы, как и в других сегментах канцелярского рынка, предлагают дорогие товары очень высокого качества, изготовленные из отличных материалов. Азиатский импорт — это широчайший ассортимент, огромный выбор вариантов отделки и конструктивных особенностей моделей. Однако не всегда производители этой группы могут обеспечить требуемое качество и небольшие сроки поставки товара.

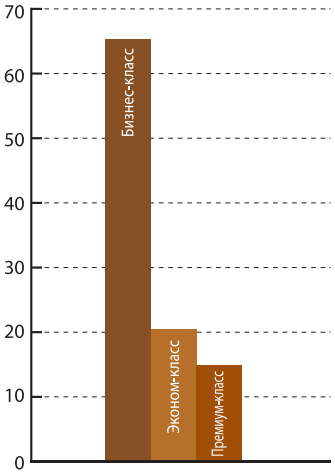
Российские производители на сегодняшний день предлагают потребителям надежную отечественную производственную базу и вполне сформированную и хорошо функционирующую систему дистрибуции, сбалансированное соотношение «цена-качество», быстрое выполнение заказа. К недостаткам можно отнести общее невысокое качество (особенно внутренних блоков), узкий выбор материалов для обложек, недостаточное рекламное сопровождение (см. табл. №1).

Таблица 1

	ДОСТОИНСТВА	НЕДОСТАТКИ
Европа	*Высокое качество продукции в целом и отдельных (особенно покровных) материалов в частности; стильный дизайн, внимание к мелочам.*	*Неоправданно высокая цена (выше среднего на рынке РФ).*
Россия	*Хорошо развитая система дистрибуции по территории РФ; большая локация. Отечественные целлюлозные компании. Оперативность выполнения заказов, постоянное наличие товара на складах. Низкие цены на массовый продукт эконом-класса. Хорошее соотношение цены и качества.*	*Ограниченный выбор материалов (фактур) обложек. Высокие цены на товары из кожзама. Недостаток рекламной поддержки. Качество изготовления среднее/ниже среднего; низкое качество внутренних блоков, плохая прострочка.*
Страны ЮВА, Турция	*Доступная цена, обширный ассортимент мелких деталей (перфорация угла, вырубной блок, металлические уголки, всевозможные застежки). Материалы разнообразных фактур и цветов. Возможность осуществления любого спецзаказа (даже самых привередливых клиентов).*	*Сравнительно малый выбор высококачественных покровных материалов. Иногда страдает качество. Длительные поставки.*

Хорошая структурированность российского рынка бумажных изделий для планирования позволяет четко распределить поток товаров по ценовым сегментам в зависимости от производителя. «В премиум-сегменте широко распространяются изделия европейских производителей, — констатирует **Наталья Суворова, руководитель отдела маркетинга компании «Хатбер-М»**. — Качественная кожа, использованная при их изготовлении, сохраняет внешний вид ежедневников на долгие годы и придает высокий социальный статус своему владельцу. Основные преимущества класса «бизнес» — это строгий консервативный стиль в сочетании с современным дизайном и яркими расцветками. В производстве используются качественные материалы, как правило, искусственный заменитель кожи итальянского производства. В этом сегменте присутствуют изделия российского и азиатского производства. В эконом-сегменте представлены преимущественно товары отечественного производителя — ежедневники в твердой ламинированной обложке, ЛАЙТ. Средний ценовой диапазон и хорошее качество достаточно популярны среди российского потребителя».

Диаграмма 1.
Процентное соотношение ценовых сегментов рынка РФ по валовому показателю в 2013 г.



По данным, предоставленным группой компаний «Самсон», в 2013 году по валовому показателю 65% пришлось на товары бизнес-класса, 20% — на деловые аксессуары эконом-класса, и лишь 15% — на ежедневники и планинги премиум-класса (диагр. №1). Рынок насыщен добротной продукцией, и у потребителей есть возможность выбрать оптимального качества изделие, положительно работающее на его имидж.

Среди производителей и дистрибьюторов, как считают наши эксперты, наибольшей известностью пользуются: компания «Альт», «Самсон», «ОфисПремьер», «Группа Товарищей», «Е-базар». К наиболее популярным брендам относят INDEX, Brauberg, Nazareno Gabrielli, Berlingo, Erich Krause, Proff, Expert Compete, Avanzo Daziaro, Lamark, Bruno Visconti, Letts, «Еже».

Наши эксперты называют активный выпуск и продвижение крупными российскими канцелярскими компаниями товаров под собственными торговыми марками наиболее важным фактором, влияющим на развитие отечественного рынка бумажных деловых аксессуаров за последние несколько лет. По мнению **Натальи Суворовой, «Хатбер-М»**, этот процесс привел «к перераспределению доли рынка — от производителя к продавцу». **Сергей Ермаков, «Самсон»**, отмечает еще одну тенденцию, распространенную среди отечественных производителей: «переориентация в сторону корпоративных заказов, тогда как крупные канцелярские фирмы нацелены на массового покупателя».

Бренд виден сразу

Осень — время роста потребительского интереса к товарной группе изделий для планирования. Ежедневники, еженедельники, планинги всех типов — это традиционный новогодний подарок, который последние десять лет приобретает все более ярко выраженный корпоративный характер. И именно товары, представленные в ценовом сегменте бизнес-класса, наиболее востребованы: хорошее качество, современные материалы, модные тенденции и адекватная цена мотивируют совершить покупку.

Практичный, стильный и долговечный подарок — это и удовольствие от работы с ним, и приятные воспоминания о дарителе. Какие параметры изделий следует учитывать при выборе делового аксессуара бизнес-класса? Авторитетные эксперты рекомендуют:

• обратить внимание на материал обложки. «Обложка изделий бизнес-класса выполнена из качественной, приятной на ощупь и презентабельной эко-кожи, как правило, поролонированная и с аккуратной прострочкой по краю (**Наталья Матвеева, директор по продажам компании «Группа Товарищей»**)». «Прострочка по краю должна быть частой и плотной, в едином цвете с изделием. Скругленные уголки — показатель того, что обложка изготовлена на специальном вакуумном оборудовании, обеспечивающем высокое качество (**Наталья Суворова, руководитель отдела маркетинга компании «Хатбер-М»**)»;

• оценить качество печати, бумаги и наполнение внутреннего блока. «Качество бумаги должно быть не ниже 80гр/м, и офсет должен быть высокой степени белизны, если, конечно же, это не тонированный блок. Закладка-ляссе должна быть сделана из качественного плотного шелка, совпадающего цветом с обложкой, который не будет расплетаться и долго сохранит внешний вид. Справочный материал должен быть актуальным. Телефонная книга и карты будут весьма кстати (**Наталья Суворова, «Хатбер-М»**)». «Внутренний блок ежедневника или планинга бизнес-класса, как правило, прошит и укреплен капталом, качество печати высокое, в наличии перфорированные уголки и закладка-ляссе. У более дорогих моделей может быть переплет из натуральной кожи, металлические уголки, тонированная бумага, золотой или серебряный срез (**Наталья Матвеева, «Группа Товарищей»**)»;

• проверить прочность сшивки и соединения внутреннего блока с обложкой. «Проверить качество ежедневника не составит труда: достаточно просто взять его в руки. Жесткая фиксация сшивки с торца (неподвижность) характеризует качественное изделие. Если что-то разъезжается, идет не встык, то товар, увы, некачественный (**Андрей Сорокин, менеджер по маркетингу и PR ООО «КАНЦЛЕР»**)»; «Откройте изделие, взявшись за две обложки и расположив их параллельно полу таким образом, чтобы блок повис; посмотрите на зазор между блоком и переплетным материалом: он не должен быть очень большим, а сторонки не должны отклеиваться от форзацев. Если у закрытого изделия обложка выгибается в противоположные сто-

FABER-CASTELL

since 1761

GRIP 2001

Запатентованная GRIP зона с массажными и противоскользящими шашечками

Эргономичная трехгранная форма

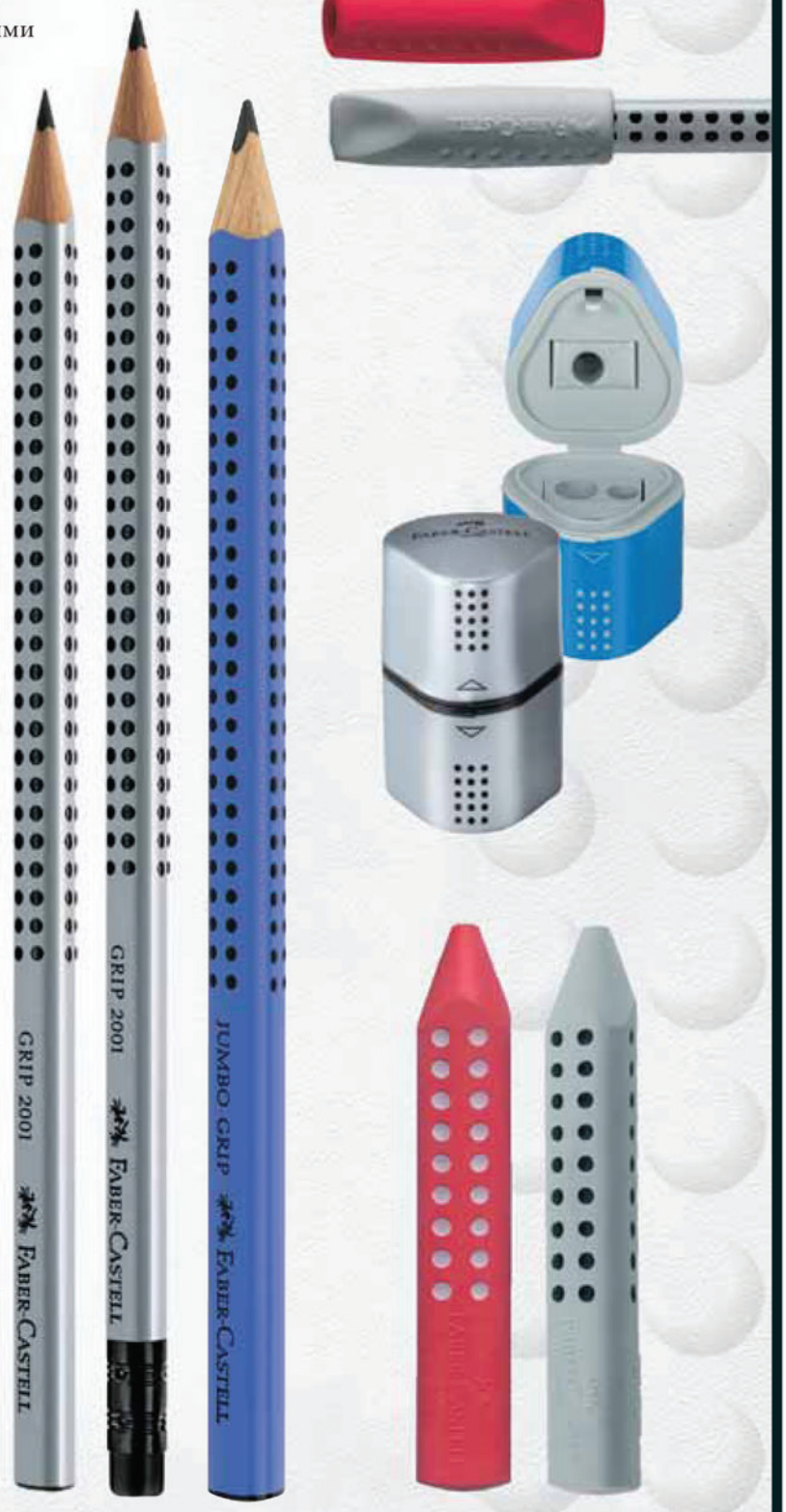
Мягкая, качественная древесина из экологических источников для хорошего затачивания

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

роны, то лучше от него отказаться: скорее всего, была нарушена технология производства (**Наталья Суворова, «Хатбер-М»**)».

Можно ли сразу отличить по качеству и внешнему виду продукцию высокого ценового сегмента от среднего в данной товарной группе? Наши эксперты дают разные ответы на этот вопрос. **Сергей Ермаков, маркетолог по развитию ассортимента группы компаний «Самсон»**, уверен, что внешний вид изделия — отличный индикатор ценового сегмента: «В товарах премиум-класса — прежде всего, в обложке — используются только высококачественные материалы, которые хорошо переносят не только длительную эксплуатацию, но и нанесение логотипа. Просто возьмите в руки ежедневники ТМ Galant (премиум-класс) и ТМ Brauberg (бизнес-класс), и поймете разницу. Еще я бы отметил проработанный в каждой мелочи дизайн изделий премиум-класса. Остальные нюансы — закладки-лясе, перфорация угла, справочная информация, прострочка нитками по периметру — уже давно присутствуют как в премиум-, так и в бизнес-классе». **Наталья Суворова, руководитель отдела маркетинга компании «Хатбер-М»**, называет респектабельность и аристократизм основными качествами моделей премиум-класса, а добротность и почти бесконечную вариативность дизайна — приметами бизнес-класса: «В производстве товара премиум-класса используется исключительно натуральная кожа и другие дорогие материалы обложки; изделия могут продаваться в подарочной коробке. Чаще всего продукция премиум-класса имеет общий эксклюзивный «богатый» вид, и, естественно, цена будет значительно выше, чем у бизнес-класса. Продукция бизнес-класса также изготавливается из качественных материалов, но заменителей кожи. Ценовая политика доступнее, и любой служащий может себе позволить купить этот продукт. Модели выпускаются в разнообразнейших цветовых решениях, чтобы удовлетворить потребности всех покупателей и соответствовать разному имиджу». **Андрей Сорокин, «КАНЦЛЕР»**, не видит оснований для выделения в товарной группе высокого ценового сегмента: «Придерживаюсь мнения, что вовсе нет никаких отличий между ежедневниками и планингами премиум- и бизнес-класса». А **Наталья Матвеева, директор по продажам компании «Группа Товарищей»**, напротив, предлагает более детальное разделение среднего ценового сегмента: «Сегодня в среднем ценовом сегменте представлен широчайший ассортимент товаров для планирования. Внутри этого сегмента обычно выделяют средне-высокий, средний и средне-низкий. Некоторые модели средне-высокого сегмента граничат с премиум-класс ом и имеют обложки из натуральной кожи, ручную прошивку, высококачественную (часто тонированную) бумагу внутреннего блока, безупречную печать».

Бренд — одна из главных гарантий качества товара, считают наши эксперты. «Производитель вкладывает в развитие бренда определенные силы, время, средства, поэтому он заинтересован в том, чтобы его детище ассоциировалось у покупателя с качественной продукцией», — говорит **Наталья Матвеева, «Группа Товарищей»**. **Сергей Ермаков, «Самсон»**, считает, что производителю просто невыгодно снижать качество брендированной продукции: «Как правило, под ТМ находится обширная линейка разнообразных товаров и подрыв качества любого из товаров приведет к негативному восприятию клиентов ко всей ТМ». С ним соглашается и **Наталья Суворова, «Хатбер-М»**: «Если бренд не будет отвечать заявленным требованиям, то он потеряет доверие своего потребителя», добавляя, однако: «Что касается бизнес-сегмента, то здесь не всегда бренд соответствует заявленному уровню, особенно это очевидно для продукции, изготовленной под заказ в странах ЮВА».

На какие критерии при выборе ежедневников, планнингов и органайзеров ориентируется потребитель? Для оптовика это, прежде всего цена, дизайн, бренд, минимальная партия и качество. Наименее важными характеристиками продукции оптовый покупатель считает яркую удобную упаковку и маркетинговую поддержку (см. подробнее диагр. №2).

Три кита, на которых базируется выбор конечного потребителя — это дизайн, цена и качество. Наполнение изделия и материалы, из которых оно произведено, наряду с известностью бренда, также оказывают на розничного покупателя серьезное влияние, а использование новых материалов, респектабельность и наличие хорошо сделанной упаковки не являются для него принципиально значимыми при выборе товара (см. подробнее диагр. № 3).

Диаграмма 2.
Предпочтения оптовых покупателей
(по данным компаний«Группа Товарищей», «Самсон», «КАНЦЛЕР»)

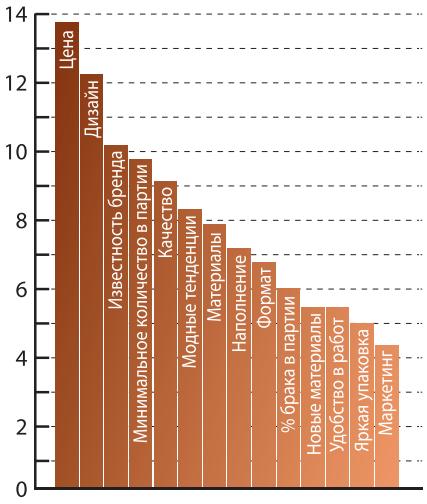
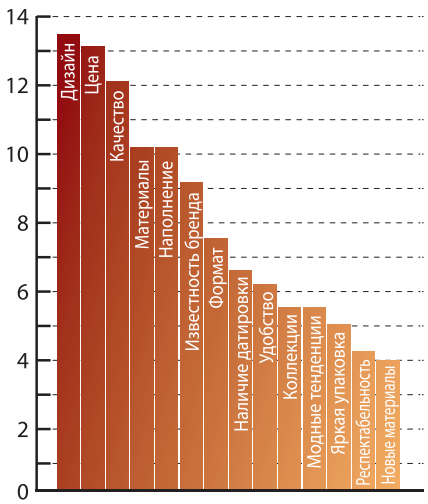


Диаграмма 3.
Предпочтения розничных покупателей
(по данным компаний «Группа Товарищей», «Самсон», «КАНЦЛЕР»)



Магистральные направления продаж

В 2012 году наш журнал в статье, посвященной деловым аксессуарам, на основании ответов экспертов выделил две основные тенденции в сегменте деловых аксессуаров: рас-

ВАША ПРЕЗЕНТАЦИЯ

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

Оптовые поставки корпусной мебели по России

В наличии и под заказ!

ШКАФ «МОНОЛИТ»
5005 р.*

СТОЛ «МОНОЛИТ»
1735 р.*

ТУМБА «МОНОЛИТ»
2391 р.*

А также:
» кресла и стулья;
» сейфы и стеллажи;
» мебель для учебно-воспитательных учреждений.

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

САМСОН®

Федеральный поставщик товаров для офиса и школы
Регулярная доставка маршрутами по России

2011 2012 2013

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

Становитесь клиентом и заказывайте 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.

Наталья Суворова
(«Хатбер-М»)

Андрей Сорокин
(«КАНЦЛЕР»)

Наталья Матвеева
(«Группа Товарищей»)

Сергей Ермаков
(«Самсон»)

ширение и обновление ассортимента и рот покупательской активности. За прошедшее с момента публикации время серьезно изменилась экономическая ситуация, особенно за последние полгода. Сохранили ли эти тенденции свою актуальность? Большинство наших экспертов утверждает: расширение и обновление ассортимента можно отнести к устойчивым тенденциям российского рынка деловых аксессуаров, потребительский спрос стабилен. **Наталья Матвеева, директор по продажам компании «Группа Товарищей»**: «Из наиболее актуальных тенденций я бы выделила работу производителей по расширению ассортимента, повышению качества продукции и выпуск коллекций бизнес-аксессуаров в едином стиле. Рост покупательской активности зависит от экономической ситуации в стране. Пока спрос стабильный». **Андрей Сорокин, менеджер по маркетингу и PR ООО «КАНЦЛЕР»**, отмечает, что обновление ассортимента важно и нужно, но при их проведении нельзя не учитывать некоторые нюансы: «Постоянное обновление модельной линейки и эксперименты по вводу новых позиций, согласно современным тенденциям, — определенно успешный ход, проверенный неоднократно. Однако не всегда можно точно угадать потребительские предпочтения». **Сергей Ермаков, маркетолог по развитию ассортимента группы компаний «Самсон»**, более подробно говорит о рисках продавца, вызванных желанием предоставить покупателю как можно более широкий ассортимент: «Сейчас производители предлагают огромный выбор материалов, цветовых решений и дополнительных элементов: комбинируя их между собой, можно расширять ассортимент практически бесконечно. Но расширение может привести, как ни странно, к потере прибыли. Расширяя весь ассортимент, Вы сужаете количество конкретных позиций из какой-либо коллекции, что ведет к их удорожанию. Кроме того, существует опасность не «попасть» во вкус конечного покупателя, да и место на полках в магазинах не безгранично».

Среди бумажных деловых аксессуаров бизнес-класса самый высокий спрос отмечается на датированные ежедневники. Второе место занимают датированные планинги. Недатированные ежедневники и планинги, а также полудатированные ежедневники пользуются несколько меньшей популярностью у потребителей. Органайзеры находятся на предпоследнем месте на шкале популярности, которую замыкают недатированные планинги (диагр. № 4).

Среди разных видов ежедневников лучше всего продаются универсальные, наполнение и оформление которых никак не ориентировано ни на социальные, ни на гендерные особенности покупателя: «лучше продаются универсальные ежедневники. Ежедневники для прекрасной половины общества тоже продаются, но хуже. Очевидно, что в бизнесе предпочтение отдается деловому стилю» (**Сергей Ермаков, «Самсон»**). «Классические модели не предназначены исключительно для мужчин или женщин. Они универсальны и прекрасно востребованы вне зависимости от пола» (**Наталья Матвеева, «Группа Товарищей»**). Однако «дамские» ежедневники также находят своего покупателя. Например, **Наталья Суворова, руководитель отдела маркетинга компании «Хатбер-М»**, объясняет это тем, что «женщины чаще ведут записи не только профессиональных, но и домашних дел», а **Наталья Матвеева, «Группа Товарищей»**, выделяет предпочтения, которые разные гендерные группы отдают деталям при выборе делового аксессуара: «Если, например, говорить о ежедневниках, то женщинам больше нравятся яркие цветные модели А5 или компактного А6 формата, мужчинам больше по вкусу модели в цветах, характерных для натуральной кожи — черном или коричневом, а также форматы А5 и А4». Что касается специализированных моделей, предназначенных для представителей конкретной профессии, то к таким ежедневникам не зафиксирован высокий уровень потребительского интереса: «У этих ежедневников (для учителей, автомобилистов, домохозяек) есть своя аудитория, хотя она и намного меньше, чем аудитория классических моделей», - говорит **Наталья Матвеева, «Группа Товарищей»**.

Деловые аксессуары лучше всего продаются в корпоративном и оптовом каналах сбыта, которым серьезнейшим образом проигрывают розница, интернет-площадки и специализированные магазины (см. диагр. № 5). О важности корпоративного канала сбыта в данной товарной группе говорят и наши экспер-

Диаграмма 4.
Наиболее популярные товарные позиции
(по данным компаний «Группа Товарищей», «Самсон», «КАНЦЛЕР»)

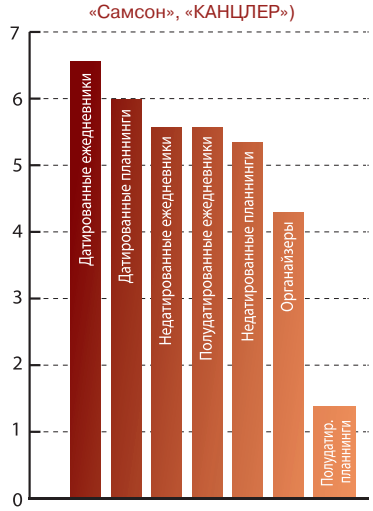
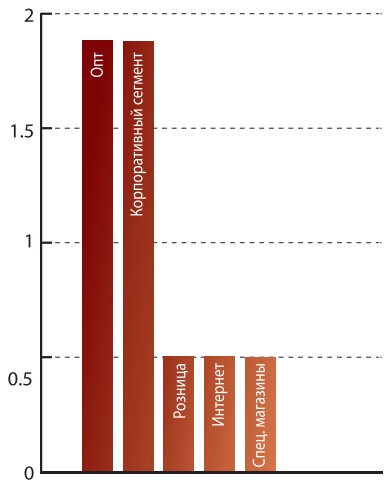


Диаграмма 5.
Соотношение каналов сбыта деловых аксессуаров
(по данным компаний «Группа Товарищей», «Самсон», «КАНЦЛЕР», «Хатбер-М»)



ты: «Компании, которые заказывают продукцию со своими логотипами очень важны для производителя: это дополнительный источник дохода и внедрение на рынок новых моделей и идей» (**Наталья Суворова, «Хатбер-М»**); «Безусловно, основной и наиболее перспективный покупатель и потребитель ежедневников — корпоративный. Ежедневник или планинг с логотипом компании — по-прежнему один из наиболее востребованных бизнес-сувениров к новогодним праздникам» (**Наталья Матвеева, «Группа Товарищей»**); «Корпоративный сегмент оценивается как наиболее значимый среди опта и розницы» (**Андрей Сорокин, менеджер по маркетингу и PR ООО «КАНЦЛЕР»**); «Корпоративные продажи начинаются тогда, когда опт практически закончил свою работу: безусловно, корпоративные продажи продлевают сезон продаж, и это не может не радовать» (**Сергей Ермаков, «Самсон»**).

Деловые аксессуары — товар с выраженной сезонностью продаж, однако в разных каналах сбыта пики приходятся на разное время. В оптовой торговле — это сентябрь-ноябрь, в рознице — ноябрь-январь, примерно с середины лета начинается спрос на деловые аксессуары в корпоративном сегменте. Сезон — понятие, особенно актуальное для датированных моделей, и, по мнению **Натальи Суворовой, «Хатбер-М»**, «для успешных продаж датированных изделий необходима особенно тщательная подготовка — анализ сбыта, четкое планирование и прогнозирование спроса, своевременное представление рынку своего предложения». Недатированная продукция продается вне зависимости от времени года, однако объемы продаж невелики.

Модный приговор

Деловые аксессуары бизнес-класса — продукция, внешний вид которой априори имеет слегка консервативный характер, вкус коллективного потребителя ориентирован на спокойный классический стиль. Но это

не отменяет влияния модных веяний, благодаря которым каждый год на прилавках магазинов появляются новые интересные модели. В сезоне 2014-2015, по мнению **Натальи Матвеевой, директора по продажам компании «Группа Товарищей»**, «в тренде яркие смелые цвета, принты на обложках из эко-кожи, комбинированные обложки. Популярны ежедневники со срезами разных цветов или с орнаментом, контрастные или в цвет обложки».

Комбинирование нескольких цветов и материалов в обложке — тенденция, которая сохраняет устойчивость уже на протяжении нескольких лет. «Это является определенный «фишкой» в коллекциях бизнес-аксессуаров, — считает **Наталья Суворова, руководитель отдела маркетинга компании «Хатбер-М»**. — Сочетание разных материалов не только необычно и презентабельно смотрится, но и еще помогает задействовать в производстве остатки материала, объединяя их в одно изделие».

Модными в этом сезоне цветами наши эксперты называют классические черный, коричневый, синий, красный или бордовый, зеленый, серый; «серебристый, розово-фиолетовые, желтый, оранжевый, как правило, дополняют основную (классическую) палитру» (**Наталья Матвеева, «Группа Товарищей»**). «Хорошо продаются ежедневники суперярких неоновых расцветок. Меньшей популярностью пользуются белые, бежевые и светлые тона, так как велик риск загрязнения ежедневника, использущегося круглый год» (**Наталья Суворова, «Хатбер-М»**).

Эко-серии — деловые аксессуары, произведенные из экологически чистых материалов — начинают постепенно обращать на себя внимание потребителей: «Это ныне модная тенденция, и многие производители «подхватывают» эту идею» (**Андрей Сорокин, менеджер по маркетингу и PR ООО «КАНЦЛЕР»**).

Закладка-лясе, вырубка, резинка-фиксатор и перфорация в сезоне 2014-2015 стали наиболее популярными деталями, облегчающими работу с товарами для планирования: «Ежедневники с закладками-лясе всегда имели преимущество: ведь это так удобно — сразу открыть нужную страницу, не тратя времени на поиски. Также на выбор модели оказывает влияние вырубка, алфавитная или цифровая, позволяющая экономить время на поиски нужного места. Популярны ежедневники на резинке, защищающие блок от раскрывания» (**Наталья Суворова, «Хатбер-М»**); «Практически все модели ежедневников INDEX снабжены закладками-лясе в цвет каптала и имеют перфорацию уголков. Некоторые модели имеют резинку-фиксатор» (**Наталья Матвеева, «Группа Товарищей»**); «Перфорация и закладка наиболее востребованы. Сейчас набирает популярность вырубной блок, когда вырубка сделана по месяцам. Очень удобно планировать, заглядывая на некоторое время вперед» (**Сергей Ермаков, маркетолог по развитию ассортимента группы компаний «Самсон»**).

Ассортимент деловых новогодних подарков

В течение последних лет, как уже отмечали наши эксперты, на деловые аксессуары в целом существует стабильный спрос. Однако одни товарные позиции теряют популярность у потребителей, а у других она растет. **Андрей Сорокин, «КАНЦЛЕР»**, отмечает, что на данный момент почти отсутствует спрос на телефонные книжки, и прогнозирует увеличение спроса на недатированную продукцию, записные книжки и бизнес-блокноты. **Сергей Ермаков, «Самсон»**, указывает на то, что «очень большим спросом по сравнению с бизнес-классом пользуются ежедневники эконом-класса в строгом исполнении (однотонная обложка из Б/В). Цветные ежедневники с обложкой 7БЦ немного теряют в продажах, но по-прежнему хорошо продаются».

Стабильность спроса дает возмож-

Maped®
OFFICE

ADVANCED

ПРОФЕССИОНАЛИЗМ В КАЖДОЙ ДЕТАЛИ

Maped®
OFFICE

www.maped.com

ность сформировать широкий ассортимент, который был бы интересен разным потребительским группам: «В ассортименте у реселлера должны быть ежедневники эконом-, бизнес- и премиум-класса, — советует **Сергей Ермаков, «Самсон»**. — Кроме того, необходимо иметь линейку разнообразных по внешнему виду ежедневников бизнес-класса». Для высоких продаж «важно обеспечить открытый доступ к товару, чтобы покупатель мог подержать ежедневник в руках, выбрать понравившуюся обложку, оценить удобство внутреннего блока» (**Наталья Матвеева, «Группа Товарищей»**), не забывая о том, что «в сезон для датированной продукции необходимо выделить самое лучшее, самое просматриваемое место на полке, ибо сезон продаж в данной группе очень короток» (**Сергей Ермаков, «Самсон»**).

Конечно же, сезон 2014-2015 не обойдется без новых интересных моделей деловых аксессуаров. Что приготовили для реселлеров и конечных потребителей ведущие российские канцелярские компании?

TM BRAUBERG предлагает 8 серий ежедневников, еженедельников и планингов на 2015 год, среди которых — новые серии «London» и «Forte». Классический материал обложек еженедельников «London» формата А6 с приятной матовой фактурой придает этой серии аристократический облик, а элегантный тисненый орнамент подчеркивает безупречный стиль обладателя еженедельника. Внутренний блок (72 листа) изготовлен из белой офсетной бумаги плотностью 70 г/м^2. Ежедневники «Forte» формата А5 - это прекрасное сочетание удобства и стиля. Перламутровый блеск обложки добавит неповторимый шарм владельцу ежедневника и раскрасит яркими красками даже самый пасмурный день. Внутренний блок (168 листов) изготовлен из белой офсетной бумаги плотностью 70 г/м^2. Обложки ежедневников серий «London» и «Forte» прошиты по периметру, отлично подходят для горячего тиснения и тиснения фольгой. Серии представлены в синем и бордовом цветах. (**Сергей Ермаков, маркетолог по развитию ассортимента**).

Компания «Группа Товарищей»: «Мы представляем широкий и разнообразный ассортимент изделий для планирования под *TM INDEX*. В коллекциях, объединенных по материалу обложки, представлены датированные и недатированные ежедневники, планинги, еженедельники, бизнес-органайзеры, а также записные и телефонные книги и визитницы. Практически все покрытия представлены палитрой наиболее популярных на российском рынке цветов и подходят для тиснения логотипа. Обложки ежедневников *INDEX* поролонированы и прошиты по краю, внутренние блоки изготовлены из качественной бумаги плотностью 80 г с двухцветной печатью, русифицированы, имеют перфорированные уголки. Переплеты укреплены капталом. Для удобной работы предусмотрена закладка-лясе. Благодаря качеству, стильному классическому дизайну и возможности персонализации, ежедневники *INDEX* популярны в качестве корпоративных сувениров» (**Наталья Матвеева, директор по продажам**).

«**ООО «КАНЦЛЕР»** предлагает рынку бизнес-органайзер на кольцах со сменным блоком формата А5 с возможностями: планирования дел, хранения необходимой информации, организации бизнес-процессов и др. Новый бизнес-органайзер *Lamark* — это ежедневник, планинг, блокнот для заметок, визитница и удобная адресная книга на 280 контактов. Обложка из высококачественного мягкого на ощупь кожзаменителя с поролоном, на внутренней стороне которой располагаются кармашки для хранения и отсеки под визитки, доступна в черном, коричневом, темно-коричневом цветах, контрастная прострочка по периметру выглядит строго и элегантно. Быстро уточнить необходимые детали помогает справочная информация — штрих-коды, международные и междугородние телефонные номера, таблица перевода измерений в метрическую систему мер и т. п. Все это наряду с яркой современной упаковкой делает бизнес-органайзер *Lamark* отличным подарком друзьям, родным или коллегам!» (**Андрей Сорокин, менеджер по маркетингу и PR**).

«Компания «ХАТБЕР-М» представляет продукцию под *TM Berlingo*. Это ежедневники, планинги, телефонные книжки и визитницы. В коллекции представлены изделия с разными внутренними блоками, изготовленными из офсета высокого качества. В качестве переплетного материала используется износостойкий и термоактивный заменитель кожи (Италия). На всех изделиях Berlingo обложка продублирована поролоном, по краю обложки проложена отстрочка нитками в цвет материала. Все изделия имеют скругленные уголки — это очень важная деталь! Все ежедневники имеют прошитый внутренний блок, благодаря чему изделие не рассыпается на отдельные листочки. В ежедневниках *Berlingo* используется закладка-лясе импортного производства, изготовленная из вискозного шелка. Каждое изделие имеет индивидуальную упаковку, защищающую его от истираний и дольше сохраняющую товарный вид. Под торговой маркой *Hatber* представлены недатированные ежедневники в твердом 7БЦ и ЛАЙТ переплете и планинги с мелованной обложкой» (**Наталья Суворова, руководитель отдела маркетинга**).

Коллекции, разнообразие цветов и дизайнов, детали, повышающие удовольствие от работы с товарами для планирования — производители и дистрибьюторы дают возможность в сезоне 2014-2015 сформировать отличный ассортимент товаров, пользующихся стабильным спросом и приносящих существенную прибыль.

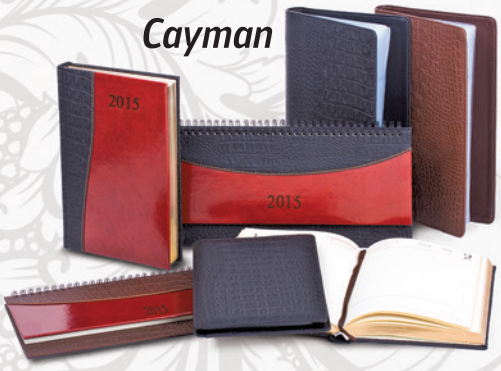
Популярные коллекции деловых аксессуаров 2015 года

ежедневники
еженедельники
планинги
телефонные книги
визитницы

Более 20 успешных и проверенных коллекций деловых аксессуаров

BRAUBERG®
BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

Cayman



Iguana

Favorite

Imperial

Alligator

Лучшие коллекции деловых аксессуаров

Galant®
GERMANY

Ritter

Kassel

Combi Contract

» *При покупке от 200 шт. датированной продукции* ***BRAUBERG, GALANT, ERICH KRAUSE***

скидка -20%

«КЛАВЫ», «МЫШИ», ПРОВОДА...SONNEN®

Текст: Мария ТАРАСЕНКО

Статистика утверждает, что сегодня сотрудники офисов в среднем берутся за компьютерную мышь в 50 раз чаще, чем за шариковую ручку, и набирают гораздо больше текста на клавиатуре, чем пишут его на бумаге. Не говоря уже об игроманах, которые буквально часами не выпускают мышь из рук и постоянно стучат по «любимым» клавишам W, A, S, D и Ctrl+shift. А это значит, что такие компьютерные аксессуары, превратившись в основное орудие труда и отдыха, должны быть не только надежными, удобными и радовать глаз, но и устраивать все категории потребителей. Именно этим принципом руководствовалась торговая марка SONNEN, вводя в свой ассортимент современные проводные и беспроводные клавиатуры, а также наборы «клавиатура + мышь». О них и пойдет речь.

Муки выбора

Как обычный покупатель выбирает клавиатуру? Бродит по отделу компьютерных аксессуаров, рассматривает внешний вид, нажимает кнопки, вертит «клаву» или мышь в руках, останавливается взглядом на ценнике и в редких случаях уточняет у продавца, что же, собственно, умеет данная вещица.

Безусловно, клавиатуры и мыши выбираются под разные задачи и, исходя из этого, определяется степень их «навороченности» и цена. К счастью, даже весьма продвинутые экземпляры сегодня не стоят баснословных денег, если не брать во внимание серьезные бренды и вложенные в стоимость изделия рекламные составляющие. По сути — многие производители предлагают сегодня качественный товар по весьма привлекательной цене. У конечного потребителя возникает логичный вопрос — что же выбрать?

Многочисленные форумы, на которых горячо обсуждается функционал той или иной клавиатуры или мышки, пестрят разнообразными отзывами, а производители предлагают все новые и новые модели. Выбирать тяжело, но надо, особенно реселлеру — иначе как грамотно составлять ассортимент, который бы увеличил продажи и устроил покупателей?

Именно поэтому мы выбрали единственный, на наш взгляд, верный путь — протестировать клавиатуры SONNEN, а также наборы клавиатура+мышь этой торговой марки и описать свои впечатления, чтобы помочь оптовику сформировать оптимальное предложение для потребителя.

Итак, вооружившись знаниями, о том, что производитель не должен экономить на качестве материалов и сборке, а раскладка клавиатур должна быть максимально приближенной к классической, клавиши не должны греметь, стучать и западать, плюс устройства ввода должны иметь разумную цену, приличный радиус действия беспроводных элементов, дополнительные функции и т. д, и т. п., мы приступили к тестированию продукции SONNEN. Отзывы читаем ниже, но требования к клавиатурам и мышам держим в уме.

Тестируем клавиатуры

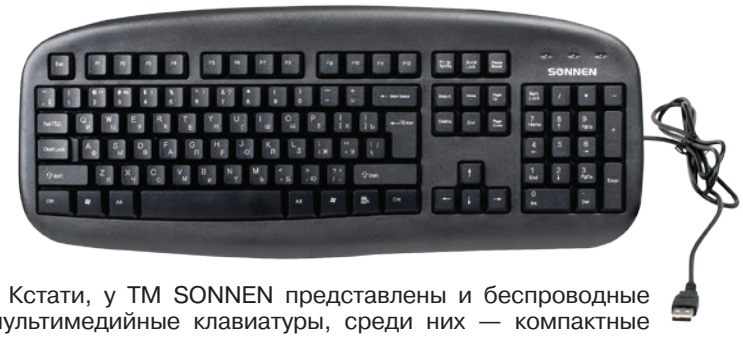
Первыми тщательному досмотру и проверке подверглись проводные клавиатуры, которые можно отнести к категории офисных, т. е самые недорогие, без излишеств, подходящие для ежедневной работы. В ассортименте SONNEN такие клавиатуры представлены моделями SONNEN KB-100B, KB-100W, KB-110 (разъем PS/2) и SONNEN KB-300B, KB-300W, KB-310 (USB – разъем) и др.

Для оптовика эти клавиатуры более чем привлекательны, прежде всего, тем, что розничная цена на них варьируется от 150 до 350 руб, с учетом торговой наценки до 80%, при

этом стоимость клавиатур, прямо скажем, минимальна. Что же касается качества и, собственно, «тест-драйва» — все клавиатуры отличает весьма приятный, практически бесшумный ход клавиш, качественный пластик, стильный внешний вид. Производитель гарантирует до 10 миллионов нажатий каждой клавиши, что само уже означает высокую надежность работы.

Впрочем, никто не ожидает от офисной клавиатуры мультифункциональности и сложного устройства, проще говоря, ломаться там решительно нечему — поэтому переходим к следующему типу клавиатур – мультимедийным. А клавиатурам выносим вердикт: наша оценка — 5!

Линейка проводных мультимедийных клавиатур SONNEN KB-M540, KB-M550 и KB-M560 с «горячими» клавишами — мечта интернет-сервера. От 5 до 20 (!) дополнительных кнопок, чтобы как можно быстрее «добраться» до часто используемых приложений и мультимедийного контента. Часть моделей оснащена удобной подставкой для рук, что немаловажно, если проводить много времени за компьютером. Ход клавиш приятно удивляет, они удобны и при нажатии не «стучат», а буквы русской и английской раскладки — оптимального размера и контраста. Словом, мультимедийные клавиатуры SONNEN хороши со всех сторон — проработанный дизайн, высокое качество сборки и отличная цена (см. выше). Наша оценка 5+!



Кстати, у TM SONNEN представлены и беспроводные мультимедийные клавиатуры, среди них — компактные ультратонкие Bluetooth-клавиатуры для планшетных компьютеров KB-B100 и KB-B110 — для удобства работы на портативных устройствах, обе модели совместимы с устройствами разных операционных систем — iOS и Android. Весьма модный гаджет, стоит заметить.

Ну и, наконец, геймерская проводная клавиатура SONNEN KB-G10. Контрасные синие кнопки для управления в играх и LED-подсветка делают ее еще более стильной и функциональной. Розничная стоимость с учетом наценки — до 500 руб., а это — не цена для клавиатуры такого класса. Чтобы не «зависнуть» на онлайн-игре в рабочее время, клавиатура была отложена подальше и тестирование пришлось свернуть, убедившись в удобстве и функциональности модели. Наша оценка 5+!

Другие стильные и современные клавиатуры TM SONNEN представлены в наборах с компьютерными мышками. Об этом — ниже.

Исследуем наборы

Почти все представленные на текущий момент в ассортименте TM SONNEN наборы клавиатура+мышь — беспроводные, и это удобно. Никаких лишних проводов и полная свобода перемещения, хоть используй набор в нескольких метрах от монитора, если такая необходимость есть. Для начала нужно установить общий наноресивер для мыши и клавиатуры в USB-порт компьютера или ноутбука. Беспроводные наборы SONNEN KB-S100, S120, S140 (как и другие беспроводные наборы) позволяют оставить свободными USB-порты компьютера или ноутбука для под-

ключения других периферийных устройств, а также экономят пространство на рабочем месте благодаря отсутствию проводов. А высокая чувствительность наноресивера позволяет работать на удалении до 10 метров от компьютера или ноутбука — это уже, конечно, «перегиб», вряд ли такая удаленность нужна обычному пользователю, тем не менее, производитель гарантирует точную работу устройств и на таком расстоянии.

Перечисленные наборы больше подходят для работы в офисе, поскольку имеют компактные размеры и не перегружены ненужными функциями. Удобные компактные мышки снабжены стандартным набором кнопок 2 + 1 колесо-кнопка, имеют несколько режимов чувствительности. Практичные, удобные, стильные — работа с беспроводными наборами вызывает только приятные впечатления. Наша оценка — 5 и еще раз — 5!

Несомненно, как и нас, покупателя, особенно женщин, привлечет своим дизайном набор SONNEN KB-S130 — черный цвет в сочетании с красными перламутровыми вставками на клавиатуре и мыши — суперстильный вариант как для офиса, так и для дома.

13 дополнительных клавиш на клавиатуре — удобство для быстрого доступа к нужным закладкам и приложениям. Плюс колесо регулировки громкости. Кстати, мышь в этом наборе оснащена 5-ю кнопками и одним колесом-кнопкой, ее чрезвычайно удобно держать в руке и скользить по поверхности стола. Кроме того, она имеет 2 режима чувствительности: 1000/1200 dpi. Оценка — 5+!

Компактная мини-клавиатура набора SONNEN KB-S150 — вещь, незаменимая и удобная в деловых поездах или на отдыхе. По-прежнему качественный пластик, приятные клавиши, удобная мышка и общее впечатление надежности набора. Советуем!

И снова находка для геймеров — беспроводной игровой набор KB-G5000! 8 ярких (красных) кнопок для управления в играх и 9 дополнительных кнопок на клавиатуре — несомненный бонус для беспроводного набора, цена которому в разнице чуть более 1100 рублей! 3 режима чувствительности мыши: 1000/1200/1600 dpi и 5 кнопок + 1 колесо-кнопка позволят стрелять точно в цель в любимых «шутерах» и не промахиваться в стратегиях — а что еще надо игроману? Мышь, которая идеально лежит в руке, отличается высокой точностью и смотрится агрессивно и стильно.

Возможно, самые продвинутые геймеры, учитывая собственные амбиции, будут искать себе более дорогостоящие экземпляры, дабы потешить свое самолюбие. Но мы смело можем заверить, что функционала этого набора более чем достаточно для того, чтобы играть, играть и еще раз играть — то есть этот набор подойдет большинству потребителей. И, разумеется, оптовикам, которые смогут сделать на этот набор максимальную торговую наценку и увеличить продажи. Наша оценка — 5+!

Итак, мы с уверенностью можем сказать, что у нас на тестировании побывали одни из наиболее интересных представителей клавиатур и мышей своего ценового сегмента. Все без исключения модели выдержали издевательства нашего «тест-драйва», ни разу не подвели и полностью соответствовали требованиям, описанным в начале статьи.

Что же касается продаж, то не стоит забывать, что реселлер может смело устанавливать на все клавиатуры и наборы SONNEN наценку — до 80%. Эта цифра, рассчитанная специалистами, позволит получить хорошую прибыль, иметь конкурентоспособные цены и весьма привлекательный ассортимент!

SONNEN®

ErichKrause®

КАНЦЕЛЯРСКИЕ ТОВАРЫ ДЛЯ ШКОЛЫ И ОФИСА

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

Индекс деловой активности рынка товаров для офиса и школы

*Журнал «Канцелярия» представляет новую рубрику — **Индекс деловой активности рынка товаров для офиса и школы!** Это уникальный проект, который разработан специалистами группы компаний «Самсон» с целью показать общую объективную ситуацию в отрасли товаров для офиса и школы. Подробные отчеты Индекса деловой активности — «Индекса САМСОНА» — будут публиковаться в каждом номере нашего журнала.*

Индекс деловой активности («Индекс САМСОНА») — один из основных показателей рынка, который формируется на основе опроса экспертов отрасли, характеризует изменения экономической конъюнктуры в различных областях экономической деятельности, включая перспективы бизнеса. Подобные индексы широко применяются на западе и служат индикатором состояния экономики отрасли.

Данные «Индекса САМСОНА» представляют интерес для владельцев, руководителей и топ-менеджеров канцелярского бизнеса, а также специалистов отделов снабжения и сбыта.

УЗНАЙТЕ РЕАЛЬНУЮ ОЦЕНКУ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ВАШЕГО БИЗНЕСА!

«Индекс САМСОНА» — это единственное регулярное объективное исследование рыночной конъюнктуры производственных настроений канцелярской отрасли в России.

Подобные индексы являются опережающими показателями и довольно эффективно предсказывают динамику экономического роста отрасли на 2-4 месяца вперед, как показывает мировая практика. Они строятся на основе отдельных диффузионных индексов (DI): объем продаж, численность персонала, своевременность поставок товаров поставщиками, объем оборотных средств и выручки. По каждому показателю эксперты рынка дают свою оценку — выше или больше; без изменений; ниже или меньше — после чего диффузионный индекс рассчитывается по формуле: **DI = (% ответивших «да») + 0,5 *(% ответивших «без изменения»).**

На основе вычисленных индексов для каждого показателя производится расчет общего индекса деловой активности или индекса условия для ведения бизнеса – «Индекса САМСОНА».

Значение данного индекса ниже отметки в 50 пунктов говорит о падении деловой активности и снижении темпа роста экономики в отрасли, выше в 50 пунктов — об их росте.

В чем преимущества индекса деловой активности?

- создан на основе всемирно известных экономических индексов, зарекомендовавших себя в Европе, США и Японии: его **результативность проверена на практике** ведущих мировых экономик;
- предоставляет надежные, базирующиеся на результатах опроса экспертов индикаторы, что **гарантирует его достоверность**;
- выпускается регулярнее (на ежемесячной основе) и оперативнее официальных экономических исследований, что позволяет **эффективно реагировать на изменение рыночной ситуации**;
- отражает экономическую активность в конкретной отрасли — торговле канцелярскими товарами, а значит, **является более точным, чем общеэкономические показатели**;
- является опережающим индикатором — данные «Индекса САМСОНА» можно использовать как **практический инструмент развития бизнеса**.

ИНДЕКС ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ РЫНКА ТОВАРОВ ДЛЯ ОФИСА И ШКОЛЫ — ЭТО:

Объективно!

Это не заказное исследование в интересах какой-либо одной компании, а мнение экспертов рынка товаров для офиса и школы, которое позволят увидеть текущую ситуацию на рынке и его перспективы.

Полезно!

Индекс деловой активности рынка товаров для офиса и школы позволит Вам оценивать объемы производства и продаж, количество новых заказов, скорость работы поставщиков, изменение объемов оборотных средств и выручки, а также получить прогноз продаж на будущее.

Актуально!

Исследования проводятся ежемесячно, что позволяет оперативно реагировать на изменения ситуации на рынке, а также изучать динамику и делать долгосрочные прогнозы.

Как использовать «Индекс САМСОНА»?

Исторически отмечено, что максимумы и минимумы индексов предшествуют разворотам экономики, т.е. спаду или подъему в экономическом цикле. Таким образом, **отслеживая изменения индекса, фирмы могут принимать бизнес-решения более эффективно**. В этом смысле индекс деловой активности можно назвать «барометром» состояния здоровья экономики, перспектив ее развития в краткосрочном периоде.

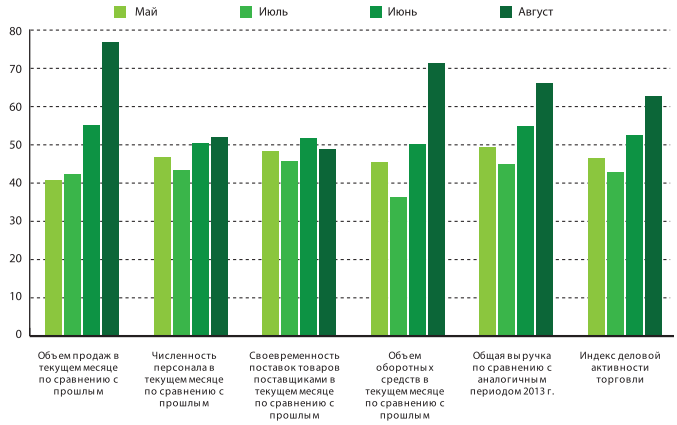
Чем выше индекс, тем более динамично развивается канцелярская отрасль, тем более перспективно **вложение дополнительных капиталов в коммерческую деятельность** или сотрудничество по производственным и финансовым вопросам.

ТЕКУЩИЙ ПОКАЗАТЕЛЬ «ИНДЕКСА САМСОНА»:

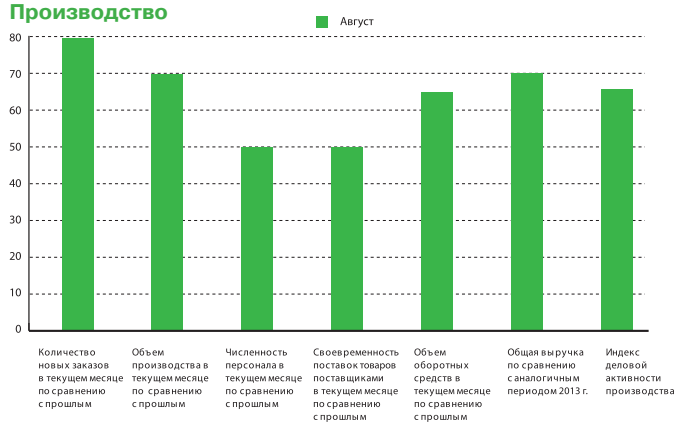
↑ 63,6 пункта

В августе был проведен четвертый опрос экспертов рынка товаров для офиса и школы в целях определения «Индекса САМСОНА» — индекса деловой активности отрасли. Значение «Индекса САМСОНА» увеличилось на 11,2 пункта по сравнению с результатами июля и составило 63,6 пункта. Второй месяц индекс находится на стадии роста. В этом месяце показатель индекса деловой активности в сфере торговли составил 63,0 пункта, в производственной сфере индекс находится на уровне 64,2 пункта. Рост «Индекса САМСОНА» произошел за счет увеличения значений составляющих индексов, в частности, в торговой сфере: объема продаж, оборотных средств и общей выручки на 22,0, 21,1 и 11,8 пункта соответственно, а также незначительного увеличения индекса численности персонала на 1,1 пункта; индекс своевременности поставок товаров поставщиками снизился на 2,9 пункта.

Торговля



Производство



Прогноз объема продаж экспертов торговой сферы отрасли оправдался и в августе вырос на 22 пункта по сравнению с прошлым месяцем, составив 76,8 пункта. На следующий месяц эксперты в торговой сфере также дали оптимистичный прогноз объема продаж: 55 % респондентов считают, что он будет расти, 28 % экспертов предполагают, что объем продаж снизится, и 17 % — останется без изменений. Эксперты в производственной сфере также дали оптимистичный прогноз на размещение новых заказов на производстве: 80 % респондентов полагают, что количество заказов вырастет, 10 % экспертов думают, что их количество останется на прежнем уровне и 10 % — останется без изменений.

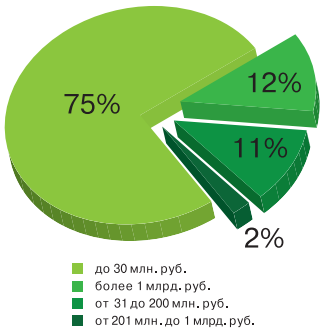
Эксперты отрасли товаров для офиса и школы.

В четвертой волне исследования ситуации на рынке товаров для офиса и школы и определения «Индекса САМСОНА» приняли участие 152 эксперта из разных компаний и сфер производства. Общие данные представлены далее.

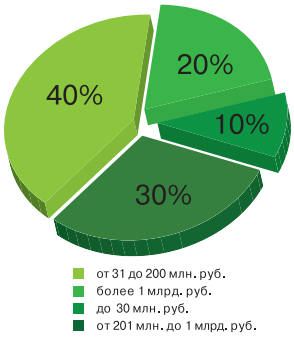
Прогноз объема продаж на следующий месяц

Прогноз объема заказов на производстве на следующий месяц

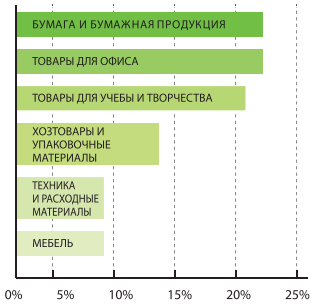
Годовой оборот торговых компаний



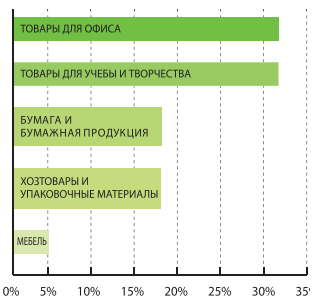
Годовой оборот производственных компаний



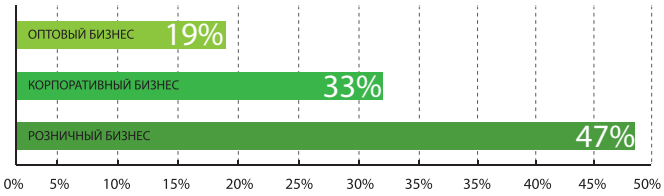
Группы товаров ассортиментной матрицы торговых компаний



Группы товаров ассортиментной матрицы производственных компаний



Форма торговли (для торговых)



Подробную информацию об «Индексе САМСОНА» уточняйте на сайте **www.samsonopt.ru.**

Становитесь экспертом, отвечая на вопросы исследования, и получайте доступ к ценной информации для развития Вашего бизнеса!

Примите участие в опросе на сайте — **http://index.kanzoboz.ru/**

По всем вопросам, связанным с «Индексом деловой активности отрасли товаров для офиса и школы», обращайтесь к специалистам группы компаний «Самсон»:

e-mail: mrk@samsonpost.ru

Контактное лицо: Светличная Наталья Романовна

powered by:

СКРЕПКАЭКСПО
SKREPKAEXPO

paperworld

Россия, Москва. МВЦ «Крокус Экспо», павильон 2, зал 9

21 международная специализированная выставка

КАНЦЕЛЯРСКИХ И ОФИСНЫХ ТОВАРОВ

23–25 сентября 2014

Messe Frankfurt RUS
+7 495 649 87 75
paperworld@messefrankfurt.ru

Скрепка Экспо Проект
+7 495 648 91 38
Skype: skrepkaexpo
expo@apkor.ru

Информационная поддержка

при поддержке

Обновленный интернет-магазин – новые возможности!

Интернет–технологии стремительно развиваются, предоставляя бизнесу все больше возможностей. Компании-лидеры учитывают все современные требования бизнеса и совершенствуют высокотехнологичные инструменты для своих клиентов. Исходя из понимания важности использования передовых возможностей интернета, группа компаний «Самсон» рада представить своим партнерам обновленный интернет-магазин «Офис-Заказ». Новые возможности интернет-магазина позволят быстро и без лишних затрат обработать заказы действующих клиентов и привлечь новых..

ЧТО ИЗМЕНИЛОСЬ?

Сайт приобрел современный и более привлекательный интерфейс, стал еще более удобным в использовании, значительно расширился функционал сайта, появились дополнительные возможности для общения с клиентом. Новый сайт спроектирован так, чтобы Вашему клиенту было максимально удобно найти товар и сделать заказ.

Теперь Вы можете управлять дизайном сайта, ценами, загружать складские остатки, размещать акции и общаться с клиентами при помощи обратной связи.

Также стало возможным полностью персонализировать и настроить интернет-магазин под себя:

- подключить свое доменное имя, чтобы ни один заказ не потерялся;
- загрузить индивидуальные цены и остатки собственного склада;
- представить больше информации о деятельности компании в разделах «О компании», «Оплата и доставка» и «Контакты»;
- загрузить логотип Вашей компании и настроить цветовую схему интернет-магазина;
- «Личный кабинет» Вашего клиента открывает ему дополнительные возможности. Он сможет хранить личные данные, историю заказов, адрес доставки, избранные товары, а также отправлять Вам информационные сообщения.

Раздел «Акции» позволит Вам легко реализовать Вашу маркетинговую программу. Просто заполните форму, и Ваши рекламные акции будут размещены в интернет-магазине!

Расширенное описание товара, качественные фотографии и индикаторы наличия товара помогут клиенту сделать правильный выбор и совершить покупку.

А Вы сможете выполнить заказ клиента на 100%!

КАК ЭФФЕКТИВНО ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ВСЕМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ НОВОГО ИНТЕРНЕТ–МАГАЗИНА?

Просто настройте его в разделе «Мой магазин» на сайте «Самсон Заказ»!

1. В разделе «Настройки» на странице «Основные» Вы подключаете свой домен и используете его совместно с идентификатором, который можно изменить здесь же. Название магазина будет отображаться в верхней части сайта.
2. На странице «Внешний вид» загрузите логотип компании и выберите цветовую схему в соответствии с Вашим фирменным стилем.
3. Страницы «О компании» и «Контакты» помогут разместить текстовую и графическую информацию в удобной форме (год создания, опыт работы, преимущества, услуги компании, фотографии офиса и работников, телефоны, адреса, e-mail, время работы).
4. В разделе «Оплата и доставка» можно указать значения стоимости доставки и суммы заказа, от которой она станет бесплатной. Эту информацию Ваш клиент увидит на этапе оформления заказа в «Корзине».
5. Теперь все заказы Ваших клиентов по умолчанию будут отображаться со статусом «Новый» в разделе «Заказы». Для повышения удобства работы не забывайте присваивать им статус — «Обработан». Здесь же есть возможность просмотреть заказы бумажного каталога товаров для офиса и заказы на 3D-проекты расстановки мебели.
6. Не забывайте управлять ценами! При помощи удобного функционала установки выберите одну из рекомендованных цен (стандартную или повышенную) либо установите Ваши индивидуальные цены. Подгружайте остатки Вашего склада, и они будут суммироваться с остатками сбытового подразделения компании «Самсон» в Вашем регионе.

*Готовый усовершенствованный инструмент продаж — **интернет-магазин www.office-zakaz.ru** — значительно сокращает издержки на оплату работы персонала, но при этом позволяет быстро и эффективно обслуживать корпоративных клиентов. Надеемся, что новые возможности и яркий дизайн сайта сделают его еще удобнее и привлекательнее для клиентов, а Вам принесут дополнительный доход!*

BRAUBERG®

BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

Сумки для офиса и учёбы

Популярный ассортимент • Справедливая цена • Высокие продажи

Времена меняются — сумки BRAUBERG® остаются!

* Цена действительна на момент публикации и может отличаться в зависимости от региона.
* Цена указана с максимальной оптовой скидкой.

САМСОН®

Федеральный поставщик товаров для офиса и школы
Регулярная доставка маршрутами по России

2011 2012 2013

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

Становитесь клиентом и заказывайте 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.

Закон сохранения энергии от Brauberg

Текст: Мария ТАРАСЕНКО

Если подсчитать, сколько мышечных усилий тратят офисные работники в течение своей службы на такие «орудия труда», как дырокол и степлер, этой энергии хватило бы, пожалуй, для работы небольшой атомной станции. Однако, если говорить серьезно, большинство производителей канцелярских товаров уже давно задумались об облегчении труда секретарей, бухгалтеров, менеджеров и другого офисного персонала. Наряду с понятием эргономики, все чаще фигурирует термин powersafe или, буквально, сбережение сил. Рассмотрим, как применила этот принцип к своим товарам торговая марка Brauberg.

Из курса физики за седьмой класс все мы помним (или, хотя бы, должны помнить) закон равновесия рычага, а именно: рычаг находится в равновесии тогда, когда действующие на него силы обратно пропорциональны плечам этих сил. То есть меньшей силой можно уравновесить большую. Этот закон был подробно расписан Архимедом еще в третьем веке до нашей эры, и в принципе с тех пор ничего не изменилось: используя рычаг, мы можем поднять неподъемный груз «голыми руками».

Какое отношение это имеет к канцелярским принадлежностям? Самое прямое. Именно усовершенствованная система рычагов и пружин легла в основу технологии powersafe, которую использовала TM Brauberg при производстве новой линейки энергосберегающих дыроколов и степлеров «Stark», особенность которых состоит в том, что при работе с ними требуется прикладывать на 60% меньше усилий по сравнению с обычными моделями степлеров и дыроколов.

Если в обыкновенных дыроколах вся сила нажатия на ручку переходит непосредственно на лезвие, которое пробивает отверстие, а в степлерах — на так называемый «молот», ударяющий скобу, то в энергосберегающих степлерах и дыроколах BRAUBERG приложенная сила переходит системе рычагов и пружин, и только потом — на лезвие или «молот». Легко, удобно и не надо по привычке всем весом собственного тела «ложиться» на дырокол, если необходимо пробить большое количество листов одновременно.

Внешне энергосберегающие дыроколы и степлеры отличаются от обычных только дополнительной надстройкой в верхней части — остальной функционал остается без изменений, тем не менее, именно невидимая глазу технология облегчает физические усилия и создает дополнительное удобство в использовании «офисного железа».

Так, к примеру, стильный черный с оранжевыми вставками степлер BRAUBERG «Stark» (БРАУБЕРГ «Старк») код 224348 — с металлическим механизмом обеспечивает качественное скрепление до 25 листов, позволяя прикладывать минимум усилий. Вмещает до 110 скоб №24/6 - 26/6. Степлер BRAUBERG «Stark», код 224349, также без усилий сшивает до 25 листов и при этом имеет увеличенную глубину сшивания — до 80 мм и полностью металлический механизм.

Если есть необходимость прошить одновременно до ста листов, сверхмощный степлер BRAUBERG «Stark» (код 224350) также с легкостью справится с задачей, которую при использовании обычного степлера можно решить, только приложив немалую силу. Степлер предусматривает использование скоб от N24/6 до N23/13 и имеет устройство для удаления испорченных скоб.

Отдельного внимания заслуживает дырокол той же серии — BRAUBERG «Stark» (БРАУБЕРГ «Старк»), код 224343, с пробивной способностью — 30 листов, который также позволяет прикладывать на 60% меньше усилий по сравнению с обычными моделями. Высокое качество дырокола обеспечивает точное и легкое пробивание бумаги. Имеет интегрированный контейнер для бумаги, фиксируется в нажатом положении.

Помимо высокого качества изделий, новинки степлеров и дыроколов BRAUBERG имеют стильный привлекательный дизайн упаковки, и грамотная выкладка товара на прилавке гарантирует успешные продажи в рознице.

Следует лишь добавить, что умение представить покупателю качественный инновационный товар — это дело технологий продаж каждого конкретного оператора рынка товаров для офиса. Все остальное производители уже продумали заранее.

Отметим, что, предложив потребителю новые энергосберегающие модели, торговая марка Brauberg, как обычно, оказалась «на гребне волны» — ведущие торговые марки офисных товаров также обратились к дыроколам и степлерам с технологией powersafe. Однако кроме инновационной технологии, которая, несомненно, заинтересует покупателя, оптовик, включивший в свой ассортимент новинки серии «STARK», может установить наценку этот товар до 150%, что позволит получить хорошую прибыль, и при этом розничная цена товара останется конкурентоспособной и обеспечит стабильно высокий спрос на продукцию в течение всего года. И это является несомненным и постоянным преимуществом торговой марки Brauberg!

Лайма®

ЧИСТО ПРОСТО БЫСТРО

Текст: Ольга ПАЛИЙ

Чистота радует каждого, но мало кого радует процесс ее наведения: время и усилия, потраченные на уборку, кажутся пропавшими даром — ведь уже на следующий день все приходится начинать вновь. Но все меняется: сегодня уборка отнимет совсем немного времени и сил, если использовать продукцию ТМ Лайма серий PROFESSIONAL и «Дом и офис».

Порядок в доме есть — хозяину честь

Поддержание чистоты на предприятиях, в офисах, дома — это не только забота о здоровье людей, но и способ формирования положительного имиджа компании или семьи. Отсутствие мусора, пыли, неприятных запахов, прозрачные, сияющие стекла и зеркала, чистота полов и стен, блеск сантехники в туалетных комнатах ясно демонстрируют посетителям высокий уровень культуры владельцев помещений, а на подсознательном уровне ассоциируются с высокой культурой введения дел и чистотой помыслов. Поэтому уборка — весьма значимый элемент офисной и домашней жизни, и предметы уборочного инвентаря, позволяющие привести помещение в порядок качественно и быстро, пользуются повышенным покупательским спросом.

Именно такой легкий, современный, удобный хозяйственный инвентарь предлагает группа компаний «Самсон» — эксклюзивный поставщик на российский рынок продукции ТМ Лайма. Появившись на отечественном рынке несколько лет назад, эта торговая марка завоевала признание покупателей благодаря высокому качеству, надежности и очень привлекательной цене своей продукции. Современные технологии, приходящие в офисный или домашний быт с высококачественными товарами для уборки ТМ Лайма, повышают производительность труда

За час при помощи плоского мопа из микрофибры можно провести влажную уборку в помещении площадью около 700 кв.м.

уборщиц и значительно (около 20 %) экономят время, затрачиваемое на наведение порядка.

Какая уборка без мопа!

Наибольшим спросом на рынке уборочного инвентаря пользуются сегодня различные виды мопов — текстильных насадок на швабру, с помощью которых можно эффективно и быстро произвести как сухую, так и влажную уборку, ликвидируя при этом самые разные загрязнения. Мопы доступны, просты в эксплуатации, износостойки. Делаются такие насадки из разных материалов, как натуральных (хлопок), так и синтетических (микрофибра, акрил).

Веревочные мопы с длинными петлями незаменимы при влажной уборке сильнозагрязненных помещений небольшого объема: они замечательно впитывают влагу и не оставляют разводов. Как правило, они делаются из хлопка или из микрофибры.

Структура микрофибры — расщепленные волокна полиэстера и полиамида — позволяет эффективно удалять с различных поверхностей грязь, пыль и вещества, которые могут вызвать аллергию.

Плоские мопы благодаря большей площади поверхности помогают значительно сэкономить время, которое тратится на приведение помещения в порядок. Хлопчатобумажный или синтетический плоский моп отлично отмывает все загрязнения с разных видов поверхностей, не оставляя разводов.

Группа компаний «Самсон» предлагает несколько вариантов наиболее востребованных современной индустрией клиннинга мопов, держателей и черенков для них, а также современных швабр ТМ Лайма, которые удовлетворят самых взыскательных профессионалов уборки. Для реселлера эта продукция представляет несомненный интерес благодаря идеальному соотношению «цена-качество». **Итак, вместе с ТМ Лайма начинаем убирать…**

полы и напольные покрытия…

Для быстрого и качественного приведения в порядок полов на предприятиях, в офисах и дома в ассортименте ТМ Лайма есть разные виды швабр. Во-первых, это универсальная швабра серии Лайма PROFESSIONAL (601507) с легкой алюминиевой ручкой оптимальной длины 118 см и пластиковым держателем, которая предназначена для проведения влажной уборки и используется в комплекте с веревочным мопом Лайма PROFESSIONAL (601512). Сочетание волокон из хлопка и полиэстера, из которых вырабатывается ворс насадки, обеспечивает такие ее свойства, как долговечность (чему способствуют также две линии прошивки) и отличная впитываемость влаги.

Во-вторых, для уборки больших помещений ТМ Лайма предлагает комплект, состоящий из ручки для держателя, самого держателя и мопов для него. Легкую, прочную алюминиевую ручку Лайма PROFESSIONAL (601513) можно использовать для сухой и влажной уборки помещений в сочетании с металлическими держателями-рамками различной длины (601506 – размер 110х15 см; 601505 — размер 60х15 см, 601504 — размер 90х15 см) и плоскими насадками, крепящимися к держателю при помощи завязок (601510 – размер 60х15, 601509 — размер 90х15, 601511 – размер 110х15). Мопы, изготовленные из хлопка с добавлением полиэстера, прочны, удобны, эффективны в эксплуатации.

Для работы в помещениях, заставленных мебелью, идеально подходит швабра ТМ Лайма серии «Дом и офис» (601461), которая чрезвычайно удобна благодаря шарнирному соединению 40-сантиметрового держателя, изготовленного из прочного пластика, с ручкой. Разные свойства материалов, из которых изготовлены мопы, используемые при работе с данной моделью, позволяют быстро и эффективно справиться с небольшими, средними (601476 — микрофибра, 601478 — хлопок) и стойкими (601477 — микрофибра/абразив) загрязнениями. Насадки надежно крепятся к держателю при помощи карманов.

Правила использования мопов, продлевающие срок их эксплуатации:

- *после каждого использования моп требуется тщательно прополоскать с использованием дезсредств;*
- *в процессе работы использовать специальные моющие средства.*

В-третьих, это швабры с отжимом. Механизм отжима, используемый в этих предметах уборочного инвентаря, позволяет проводить влажную уборку, избегая контакта рук с водой, а благодаря телескопическим ручкам можно индивидуально установить максимально комфортную высоту швабры.

Удобная в эксплуатации швабра ТМ Лайма серии «Дом и офис» (601471) с телескопической ручкой используется для проведения влажной уборки. Веревочный моп из микрофибры, скрепленный тремя линиями прошивки (601491), идеально впитывает влагу и не оставляет на полу разводы и ворс. Швабра отжимается скручиванием ручки.

Модель Лайма «Дом и офис» (601466) снабжена роликовым механизмом отжима; надежное крепление болтами, входящими в комплект, 26-сантиметровой насадки из PVA (601484) и прочная металлическая ручка швабры увеличивают срок службы хозинвентаря.

Складывающиеся швабры-бабочки ТМ Лайма серии «Дом и офис» просты в эксплуатации и удобны. Модель 601468 с двухслойной насадкой на липучке (601486) идеальна, если требуется провести влажную уборку помещения с поверхностями, нуждающиеся в полировке: слой из спонжа отлично моет, а слой из микрофибры мягко полирует. Швабра-бабочка 601467 с насадкой длиной 28 см (601485), изготовленной из PVA, значительно ускоряет процесс наведения порядка благодаря высоким впитывающим свойствам мопа.

Для повышения эффективности работы профессиональных уборщиков ТМ Лайма в серии товаров PROFESSIONAL предлагает стяжку для удаления жидкости с пола (601516). Рабочая часть длиной 60 см и плотно прилегающее к поверхности лезвие стяжки из высококачественной резины обеспечивают быстроту уборки, 118-сантиметровая ручка, изготовленная из алюминия, — долгий срок службы. Универсальный набор Лайма PROFESSIONAL 601508, состоящий из закрывающегося совка для мусора и щетки и подходящий для применения как в помещении, так и на улице, значительно облегчает работу персонала.

ГК «Самсон» всегда стремится предоставить своим клиентам комплексное предложение. Обеспечить идеальную чистоту полов в современном офисе и квартирах поможет использование нового специального моющего средства Лайма PROFESSIONAL «Лимон» (601607 — 1 литр, 601606 — 5 литров), которое, не оставляя разводов, отлично отчищает различные загрязнения с любого вида напольных покрытий.

...и окна!

Как и полы, окна в офисах и дома должны сиять чистотой — это важный имиджевый фактор. Для того, чтобы поддерживать в этом состоянии оконные стекла, не затрачивая массу времени и добиваясь отличного результата, ТМ Лайма рекомендует использовать комплекты для мытья окон серии PROFESSIONAL: стекломойки, насадки, ручки, стяжки для сгона жидкости, средства для мытья окон.

Легкие алюминиевые телескопические ручки, на которые можно крепить при мытье окон как стекломойки, так и стяжки для удаления жидкости Лайма PROFESSIONAL, представлены в ассортименте двумя моделями, отличающимися длиной: 601514 — 120см, 601515 — 240 см. К стекломойке Лайма PROFESSIONAL (601518 – длина рабочей части 35 см, 601517 — длина рабочей части 45 см) при помощи липучек можно прикрепить насадку (601520 — длина насадки 35 см, 601519 — длина насадки 45 см), изготовленную из сочетания двух синтетических материалов — акрила и дакрона, которое обеспечивает долговечность и прочность насадки, а также придает ей идеальные моющие качества.

Изготовленное из качественной резины лезвие стяжки для сгона жидкости со стеклянных поверхностей Лайма PROFESSIONAL плотно прилегает к стеклу, благодаря чему на его поверхности не остается характерных разводов, а также экономит время, затрачиваемое на уборку. Три размера рабочей части стяжки (601521 — 25 см, 601522 — 35 см, 601523 — 45 см) дают возможность быстро и эффективно вымыть окна любого размера и формы.

В серии товаров «Дом и офис» ТМ Лайма представляет две модели прочных удобных стекломоек с алюминиевой телескопической ручкой (длина меняется от 76 до125 см), рабочей частью длиной в 25 см, которая снабжена одновременно спонжем для мытья и стяжкой для сгона жидкости с поверхности стекол. Модель 601493 очень хорошо подойдет для мытья окон с рамами простой конструкции. Для более сложных оконных переплетов ТМ Лайма предлагает модель 601494 с вращающимся основанием, способным изменять угол на 180˚. Телескопическая ручка этой модели для большего удобства снабжена антискользящим держателем.

Чтобы окна, зеркала и стекла в офисах или домах сияли после уборки, Лайма PROFESSIONAL предлагает воспользоваться новинкой — специальным средством для мытья окон и зеркал, которое быстро и эффективно очищает от грязи, жира и пыли любые изделия из стекла (витрины, зеркала, автомобильные и оконные стекла), не оставляя разводов (601609 — 500 мл, распылитель, 601610 — 5л).

Уборочные тележки — компактно, удобно, быстро!

Сегодня на рынке хозинвентаря представлен большой ассортимент наборов, которые делают труд уборщика легким и быстрым: это наборы, состоящие, как правило, из ведра с центрифугой и швабры, и уборочные тележки разного предназначения и наполнения.

Представляем новую серию санитарно-гигиенической продукции для туалетных комнат:

лайма®

PROFESSIONAL

www.samsonopt.ru

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**

Группа компаний «Самсон» предлагает удобные, прочные и высококачественные уборочные наборы и тележки ТМ Лайма (серии PROFESSIONAL и «Дом и офис») по привлекательным ценам, которые, бесспорно, заинтересуют реселлера, стремящегося создать наиболее полное комплексное предложение для своих клиентов.

Для влажной уборки небольших помещений идеально подойдут наборы серии «Дом и офис» 601459 и 601460, состоящие из прочного пластикового ведра, оснащенного системой отжима, и швабры с круглой насадкой из микрофибры. Система отжима позволяет провести уборку, полностью избегая контакта рук с водой. В модели 601460 отжим осуществляется нажатием ручки по направлению вниз, в модели 601460 — нажатием педали.

Компактные уборочные тележки-ведра Лайма PROFESSIONAL из прочного пластика хорошо подойдут для небольшого офиса, торгового зала или квартиры. Ведра объемом 20 л синего цвета (601497) или 32 л желтого цвета (601496) с двумя отделениями и установленным сверху механическим отжимом для петельных тряпок и веревочных мопов снабжены четырьмя колесами с защитными дисками, продлевающими срок службы инвентаря.

Для помещений бóльшего объема при проведении уборки требуются приспособления с бóльшими функциональными возможностями. Такими, например, как уборочная тележка Лайма PROFESSIONAL (601498), которая представляет собой пластиковое ведро объемом 25 л с металлическим отжимом и корзину для бытовой химии, установленные на прочный, но легкий металлический каркас с удобной ручкой. Средние габариты (ВхШхГ — 94х40х56 см) тележки создают дополнительный комфорт при эксплуатации.

Крупные офисы и большие торговые залы удобно приводить в порядок при помощи таких моделей уборочных тележек Лайма PROFESSIONAL, как 601500 и 601501. Их тщательно продуманная конструкция позволяет персоналу взять с собой из подсобного помещения весь необходимый для наведения чистоты инвентарь сразу. Модель 601500 (габариты —101х40х119 см) — это два 20-ти литровых ведра, оснащенные механическим отжимом для веревочных мопов, корзина для бытовой химии, держатель для мусорного мешка и металлический поддон, установленные на прочный металлический каркас. Для комплексной уборки больших помещений идеально подойдет многофункциональная модель 601501 (габариты 110х75х132 см), состоящая из двух 20-ти литровых и 2-х 11-ти литровых ведер из прочного пластика, механического отжима, двух объемных пластиковых поддонов, держателя для швабр и мопов и мешка для мусора многоразового использования с крышкой.

Комплексная уборка помещений пройдет быстрее и эффективнее, если при ее проведении используется новое нетоксичное универсальное моющее средство Лайма PROFESSIONAL (601615 — 5 л), предназначенное для мойки и обезжиривания твердых поверхностей и различных видов покрытий: линолеума, камня, металла, стекла, керамики, фаянса, ПВХ.

Максимальная чистота — максимальная прибыль

Уборочный инвентарь, представленный в ассортименте ТМ Лайма в сериях «Дом и офис» и PROFESSIONAL, уверенно занял свою нишу на российском рынке хозяйственных товаров благодаря таким своим характеристикам, как высокое качество, эффективность, надежность, удобство и простота в использовании. Включая продукцию ТМ Лайма в ассортимент товаров соей фирмы, реселлер гарантировано увеличивает собственную прибыль. Во-первых, за счет расширения ассортимента, что всегда положительно оценивается покупателями, а во-вторых, за счет высокой маржинальности товара: эксклюзивный дистрибьютор ТМ Лайма — группа компаний «Самсон» — предлагает продукцию ТМ по оптимальным закупочным ценам, которые дают возможность установить высокую торговую наценку.

Со всеми перечисленными в статье товарами ТМ Лайма можно ознакомиться и сделать заказ на сайте группы компаний «Самсон» www.samsonopt.ru

«Дилер корпоративной торговли»: знакомство продолжается

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 Междуреченска, Рубцовска, Ленска и Уфы.

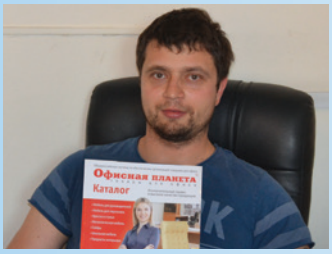
Подробнее о дилерской программе читайте на www.samsonopt.ru

Текст: Мария ТАРАСЕНКО

ТД «Дело»: интернет-магазин — это большой потенциал роста

Торговый дом «Дело»
ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА
www.office-planet.ru
заказ каталога
и прайс-листа:
тел.: 8 38475 5-31-13,
8 3843 993-223

Генеральный директор Григорьев Сергей Владимирович



ТД «Дело»
***Год основания компании** — 2005*
***Количество сотрудников** — 10*
***Обслуживаемые рынки** — г. Междуреченск, г. Мыски и г. Новокузнецк*

Беликова Надежда Валерьевна, руководитель отдела продаж г. Новокузнецка

«Работа компании начиналась почти десять лет назад всего с двух человек и небольшого офиса, — рассказывает **директор ТД «Дело» Григорьев Сергей Владимирович.** — В то время сегмент товаров для офиса в нашем городе был занят всего лишь одним игроком, поэтому вопрос конкуренции остро не стоял. И мы вскоре заняли ведущее место на региональном рынке.

Обслуживать корпоративных клиентов мы решили с момента открытия, но это оказалось достаточно сложно. Тогда мы открыли розничный канцелярский магазин, сначала один, а в итоге — шесть магазинов самообслуживания, и компанию стали узнавать.

Требования клиентов меняются постоянно: для того, чтобы идти в ногу со временем, нам следовало найти новый путь развития компании. Так состоялось знакомство с дилерской программой группы компаний «Самсон».

В дилерской программе, прежде всего, нас привлекло наличие каталогов товаров для офиса и интернет-магазина. До этого момента мы долго и дорого разрабатывали свой собственный интернет-магазин, но в итоге решили «не изобретать велосипед», а использовать имеющиеся у группы компаний «Самсон» наработки и действующий интернет-ресурс. Он дает клиенту возможность оформить заявку в любое удобное для клиента время и из любого места, широкий ассортимент, а также доставку. Мы видим большой потенциал роста в работе через интернет-магазин.

Огромное значение имеет и то, что компания «Самсон» предоставляет не только сам товар, но и технологии продаж, осуществляет поддержку клиентов в плане развития их бизнеса. Мы получили не только оперативную доставку большого ассортимента товара, разумные цены, но и возможность круглосуточной работы магазина в режиме онлайн.

С этого момента изменилось общее восприятие нашей компании на рынке. С каталогом мы начали активно ходить по клиентам. В ассортимент добавились группы товаров, которые имеются в каталогах «Самсон», — офисная мебель и хозяйственные товары.

С иллюстрированными каталогами клиентам и нам стало понятнее, что конкретно хочет покупатель. Наглядность, которую дают каталоги, трудно переоценить. Причем, чем больше каталогов останется у клиента, тем лучше. Их теряют, уносят домой — важно чтобы каталог был в каждом отделе обслуживаемого офиса.

Мы также активно используем в своей работе и интернет-магазин как самый современный способ совершения покупок, и стараемся перевести как можно больше клиентов на заказы онлайн».

Кизеева Юля Игоревна, руководитель по работе с корпоративными клиентами г. Новокузнецк

Компания «Полиграф» — компания со стажем

Компания «Полиграф»
ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА
www.office-planet.ru/poligraf
заказ каталога
и прайс-листа:
тел.: +7 (38 557) 5-92-60

Директор Скакова Елена Николаевна

Компания «Полиграф»
***Год основания компании** — 1996*
***Количество сотрудников** — 40*
***Обслуживаемые рынки** — Рубцовск, Рубцовский район, Логктевский Район, Поспелихинский район, Егорьевский район*

«Работа нашей компании начиналась с аренды 20 кв.м торговой площади, — рассказывает **директор компании Скакова Елена Николаевна.** — Со временем расширение ассортимента способствовало увеличению товарооборота, а развитие корпоративного рынка увеличило спрос на товары для офиса, что привело к необходимости расширения этой товарной группы.

Сегодня мы — компания со стажем. Нам принадлежат 6 розничных магазинов, 4 из которых — в собственности фирмы. У нас довольно большой штат сотрудников и богатый опыт работы в канцелярском бизнесе, налаженные связи с поставщиками и клиентами. Компания работает во всех каналах сбыта, но особенный интерес для нас представляют розничные и корпоративные продажи.

Разумеется, в связи с ростом конкуренции на канцелярском рынке увеличились и требования к уровню сервиса. Сегодня требуется индивидуальный подход к клиенту, быстрота оформления заказа и высокое качество товара.

И компания идет в ногу с современными требованиями: работа под брендом федеральной торговой системы «Офисная планета» стала очередным этапом ее развития. Мы

получили возможность использовать дилерский каталог с большим ассортиментом товаров и удобный в работе сайт www.office-planet.ru, оправдывая все ожидания наших покупателей.

После распространения каталогов произошло значительное расширение клиентской базы, увеличились продажи и персонал. В ассортименте появились новые группы товаров — хозтовары, оргтехника, бытовая техника для офиса; гигиеническая продукция, мебель для офиса, увеличился и ассортимент канцелярских товаров для школы и офиса.

Мы уделяем большое внимание качеству обслуживания наших клиентов: бесплатная доставка и разгрузка, дилерский каталог с иллюстрациями и подробным описанием товара, интернет-магазин — немаловажные факторы в нашей работе.

Тем не менее, технологии продаж становятся более совершенными, все больше клиентов предпочитают актуальные цены, персональное обслуживание, конкретные сроки выполнения заказа. Всего этого можно достичь лишь при использовании интернет-магазина и печатного каталога».

Анциферова Татьяна, Яна Казакова, Орлова Ольга, Чебакова Оксана (с лева направо)

ИП Кутимский О. Г.— дилер — это всегда более надежно

ИП Кутимский
ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА
office-zakaz.ru/sakha
заказ бесплатного каталога
и прайс-листа:
тел.:8 924 163 11 91,
8 914 308 25 05

Директор компании Кутимский Олег Геннадьевич

ИП Кутимский
Год основания компании *— 2013*
Количество сотрудников *— 3*
Обслуживаемые рынки *— г. Ленск и Ленский район Республики Саха (Якутия)*

Кутимская Юлия Ивановна — заместитель руководителя

Терешкина Нонна — менеджер склада

«На протяжении многих лет нами осуществлялась торговая деятельность по реализации промышленных товаров, — рассказывает о компании директор **Кутимский Олег Геннадьевич**. — За годы работы появились крепкие деловые связи со многими организациями и предприятиями города Ленска и Ленского района. От деловых партнеров стали поступать просьбы о поставке товаров канцелярского ассортимента. Мы приняли решение сделать мониторинг рынка канцтоваров в своем городе и существующий спрос удовлетворить. Особое внимание уделили выбору поставщика, выбирали долго и тщательно. Очень рады, что остановили свой выбор именно на компании «Самсон».

Изначально первые заказы на поставку появились именно от корпоративных клиентов. И учитывая то, что розничных магазинов по реализации канцтоваров в нашем городе несколько, а корпоративный сектор совершенно свободен, мы решили занять именно эту нишу и совершенно об этом не жалеем.

На первом этапе клиенты были удивлены «техникой» нашей работы. Город у нас маленький, и даже в 21 веке многие привыкли работать «по старинке». Ранее схема обслуживания корпоративных клиентов выглядела так: пришли в розничный магазин, отстояли очередь, выписали (вручную) счет, получили товар. С нами все выглядит иначе: клиент подает заявку (посредством прайс-листа либо интернет-магазина), наш работник готовит счет на оплату — отправляет его на согласование, после согласования счета складские работники формируют заказ с полным пакетом документов и направляют его на доставку. Доставку по городу мы осуществляем совершенно бесплатно. Однако сегодня такой сервис в порядке вещей. Практически все клиенты положительно оценили нашу работу и регулярно направляют своих партнеров к нам.

На данном этапе мы охватили практически весь ассортимент канцелярских товаров, небольшой ассортимент офисной мебели. На каждую поставку мы заказываем новые товары, и товарный перечень постоянно растет. В ближайшее время планируем охватить хозяйственную группу. Работать с дилерским каталогом оказалось очень комфортно и результативно. Увеличился поток новых клиентов. Заказы на товары, имеющиеся в каталоге, стали регулярными. Наши клиенты положительно оценили работу с каталогом: именно с его помощью клиенты делают много заявок на товары под заказ. Стало удобно обсуждать и согласовывать с клиентами технические характеристики и свойства товаров. Сегодня даже новые клиенты, заключающие договор на поставку, основным требованием озвучивают наличие каталога.

Мы считаем, что дилер в глазах конечного клиента — это всегда более надежно. Кроме того, дилерская программа от «Самсон» очень понятна и удобна, помогает и постоянная поддержка специалистов от «Самсон-Домодедово». Став дилером, любая компания однозначно увеличит объем продаж, привлечет новых клиентов и упростит для себя задачу поставлять качественный товар, соответствующий требованиям покупателя».

KANZOBOZ.RU

виртуальные выставки

исследования

фото-галереи

комментарии

аукционы

обзоры

интервью

новинки

новости

новые сервисы

новые сервисы

прайс-листы

новые сервисы

бренды

статьи

блоги

новые сервисы

новые сервисы

новые сервисы

новые сервисы

каталоги

эксперты

базы данных

новые сервисы

новые сервисы

рейтинги

форумы

НЕЗАВИСИМОЕ СООБЩЕСТВО
ПРОФЕССИОНАЛОВ ИНДУСТРИИ КАНЦЕЛЯРСКИХ ТОВАРОВ

ШКОЛА И ОФИС

www.kanzoboz.ru

телефон: +7(903)673-22-09 e-mail: safronov.oleg@kanzoboz.ru

Galant®

Создавая имидж

Стильный и элегантный подарок для коллег и партнеров.

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

Компания Канц-сервис: совершенствуем свою работу

Компания Канц-сервис
ТОВАРЫ ДЛЯ ОФИСА
www.office-zakaz.ru/cancservis
заказ бесплатного каталога
и прайс-листа:
тел.:(347) 282-19-44

Директор компании Батунин Олег Евгеньевич

Компания Канц-сервис
Год основания компании *— 1998*
Количество сотрудников *— 5*
Обслуживаемые рынки *—*
г. Уфа, республика Башкортостан

«Компания «Канц-сервис» начинала свою деятельность в 1998 году с одного коиска с канцтоварами на рыке г.Уфа, — рассказывает **директор компании Батунин Олег Евгеньевич**. — Со временем менялась ситуация на рынке. В конце 90-х появлялось большое число предприятий-потребителей, и корпоративные клиенты предпочитали индивидуальный сервис. Тогда и была поставлена стратегическая цель — работать и развиваться на рынке корпоративных клиентов, именно тогда компания получила имя, которое известно уже более 16 лет нашим клиентам — «Канц-сервис».

Со временем требования клиентов к ассортиментному предложению и уровню сервиса повышались. Старые методы приема заявок на канцтовары изживали свое. Было необходимо уменьшить время, затрачиваемое клиентом с момента составления заявки до непосредственного получения товара. И здесь нам помогло сотрудничество с группой компаний «Самсон», которое принесло нам только положительные результаты. В дилерской программе мы увидели множество преимуществ: во-первых, оперативность выполнения заказов; во-вторых, каталог товаров для офиса, грамотно составленный и удобный; в-третьих, интернет-магазин, который с развитием рынка интернет-продаж становится большым плюсом в сфере корпоративных продаж. В структуру нашей компании работа по каталогам вписалась вполне логично, и мы считаем, что такой удобный инструмент для работы должен быть у каждого нашего клиента.

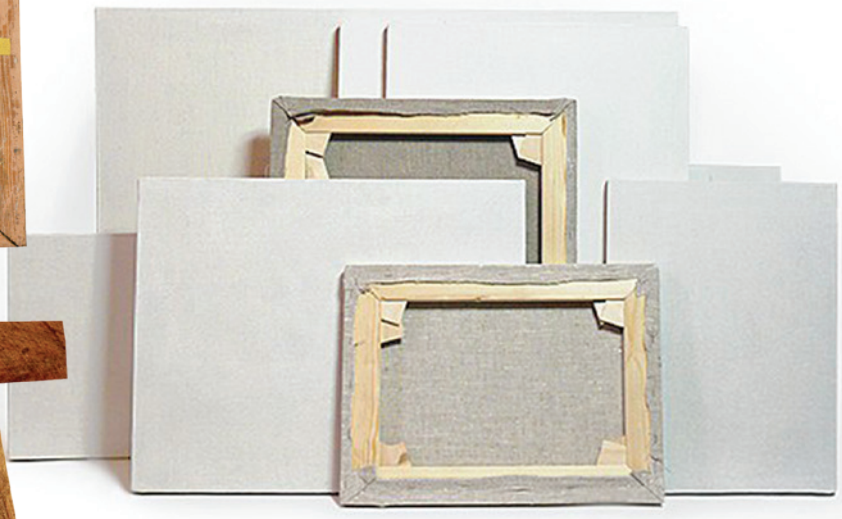
Работать по каталогу, несомненно, удобнее: экономится время как продавца, так и покупателя. Как следствие у нас увеличился товарооборот, выросли доходы, стал значительно шире ассортимент предлагаемой продукции, появились новые группы товаров.

И сегодня наша компания готова предоставить своим клиентам весь спектр услуг — доставку товара в офис, оперативную связь с менеджером компании, возможность заказать товар через интернет-магазин или по каталогу . Это позволило нам выйти на новый уровень обслуживания корпоративных клиентов.

Работая с нами, закупщикам не требуется покидать свои кабинеты ради покупки товаров для офиса, а благодаря интернет-магазину они получили возможность еще более широкого выбора товара. Сегодня сервис и грамотное товарное предложение выходят на первый план, и мы оправдываем ожидания наших клиентов, развиваемся и совершенствуем свою работу».

Директор Батунин Олег Евгеньевич и заместитель директора Тойкеев Николай Михайлович

В мире мольбертов и холстов



Канцелярский магазин, торгующий товарами для профессиональных занятий художественным творчеством — холстами, мольбертами, этюдниками — одна из примет нашего времени. Перспективы введения новых товарных позиций в традиционный канцелярский ассортимент, наиболее интересные модели — в нашей рубрике «Школьный базар».

Текст: Ольга ПАЛИЙ

Классика жанра: спрос рождает предложение

Рост или падение потребительского спроса на определенные товарные позиции — это всегда реакция на изменения в общеэкономической и социальной жизни общества. Стабильность в экономике, рост благосостояния становятся толчком для развития самых разнообразных хобби. Все больше людей в свободное время активно занимаются живописью и рисунком, декоративными техниками.

В ассортимент канцелярских магазинов товары для рисования входили и раньше, однако качество их далеко не всегда было профессиональным. Программа по ИЗО в младших и средних классах школы должна была приобщить детей к рисованию по бумаге карандашами, акварелью (наиболее удобный для школы материал, который, к тому же, легко отмывается от парт, стульев и рук) и изредка гуашью. Требовать при таких задачах использования специализированных художественных материалов, с учетом стоимости последних было бы непозволительной роскошью.

Однако, как гласит поговорка, «новые времена — новые песни». Во-первых, изменились технологии производства: многие художественные принадлежности стали изготовляться из современных синтетических материалов, что повысило их качество и снизило цену, сделав более доступными. Во-вторых, все больше детей и взрослых посещают художественные школы, студии, кружки, преподаватели которых уделяют инструментарию своих учеников серьезное внимание. Да и сами учащиеся с удовольствием пробуют свои силы в самых разных техниках. В-третьих, все больше появляется в наших школах учителей рисования, экспериментирующих с различными художественными материалами.

Поэтому те продавцы канцелярских товаров, которые стремятся идти в ногу со временем и привлекать новых клиентов, все чаще

включают в ассортимент такие товарные позиции, как художественные кисти, мольберты, холсты.

О развитии и перспективах отечественного рынка художественных материалов, наиболее известных торговых марках и лидерах продаж, особенностях спроса рассуждают наши эксперты — **Светлана Пестова, начальник отдела сбыта и маркетинга ООО «Художественные материалы», Олег Быков, старший маркетолог по развитию ассортимента группы компаний «Самсон», Роман Пьяных, менеджер отдела канцтоваров и товаров для офиса группы компаний «Самсон»**.

Качество кисти — гарантия успеха!

Производители, торговые марки, спрос

Российский рынок художественных кистей весьма активно развивается последние несколько лет: расширяется ассортимент, растет динамика продаж, появляются новые торговые марки. Наибольшим спросом среди покупателей пользуются такие ТМ, как «Художественные материалы», «Гамма», «Рублефф», популярность которых обусловлена, прежде всего, высоким качеством, надежностью и долговечностью продукции.

За последнее время, по мнению Светланы Пестовой, «Художественные материалы», «появилось огромное многообразие моделей. Даже специалисту крайне тяжело осуществлять оценку, сравнение и выбор. Кроме того, в группе художественных кистей можно наблюдать все вариации качества: от очень достойного до крайне низкого. На текущий момент покупатель уже не может и не должен доверять «на слово», только потому, что кисть заявлена как профессиональная».

Производство художественных кистей — сегмент, где на данный момент доминируют российские производители и дистрибьюторы, доля которых достигает 60% (подробнее см. диагр. №1). Наиболее известными игроками являются ООО «Художественные материалы», «Гамма», «Альбатрос», «Рублефф», «ЗХК». Как замечает **Светлана Пестова, «Художественные материалы»**, «на рынке представлено не так много производителей, как кажется (один производитель может выпускать несколько торговых марок)».

Художественные кисти — товар, который имеет, по мнению наших экспертов, два пика продаж. Один из них (апрель-май) связан с подготовкой учащихся художественных училищ и вузов, а также профессиональных художников, к большому пленэрному сезону, второй (сентябрь-октябрь) — с началом нового учебного года в художественных студиях, школах, колледжах, вузах. Летом традиционно продажи художественных кистей падают, в остальное время — ноябрь-март — продажи невысоки, но стабильны.

Выбирая кисть, покупатель, прежде всего, обращает внимание на материалы, из которых она сделана, потому что именно этот параметр наряду с формой пучка кисти играет важнейшую роль при использовании того или иного типа красок (акварель, гуашь, тушь, акрил, масло, темпера) для решения определенных художественных задач. На втором месте по значимости стоит такая характеристика товара, как цена, на третьем — дизайн изделия. Известность бренда, долговечность и удобство товарной упаковки для потребителя не являются важными параметрами при покупке художественных кистей (см. диагр. № 2).

Наши эксперты уверены, что динамика развития отечественного рынка художественных кистей положительна и не лишена особенностей: «Рынок художественных товаров растет, и продажи кистей растут» (**Роман Пьяных, менеджер отдела канцтоваров и товаров для офиса группы компаний «Самсон»**); «Если же сравнивать объемы продаж школьных кистей и более дорогих профессиональных образцов, то конечно, объем продаж школьной группы выше: это массовый сегмент. В тоже время динамика роста продаж у профессиональной линейки выше» (**Светлана Пестова, начальник отдела сбыта и маркетинга ООО «Художественные материалы»**).

Диаграмма 1.
Процентное соотношение производителей художественных кистей

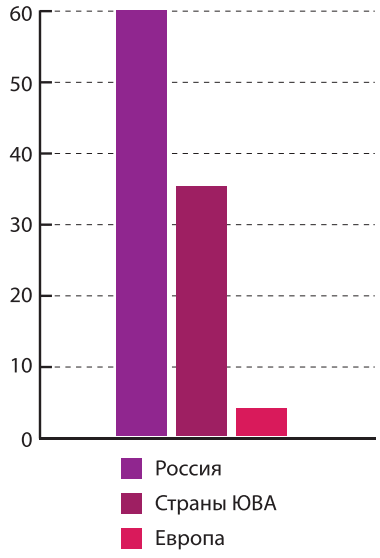
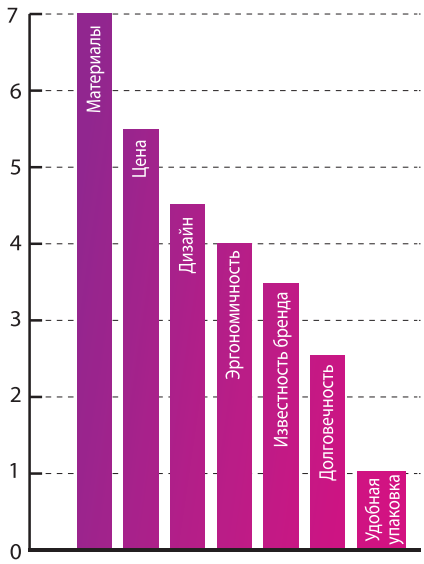
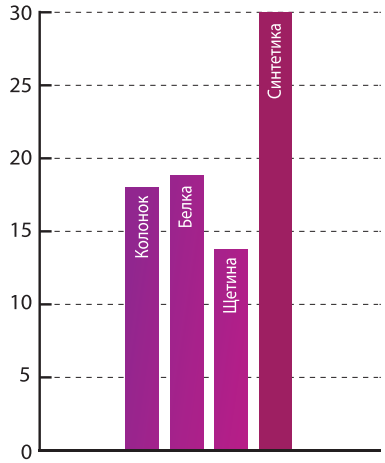


Диаграмма 2.
Рейтинг характеристик художественных кистей
(покупатель)



Унция высококачественного колонкового волоса дороже унции золота. Тройская унция, которая используется в торговле золотом, составляет 31.1034768 граммов.

Диаграмма 3.
Доли продаж худ. кистей в зависимости от материала пучка



Лидеры продаж

Спрос на определенные модели художественных кистей в нашей стране во многом определяется вековыми традициями русской художественной школы: натуральный волос, короткая или средняя ручка. Однако новые достижения науки и промышленности серьезнейшим образом влияют на рынок, и, по словам наших экспертов, кисти из искусственных волокон постоянно растут в продажах и составляют реальную конкуренцию колонковым, беличьим и щетинным (см. диагр. № 3).

В живописи нет мелочей, которые не оказывали бы влияния на конечный результат работы художника. Форма и размер кисти — важнейшие факторы, влияющие на уровень продаж этой товарной группы. Самым большим спросом пользуются круглые кисти (57,5%), на втором месте — плоские (36,5%), на третьем (6%) — специализированные: «лещина», «веерная», «кошачий язык», «шлиппер», «флейц» и т. п. Оценивая как потребительскую характеристику размер пучка (номер кисти), наши эксперты обращают внимание на несколько важных аспектов: «В каждом виде волоса свой «топ-5», более того он различается и в рамках одного волоса от серии к серии, — говорит **Светлана Пестова, «Художественные материалы»**. — В целом можно отметить, что в профессиональных художественных кистях наиболее востребованы мелкие номера 00-0-1-2-3-4. Это значительно отличается от канцелярских школьных кистей, где наибольший спрос у средних кистей 2-3-4-5». **Роман Пьяных, «Самсон»**, анализируя канцелярский школьный сегмент, приводит следующие данные: «самые востребованные номера кистей — 3,2,4,5,6».

Колонок — хищный пушной зверек из семейства куньих, в неволе не живет. Ареал обитания — Сибирь, Китай и Корея. Лучшие кисти делаются из волос хвоста сибирского колонка.

Для того, чтобы сформировать интересный и сбалансированный ассортимент, реселлеру необходимо четко представлять контингент своих покупателей, их предпочтения и требования и стараться максимально им соответствовать: «Основное требование к кисти для дошкольника — безопасность (соответствие специальным техническим регламентам) и достаточно большой размер, — поясняет **Светлана Пестова, «Художественные материалы»**. — На уровне средней школы — наличие нескольких кистей из обязательного набора (обычно преподаватель дает список для родителей), надежность (волос «не лезет», ручка не отпадает) и, опять же, безопасность. Мастера-любители ищут инструмент для конкретной техники творчества. К примеру, для декупажа подходят короткие плоские синтетические кисти — именно их и будет искать потребитель. Любитель достаточно негибок в заменах и нуждается в грамотных консультациях, т. к. не очень разбирается в кистях как инструменте. Профессионалы — и учащиеся специализированных художественных школ, и профессиональные художники — требовательны в выборе инструмента для работы. Им необходим широкий ассортимент видов волоса, форм рабочей части, размеров кисти, моделей различных по длине ручки. Конечно, очень пристрастно оцениваются рабочие характеристики кисти: как кисть «собирается», как держит краску, «проминается» ли в работе. Учащиеся художественных школ имеют одну любопытную особенность: на начальных этапах обучения выбор отдается обычным школьным кистям как более экономичным, но на средних и высших ступенях учебы потребности значительно возрастают».

Наши эксперты высказывают также свое мнение по поводу количества позиций художественных кистей, которые обеспечат покупателю оптимальный выбор. **Роман Пьяных, менеджер отдела канцтоваров и товаров для офиса группы компаний «Самсон»,** уверен, что таких позиций должно быть порядка ста, **Светлана Пестова, «Художественные материалы»**, для канцелярского магазина предлагает 2 варианта: «Минимальный набор канцелярского магазина — 5-10 видов наборов кистей. Оптимальный вариант — наборы + 30-50 моделей разных одиночных кистей» и замечает, что «ассортимент кистей в художественном магазине значительно выше. Нужно иметь несколько ценовых групп (к примеру, наши художественные клиенты часто в дополнение к профессиональной линии берут школьные кисти как эконом-вариант). В каждой ценовой группе нужно иметь различные виды волоса, формы и широкий размерный ряд. Количество моделей может быть от 100 и выше. Верхняя планка часто не ограничена».

Новые технологии для новых кистей

Удивительно, сколько человечество за свою историю создало простых и совершенных в своей простоте предметов в самых разных областях своей деятельности! Кисть — один из них. Меняются материалы, размеры, форма пучка, но структура и предназначение остаются такими же, как и тысячу лет назад. Однако это не значит, что на рынке художественных кистей не может появиться ничего нового:

НОВИНКА

Цветная бумага и картон

BRAUBERG®

BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

kids series

Для воплощения творческих фантазий

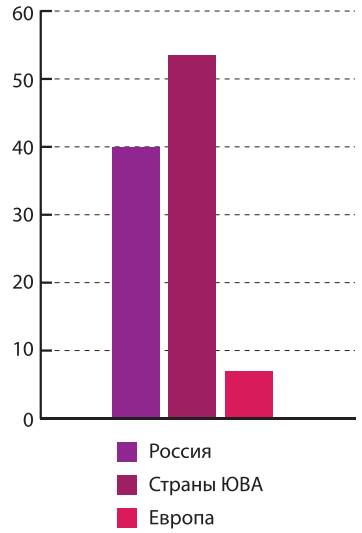
Форматы А3 и А4

Яркие, сочные цвета

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

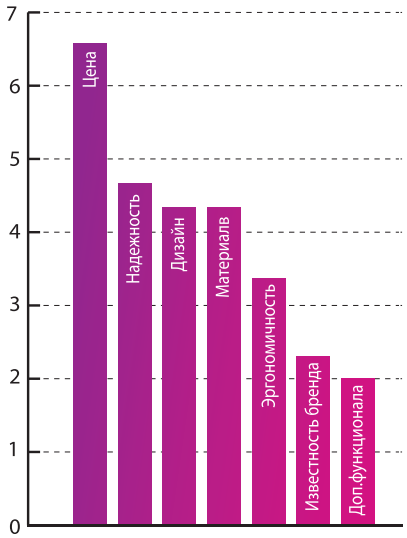
Доступны для заказа в оптовом интернет-магазине www.samsonopt.ru/zakaz

Диаграмма 4.
Процентное соотношение производителей мольбертов и этюдников



«При разработке новых моделей мы следуем тенденциям в творчестве, консультируемся с художниками и мастерами различных промыслов, — говорит **Светлана Пестова, «Художественные материалы»**. — Мы изучаем, пробуем разные виды синтетического волокна, ведем разработки и в области натурального волоса. В результате создаем изделия, наиболее подходящие для работы, а значит, можем рассчитывать на хорошие продажи. Сейчас мы активно развиваем хобби-линию кистей: разрабатываем и выпускаем кисти для различных техник творчества — декупаж, китайская роспись, батик. Среди новинок можно отметить 4 серии синтетических кистей на короткой деревянной ручке: овальные, скошенные, классические плоские и укороченные плоские. Данный ассортимент отлично дополняет серию круглых кистей из синтетики и позволят реализовать различные творческие идеи».

Диаграмма 5.
Рейтинг характеристик мольбертов (потребитель)



Авторитетный прогноз

Анализируя развитие российского рынка художественных кистей в течение последних лет и делая прогнозы на сезон 2014-2015, наши эксперты не сомневаются, что востребованность покупателями качественных и разнообразных инструментов для живописи сохранится. «Профессиональная линия художественных кистей продолжит расти в продажах: интерес к творчеству, к самореализации себя через искусство высок» (**Светлана Пестова, «Художественные материалы»**). «Мы ожидаем, что в сезоне 2014-2015 продажи данной товарной позиции составят более миллиона рублей» (**Роман Пьяных, «Самсон»**). Следовательно, включение художественных кистей в ассортимент реселлера станет дополнительным источником прибыли. В качестве возможного лидера продаж **Роман Пьяных, «Самсон»**, называет круглую кисть из волоса белки № 3 (Brauberg, Roubleff), а **Светлана Пестова** уверена, что «все выпускаемые нами новинки станут отличным дополнением к существующему базовому ассортименту кистей. Причем как к канцелярскому, так и к художественному. Новые серии относятся к хобби-линии, что позволяет оценивать их как массовый сегмент и ожидать высоких продаж».

Когда художник за мольберт садится…

Производители, торговые марки, спрос

Мольберты относительно недавно начали приобретать популярность у широкого круга покупателей. В последние годы, по словам экспертов, «на фоне интереса к творчеству в целом продажи мольбертов также растут. Кроме того, некоторая часть из них закупается в качестве демонстрационного оборудования (для размещения объявлений, переносных выставок и т. п.), что, разумеется, влияет на рост продаж» (**Светлана Пестова, начальник отдела сбыта и маркетинга ООО «Художественные материалы»**); «Рынок прогрессирует, обладает большим потенциалом. Товар пользуется довольно широким спросом, о чем свидетельствует динамика продаж в нашей компании: появившись в нашем ассортименте в 2012 году, мольберты демонстрируют от года к году более чем двукратный рост». (**Олег Быков, старший маркетолог по развитию ассортимента группы компаний «Самсон»**).

Основными игроками на рынке мольбертов и этюдников наши эксперты называют российские ООО «Художественные материалы», ООО «Альбатрос», Подольск Арт-центр, присутствуют также европейские, китайские, украинские производители. Европейский товар хорош, но дорог; азиатский, в большей части своей, дешев, но обладает более узким функционалом. Российская продукция, благодаря хорошему балансу цены и качества, пользуется устойчивым спросом покупательской группы, которую можно условно обозначить как «почти профессионалы» — учащиеся художественных колледжей, вузов, «продвинутые» художники-любители. «Продукция ООО «Художественные материалы» представлена во многих регионах России и странах СНГ. Покупатель высоко ценит ее за надежность и функциональность, а широкий ассортимент позволяет удовлетворять различные запросы (можно подобрать модель под конкретную задачу)», — говорит **Светлана Пестова, «Художественные материалы»**.

Соотношение долей продаж товаров по месту производства, по мнению наших экспертов, распределяется следующим образом: отечественные производители — 41%, страны юго-восточной Азии — 52,5%, Европа — 6,5% (см. диагр. №4).

Наибольшее внимание при выборе модели покупатели уделяют таким характеристикам товара, как цена, надежность, дизайн и материалы, из которых изготовлен мольберт или этюдник. А вот наличие дополнительных элементов конструкции не вызывает повышенного покупательского интереса (диагр. № 5).

Среди различных моделей мольбертов и этюдников наибольшим спросом пользуются товары низкого и среднего ценового сегмента: «Как и везде массовый сегмент — это недорогие модели с классическим функционалом, — говорит **Светлана Пестова, «Художественные материалы»**. — При этом нужно понимать, что хоть цена и является очень важным фактором при принятии решения о покупке,

это не значит, что выберут именно по цене. Решение всегда принимается с учетом ряда критериев (функционал, надежность и т. д.)».

Лидеры продаж

Конечно же, это мольберты и этюдники, обладающие такими качествами, как прочность, устойчивость, удобство в использовании, надежность и долговечность, адекватная цена. Традиционно высок уровень продаж классических моделей. «Наибольшим спросом пользуются модели мольбертов «Хлопушка» и «Ученический», — говорит **Светлана Пестова, начальник отдела сбыта и маркетинга ООО «Художественные материалы»**. — Это классические модели с базовым функционалом. «Хлопушка» уже содержит рабочую поверхность в виде планшета и необходима как оборудование для работы на бумаге. «Ученический» дополнительно позволяет работать на подрамнике с холстом. Кроме того, очень хорошо продаются «палочные» мольберты. Они очень компактны и удобны как в транспортировке, так и в хранении, больше служат для демонстрации, но могут быть использованы и как классический рабочий мольберт». Популярность «Хлопушки» отмечает и **Олег Быков, старший маркетолог по развитию ассортимента группы компаний «Самсон»**: «Наиболее популярной позицией является мольберт напольный Brauberg «Хлопушка», преимущество которого заключается в жестком креплении планшета или подрамника. две основные причины его популярности, равно дополняющие друг друга: широкая аудитория пользователей от начинающих художников до профессионалов и оптимальная цена».

Выделяя среди художественных принадлежностей позиции, которые пользуются высоким спросом, нельзя не заметить одну характерную особенность товарной группы: есть популярные, массовые модели, есть модели, спрос на которые стабилен и высок, но востребованы они очень ограниченным числом профессионалов. На это обращает внимание **Светлана Пестова, «Художественные материалы»**: «Причины — прежде всего, в традициях классического художественного образования: модели «Хлопушка» и «Ученический» проверены временем. Сюда же можно добавить и более сложные профессиональные мольберты «Студия» и «Академия». Они, конечно, продаются в меньших количествах по сравнению с массовым сегментом. В то же время в своей категории они пользуются устойчивым спросом. Отдельно стоит отметить настольные мольберты. Они привлекательны своими небольшими габаритами. Часто служат домашним мольбертом, так как не требуют особого места для установки. В нашей линейке настольных мольбертов сейчас 9 моделей на выбор».

Пленэр (фр. plein air, буквально — открытый воздух) — работа художников вне мастерской, на открытом воздухе, для более точной передачи эффектов естественного освещения.

Новое — это классика, классика и еще раз классика

Наши эксперты сходятся в том, что появление новинок в ассортименте мольбертов и этюдников, в отличие от других товаров для художественного творчества, случается крайне редко. Причина в том, что станковая живопись в техническом отношении — консервативный вид деятельности: «инструменты, материалы, техники рождаются и оттачиваются годами», — считает **Роман Пьяных, менеджер отдела канцтоваров и товаров для офиса группы компаний «Самсон»**. «Придумать в мольбертах что-то принципиально новое достаточно сложно, — убеждена **Светлана Пестова, «Художественные материалы»**. — Наш текущий ассортимент закрывает практически все запросы покупателей. Изредка встречаются просьбы об изменении высоты той или иной модели. Если же речь идет о каком-то новшестве, то все разрабатывается в тесном сотрудничестве с художниками, преподавателями художественных учебных заведений, теми, кто непосредственно использует продукцию. Это обеспечивает высокий спрос на новинки».

Изменения, которые вносят производители в модели мольбертов и этюдников, касаются, прежде всего, эргономики и дизайна: «В 2014 году мы пока не запускали новинки в продажу, — говорит **Светлана Пестова, «Художественные материалы»**. — Новые модели готовятся, разработки ведутся в части эргономики моделей. В классические варианты добавляем дополнительные приспособления, которые помогают создать комплексную организацию рабочего пространства. Еще одно направление нашей работы — создание более экономичных моделей за счет упрощения части конструктивных элементов. Возможны также чисто декоративные изменения, к примеру, цветные покрытия изделий».

Роман Пьяных, «Самсон», предполагает, что новым в производстве мольбертов и этюдников может стать «появление более современных материалов, которые смогут выполнить весь необходимый функционал, но будут более легкими по весу (акту-

ально для переносных мольбертов) или менее дорогими».

Авторитетный прогноз

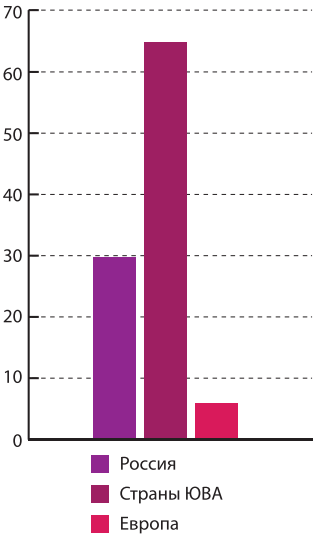
Нечасто бывает так, что эксперты так единодушны и, главное, уверены в своих прогнозах. Но в случае с мольбертами и этюдниками опрошенные нами специалисты согласны с тем, что у этой товарной позиции прекрасные перспективы. **Светлана Пестова, «Художественные материалы»**: «На наш взгляд, существующая положительная динамика продаж сохранится. Рынок пока не насыщен»; **Олег Быков, старший маркетолог по развитию ассортимента группы компаний «Самсон»**: «Абсолютно уверен, что новинки под торговой маркой BRAUBERG покажут весомый результат. Данные позиции, подкрепленные конкурентными ценами и высоким качеством, несомненно, будут востребованы как нашими текущими, так и новыми клиентами».

Мастер наносит краску на серое полотно

Производители, торговые марки, спрос

Холст — основа масляной и темперной живописи. Без него, конечно, можно обойтись, используя грунтованный картон, доску, даже металлическое основание, но именно холст является идеальным материалом, на котором эти сложные виды живописи раскрывают все богатство своих изобразительных возможностей. Общий рост покупательского интереса к товарам для художественного

Диаграмма 6.
Процентное соотношение производителей холстов



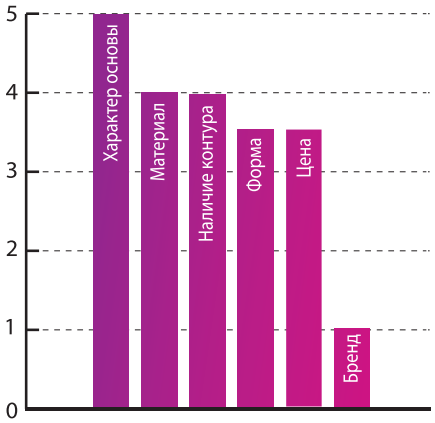
творчества, разумеется, отразился повышением продаж грунтованных холстов на подрамнике и на картоне. Именно эта товарная позиция подходит многим любителям и начинающим художникам, избавляя их от необходимости самостоятельно заниматься непростым делом — подготовкой основы для масляной или темперной живописи. «Рынок набирает обороты, товар пользуется довольно высоким спросом, продажи растут, — сообщает **Олег Быков, «Самсон»**. — Да и как может быть иначе? Холст — это расходный материал! Причем данная динамика касается как холстов на картоне, так и на подрамнике».

Основными производителями и дистрибьюторами грунтованных холстов на российском рынке являются, ARTРеалистик, Колибри, ООО «Альбатрос», Подольск Арт-центр, ОАО «Гамма», «Черная речка», ЗКХ, группа компаний «Самсон». Большая часть продукции (64,5%) производится в странах юго-восточной Азии (см. диагр. № 6), и специалисты предполагают, что эта доля будет расти благодаря демпинговым ценам. На отечественное производство приходится примерно треть рыночного ассортимента, что не так уж и мало.

Выбирая товар, покупатель прежде всего обращает внимание на характер основы холста (картон или подрамник). Второе место на шкале покупательских предпочтений занимают материалы, из которых изготовлен холст, и наличие контура или эскиза; третье — цена и форма холста. Известность марки для российского покупателя наименее значима (см. диагр. № 7).

Самый высокий спрос наши эксперты отмечают на товары низкого и среднего ценовых сегментов. Использование в работе дорогих холстов — это привилегия профессиональных художников, которые

Диаграмма 7.
Рейтинг характеристик холстов (потребитель)



весьма требовательны к качеству основы своих картин и учитывают самые тонкие нюансы материалов и технологии. «Наши холсты выдержаны в традиционной технологии изготовления, — поясняет **Светлана Пестова, начальник отдела сбыта и маркетинга ООО «Художественные материалы»**. — Это ручная натяжка негрунтованного льняного холста, особая обработка и закрепление материала и только затем грунтовка. Готовое полотно практически не провисает в процессе творческой работы. Конструкция основы позволяет дополнительно регулировать натяжку, что очень важно в работе художника. Обратной стороной данной технологии является достаточно высокая себестоимость и, соответственно, цена».

Лидеры продаж

Продажи художественных холстов, как и всех товаров для живописи, разделяются на массовые и профессиональные. Во второй категории выявить лидера затруднительно, потому что здесь учитывается слишком много нюансов — материал, из которого изготовлен холст, характер переплетения нитей, фактура поверхности — влияющих на конечный результат. Художник выбирает такую структуру холста, которая наиболее точно подойдет для создания определенного художественного образа.

Среди массовых продаж, как считают наши эксперты, лидируют холсты на картоне, «являющиеся самым массовым расходным материалом для всей целевой аудитории» (**Олег Быков, «Самсон»**). Наиболее популярен прямоугольный холст размера 30х40, являющийся практически универсальной рабочей плоскостью.

Нити, из которых делается холст, различны по своему происхождению: хлопок, лен, пенька, джут… Лен традиционно считается самым подходящим материалом, но он используется далеко не каждым художником: сказывается разница в манере письма. Бесспорно, у каждого вида

САМСОН®

www.samsonopt.ru

Федеральный поставщик товаров для художников

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

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

Мы предлагаем лучшие:

- Краски, уголь и пастель
- Разбавители и лаки
- Карандаши цветные профессиональные
- Мольберты и холсты
- Кисти художественные
- Папки для акварели и пастели

BRAUBERG® BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

ПИФАГОР® BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

FABER-CASTELL since 1761

гамма

КТС ПРО

ГОЗНАК

альт

основ есть свои достоинства и недостатки, и ради того, чтобы минимизировать последние, современные производители выпускают варианты смесовых холстов: из хлопка и вискозы, хлопка и джута, льна и синтетических нитей. Однако такие холсты, как и те, которые полностью изготовлены из синтетических материалов, пока не прошли проверку на долговечность.

В последние годы на российском рынке появляется новая товарная позиция — наборы грунтованных холстов разного размера, которые дают и профессионалам, и любителям возможность выбрать наиболее выгодный для воплощения своих творческих задумок вариант. «Данный вид продукции пока очень мало представлен на отечественном рынке, — говорит **Олег Быков, старший маркетолог по развитию ассортимента группы компаний «Самсон»**. — Хотя, со слов производителей, подобные наборы чрезвычайно популярны на рынках других стран. В нашем ассортименте в сентябре появится набор из 5 холстов 100% хлопок, вес 380г/м^2, размерами 18х24, 24х30, 30х40, 40х50 и 50х70см. Думаем, что эта позиция имеет все шансы стать хитом. Наше предложение интересно сочетанием качества продукции и чрезвычайно низкой цены, когда вместо 2-3 холстов покупатель сможет приобрести за ту же цену целых 5».

Авторитетный прогноз

Грунтованные холсты, несомненно, будут пользоваться спросом, пока будут востребованы материалы для живописи, причем разные ценовые категории найдут своих покупателей. Массовый потребитель будет искать продукцию достойного качества по приемлемой цене.

Отечественный рынок принадлежностей для живописи — художественных кистей, мольбертов, этюдников, холстов — активно развивается, и темпы этого развития вряд ли снизятся. Одна из характерных особенностей продаж в данной товарной категории — меньшая привязанность потребителя к фактору цены при совершении покупки, готовность купить более дорогую модель из ряда аналогичных, если она удовлетворяет всем его требованиям и идеально подходит для решения стоящих перед ним творческих задач. Включение качественных товаров для живописи в ассортимент канцелярских магазинов способно обеспечить реселлеру и расширение ассортимента, увеличение числа покупателей, и рост прибыли.

Геродот в своих исторических трудах особо отмечал умение жителей Восточных Балкан ткать холсты из конопляной нити (пеньки), которые невозможно было отличить от льняных. Сейчас пенька активно используется европейскими текстильщиками для изготовления художественных холстов.

сегмент

ПЕРВЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ КАНЦЕЛЯРСКИЙ ПОРТАЛ

Весь рынок канцелярских и офисных товаров России на одном отраслевом портале

- Поставщики
- Производители
- Официальные дилеры
- Сетевые магазины

WWW.SEGMENT.RU

segment@segment.ru

ТМ Brauberg — высокая радость творчества

В сентябре ассортимент группы компаний «Самсон» пополнят различные модели мольбертов и этюдников под торговой маркой BRAUBERG, предназначенные для разной целевой аудитории.

Учащиеся художественных студий, школ и вузов, профессионалы и любители, стремящиеся запечатлеть удивительные эффекты естественного освещения и придающие большое значение живописи на пленэре, оценят мольберт 190651, исполненный в виде треноги. Им также будут интересны этюдный ящик 190657 и этюдники на регулируемых ножках 190654 и 190655. В этих моделях предусмотрены отделения для красок, кистей, мастихинов, растворителей и прочих принадлежностей, необходимых художнику. Все изделия легки, устойчивы, компактны и просты в сборке. Мольберт, этюдный ящик и этюдники способны размещать холсты различной высоты: от 50 до 100см. Для удобства транспортировки комплектуются надежными ремнями.

Напольные мольберты 190652 и 190653 привлекут внимание тех живописцев, кто предпочитает работать в закрытых помещениях — мастерской, дома, студии, художественной школе. Удобная эргономичная конструкция позволяет размещать на мольбертах полотна высотой до 136 см.

Для самых юных эстетов, кто только начинает заниматься рисованием и живописью, ТМ BRAUBERG предлагает невероятно удобный, устойчивый и простой в эксплуатации напольный мольберт «Хлопушка» (190659) с планшетным щитом 60*60см. К рабочей поверхности бумага может крепиться кнопками или малярной лентой. Мольберт укомплектован полкой, на которую можно положить необходимые юному художнику принадлежности — карандаши, ластики, кисти, а также установить холсты на подрамнике. Группу также дополняют весьма востребованные настольные мольберты 190656 и 190658, рассчитанные на широкий круг покупателей. Все модели мольбертов и этюдников изготовлены из бука и покрыты лаком.

ТМ BRAUBERG в новом сезоне расширяет свой ассортимент 32 позициями холстов. Это и 100% хлопковые холсты на высококачественном картоне (3 мм) весом 280 г/м² прямоугольной 190619-190624 (р-ры 18х24, 24х34, 30х40, 40х50, 50х60 см) и круглой 190624 (диаметр 40 см) формы. И 100% хлопковые прямоугольные холсты на картоне с контуром 190625-190634, весом 280 г/м² размером 30х40 см. Десять дизайнов (разные варианты натюрмортов и пейзажей — наиболее популярных живописных мотивов) будут интересны любителям и начинающим художникам.

Учащиеся художественных школ и колледжей, профессиональные художники оценят грунтованные холсты на подрамниках, которые в ассортименте ТМ BRAUBERG представлены моделями разных форм и размеров, изготовленными из натуральных материалов высокого качества.

- прямоугольные холсты из смешанных волокон 45% хлопок, 55% лен на подрамнике 190635-190638, весом 420г/м², размерами 24х30, 40х50, 50х70, 80х100 см; круглой формы диаметром 40 см 190648, овальной формы 30х40 см 190649, оба весом 380 г/м²
- прямоугольные 100% льняные холсты на подрамнике 190639-190642, весом 400г/м², размерами 30х40, 40х50, 50х60, 60х80 см;
- прямоугольные 100% хлопковые холсты на подрамнике 190643-190647, весом 440 г/м², размерами 18х24, 24х30, 30х40, 40х50, 80х100 см;
- хотел бы еще раз выделить набор холстов 5 штук, 190650, 100% хлопок, вес 380 г/м², размерами 18х24, 24х30, 30х40, 40х50 и 50х70 см, который должен стать хитом продаж.

Расширяя свой ассортимент такими товарными группами как мольберты и холсты ТМ BRAUBERG, в которых традиционно наилучшим образом выстроено соотношение цена-качество, реселлер может заметно увеличить свою прибыль за счет привлечения новых групп покупателей.

ОФИСНЫЕ КРЕСЛА

BRABIX™

BRAUBERG BRANDS GmbH • GERMANY

КОМФОРТ И НАДЕЖНОСТЬ!

ПРЕИМУЩЕСТВА:

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

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.

Техника и электроника

SONNEN®

арт.501585

4 606224 108773

Европейское качество! • Высокая надежность! • Доступная цена!

www.sonnen.me