



№ 27 1-2 кварталы 2016 г.

# РОСШТАМП

## Анализ штемпельного рынка Часть 1. Опт

По заказу газеты "Росштамп" с 11 по 15 февраля 2016 года было проведено небольшое исследование оптового сегмента штемпельного рынка. Цель — оценка ценовой политики, наличие продукции на складе, удобство заказа, скорость обработки запросов.

С целью исследования была проведена рассылка запросов цен в центральные офисы четырех компаний Shiny, Trodat, Color, GRM, а также 4 дилерам каждого бренда. В общей сложности было отправлено 20 запросов. Для опроса были выбраны крупные дилеры (из городов-миллионников, а также компании с большим опытом работы). Также обязательным условием для выбора дилеров было наличие сайтов. Дилеры Shiny, Trodat и GRM были выбраны из списков, опубликованных на их сайтах, а в случае с Color — из числа постоянных партнеров компании, упоминаемых в новостях на сайте. В таблице результатов указано московское время.

В центральные офисы российских представительств Shiny, Trodat, Color, GRM были отправлены сообщения следующего содержания: **"Добрый день! Мы бы хотели приобрести оснастку Shiny R-542/ Trodat 4642 /GRM 46042/ Color R-40 - 100 штук с доставкой в Нижний Новгород. Возможно ли это и какая будет стоимость оснастки и доставки? Заранее спасибо за ответ"**.

В результате были получены ответы от всех компаний кроме Trodat. Скорость ответа на запрос составила: Shiny — 16 минут, Color — 1 час, GRM — ответ был дан на следующий день, Trodat — 6 дней.

Проанализируем все ответы в отдельности:

**Компания Shiny.** Тело письма содержало фирменную символику, обращение было максимально вежливым — прозвучала благодарность за заказ. Ответ был дан строго на озвученный вопрос, дополнительный ассортимент продукции не предлагался, прайс-листы не были прикреплены к письму.

Менеджер предложил 2 варианта: сделать заказ у регионального дилера в Нижнем Новгороде, указав все контакты для связи, либо приобрести оснастку непосредственно в московском представительстве Shiny. Во втором случае была озвучена стоимость оснастки Shiny R-542 183,15 руб. за 1 шт. Забегая вперед скажем, что нижегородский дилер предложил эту же продукцию по цене 231,68 руб. При этом согласно официальному оптовому прайс-листу (скачан с сайта компании) при заказе от 10 до 25 тыс. руб. стоимость оснастки должна составлять 201,47 руб.

| Наименование   | Описание  | Цена товара в руб. при закупке от |
|--|---|-----------------------------------|
| Оснастка для печати (442мм)  | Цвет корпуса: синий, красный, белый, желтый, зеленый, серый, металлик, черный | розн. 25 000 - 99 999 руб.        |
| Фотолитофильм прозрачный, листы                                    |   | 100 000 - 299 999 руб.            |
| Фотолитофильм непрозрачный, листы                                  |   | > 300 000 руб.                    |
| Оснастка для печати (442мм)  | Цвет корпуса: PINK, PINK (грановый метал), LAGOSIN                            |                                   |
| Цвет корпуса: LAVENDER (темно-фиолет), VIOLETTA (фиолетовый), SILV |   |                                   |

В качестве дополнительной информации менеджер посчитал необходимым оговорить тот факт, что бесплатная доставка действует при единовременном заказе от 35000 руб.

**Компания Color.** Письмо не содержало фирменного логотипа (только контактную информацию), ответ был конкретным и лаконичным, кроме ответа на запрос был предложен остальной ассортимент и высланы прайс-листы. Согласно прикрепленному к письму прайс-листу цена на оснастку Color R40 Cover, при объеме заказа от 25 тыс. руб., составляет 189,36 руб. Если следовать логике прайс-листа, при заказе на сумму менее 25 тыс. руб. должна действовать розничная цена 358,56 руб.

| Наименование                | Описание                                 | Цена товара в руб. при закупке от |
|-----------------------------|--|-----------------------------------|
| Штемпельная продукция COLOP |  |                                   |
| Printer R30-BOX             | Оснастка для печати диам. 30мм с боксом  | 545,76 288,72 251,28 218,16       |
| BOX R30                     | Бокс для карманного носителя R30         | 14,88 18,60 34,56 30,24           |
| Printer R40 cover           | Оснастка для печати диам. 40мм с крышкой | 358,56 189,36 164,88 143,28       |
|                             | Оснастка для печати диам. 40мм Microban  |                                   |

Однако менеджер озвучил цену 164,88 руб., действующую при заказе от 100 тыс. руб. Кроме того, как альтернатива была предложена оснастка Тродат 46040, по цене 133,52 руб.

В качестве дополнительной информации менеджер посчитал необходимым оговорить тот факт, что бесплатная доставка действует при заказе от 25 тыс. руб.

**Компания GRM.** Письмо не содержало фирменного логотипа (только контактную информацию), ответ был крайне лаконичным без дополнительной информации и прайс-листов. Стоимость оснастки GRM 46042 была 148,50 руб., что соответствует действующему оптовому прайс-листу, который содержит единую оптовую цену. Предложение сделать заказ у регионального дилера (список дилеров указан на сайте) не поступило.

В качестве дополнительной информации менеджер посчитал необходимым оговорить тот факт, что бесплатная доставка компанией Желдорэкспедиция действует при заказе от 15 тыс. руб., а курьерской службой Мейджер-экспресс — от 25 тыс. руб.

Спустя 6 дней, после официального опубликования результатов на штемпельном форуме [www.pgraph.ru](http://www.pgraph.ru), поступил ответ от официального представительства **Trodat**.

Менеджер в письме порекомендовала обратиться к дилерам в Нижегородском регионе.  
ООО Балчуг 438-06-01, 438-06-00  
ЗАО Нижегородская Радиоллаборатория (831)41-28-080  
ООО "Зебра-НН" (831) 430-22-95, 433-84-56  
ИП Кац тел. +7(831) 273-34-26  
ООО "Первый формат" (831)245-50-38; 216-18-70; 8-920-062-73-94

Отметим, что согласно официальному списку на сайте Тродат, всего 2 компании являются дилерами в регионе. Если верить письму, то уже 5.

Подытоживая все выше изложенное, необходимо отметить 3 момента:

- никто из поставщиков не задал уточняющих вопросов по заказу, а также не поинтересовался статусом потенциального клиента.
- только две компании из опрошенных – Shiny и Trodat предложили сделать заказ у регионального представителя, но при этом Shiny параллельно озвучила цену ниже, чем у своего партнера.
- все компании, за исключением GRM, назвали цену, которая не соответствует действующему прайс-листу.

Параллельно с запросами в официальные представительства были отправлены письма региональным дилерам. Письма содержали следующий запрос: **“Добрый день! Мы бы хотели приобрести оснастку Shiny R-542/ Trodat 4642 /GRM 46042/ Color R-40 - 100 штук. Ориентируйтесь по цене. И товар в наличии или надо будет ждать? Какими транспортными компаниями вы работаете? Заранее спасибо за ответ.”**

Из 16 компаний, в которые были отправлены письма, ответы дали 13 компаний. Парадоксально то, что в числе «отмолчавшихся» оказались такие крупные региональные компании как «Фортекс» (Ростов-на-Дону) дилер GRM, «Нижегородская радиолaborатория» (Нижний Новгород) дилер Trodat, «Шайни Спб» (Санкт-Петербург) дилер Shiny. Причины молчания в данном случае оценить сложно. Все запросы отправлялись на электронные адреса, указанные непосредственно на сайте.

Средняя скорость ответа составила 21 минуту. Абсолютными рекордсменами по скорости ответа стали партнер Color в Новосибирске (компания Колоп-Н) и дилер Shiny в Москве (компания Лазер-Графикс). Их скорость обработки запроса — 2 и 3 минуты соответственно.

Из 13 компаний запрашиваемая продукция оказалась в наличии в 9. Менеджеры остальных компаний уверили, что продукция уже в пути и в самое ближайшее время поступит на склад. Самый большой из озвученных сроков выполнения заказа назвала компания «Полипринт» (Нижний Новгород, дилер Shiny) — неделя с момента оплаты.

Нужно отметить, что наибольшее единодушие в ценах на продукцию проявили дилеры GRM. Все они, кроме компании Абрис из Уфы, назвали одну цену — 148,50 руб. Этот факт объясняется простотой прайс-листа, который не допускает различных трактовок. Наибольший «разбег» цен был отмечен на продукцию Color - все 4 компании назвали разные цены: от 130 до 250 руб.

Вероятно, это связано с тем, что компания Color не декларирует дилерскую систему работы и предоставляет полную свободу ценоопределения своим партнерам. К слову, один из примеров такой свободы продемонстрировала компания «Печати Столица» - они озвучила цену 170 руб. и вопрос «устроит?», допустив возможность торга. В тоже время можно отметить странность в ценообразовании у дилеров Тродат. Не получив ответа от центрального офиса, мы самостоятельно обратились к действующему прайс-листу, чтобы найти в нем ориентир по цене. Если исходить из него, то рекомендованная оптовая цена на модель 4642 составляет 181,57 руб., а минимальная оптовая 155,83 руб.

| №    | Название                            | Количество | Цена   | Рекомендованная оптовая цена |
|------|-------------------------------------|------------|--------|------------------------------|
| 4642 | ТРОВАТ ПРЕНТ-42 ОСНАСТКА ДЛЯ ПЕЧАТИ | 10         | 181,57 | 155,83                       |
| 4642 | ТРОВАТ ПРЕНТ-42 ОСНАСТКА ДЛЯ ПЕЧАТИ | 10         | 181,57 | 155,83                       |
| 4642 | ТРОВАТ ПРЕНТ-42 ОСНАСТКА ДЛЯ ПЕЧАТИ | 10         | 181,57 | 155,83                       |
| 4642 | ТРОВАТ ПРЕНТ-42 ОСНАСТКА ДЛЯ ПЕЧАТИ | 10         | 181,57 | 155,83                       |
| 4642 | ТРОВАТ ПРЕНТ-42 ОСНАСТКА ДЛЯ ПЕЧАТИ | 10         | 181,57 | 155,83                       |
| 4642 | ТРОВАТ ПРЕНТ-42 ОСНАСТКА ДЛЯ ПЕЧАТИ | 10         | 181,57 | 155,83                       |
| 4642 | ТРОВАТ ПРЕНТ-42 ОСНАСТКА ДЛЯ ПЕЧАТИ | 10         | 181,57 | 155,83                       |
| 4642 | ТРОВАТ ПРЕНТ-42 ОСНАСТКА ДЛЯ ПЕЧАТИ | 10         | 181,57 | 155,83                       |
| 4642 | ТРОВАТ ПРЕНТ-42 ОСНАСТКА ДЛЯ ПЕЧАТИ | 10         | 181,57 | 155,83                       |
| 4642 | ТРОВАТ ПРЕНТ-42 ОСНАСТКА ДЛЯ ПЕЧАТИ | 10         | 181,57 | 155,83                       |

Согласно сайту <http://www.trodat-russia.ru> на оснастку 4642 действует акция, а цены необходимо уточнять у поставщиков. По всей видимости, это фраза «подробности уточняйте у поставщиков» предполагает возможность вольной трактовки цены. Так и произошло: предлагаемая цена варьировалась от 115 до 125 руб. за шт.

Подводя итог опроса региональных дилеров штемпельных брендов, следует отметить несколько моментов:

- большинство дилеров показали очень высокую скорость ответа на запросы, что несомненно демонстрирует их заинтересованность в клиентах.
- подавляющее большинство менеджеров при ответе на письмо не вышли за рамки запроса, то есть не попытались предложить сопутствующий ассортимент, не выслали действующие прайс-листы
- очень широкий разброс цен среди дилеров почти всех брендов свидетельствует об отсутствии четкой политики самих поставщиков, которые допускают «вольности» в трактовке официального прайс-листа своими дилерами.

Полную информацию по итогам исследования читайте на форуме [www.pgraph.ru](http://www.pgraph.ru) в теме “Анализ штемпельного рынка”.



## ВАЖНО ! ВАЖНО ! ВАЖНО ! ВАЖНО !

### НОВЫЕ ПЕЧАТИ КАДАСТРОВЫХ ИНЖЕНЕРОВ

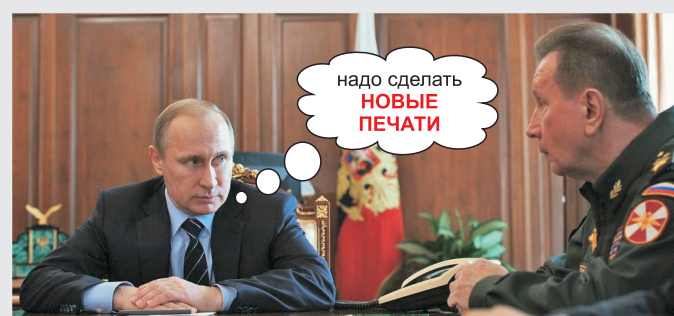
Согласно ст.29 ч.2 ФЗ РФ от 30 декабря 2015 г. №452 “О внесении изменений в ФЗ “О государственном кадастре недвижимости” в части совершенствования деятельности кадастровых инженеров” кадастровый инженер с 1 июля 2016 года обязан иметь печать с указанием фамилии, имени, отчества (при наличии), страхового номера индивидуального лицевого счета в системе обязательного пенсионного страхования РФ (СНИЛС).

обязательно  
**СНИЛС**



### ПЕЧАТИ И ШТАМПЫ ДЛЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ГВАРДИИ

На следующий день после публикации президентского указа о создании новой силовой структуры Кремль внес в Госдуму законопроект «О войсках национальной гвардии Российской Федерации». В пункте 19 указа президента РФ о создании Нацгвардии говорится, что с 1 января 2017 года новая служба будет использовать собственные служебные удостоверения, бланки, печати и штампы.



# Анализ штемпельного рынка

## Часть 2. Розница

По заказу компании «Полиграфыч» и газеты «РосШтамп» с 15 по 16 февраля 2016 года было проведено исследование розничного сегмента штемпельного рынка. Цель — изучение ценообразования и брендовых предпочтений, оценка скорости отклика и наличие иных конкурентных преимуществ (скорость выполнения заказа, доставка, клиенто-ориентированность) и т.п.

Опрос проводился в 7 крупных городах: Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск, Казань, Нижний Новгород, Краснодар. Для исследования было выбрано по 3 компании в каждом городе. Выбор происходил по запросу «заказать печать» в поисковой системе Яндекс (компании, занимающие первые 3 места в поисковой выдаче по каждому региону). В итоге рассылка с запросом была отправлена в 21 организацию.

Запрос был отправлен следующего содержания: **“Добрый день! Подскажите, пожалуйста, сколько будет стоить изготовить печать ООО в количестве 10 штук (основная и для подразделений) на автоматической оснастке? Оснастку посоветуйте, пожалуйста, на свое усмотрение. Какие сроки? И есть ли у вас доставка до офиса?”**

Средняя скорость отклика составила 44 минуты, но, главным образом, за счет всего нескольких организаций, которые отвечали в течение нескольких часов. Если не брать их в расчет, то ответы на запрос поступали не позднее, чем через 15 минут.

Абсолютными рекордсменами в скорости ответов стали:

- Компания 33 печати (Краснодар) — 3 минуты.
- Центр изготовления печатей и штампов (Спб) — 4 минуты
- компания Роспечати (СПб) — 5 минут

Проанализируем ответы на основные вопросы, которые нас интересовали:

### 1. ЦЕНА.

Средняя стоимость заказа составила 6634 руб. за 10 печатей на автоматической оснастке. Ценовые предложения колебались в диапазоне от 4700 (компания МААС Принт Казань) до 10000 руб. (компания Сторес Нижний Новгород).

- 3 компании из опрашиваемых отметили зависимость стоимости от содержания печати (текстовая печать или слоготипом)
- 3 компании (Москва) указали на разницу в цене в зависимости от того первичная это печать или по оттиску
- 2 компании указали зависимость цены от срочности (1 день или 1 час)
- 3 компании отметили, что цена зависит от марки автоматической оснастки (оснастка австрийского пр-ва на 50-100 руб. дороже китайского)

### 2. ОСНАСТКА

В запросе была прописана просьба порекомендовать ту или иную модель оснастки. 15 компаний откликнулись на эту просьбу, 2 из них предложили оснастки нескольких марок на выбор. В итоге:

- 8 компаний порекомендовали оснастки Trodat
- 6 компаний порекомендовали GRM
- 2 компании сказали, что работают на Color
- 1 компания предложила оснастку Shiny

Некоторые менеджеры высказали личностные рекомендации по выбору оснастки. Приводим выдержки из писем:

“Оснастка Shiny S-542 (квадратная оснастка без крышки) у нас по умолчанию идет, качественные оснастки, пользуемся ими более 3 лет. За это время на них ни кто не жаловался. Так же есть этой же фирмы с крышечкой и есть оснастки Trodat (круглая и квадратная, у них в комплекте крышечка есть), все в одну цену 400 рублей за оснастку.» (Штамп Сервис, СПб)

«Автоматические оснастки фирмы Trodat, двух видов. Для частого использования и если много сотрудников пользуются печатью, я бы посоветовала взять Trodat 4924 в квадратном корпусе, механизм снятия крышки простой- сломать ее надо постараться) а в случае с Trodat 4642 крышка снимается на излом и если снимать не правильно, то на крышке отлетают ушки и крышка перестает держаться на оснастке» (Трафарет, Новосибирск)

“Оснастки все оригинальные фирмы ГРМ, сам такой пользуюсь и 90% клиентов берут именно эти. Вполне нормальные печати. “ (33 печати, Краснодар)

### 3. ДОСТАВКА

По итогам опроса 15 компаний из 21 подтвердили наличие бесплатной доставки по городу при заказе 10 печатей. Только 1 компания указала на отсутствие такого сервиса, как доставка. У остальных доставка либо платная, либо зависит от района города.

### 4. СРОК ИЗГОТОВЛЕНИЯ

14 компаний из 21 на вопрос о сроках изготовления ответили, что он стандартный — 1 день, 4 компании указали срок — 1-4 часа, только одна компания 2-3 дня.

Необходимо заметить, что интонационно большинство писем были располагающими, чувствовалась готовность проконсультировать по всем вопросам и оперативно выполнить заказ. Многие менеджеры прикрепляли к письму фотографии оснасток, делали ссылки на сайт для получения более детальной информации. Исключение составила, пожалуй, только компания Печати5, у которых офис в Казани не дал ответа, в офис в Краснодаре написал 2 письма, которые не содержали даже минимальных приветствий, не имели личной подписи и контактной информации. Отдельно хотелось бы отметить вопрос документального оформления заказа. О необходимости предоставить документы написали только 4 организации.

Полную информацию по итогам исследования читайте на форуме [www.pgraph.ru](http://www.pgraph.ru) в теме “Анализ штемпельного рынка”.

НОВЫЙ КАТАЛОГ  
ПОЛИГРАФЫЧЪ





печати ★ штампы ★ оснастка ★ оборудование  
расходные материалы ★ сувенирная продукция  
франшиза ★ росштамп ★ штемпельный форум



★ SINCE 1991 ★

франшиза ★ росштамп ★ штемпельный форум  
расходные материалы ★ сувенирная продукция  
печати ★ штампы ★ оснастка ★ оборудование

В этом году компании “ПолиграфычЪ” исполняется 25 лет - ровно столько же, сколько и самому штемпельному рынку. Когда “в бизнесе” уже четверть века, то вольно-невольно вспоминается пройденный путь.

А началось все с простого объявления московской компании “Графика-М” в одной из газет. Реклама призывала заключить договор и принимать в своем регионе заказы на изготовление печатей и штампов. Так в Кирове, да и многих других регионах России, появились компании с названием “Графика”. Пожалуй, за всю историю отечественного штемпельного бизнеса это была самая большая сеть фирменных салонов, многие из которых работают по сей день. В Кирове мы и сейчас сохранили это название, но разделили направления: “Графика” специализируется на сувенирной продукции, а “ПолиграфычЪ” на штемпельной.

В том далеком 1991 году мы стали одной из первых коммерческих организаций, которая предлагала услуги по изготовлению печатей и штампов. Основным конкурентом, если можно так назвать, была Областная типография, косвенные взаимоотношения с которой складывались забавно.

В то время мы продавали печати по 960 руб. - именно такой была рекомендованная розничная цена “Графикой-М”. Забавность ситуации заключается в том, что в Областной типографии печать стоила 8 руб. (!) Представьте какие чудеса убеждения приходилось применять первым менеджерам, чтобы продавать хоть что-то! Конечно, при объявлении цен клиенту продавцы выслушивали разные эпитеты в свой адрес. Самым популярным ругательством было - “кооператоры”.

Вот с таких цен (и никакого демпинга) начинался прием заказов на печати и штампы!

Кстати о ценах. Цены на автоматические оснастки в 1991-92 годах были почти астрономические. Вспоминается случай, когда один не очень трезвый брокер купил самонаборную печать за 12 000 руб., а наутро пришел с просьбой вернуть деньги, так как из-за такой покупки он оказался на грани увольнения.

Для справки: средняя заработная плата в 1991 году составляла 300-400 руб.



В 1999 году ассортимент предприятия расширился за счет сувенирной продукции. Был открыт первый в городе полноценный салон полиграфической, сувенирной и представительской продукции. Достаточно быстро это направление выделилось в самостоятельное подразделение.

В эти же 1999-2000 гг. произошел новый этап развития штемпельного направления. Было принято решение о запуске собственного производства ручной оснастки. С этой целью мы проанализировали западный опыт и объявили конкурс на лучший дизайн оснастки! В конкурсе приняли участие почти десяток авторов: дизайнеры, художники, конструкторы, инженеры. По фото видно, что большинство работ были, как бы сейчас сказали, “креативными”... несколько оторванными от жизни. Они не очень подходили для массового производства и повседневного использования. В итоге, из достаточно большого количества работ были использованы даже не единичные эскизы, а отдельные элементы.

В 2001 году стартовали продажи оснастки модельных рядов V и E! Они и сегодня остаются самыми популярными у штемпелеизготовителей. По данным сохранившейся статистики в первый год было продано 68 323 изделия.

В 2002 году оснастка была представлена на выставке Оттиск.ру. Глядя на фото с выставки, особенно очевидным становится то, на сколько изменилась визуальная составляющая бизнеса. Совершенно архаичным сегодня воспринимается оформление стенда, рекламные материалы и т.п.

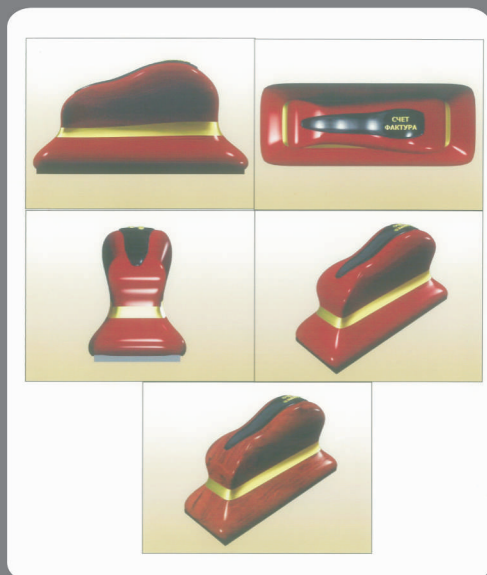


2002 г. - первая выставка

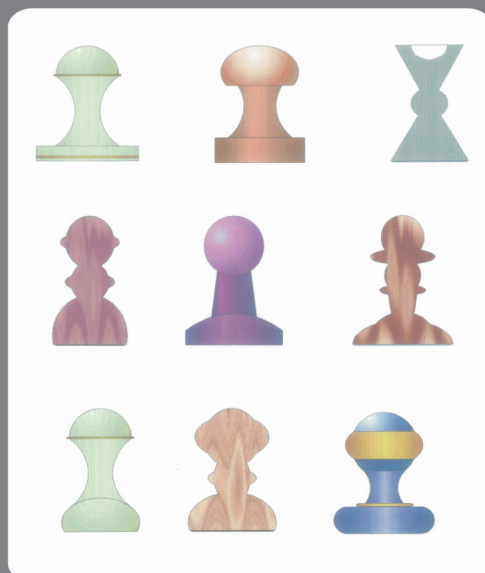
примеры работ с конкурса на дизайн оснастки



2000 г



примеры работ с конкурса на дизайн оснастки



2000 г



Первый выпуск Росштамп - 2006 г



Первый каталог - 2006 г



В 2006 году компания “ПолиграфычЪ” начала выпуск первой и единственной газеты о штемпельном бизнесе “Росштамп”. Тот самый первый выпуск был ровно в 3 раза меньше по размеру и содержал всего 4 статьи: материал в честь 15-летнего юбилея отечественного рынка печатей и штампов “Штемпельный рынок России: мифы и реальность”, интервью с М.В. Рыковой “9,5 месяцев” с Color, “Краскозаполненные печати: проблемы и перспективы развития”, “Рельефная печать.. в личных целях”.

Когда верстался первый номер и велись переговоры со всеми лидерами рынка о поддержке издания - никто не верил в его будущее. У всех было глубокое убеждение, что через пару выпусков газета закроется по той причине, что не о чем будет писать. Сегодня даже не верится, что “Росштамп” исполняется 10 лет!

Параллельно с газетой был запущен и штемпельный форум, на котором можно было обсудить печатные материалы. В то время такая площадка стала крайне своевременной и за эти годы на ней состоялось немало сложных дискуссий!

В то же время был разработан первый многостраничный каталог продукции. Это может показаться рядовым событием, но для производителей ручной оснастки это серьезное дело. По сей день каталог ПолиграфычЪ, ежегодно обновляемый и рассылаемый всем штемпелеизготовителям, не имеет аналогов. В этом юбилейном году мы принципиально изменили формат каталога и надеемся, что он понравится всем нашим клиентам.

На 2007 год пришлось замечательное событие - открытие Памятника Печати Вятской. Это стал первый Памятник печати в России. Он расположился непосредственно у центрального офиса ПолиграфычЪ - в исторической части Кирова. Установке композиции предшествовали длительные согласования и обоснования историко-культурной значимости.

За прошедшее время Вятская Печать стала узнаваемым ориентиром и памятником, у которого фотографируются жители и гости города. Присутствие памятника рядом с офисом задает и общий тон оформлению - мы всегда стараемся украшать территорию цветами, флагами, содержать здание в надлежащем виде.

В 2008 кризисном году начал работу франчайзинговый проект. Большое спасибо краснодарским коллегам, которые первыми доверились нашему предложению и открыли предприятие “ПолиграфычЪ-Юг”. После салона в Краснодаре были еще 20 городов. Конечно, не обошлось и без закрытий “сложных” салонов, но проект продолжает жить и, надеемся, что будет развиваться несмотря на сложное время.

Между всеми этими знаковыми событиями еще были тысячи простых рабочих дней, в которые рядом с нами были сотрудники, партнеры и клиенты! В этом году мы обязательно скажем каждому из них большое Спасибо! Очень хочется верить, что 25 лет - это начало пути и у штемпельного бизнеса в нашей стране есть будущее, вклад в которое мы все можем внести уже сегодня.

2007 г - открытие первого в России Памятника Печати



2008 г - первый франчайзинговый салон ПолиграфычЪ



В честь  
25-летнего  
юбилея



с 25 мая по  
25 сентября  
2016 года



**штампы ряда E**

- E1 - 68x48 мм
- E2 - 63x38 мм
- E3 - 56x32 мм
- E4 - 58x26 мм
- E5 - 70x20 мм
- E11 - 45x45x45 мм
- E12 - 28x12 мм



**штампы ряда V**

- V4 - 58x26 мм
- V6 - 58x22 мм
- V11 - 45x45x45 мм



🛒 летняя 🛒  
**РАСПРОДАЖА**

с 1 июня по 31 августа 2016 года\*



Круглая печать R542

**-10%**



Круглая печать R552

**-20%**



Краска 28 мл

**-30%**

\*условия акции могут быть изменены в случае резкого роста курса валют



# GRM

## летняя РАСПРОДАЖА

с 1 июня по 31 августа 2016 года\*



**GRM 120W**

штамп с 12 бух.терминами

~~157,50~~  
**75 руб.**



**Стандартный штамп**

AUTOMATIK (в ассортименте)

~~161,00~~  
**50 руб.**



**GRM 55 Plus**

датер с полем для текста  
60x40 мм, русский

~~437,50~~  
**350 руб.**



**GRM 4912 Plus**

самонаб.штамп 4 строки  
(макс. 5 строк), 2 кассы  
47x18 мм, упаковка фолдер

~~418,50~~  
**350 руб.**



**GRM 4913 Plus**

самонаб.штамп 5 строк  
(макс. 6 строк), 2 кассы  
59x23 мм, упаковка фолдер

~~458,00~~  
**350 руб.**



**GRM 4913 2Pads**

самонаб.штамп 6 строк  
2 кассы, 65x25 мм, упаковка эконом

~~511,00~~  
**200 руб.**



**GRM 4915 2Pads**

самонаб.штамп 7 строк  
2 кассы, 68x30 мм, упаковка эконом

~~628,50~~  
**200 руб.**



**GRM 4727 Plus Dater-Set**

самонаб.датер 6 строк  
2 кассы, 60x40 мм, упаковка эконом

~~778,00~~  
**500 руб.**



**Универсальная  
штемпельная подушка**

46040\_P3, синяя

~~68,50~~  
**35 руб.**



**Резина лазерная**

GRM Super Speed SOFT  
формат А4, толщина 2,3 мм

~~535,50~~  
**435 руб.**



# Вконтакте с клиентом! В поисках заказов в соц.сетях

Сегодня только ленивый не создает своей группы вконтакте. А как иначе? Именно это советуют все маркетологи и рекламисты - идите в соц.сети и будет вам счастье, а также толпа клиентов и шквал заказов! Со стороны может показаться, что создать группу вконтакте и начать продвигать себя - это проще простого! Мы решили разобраться в том, как же обстоит ситуация на самом деле... и каковы особенности продвижения штемпельного бизнеса в соц.сетях.

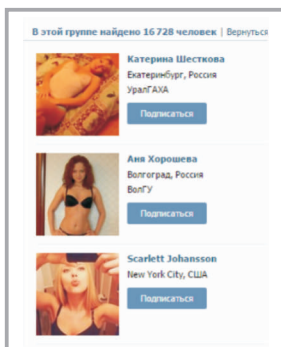
Для начала немного статистики. Через простой поиск вконтакте по запросу “штампы” мы получаем 80 персональных страниц и порядка 1360 сообществ. То есть можно посчитать, что примерно **каждая вторая штемпельная компания в России уже обзавелась виртуальным представительством в соц.сети**. Причем речь идет не только о компаниях из городов-миллиоников, но и из малых населенных пунктов. Например, в списке сообществ можно найти “Изготовление печатей и штампов в Кызыле”, “Штамп в Нягани”. Трудно понять, зачем в городах с населением 100 и 50 тыс. чел. создавать виртуальные группы, но факт остается фактом - они есть и по количеству участников даже превосходят многие московские и питерские предприятия.

Что же касается лидеров рейтинга... Кто они и как им это удалось? Давайте поближе посмотрим на тройку самых многочисленных групп по запросу “печати и штампы”.

1 место. Группа с названием **“ПЕЧАТИ и ШТАМПЫ с доставкой по России и миру”**. Их сайт - <http://shtamp5.ru>



Количество подписчиков этой группы поначалу вызывает зависть - 19 565 человек, но стоит присмотреться внимательнее и становится очевидно, что львиная их доля - “накрученные” пользователи. Об этом наглядно свидетельствуют профили “потенциальных заказчиков”. Кроме того, для такого числа пользователей просто нет реальных оснований - стена в группе вообще не обновляется. На ней присутствуют только редкие запросы по заказам (3-5 в месяц) и в принципе отсутствуют лайки к фото, сообщениям и т.п. А те лайки, которые есть - почти все сделаны “собаками”.

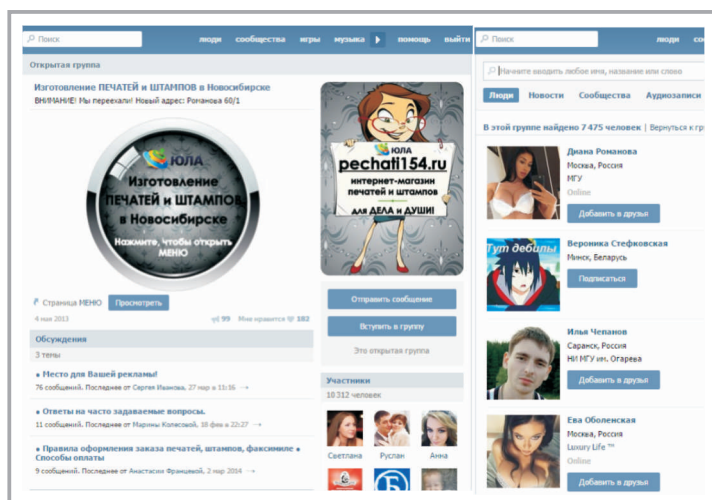


2 место. Группа с названием **“ПЕЧАТИ и ШТАМПЫ”**. Их сайты - <http://shtamp-24.ru> [shtamp100.ru](http://shtamp100.ru)



В группе 12 701 подписчик, но ничего в ней не вызывает доверия и желания сделать заказ: всего 5 фото в альбомах, ни одного отзыва в обсуждениях, записи на стене - одна в полгода, множество “собак” в участниках и лайках. Группа не выглядит живой и не дает никакого понимания что и как можно заказать. Кроме того, на момент написания этой статьи, оба сайта, на которые стоит ссылка в группе - не работали.

3 место. Группа с названием **“Изготовление ПЕЧАТЕЙ и ШТАМПОВ в Новосибирске”**. Их сайт - <http://pechat1154.ru>



10 312 участников группы, из которых почти 3 000 - это “собаки”, а также заметное количество пользователей сомнительной категории. В отличие от первых двух групп здесь даже присутствуют обновления на стене - один раз в месяц хозяйка страницы выкладывает незамысловатые цитаты о жизни. Более сказать об этой группе, к сожалению, нечего.

Вот так выглядит тройка лидеров групп вконтакте. Можно было бы продолжить список, но общая картина от этого не изменится. Практически для всех штемпельных сообществ характерно минимум информации (редкие и не интересные посты в ленте, мало фото, нет обсуждений и т.д.), а также почти полное отсутствие активности со стороны подписчиков (нет лайков, репостов, комментариев). И, конечно, у подавляющего большинства групп скромное число подписчиков - до 500, а в лучшем случае до 1000 человек.

Каков эффект от работы таких групп можно предположить... Показательно, что вконтакте очень много “брошенных” сообществ, которые не обновляются уже несколько лет. Этот факт как раз свидетельствует о том, что компании предпринимали первоначальные усилия для продвижения в соц.сети, но не получив желаемого отклика, просто оставили эту мысль.

Давайте разберёмся - какие трудности ожидают тех, кто все же решился на создание своего сообщества или странички вконтакте, и на что можно рассчитывать при определенных усилиях.

Перед тем, как создавать свое представительство в соц. сетях, многие за пониманием процесса обращаются к поиску в интернете. Выдача пестрит довольно оптимистичными статьями с яркими заголовками: «Как сколотить состояние, имея лишь группу в соц. сети», «Как продвинуть бизнес бесплатно», «Продвижение Вконтакте: о вас знают, о вас говорят» и пр., и пр. Большинство таких статей дают простые и незамысловатые советы, как «нагнать» аудиторию, как находить (именно находить, а не создавать) контент, как с минимальными затратами собирать невероятное количество заказов.

После ознакомления с несколькими такими статьями, у человека, ранее не имевшего опыта продвижения в соц. сетях, появляется легкая эйфория от заманчивой перспективы. Однако, стоит понимать, что продвижение собственного бизнеса Вконтакте – это очень тонкая, кропотливая и сложная работа, требующая больших трудовых и материальных затрат, результаты которой будут видны далеко не сразу. Надо признать, что некоторые виды товаров и услуг сами по себе более пригодны для продвижения в соц. сетях и имеют неплохие шансы на успех, **чего нельзя с уверенностью сказать о штемпельном бизнесе** в его традиционном понимании.

Если все же ваша деловая интуиция кричит о необходимости десанта в соц. сети, нужно разобраться, **каких целей** вы хотите достичь и как это реализовать.

- **Продажа** товаров или предоставление услуг.
- **Раскрутка своего сайта**, получение дополнительно трафика на сайт.
- **Сближение с клиентом** (повышение лояльности, узнаваемости салона).

Реализовывать план продвижения стоит исходя из принятых целей. Если же вы хотите в той или иной степени достичь все оговоренные задачи, то трудолюбия и времени вам понадобится в разы больше!

Отметим всего 3 момента, которые имеют определяющее значение для достижения поставленных целей. Эти моменты одновременно являются и самыми большими трудностями, о которые спотыкаются практически все штемпельные группы вконтакте.

**Во-первых, это контент.** Он играет ключевую роль. Качественные, уникальные и информативные записи – вот что выделит вас среди остальных сообществ. Старайтесь меньше использовать заезженные картинки и цитаты, но больше создавайте собственный контент – красивые фото, интересные статьи, обзоры рынка и пр. Никто не захочет листать стену, пестрящую заезженными записями, которых в избытке и в других сообществах.

Здесь кроется первая загвоздка. Писать о печатях и штампах вообще сложно, а делать это увлекательно почти нереально. Мир штемпельной продукции весьма закрыт и малоинтересен широкой аудитории. Поэтому создание полезного, красивого и читабельного контента - самая сложная задача. Если же говорить о фото - крайне важной визуальной составляющей, то проблем не меньше. Пользователи соц.сетей избалованы качественным фотоматериалом. Чтобы предложить им достойный уровень - нужна техника, мини-студия в офисе, да и просто время для фотосессий и последующей обработки фото.

Одним словом, любой хороший контент - это время! Очень много времени: генерирование идей, поиск интересной информации, написание своих текстов, перевод зарубежных материалов, подготовка фото... И так в ежедневном режиме, чтобы соответствовать минимальному рекомендуемому количеству постов в день - 5-6. Конечно, здесь на помощь придут SMM-планы - программы, позволяющие планировать постинг в соц.сетях, но они не создадут контент за вас.

**Во-вторых, это общение!** Главное преимущество соц.сетей - интерактивность... и не пользоваться этим просто грех. Позвольте вашим подписчикам и потенциальным клиентам принимать участие в формировании ассортимента вашего салона, предлагайте на суд новые варианты продукции и услуг, организуйте опросы, голосования и конкурсы, задавайте тесты и головоломки. Это позволит вам сформировать постоянную, активную аудиторию, которая станет основой вашей группы и будет задавать в ней “движку”.

Создание группы с высоким уровнем пользовательской активности - не менее сложно, чем формирование работающего контента. Основная проблема заключается в замкнутом круге - без опросов, голосований и конкурсов не сформировать аудиторию, а без значительного числа подписчиков все опросы, голосования и конкурсы будут обречены на провал. Разорвать этот круг поможет, например, реклама в профильных сообществах или мотивация пользователей различными бонусами и призами.

**В-третьих, доступность!** Любой ваш подписчик вправе получить качественную, детальную и своевременную консультацию по любому вашему посту или фотографии, по ассортименту товаров и услуг. Кроме того, Вконтакте принято и просто «поговорить за жизнь», будьте к этому готовы! Также имейте ввиду, что для общения вконтакте нет временных ограничений - клиенты могут сделать запрос в любой, в том числе, выходной день и в любое время суток... причем обычно ожидают оперативного ответа. Скорость ответа ценится более всего, поэтому перед тем как продвигать группу вконтакте, подумайте - кто из ваших сотрудников будет всегда на связи. В идеале для такой работы нужен телефон или планшет с мобильной версией вконтакте, чтобы всегда была возможность быстро дать ответ на запрос.

Создавая контент и условия для общения пользователей в группе, никогда не забывайте о своей **аудитории**. Здесь работает принцип - “что посеешь, то и пожнешь”. Какую информацию вы будете публиковать в своей группе - такие клиенты к вам и придут! Если в ваших текстах много акцентов на “дешевизне”, “печати без документов” и т.п. - ожидайте запросы именно на такие печати.

В идеале сообщество должно строиться и развиваться за счет тех пользователей, которые приходят в него благодаря искреннему интересу. Как привлекать эту аудиторию - платными или бесплатными способами - решать вам!

Прочитав все это, у некоторых может возникнуть логическая мысль - отдать работу по созданию и продвижению группы сторонней организации или фрилансеру. Это может показаться крайне заманчиво - работу делают “специалисты”, а вы только собираете дивиденды. Однако в реальности это не так легко осуществить... По словам самих же smm-маркетологов рекламный бюджет 50-60 тыс. в месяц считается “нищенским”, то есть если вы рассчитываете на какой-то приличный результат и адекватных работников - расходы превзойдут эту цифру. Однако гарантии в этом бизнесе нет никаких - количество шарлатанов, которые зарабатывают на доверчивых предпринимателях, желающих продвигнуться вконтакте, просто катастрофическое. Пара неудачных опытов и вы либо забросите саму идею в группой в соц.сети, либо придете в мысли все делать самому - и здесь вам пригодятся несколько рекомендаций:

- **Быть в теме.** SMM-маркетинг - куда более серьезная сфера, нежели макетирование и изготовление штампов. Не надо испытывать иллюзий, что освоив производство печатей, вы с такой же легкостью создадите что-то заметное во вконтакте. Придется для начала погрузиться в тему - благо сейчас много видеокурсов, книг и статей от специалистов своего дела.
- **Уделять время.** На пустую группу можно “накрутить” пользователей, но не заказчиков. Вам придется ежедневно вносить вклад в развитие своего сообщества. И эти усилия не пройдут зря - поиск интересной информации, создание своих текстов и фото обязательно натолкнут вас на новые идеи развития предприятия, расширения ассортимента.
- **Берите пример.** К сожалению, примеров в нашей теме не так и много, но они есть - связаны, прежде всего, со штампами для творчества. Вдохновляйтесь этими группами, но создавайте свои!

# PREMIUM ОСНАСТКА



**полный ассортимент**  
подарочных оснасток с полудрагоценными камнями и покрытием золотом 999,9  
в интернет-магазине

**[www.pgraph.ru](http://www.pgraph.ru)**

РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННОЕ ИЗДАНИЕ "РОСШТАМП"

Тираж - 4000 экз. Распространяется бесплатно.  
Учредитель - ООО "Полиграфич". Адрес: 610000, Киров, ул. Ленина, 65. Тел. (8332) 64-79-75.  
Главный редактор - Титова А.Л. [marketing@pgraph.ru](mailto:marketing@pgraph.ru)