

Оптик цилиндрической печати
Ассирия II тыс. до н.э.



Римская империя
II в. н.э.



Печать
Владимира Мономаха



Печать
Ивана Грозного



Печать
Временного Правительства



Печать РСФСР
нач. XX в.



Гербовая печать
XXI в.



№18 октябрь-ноябрь 2011 года

РОСШТАМП

paperworld
RUSSIA

27.9. - 30.9.2011

Stall H27, Pavilion 3, Middle Level

Ожидаемая выставка! Ожидаемые результаты?

В этом году в России впервые прошла выставка офисных товаров под мировым брендом Paperworld. Решение о проведении столь ответственного мероприятия можно назвать смелым. Выставка не просто пришлось на время продолжающегося экономического кризиса, но и была вынуждена конкурировать с давно зарекомендовавшей себя «Скрепкой». Как получился «первый блин» судить, наверное, не нам, а канцелярщикам (благо отзывов с оценочными мнениями предостаточно). Для «нашего брата» Paperworld интересна только с одной стороны - штемпельной!

Как известно, выставка Paperworld во Франкфурте - главный мировой форум штемпельной индустрии, на который ежегодно съезжается вся (даже российская) профессиональная общественность. Конечно, наивно было полагать, что российский эквивалент окажется такого же уровня. Однако сложилось так, что на выставку заявились 3 из 4 лидеров рынка: Trodat, Colop, GRM. У каждой компании были свои мотивы для участия, но они все сошлись в одном месте и в одно время. И такое единство при всей разности задач - редкое событие! Тем не менее, выставка практически прошла мимо штемпелеизготовителей, которые если и приезжали в эти дни в Москву, то на «соседнюю» выставку «Реклама». Причина этого - простое отсутствие к ней интереса. Во-первых, профиль Paperworld, равно как и «Скрепки», совершенно «не наш»... и даже участие трех штемпельных брендов не в силах изменить ситуацию. Во-вторых, для Trodat, Colop, GRM выставка была площадкой для общения, прежде всего, с канцелярскими компаниями, поскольку каждая из компаний имеет серьезные амбиции в этом сегменте. В-третьих, некоторые из участников заявили практически в последний момент, не успев провести нужную работу со своим партнерами.

Единственным из «автоматических» брендов, не заявившемся на выставку Paperworld, стал Shiny. В первые месяцы своей работы они уже участвовали в канцелярской выставке «Скрепка» с целью формирования определенной узнаваемости марки. Однако этот опыт полностью утвердил их в мысли, что эффект от такой выставки очень ограничен, а для продвижения в штемпельном сегменте в принципе отсутствует. Тем не менее, в дни проведения Paperworld интересы Шайни были представлены одним из их московских дилеров, но на соседней выставке «Реклама». И, по словам представителей компании, этот шаг полностью оправдал себя.



PAPERWORLD - международная выставка бумажной продукции, канцелярских и офисных товаров.

Дочерний бренд известной немецкой выставки прошёл в Москве в первый раз.

Свою продукцию представило более чем 120 компаний из 26 стран мира, включая Германию, Голландию, Италию, США и др.

4 263 профессионала отрасли посетило выставку, которая заняла 2 200 кв.м.

www.paperworld.messefrankfurt.ru



TRODAT
о важности выставки
для свой компании

Посетители нашего стенда смогли ознакомиться с новинками Trodat, пообщаться с менеджерами компании, получить всесторонние консультации по всем интересующим вопросам, а также стать обладателями каталога на 2012 год.

Помимо наших постоянных клиентов, стенд компании посетило большое количество заинтересованных продукцией Trodat компаний, уже работавших с данным брендом через бывшего официального дистрибутора и готовых возобновить работу через австрийское представительство Trodat.

По нашим предварительным оценкам, выставка Paperworld Russia – 2011 прошла очень успешно и окажет положительное влияние на развитие бренда Trodat в России. Руководство и сотрудники компании смогли лично пообщаться с партнерами, получить обратную связь от клиентов и рассказать о перспективах и планах. Отдельно стоит сказать о праздничном фуршете в банкетном зале выставочного комплекса, посвященном подведению итогов

Чемпионата Trodat 2011. В ходе церемонии участники смогли задать интересующие их вопросы и лично пообщаться с представителями Trodat Австрия в лице исполнительного директора Trodat GmbH Markus Wurcker, территориального менеджера Восточной Европы и СНГ Walter Doetzi и руководителя отдела продаж и маркетинга корпоративного направления Schmid Gerd. Победители получили ценные призы и сертификаты официального партнера Тродат в России.

COLOP
об успешности выставки

Компания КОЛОП приняла участие в выставке «PaperWorld Russia 2011», которая проводилась в России впервые и проходила в ЦВК «Экспоцентр» на Красной Пресне.

27 сентября 2011 года, в первый же день работы, экспозиция бренда COLOP собрала большое количество посетителей, что свидетельствует о том, что эта выставка является действительно важным и информативным событием отрасли.

Наши партнеры смогли получить ответы на интересующие их вопросы от менеджеров и непосредственно от первых лиц фирмы-поставщика COLOP – г-на Эрнста Фабера и Франца Ратценбергера, а также ведущего менеджера Виктории Райзингер.

Каждый посетитель стенда «КОЛОП» получил комплект рекламных материалов, содержащий полную информацию об ассортименте продукции, а также узнал о дальнейших планах развития марки COLOP в России и готовящихся проектах.



Никого не оставил равнодушным и сам стенд компании - яркий, стильный и впечатляющий, он с первой минуты посещения выставочного зала №3 привлекал всеобщее внимание.

Компания КОЛОП совместно с австрийским партнером фирмой COLOP в очередной раз подтвердили высокий уровень своей работы и очевидные перспективы роста в сегменте штемпельной индустрии.

«Уверенное развитие свойственно COLOP, а также партнерам, которые вот уже многие годы сотрудничают с нами», сказал генеральный директор г-н Э.Фабер, - «Товарный портфель COLOP — это продукция высокого качества и бренд, которому доверяют потребители».

Быть или не быть специализированной выставке?



Вопрос о специализированной выставке из тех, который напоминает о себе ежегодно, но пока так и остается на уровне замысла. Все последние годы (особенно со времени наступления экономического кризиса) эффективность выставок, на которых ранее выставлялись производители штемпельной продукции, снижалась. Совершенно очевидно, что “Скрепка” интересна исключительно для производителей “автоматов”, а “Полиграфинтер” стал неоправданной роскошью для всех остальных участников рынка. В итоге, непрофильность выставок, высокая стоимость участия и, в целом, низкая эффективность обесценили выставку как маркетинговый инструмент. И это в ситуации и без того серьезного информационного вакуума в штемпельном бизнесе.

Все это убеждает о необходимости реанимации специализированной профессиональной выставки, подобной Оттиск.ru. Только в таком формате выставочная деятельность будет интересна и полезна всем участникам штемпельного рынка. Специализированная выставка легко может собрать в одном зале более 20 компаний: производителей штемпельной продукции, поставщиков оборудования и расходных материалов. Ее посетителями могут стать не только профессионалы штемпельного дела, но и крупные корпоративные клиенты. В рамках выставки возможно проведение презентаций, семинаров и мастер-классов. Одним словом, такая выставка способна стать не условной, а реальной площадкой для делового общения всех представителей нашего бизнеса, для повышения профессионального уровня штемпелеизготовителей.

Идея специализированной выставки уже поддержана многими компаниями: Тродат, Колоп, Шайни, ПолиграфычЪ, Лазер-Графикс и др. Они выразили готовность оказать помощь в ее организации. Ведь именно организационный момент в данном случае будет самым сложным. И хочется верить, что у инициаторов выставки хватит оптимизма, сил и желания воплотить эту идею в жизнь!

На штемпельном форуме forum.pggraph.ru возобновляется обсуждение темы специализированной штемпельной выставки. Нам крайне важно знать мнение участников рынка о таком мероприятии, об оптимальном времени проведения, о том стоит проводить эту выставку в одно время с какой-то иной - Скрепкой, Paperworld, Реклама, Полиграфинтер и т.д. Кроме того, важны рекомендации по содержанию семинаров, круглых-столов и других информационно-дискуссионных мероприятий. Все это будет неоценимой помощью в деле планирования выставки и составления ее программы. Если мы хотим увидеть эту выставку в следующем году, то уже сейчас нужно проявлять активность всем тем, кто в ней заинтересован. Ждем Вас с идеями на форуме. Также свои пожелания Вы можете направлять в редакцию газеты на адрес marketing@pggraph.ru (для Анны Титовой).

Надеемся, что тема специализированной штемпельной выставки найдет поддержку у штемпельной общественности... особенно учитывая то, что за последние годы накопилось много актуальных вопросов и тем, которые требуют коллегиального обсуждения и принятия конкретных решений, направленных на развитие штемпельного бизнеса.

В завершении хочется сказать:
“До встречи на выставке!”



Солнечный бренд Shiny: 2 года на российском рынке



Осенью 2011 года исполняется два года Шайни в России. Это уже достаточный срок для того, чтобы дать взвешенную оценку результатам работы.

В качестве очевидных результатов можно назвать высокую узнаваемость бренда (достигнутую, в том числе, благодаря активной работе в регионах), серьезные объемы продаж (по ориентировочным расчетам на данный момент Шайни занимает более 20% российского рынка), сложившуюся дилерскую сеть.

С просьбой прокомментировать нынешнее положение и перспективы развития Шайни мы обратились к Татьяне Волковой - коммерческому директору ООО "Шайни-М".

Задать свои вопросы Татьяне Волковой и получить на них ответы Вы можете на профессиональном штемпельном форуме forum.pgraph.ru

В первые месяцы своей работы на российском рынке вы презентовали бренд Shiny в рамках канцелярской выставки «Скрепка» и многие ждали продолжения этой традиции. Однако в этом году вашего стенда не было ни на «Скрепке», ни на Paperworld Russia.

Да, в этом году наша компания приняла решение не участвовать в выставках по нескольким причинам.

Во-первых, предыдущий опыт подобного участия показал, что канцелярским компаниям не интересно продвигать штемпельную продукцию. Если ранее (до 2001г.) на стендах многих канцелярских фирм была представлена в том числе и штемпельная продукция, то уже более 10-ти лет этого не происходит. Они не против включения нашей продукции в каталог (не бесплатно, конечно), но выставлять ее на своих стенде, увы, нет. На этапе выхода на рынок мы представляли нашу продукцию на «Скрепке», но сейчас нас и нашу продукцию уже знают и нет смысла участвовать во всех канцелярских выставках.

Во-вторых, мы пока не выходим на «большой» канцелярский рынок, в связи с тем что не на 100% готовы обеспечить крупные канцелярские фирмы товаром бесперебойно в нужном ассортименте.

В-третьих, если рассмотреть рентабельность участия в таких выставках, то она в разы ниже, чем региональные семинары, которые мы проводим совместно с ПолиграфычЪ в регионах России. В этих семинарах участвуют и крупные, и средние, и маленькие компании, многие из которых давно не посещают московские канцелярские выставки. На семинарах мы становимся ближе к покупателям нашей продукции и привлекаем новых клиентов, а также участвуем в обсуждении недостатков работы, совместно находим решения существующих проблем. Также во время семинаров мы получаем большое количество советов по организации работы, расширению ассортимента продукции и т.д., что крайне важно для дальнейшей продуктивной деятельности. В 2012 году количество таких семинаров будет увеличено в несколько раз в связи с многочисленными региональными заявками. И мы очень этому рады.

И, наконец, в-четвертых, мы планируем организацию собственных штемпельных выставок, где представить свою продукцию смогли бы не только поставщики автоматической оснастки, но и многие другие компании изготовители.

Можно ли рассказать подробнее о планах организации специализированной штемпельной выставки.

Надеемся, что Trodat и Color уже поняли, что самой эффективной могла бы стать именно специализированная выставка. От представителей этих брендов в приватной беседе мы слышали подтверждение этих слов. Многие наши партнеры также хотели бы представить на такой выставке свою продукцию. Это такие компании как ПолиграфычЪ, Новые печати и штампы, Лазер-Графикс, Политех-Рязань. Учитывая, что общее согласие со стороны лидеров рынка есть, остается собрать оргкомитет и решить когда, где и в какой формате проводить эту выставку. Со своей стороны мы готовы принять деятельное участие в подготовке и проведении специализированной штемпельной выставки.

Какие новинки стоит ожидать вашим клиентам в ближайшее время?

Безусловно, самая ожидаемая новинка этого года - оснастка R-546 диаметром 46 мм. Надеемся, что появление этой печати сыграет значимую роль в расширении круга поклонников марки Шайни.

Хотим также сообщить, что с начала 2012г. все самонаборные штампы и датеры будут оснащены новыми усовершенствованными кассами букв и цифр, которые специально разработали для российского рынка.

Не так давно на тайваньском сайте Шайни появилась оснастка с антибактериальным покрытием. Вы планируете поставлять ее в Россию?

Оснастка с антибактериальным покрытием уже несколько месяцев в ассортименте Шайни (Тайвань). Изначально мы не хотели поставлять эту серию в Россию с учетом того, что в нашем постоянном ассортименте уже представлена и активно продается ЭКО-линия. Суть антибактериального покрытия на сегодняшний день не совсем понятна рядовому покупателю. Нам бы хотелось избежать вопросов серии: "Если пользуешься этой оснасткой, надо мыть руки или нет?", "А вся остальная оснастка у Вас что? вредная для здоровья?" и тому подобное. Но недавно к нам поступило несколько запросов на эту серию оснасток и мы решили, что если это хоть кому-нибудь нужно, мы будем возить ее в Россию.

Вот уже два года как Шайни работает со своими клиентами по дилерской системе. Можете ли Вы по прошествии этого времени дать ей оценку?

Начнем с того, что выбранная нами торговая политика дилерства не разочаровала нас и в дальнейшем мы будем только «укреплять», «отшлифовывать» и развивать ее дальше. Это единственная торговая политика, продуктивно работающая во всем мире и гарантирующая производителю минимум затрат на содержание компании.

Но на сегодняшний день есть ряд недостатков с которыми мы столкнулись и которые решаем.

1. Дилерство просят многие, но не все могут выполнить условия дилерского договора, (новый договор в данное время дорабатывается и будет готов к новому году) и поэтому наш список дилеров пока на 10% плавающий.
2. Не до конца есть понимание в разграничении дилерских территорий – мы работаем над этим вопросом
3. Не весь ассортимент продукции есть на дилерских складах да и товарный запас слишком мал.
4. Не все дилеры активно работают с оптовым рынком. Есть такие, кто в основном берет товар для собственных нужд, а продают оптом только при самостоятельной заявке покупателя, т.е. не активно продвигают наш товар.

Все эти проблемы безусловно решаемы и мы над этим работаем. Кстати недавно мы заключили дилерский договор с крупной компанией в республике Казахстан (скоро Вы увидите ее на нашем сайте).

Какие планы у Вас на следующий год кроме проведения региональных семинаров и организации штемпель выставки?

В наши планы на следующий год укрупнение сети наших дилеров. Также в начале 2012г. мы планируем открытие Представительства в Республике Беларусь.

Новости и новинки штемпельного бизнеса



SHINY PRINTER R-546 - САМАЯ ОЖИДАЕМАЯ НОВИНКА

Компания Shiny - один из лидеров мирового штемпельного бизнеса - продолжает увеличивать свое присутствие на российском рынке. Секрет международного успеха Shiny, имеющей представительства в 71 стране - пристальное внимание к национальным особенностям рынка и разработка продукции, адаптированной к ним. Так, до недавнего времени в линейке продуктов Shiny не было пластмассовой автоматической оснастки для печатей популярного размера 45 мм. Но теперь этот пробел восполнен. Образец печати был презентован на семинаре в Нижнем Новгороде, а первая партия Shiny Printer R546 появится на складе в Москве уже до конца года. Специалисты компании уверены, что этот доступный и качественный продукт будет не только популярен у российских партнеров, но и станет новой ступенькой в развитии бизнеса Shiny в России.

ПЕРВЫЙ ОСЕННИЙ СЕМИНАР В НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ

После летнего перерыва компании Шайни и ПолиграфычЪ возобновили серию региональных штемпельных семинаров, очередной из которых прошел 28 октября в Нижнем Новгороде. На этой встрече компания «Шайни» преследовала цель – ближе познакомить штемпелеизготовителей с продукцией и новинками, а также сориентировать их на работу с официальным дилером в регионе. Представителей Шайни - Алексея Шарикяна и Вячеслава Приступчика - порадовал тот факт, что практически все специалисты, присутствовавшие на встрече, уже работают или хотя бы имеют представление об их продукции. Особенно приятными были отзывы о высоком качестве оснастки и, в частности, о пропитке штемпельных подушек. Во время дискуссии из зала поступали не только вопросы о продукции Шайни, но и в целом о состоянии и перспективах развития. Это еще раз подтвердило полезность таких семинаров, которые выходят за рамки презентации продукции, становясь просто площадкой для профессионального общения.

Для компании «ПолиграфычЪ» поездка на этот семинар стала долгожданным и значимым событием. Несмотря на близость Кирова и Нижнего Новгорода, этот регион мало охвачен деятельностью компании. Именно поэтому свое выступление Анна Титова – зам.директора по маркетингу и развитию «ПолиграфычЪ» начала с общих моментов, но акцентировала внимание на главных конкурентных преимуществах предприятия. Суть выступления можно свести к идее «мы предлагаем не просто продукцию, мы предлагаем бизнес-решения». В «ПолиграфычЪ» надеются, что эта идея, проиллюстрированная на конкурентных примерах, была услышана. Добрым знаком в этом отношении можно считать реакцию участников семинара на такую новинку, как сургучные печати. Несмотря на всю специфичность этого продукта для штемпельного бизнеса, он был принят и, надеемся, взят на вооружение.

Опыт семинара еще раз показал полезность таких мероприятий для всех сторон. Шайни и ПолиграфычЪ услышали много ценной для себя информации, которая будет обязательно учтена в дальнейшей работе.



ПОЛИГРАФЫЧЪ НА ВОЛГЕ: ОТКРЫТИЕ НОВОГО САЛОНА В УЛЬЯНОВСКЕ

В самом начале осеннего штемпельного сезона после серьезных подготовительных работ состоялось открытие франчайзингового салона «ПолиграфычЪ» в Ульяновске. У руководства нового салона имеется определенный опыт работы в штемпельном бизнесе и желание вывести свое предприятие на новый уровень как в сегменте печатей и штампов, так и в новом направлении - изготовлении рекламно-сувенирной продукции. В компании-франчайзере надеются, что новый салон быстро войдет в ритм активной работы и пройдет «боевое крещение» в период высокого сезонного спроса.

Сегодня к открытию готовится еще один салон «ПолиграфычЪ» на Волге... в этот раз в городе Казань! Следите за информацией об открытии «ПолиграфычЪ-Татарстан» на сайте www.pggraph.ru.



«Позиция Trodat неизменна: всегда на шаг впереди!»



АЛЕКСАНДР ДОН

директор официального представительства Trodat в России ООО «Тротек Лазер».

Возглавил дочернее предприятие Trodat в июне 2011 года.

С того момента, когда было опубликовано официальное заявление компании Trodat о смене дистрибьютора на территории России, прошло несколько месяцев. Этого вполне достаточно, чтобы дать первую оценку ситуации, выявить основные проблемные моменты и определить векторы развития на ближайшее время. Какими стали для нового представительства Trodat первые месяцы работы?

Прошло всего несколько месяцев, за которые была налажена работа с ключевыми клиентами, запущены маркетинговые программы, открыто производство и т.д. Прделана такая работа, которая у многих небольших компаний занимает годы. Конечно нельзя сказать, что вся наша деятельность проходит без сучка и задоринки, но ко многим проблемам мы были готовы, другие решаем по мере их поступления.

Например, мы не успели, по независящим от нас обстоятельствам, попасть в основной каталог компании Комус, которая несмотря на это продолжает оставаться нашим крупнейшим партнером. В ближайшее время мы планируем совместно выпустить дополнительный каталог.

Очень радует тот факт, что большинство наших клиентов не придало значения распространившемуся на штемпельном и канцелярском рынках слуху о полной самоликвидации Тродата как бренда на территории России. Наша клиентская база на сегодня достаточно обширна, но мы на этом не останавливаемся. В ближайшие планы входит дальнейшее ее расширение, а также укрепление контактов с существующими партнерами. Наши менеджеры планомерно посещают вверенные им регионы, знакомясь лично с представителями компаний. Это дает возможность лучшего понимания потребностей клиента, взгляд изнутри так сказать.

Вы и ваша команда – люди новые в штемпельном бизнесе. У этого факта есть свои плюсы и минусы как для вас самих, так и нас – участников рынка. Как и на чем формируется Ваше понимание рынка? Какие аспекты штемпельного бизнеса остаются для вас непонятными? Формулируете ли Вы миссию предприятия в отношении рынка в целом?

Позволю себе с вами не согласиться. Не все наши сотрудники являются новичками в штемпельном бизнесе. Многие имеют огромный опыт личных продаж в штемпельном и в канцелярском мире. Так сложилось, что наш коллектив достаточно молодой, поэтому энтузиазма и идей у нас очень много. Австрийские коллеги провели ряд тренингов и теперь каждый сотрудник Тротек Лазер не просто знаком, а отлично знает весь ассортимент поставляемой нами продукции. В первые месяцы начала работы наши сотрудники проходили обучение не только по продукции Тродат, но и во всех возможных областях: у нас в офисе побывали опытные логисты, бухгалтеры, программисты и конечно же ведущие топ-менеджеры Trodat GmbH. Все они внесли свой вклад в становление российской дочерней компании.

Основной миссией компании мы считаем удержание сегодняшних и завоевание новых позиций Тродат на российском рынке. На наш взгляд, эти позиции несколько пошатнулись за последние годы, что дало возможность укрепиться здесь другим маркам, о которых еще 5 лет

назад мало кто слышал. Очень хочется, чтобы в ближайшем будущем каждый покупатель, заказывая печать или покупая самонаборный штамп был уверен, что ему нужен только Тродат.

От нового дистрибьютора Тродат в России многие ждали пересмотра политики на основе учета прежних ошибок. Самым главным шагом в этом направлении стал пересмотр прайс-листа в сторону увеличения суммы минимальной закупки. Такой подход к формированию прайс-листа и, соответственно, клиентской базы оправдал себя? Какие еще действия, отражающие новую политику бренда в России, вы планируете предпринять?

Первым шагом в пересмотре ценовой политики стала отмена так называемого «спец. предложения» - списка основных позиций, при закупке которых на определенную сумму любой клиент получал последнюю колонку прайс-листа независимо от регулярности и общего объема закупок. Такой шаг был направлен в первую очередь на поддержание крупных клиентов. Мы хотим, чтобы небольшим компаниям было выгоднее брать Тродат у наших крупных партнеров, чем напрямую у нас. От этого выигрывают все: крупный клиент получает дополнительных клиентов и возможность увеличить свой товароборот, а также уверенность в том, что цены его прайс-листа сможет получить только клиент, сопоставимый с ним по объемам закупки. Небольшие организации выигрывают от того, что обратившись к местной крупной компании они смогут получить быструю отгрузку со склада и выгодные цены. Мы же выигрываем в том, что даем развиваться нашим партнерам, не вступаем с ними в конкурентную борьбу за небольших клиентов, увеличивая средний отгрузочный счет, что приводит к экономии в логистике, а главное у наших менеджеров появляется больше времени, которое они могут использовать на индивидуальную работу по каждому клиенту.

Долгое время деятельность Тродат в России была ориентирована, прежде всего, на «канцелярщиков». Сейчас Вы предпринимаете усилия по восстановлению своего влияния именно в этом сегменте. Значит ли это, что штемпельное сообщество вновь остается на втором плане? Если не так, то какие маркетинговые мероприятия планируются именно для штемпельной целевой аудитории?

Мы пытаемся восстановить свое влияние и в сегменте канцелярщиков, и в сегменте штемпелепроизводителей. К штемпельному сообществу у нас вообще особое отношение. Продукция Тродат была прежде всего ориентирована на этот сегмент рынка, ведь первой автоматической оснасткой, произведенной Тродатом, был именно штамп, требующий изготовления индивидуального клише заказчика. Это ли не показатель ориентированности? Конечно, со временем ассортимент марки Тродат расширился, и появились позиции, прекрасно продающиеся на канцелярском рынке. Маркетинговые программы для канцелярщиков достаточно стандартны, в то же время, алгоритм маркетинговых акций со штемпельным сообществом требует более детальной проработки. В данный момент мы активно изучаем способы увеличения лояльности штемпелепроизводителей и их конечных потребителей. Надеемся, что это поможет нам привлечь новых и наладить отношения с уже существующими игроками штемпельного бизнеса.

В конце сентября на сайте Тродат появилась заявка о том, что «существующая на настоящий момент дилерская политика продаж на территории РФ не подразумевает наличия региональных представительств и эксклюзивных дистрибуторов продукции Тродат в отдельных регионах. Любая информация, свидетельствующая об обратном, является некорректной». Значит ли это, что Вы не планируете в ближайшее время выстраивать дилерскую сеть?

Да, на сегодняшний день ни одна фирма, с которой мы работаем не обладает статусом эксклюзивного дилера. На данном этапе мы не планируем укрупнение и структурирование дилерской сети в России.

Наличие единственного дилера в регионе, с одной стороны, облегчает работу поставщика, но, с другой, сопряжено с рядом дополнительных сложностей. Многие фирмы хотят стать дилерами Тродат, но пока такое предложение мы не готовы сделать ни одной компании. Возможно, мы вернемся к вопросу структуризации дилерской сети в новом году, когда у нас появится своя история работы и сложившийся опыт совместного бизнеса с нашими партнерами.

Мы <...> даем развиваться нашим партнерам, не вступаем с ними в конкурентную борьбу за небольших клиентов, увеличивая средний отгрузочный счет, что приводит к экономии в логистике, а главное у наших менеджеров появляется больше времени, которое они могут использовать на индивидуальную работу по каждому клиенту.

Трудно не признать, что за последние 1,5 года в среде российских штемпелеизготовителей отношение к продукции Тродат претерпело серьезное изменение. Если ранее австрийское качество было абсолютным эталоном, а вопрос стоимости второстепенным, то сейчас мы наблюдаем более лояльное отношение к восточным брендам, которые еще и выгодно отличаются по цене. На каких конкурентных преимуществах Тродат вы сегодня делаете акцент, и какую позицию занимаете в отношении других марок, представленных на рынке?

Стабильное качество, инновационные технологии и известность бренда – вот три кита, на которых стоит Тродат во всем мире. Даже в условиях выхода на рынок восточных брендов мы констатируем высокий уровень лояльности к марке Тродат, и многочисленные встречи с нашими клиентами это подтверждают.

К Тродату в России особое отношение. Это первая автоматическая оснастка, которая появилась на рынке и сразу же завоевала своего покупателя. Стабильное качество подтверждалось из года в год. С заметной регулярностью Тродат внедрял инновационные технологии, пользуясь оригинальными разработками своих инженеров. Наглядное тому подтверждение очередная серия оснасток Printy P4 с новым улучшенным механизмом смены дюши, а также позиционирование данной серии как экологичного продукта, производимого с минимальными затратами природных ресурсов.

Позиция у Тродата неизменна: Тродат всегда на шаг впереди. Менять эту позицию мы просто не имеем права т.к. согласны с ней на все 100%. Ни одна марка не внесла такого вклада в штемпельный мир, как Тродат. Весь мир сделал выбор в пользу нашего бренда. Более серьезного аргумента нет ни у одной марки, присутствующей на сегодня на рынке России.

Хочется отметить, что только Тродат представлен в России своей дочерней компанией, тогда как другие присутствуют на рынке через своих дистрибуторов, что также является нашим очевидным преимуществом и играет против конкурентов.

В ближайшее время мы представим штемпельному миру абсолютно новое интернет-решение, которое будет интересно как канцелярщикам, так и штемпелепроизводителям. На данный момент оно проходит локализацию для русскоязычных пользователей.

В последние годы одним из спорных вопросов в работе «старого» Тродат была их производственная деятельность по изготовлению печатей и штампов, а также активное участие в тендерах. Многих не устраивал тот факт, что таким образом поставщик вступает в непосредственную конкуренцию со своими клиентами. Планируется ли Вы организацию собственного производства клише печатей и штампов? Если да, то будет ли ООО «Тротек Лазер» активно участвовать в московских и региональных тендерах? Этот вопрос и для нас оставался долгое время спорным. Организация производства дело нелегкое и достаточно затратное. Естественно, работа с конечником дает возможность получить отзыв о нашей продукции, ее достоинствах и недостатках из первых рук, самим понять проблемы, с которыми сталкиваются штемпелепроизводители, пропустить весь процесс через себя. Очень хотелось заполнить именно ту нишу, которую занимал дистрибутор Тродата, а также попытаться "подвинуть" конкурентов, которые поставляют конечникам штемпельную продукцию других марок.

Мы ни в коем случае не собирались конкурировать с нашими клиентами в Москве, и уж тем более в регионах, которые поставляли конечным клиентам оснастки фирмы Тродат. К сожалению, оптовые клиенты достаточно негативно отнеслись к открытию нами собственного производства, а конкуренты воспользовались информацией разового коммерческого предложения и интерпретировали ее в своих интересах. В этих условиях, всё взвесив, мы приняли серьезное решение о приостановлении работы в корпоративном направлении, дабы избежать непонимания со стороны наших клиентов.

Что касается участия в тендерах, мы можем абсолютно точно сказать, что никогда не участвовали и не будем участвовать в региональных и московских мероприятиях подобного рода. При этом мы будем активно помогать нашим клиентам, которые будут представлять в том или ином тендере нашу продукцию. Минимальные сроки поставки и специальные цены будут давать возможность нашим партнерам быть конкурентными на любой торговой площадке.

Новости Trodat

НОВИНКА Mobile Printy 9440



Новинка идеально подходит для круглой печати и штампа. Размер оттиска 40x40 мм.

Уникальная пирамидальная форма гарантирует устойчивое равномерное давление на всю текстовую площадку. Оснастка раскладывается и складывается одним движением руки (пока вы удерживаете кнопку - оснастка открыта, как только отпускаете - она автоматически складывается). Отличается компактностью, идеально подходит для командировок. Имеет специальный клип для крепления к карману куртки или брюк с помощью внутреннего зажима.

НОВИНКА Professional 52040



Профессиональная серия Trodat пополнилась оснасткой для круглой печати диаметром 40 мм.

Дата начала отгрузки оснастки начало 2012 года.

ОТКРЫТИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО СКЛАДА

С октября компания Trodat открыла второй дополнительный склад, благодаря которому стала возможна оперативная отгрузка мелких заказов для московских клиентов. Склад находится в нескольких шагах от офиса в районе метро Белорусская.

НОВЫЙ АДРЕС В ИНТЕРНЕТ

У Trodat появился новый адрес в русскоязычном интернете - www.trodat-russia.ru Именно здесь клиенты компании могут найти всю самую актуальную информацию о продукции, акциях и мероприятиях.

Обсуждение интервью на штемпельном форуме forum.pgraph.ru

Генеральный директор Color о планах и перспективах марки в России



Генеральный директор австрийской компании COLOP Stempelerzeugung Skoprek GmbH & Co. KG господин Эрнст Фабер

О РОССИЙСКОМ ШТЕМПЕЛЬНОМ РЫНКЕ

Мы придаем большое значение продвижению марки COLOP в России и планируем расширять свое присутствие. Российский рынок стремительно развивается и заметно растет интерес к нашей продукции. Экспортируя свою продукцию в 120 стран мира, компания COLOP рассматривает российский штемпельный рынок как один из самых важных и перспективных.

О COLOP

COLOP - крупнейший поставщик штемпельной продукции в России. Наша компания широко известна благодаря своим инновационным технологиям и высокому качеству выпускаемых изделий, занимает ведущую позицию в мировой штемпельной индустрии. Особенно в последние годы компания COLOP смогла значительно увеличить обороты производства. Эффективные решения и новаторские идеи позволяют марке COLOP быть в авангарде отрасли уже более 30 лет.

Мы внимательно изучаем потребности современного штемпельного бизнеса и конкретного пользователя. Постоянно совершенствуем свою продукцию, создавая новые модели для различных сфер деятельности. Так, например, на протяжении 20 лет абсолютным стандартом остается автоматическая круглая оснастка COLOP R40, которая была произведена компанией специально для российского рынка, где печать является главным атрибутом делопроизводства.

Только у COLOP есть самые большие автоматические штампы X-Large размером 106 x 55 мм в серии Expert Line максимально прочной из всех существующих на штемпельном рынке – оснастки на 80% выполнены из стали. Продукция COLOP Expert Line стала образцом надежности.

COLOP единственная штемпельная продукция со встроенной антибактериальной системой защиты Microban на основе 3G Silver – серебряной технологией третьего поколения.

Оснастки COLOP серии Printer NEW Special Edition Liquid wood сделаны из инновационного материала – так называемого «жидкого дерева» лигнина – натурального продукта, остающегося неиспользованным в бумажной промышленности.

COLOP Green Line – первая экологическая линия оснасток, появившаяся на штемпельном рынке в 2008 году. COLOP – первая компания-производитель, ставшая обладателем сертификата Международной организации по стандартизации: ISO 14001.

COLOP на российском рынке

Наша цель - стать компанией №1 на российском штемпельном рынке. Мы сможем достичь ее, благодаря многим составляющим.

Самое важное это то, что мы имеем в России сильную профессиональную команду, у которой большой опыт в штемпельном бизнесе, которая прекрасно знает свое дело и понимает своих клиентов. Компания КОЛОП в России серьезно и много работает, демонстрируя стремительные темпы развития.

Один из главных факторов успеха – это крепкие долгосрочные взаимоотношения с ведущими оптовыми компаниями российского рынка.

Для России мы производим инновационную продукцию, самого широкого ассортимента.

Так же важно то, что мы имеем здесь большой склад и можем осуществлять поставки в кратчайшие сроки.

Мы стремимся к совершенству, предлагая лучшие инновационные решения, и видим себя как будущего лидера российского штемпельного рынка. Я убежден в том, что мы достигнем цели. Для меня это просто вопрос времени. Мы на верном пути!

Видео обращение г-на Эрнста Фабера смотрите на обновленном сайте российского представительства компании Color

www.colop-m.ru

ОПЕРЕЖАЯ ВРЕМЯ

ДВЕ ЗВЕЗДЫ ШТЕМПЕЛЬНОГО БИЗНЕСА

разработаны специально
для российского рынка



САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ОСНАСТКИ COLOP ДЛЯ КРУГЛЫХ ПЕЧАТЕЙ
Printer R 40 и Expert Line R 3040

COLOP
АВТОМАТИЧЕСКИЕ ШТАМПИ

Быстропечати: скоро в продаже

От редакции

За всю историю отечественного штемпельного бизнеса рынку было предложено программных продуктов, которые можно сосчитать на «раз-два». Фактически это Автоматизированная система управления штемпельным бизнесом от ПолиграфичЪ и программа для макетирования «Штамп» от Графики-М. И мы были крайне удивлены, узнав, что к запуску готовится новый IT-продукт, создаваемый силами еще совсем молодых (в прямом и профессиональном смысле) штемпелеизготовителей. Нам удалось познакомиться с концепцией и демо-версией программы, которая сейчас находится на стадии окончательной доработки.



Новый программный продукт предназначен для автоматизации процесса производства печатно-штемпельной продукции. По замыслу создателей он должен обеспечивать возможность сбора, хранения и обработки данных о заказчиках и продукта, а также работу с макетами печатей и штампов.

Программа позволяет сократить расходы за счет уменьшения числа сотрудников, автоматически создавать макеты любых печатей и штампов, снизить брак при производстве, автоматически заполнять бухгалтерские документы, вести электронную базу данных заказов, контролировать товарные остатки, вести историю взаимоотношений с клиентами, видеть полную аналитику работы компании.

ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ:

- Автоматическая обрисовка макетов изделий с проверкой обрабатываемых данных на наличие ошибок;
- Заполнение первичных бухгалтерских документов (договоры, счета, акты);
- Систематизация и хранение обрабатываемых данных, а также хранение макетов изделий;
- Аналитические отчеты по продажам;
- Импорт макетов изделий в векторные редакторы;
- Подготовка макетов изделий для производства.

Программа разработана не на основе 1С и работает полностью автономно. Благодаря этому, она в большей степени ориентирована на небольшие и средние штемпельные компании, в которых процесс автоматизации отсутствует полностью. Также программа может быть интересна тем предприятиям, которые не имеют возможности приобрести лицензионные 1С и Corel Draw.

При использовании программы в процессе задействовано 2 сотрудника: менеджер и технолог. То есть за счет автоматизации набора макетов из производственного процесса полностью исключается макетер как отдельная штатная единица. При приеме заказа менеджер вводит данные клиента в специальную форму. Программа автоматически обрабатывает данные на предмет ошибок и формирует макет на основе имеющихся шаблонов. На основе данных клиента также оформляются и необходимые платежные документы.

СЦЕНАРИЙ РАБОТЫ ПРОГРАММЫ:

Ввод данных и создание макета состоит из 5 шагов:

1. Добавить заказчика
2. Ввести реквизиты заказчика
3. Сформировать заказ
4. Выбрать продукцию или услугу из прайс-листа
5. Выбрать шаблон и создать макет изделия

Созданный макет передается в работу!

Основной сервис программы – это конструктор макетов. При производстве продукции штемпельные предприятия используют дорогостоящие графические редакторы, лицензионные версии которых в последнее время приходится покупать. И даже при работе в этих программах, создание макета отнимает значительное время. Программа «Быстропечати» предлагает встроенный конструктор, который с легкостью позволяет создавать и редактировать макеты печатей и штампов. Работать в конструкторе сможет даже начинающий пользователь: необходимые поля заполняются автоматически на основе реквизитов заказчика. Для создания макетов используется база шаблонов, которую пользователь программы может пополнять. Для решения сложных графических задач возможен импорт макета в векторный формат.

Другим основным сервисом программы, позволяющим оформлять заказы и вести минимальный учет, является прайс-лист. Он содержит стоимость оснасток, клише и дополнительных услуг по разработке макетов. В прайс-листе отражается количество оснастки на складе, что позволяет менеджерам предприятия свободно ориентироваться в товарных остатках.

Для принятия управленческих решений программа предоставляет статистические и аналитические данные по заказам:

- Выручка по результатам продаж
- Средний чек по дню/неделе/месяцу
- Продажи изделий за день/месяц/указанный период
- Количество повторных обращений клиентов
- Количество обращений по картам клиентов
- Ежедневный/недельный/месячный/годовой рост продаж относительно прошлого периода
- Категории клиентов.

В таком минимальном формате программа позволяет автоматизировать работу небольшого штемпельного предприятия, дав возможность

экономить на дополнительном программном обеспечении (1С и Corel Draw). Ориентация на малые предприятия выражена и в том, что у программы пока отсутствует сетевая версия, которая позволяла бы работать одновременно нескольким менеджерам в одной базе. Разработка такой версии - перспективное направление.

На данный момент программа находится на стадии окончательной доработки. Дописывается аналитический блок. Планируется внести коррективы в соответствии с пожеланиями потенциальных клиентов. Все желающие могут увидеть демоверсию программы на сайте **bistrophechati.ru** и задать свои вопросы разработчикам программы на форуме **forum.pgraph.ru**.

Продукт будет доступен с 1 января 2012 года. В комплект Быстропечати v.1.0 будут входить: установочный диск, инструкция пользователя и ключ защиты HASP.

Ориентировочная стоимость программы - 16 000 руб.



*Первая информация о программе появилась на штемпельном на форуме **forum.pgraph.ru** еще в августе и сразу же вызвала жаркие споры, которые переросли в обширную дискуссию о менеджменте штемпельных предприятий. Хочется верить, что это обсуждение было полезным для разработчиков продукта и привело к реальным его доработкам.*

*Задать свои вопросы авторам, познакомиться с дискуссией, узнать о процессе разработки (а, в дальнейшем, и продажах) программы вы можете на форуме **forum.pgraph.ru** в разделе “Как организовать работу штемпельного предприятия”.*

Самый “штемпельный” из всех офисов



Как часто многим из нас хочется оформить свой офис так, чтобы он запомнился каждому входящему в него! Именно поэтому, когда в компании “Полиграфыч” встал вопрос о проведении ремонта в центральном салоне, было принято решение отказаться от безликого “евроремонта” и найти решение, которое бы удивляло, радовало глаз... и, конечно, было бы непосредственно связано с профессиональной деятельностью.

Так родились, а потом и нашли свое воплощение, некоторые штемпельно-декоративные задумки. Прежде всего, обновлению подверглись все ровные поверхности: стены, пол, столы. Теперь они, в буквальном смысле,

сплошь покрыты оттисками печатей. Не раскрывая “секретной” технологии, скажем лишь то, что процесс оказался крайне трудоемким и занял не одну неделю.

Отдельным арт-объектом стало панно, которое заняло целую стену. На ней из цветной оснстки для печатей и штампов был выложен герб Кировской области. Несмотря на всю противоречивость оценок этого панно посетителями и сотрудниками, оно вызывает интерес, удивление и заставляет о себе говорить!

Нужно сказать, что в салоне преобразились почти все интерьерные объекты: столы, двери, компьютеры и даже цветочные горшки, что довершило общий образ салона. Приглашаем вас посмотреть полную фотогалерею на сайте «Полиграфыч» www.pgraph.ru и обсудить на форуме. Будем рады, если наш опыт будет интересен и сподвигнет кого-нибудь на такие же смелые эксперименты!



Рекламные возможности сайта www.pgraph.ru

Сайт www.pgraph.ru - достаточно известный ресурс в своем сегменте. На протяжении 5 лет он создавался усилиями сотрудников компании “Полиграфыч” при активном участии многих представителей штемпельного сообщества. Сегодня сайт и форум отличается высокая посещаемость (самая высокая в штемпельном бизнесе - 350-400 уникальных посетителей в день), авторитетность, обширная география пользователей и качество аудитории. Благодаря всему этому сайт www.pgraph.ru можно рассматривать как идеальную рекламную площадку для тех компаний, кто работает в штемпельном бизнесе и нуждается в эффективной и адресной рекламе.

С октября этого года “Полиграфыч” готов предложить всем желающим воспользоваться рекламными возможностями своего сайта и форума. В качестве вариантов предлагается: **баннерная реклама, рекламные кнопки, публикации рекламного характера и рекламные блоки в нашей ежемесячной рассылке новостей** по базе клиентов. Важно то, что основная часть вариантов предлагает **оплату по факту** конкретных переходов на рекламируемый объект. То есть при таком размещении вы будете платить исключительно за реальных посетителей и потенциальных клиентов.

Более подробная информация о рекламном предложении “Полиграфыч” отражена на сайте в разделе “Реклама на сайте”.

С вопросами о размещении рекламы вы можете обращаться к администратору сайта Анне Шушариной - internet@pgraph.ru

Москва: (495) 911-37-10
(495) 912-64-29
ICQ: 295290723

Киров: (8332) 64-13-99
(8332) 64-15-49
ICQ: 262892661

Полиграфыч
Великолепные печати
и штампы

Иготовление печатей и штампов | Промоции для штемпельщиков | Франчайзинг

ЗДЕСЬ
МОЖЕТ БЫТЬ
ВАША РЕКЛАМА

Штемпельный форум
Сегодня обсуждается тема:

Обучение
Диск с макетами
печатей и штампов

Многоцветные
печатей и штампов

Новая серия Printy 4.0 от Trodat

Первая в мире оснастка, производство которой не вредит экологии



- Printy 4.0 производится с применением энергосберегающих технологий и в соответствии с высокими экологическими стандартами.
- При производстве Printy 4.0 на 49% сократились выбросы CO2 в атмосферу.
- Оригинальная оснастка Printy 4.0 на 65% изготовлена из переработанного пластика, что позволяет сберечь ценные природные ресурсы.
- В качестве сырья для оснасток printy 4.0 используются экологически чистые материалы, не содержащие вредные примеси.



Trodat - официальный партнер всемирного фонда Охраны Природы (WWF) в Австрии с июля 2010 года.

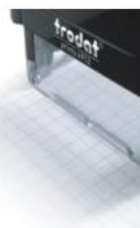
- Около 80% отходов производства используется для дальнейшей переработки.
- Тепловые выделения, возникающие в ходе технологического процесса, применяются для отопления зданий.
- Станки охлаждаются с помощью свежего воздуха.
- 62% электричества поступает из восстановленной энергии.
- Все этапы производства происходят без выбросов в сточные воды.
- Изготовление продукции из переработанного пластика позволяет сохранить ценные энергоресурсы и снизить выбросы углекислого газа.



ЧИСТОТА ПАЛЬЦЕВ

Специальные "ушки" позволяют избежать прикосновений к картриджу при его замене.

Чистота пальцев гарантирована!!!



ТОЧНОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ОТТИСКА

Прозрачное основание оснастки, прозрачные боковые края обеспечивают четкое размещение оттиска.



НЕВЕРОЯТНО МАЛЕНЬКАЯ И ЛЕГКАЯ ОСНАСТКА

Одна из самых компактных самокрасящихся оснасток в мире.



ЛЕГКОЕ ОТКРЫТИЕ КРЫШКИ ИНФОРМАЦИОННОГО ОКОШКА

С помощью специального увеличенного паза крышка снимается абсолютно без усилий. Симметричные защелки позволяют легко установить крышку с любой стороны штампа.



БОЛЬШИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ

Нанесение логотипа или любой другой индивидуальной информации возможно на лицевой стороне корпуса оснастки, которая при необходимости может быть выполнена из белого пластика.



ПРОСТЕЙШАЯ УСТАНОВКА КЛИШЕ

Более высокое размещение текстовой пластины. Наличие направляющих для ее крепежа.



НОВЫЙ ДИЗАЙН БОЛЬШОЙ ВЫБОР ЦВЕТОВ

ДОСТУПНЫЕ МОДЕЛИ

Printy 4911, Printy 4912, Printy 4913
Printy 4910, Printy 4915 доступны с 2012 года



www.russia.trodat.net
+7(495) 637-90-00