

НАРУЖКА



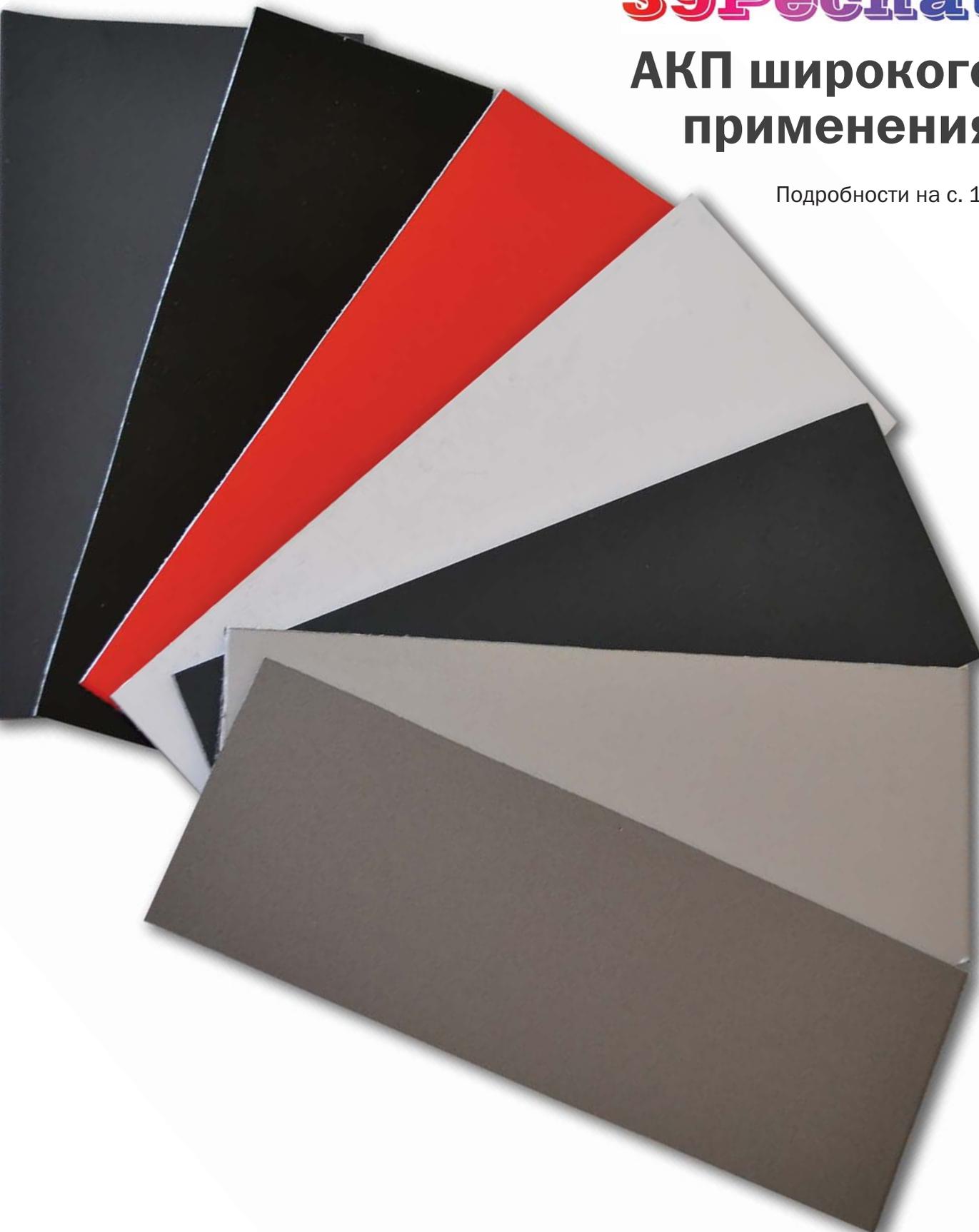
издание для производителей рекламы

#158 июнь 2024 | технологии | тренды | практики | люди | компании

39Print

АКП широкого применения

Подробности на с. 10



ЧИТАЙТЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ СМИ

Если посмотреть на прогресс через призму технологий или оборудования, то можно заметить следующую закономерность. Сначала изобретается что-то новое и широко анонсируется с рассказом о том, как это новое изменит вашу жизнь или бизнес. Затем этот новый продукт начинает выпускаться массово, его стоимость снижается, он становится доступным для большинства. Конкуренция усиливается. Продукт сначала оптимизируется, потом в нем появляются новые опции, расширяя его функционал. Иногда в одном продукте соединяются смежные технологии, которые делают его более универсальным. И так до тех пор, пока снова не появляется принципиально новая технология.

Весь этот технический прогресс мы наблюдаем и на нашем рынке в части оборудования для рекламы. Казалось бы, совсем недавно появилась UV DTF-печать, а мы уже видим пример того, как её встроили в обычный УФ-принтер на примере GO!Digital UF-600X Plus. Малый предприниматель теперь не обязан покупать несколько машин, чтобы предоставлять широкий спектр услуг на рекламном-сувенирном рынке. Начать можно с недорогого Noca! UVA3MAX. И даже в блоках питания есть куда дви-



*Олег Вахитов,
главный редактор журнала «Наружка»
Издание для производителей рекламы»*

гаться, кроме понижения цены — в ELFLLED применили технологию параллельного подключения и увеличили надежность подсветки в три раза!

Если и вы хотите оставаться в авангарде рекламного-производственного бизнеса, читайте профессиональные СМИ и узнавайте больше о новинках, которые поднимут вашу эффективность на новый уровень!

Издатель ООО «Ар энд Ди Коммуникейшнз»
Главный редактор Олег Вахитов

E-mail: info@RiDcom.ru

Адрес редакции

123308, г. Москва, ул. Зорге, д. 7Г

Телефонс +7 (977) 654-2117,

Тираж 1.000 экз.

Печать ООО «Юнион Принт», 603022,
Нижегородская обл., г.Н.Новгород, ул.Окский
Съезд, д.2 Тел. 416-01-68, 439-44-99, 430-71-22

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и охраны культурного наследия как рекламное издание. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС 77-31288 от 05 марта 2008 г.

При перепечатке материалов ссылка на издание обязательна. Ответственность за коммерческие материалы несут рекламодатели.

Бесплатный журнал в офисах партнеров:

СТМ

Москва, Барабанный пер., д.4, стр.4 /

РУССКОМ

Москва, Рубцовская набережная, д.2., к .5

Техно-Графика

Москва, Павелецкая набережная, 8, стр.6, оф.106

Арт-Бюро

Ставрополь, ул. Ломоносова, 25, «Дом Водников»

РЕКЛАМА В НОМЕРЕ

ПЕЧАТЬ — поставка АКП — 1-я обл., 10

ТУПЛЕКС — листовые материалы — 6

Русском — GO!Digital UF-600X Plus с функцией UV DTF-печати — 12

LIYU RUSSIA —УФ-принтеры LIYU PLATINUM — 16

Технографика — УФ-принтер Noca! UVA3MAX — 20

Дестек — листовые акриловые материалы — 23

СТМ — блоки питания с технологией параллельного подключения — 24

RDP Trade — новые бортогибы Accutek AT3 — 27

ИП Албу Я.В. — патент на рекламоноситель — 28

Оргстекло — листовые акриловые материалы — 34

Еще больше информации:

www.ridcom.ru

Электронный архив журнала

naruzhka.rf

Подписка на журнал

Цены на рекламу в журнале

www.signbusiness.ru

Отраслевой портал о визуальной рекламе

<https://t.me/naroozhka>

Телеграм-канал.

По вопросам сотрудничества обращайтесь по телефону +7 (977) 654-2117 или по электронной почте bobkova@ridcom.ru

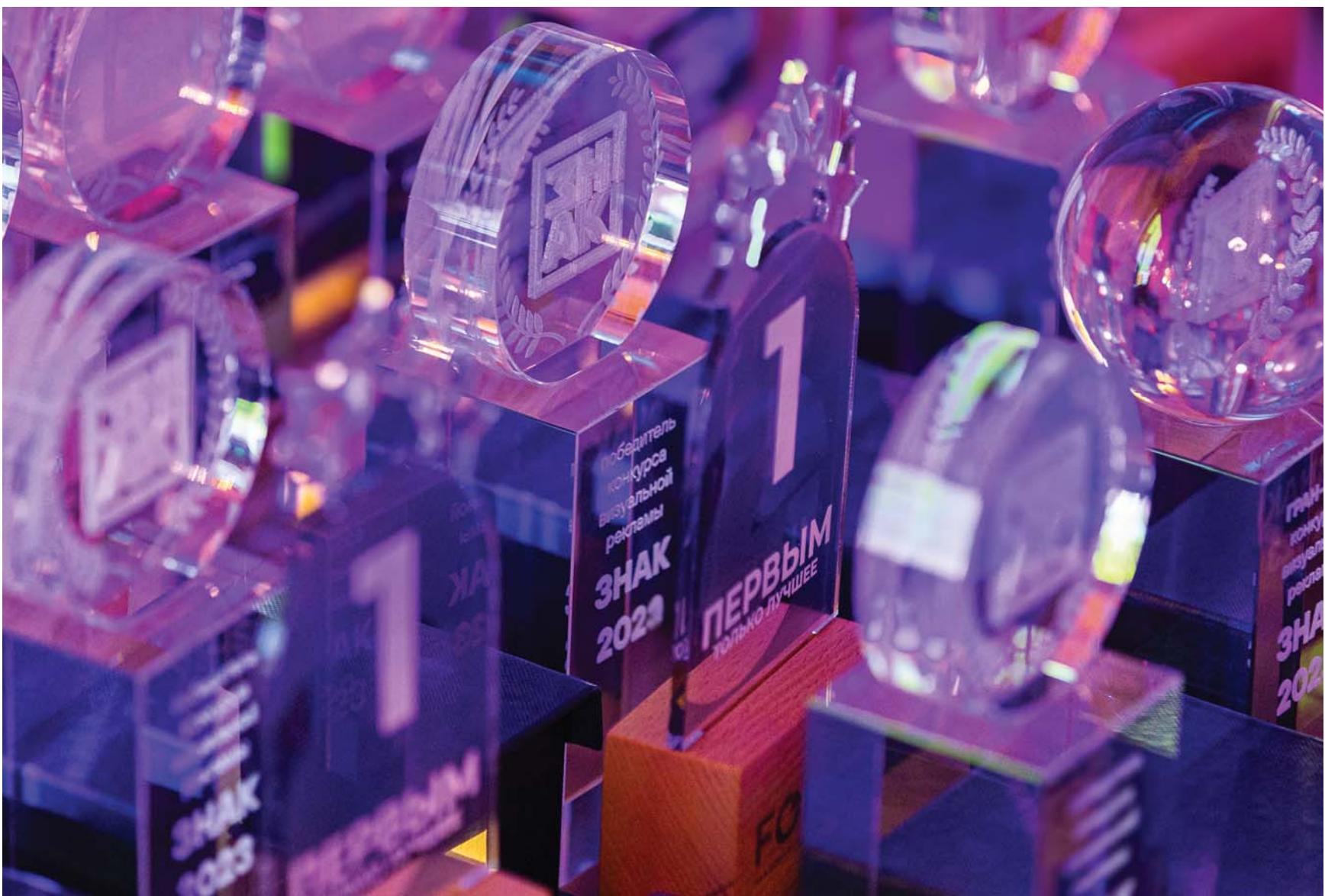


КОНКУРС ВИЗУАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

НАРУЖКА >
издание для производителей рекламы

ВИЗКОМ
Ассоциация производителей средств визуальной
рекламы и информации

СТМ ■■■



Условия участия: конкурсзнак.рф

Размещение работ: www.signbusiness.ru

Награждение призеров на **SIGNForum-2024**



39Pечат — АКП широкого применения

На рынке материалов для наружной рекламы и строительства продолжают появляться новые игроки, которые занимают освободившиеся ниши, предлагая продукцию конкурентного качества и с широкой ассортиментной линейкой. Компания «Печать» — один из таких игроков - поставляет на российский рынок алюминиевые композитные панели под собственным брендом 39Pечат.

10



События

5 Новости

Персоны и компании

6 «Туплекс»: 20 лет успеха на российском рынке рекламы

Продукты и решения

10 39Pечат — АКП широкого применения

12 GO!Digital UF-600X Plus с функцией UV DTF

16 Премиальное оборудование от Liyu International

20 Nocaí UVA3MAX: функциональность и доступность

24 ELFLED меняет правила!

6

12



16

20

Развитие бизнеса

26 Красивое производство — еще один канал продаж

28 Больше граней — больше возможностей!

32 Что такое регламенты?

35 Где купить

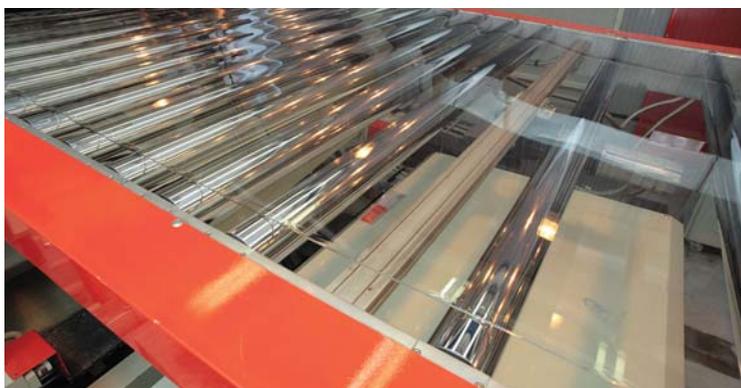


24

28

«Дестек»: 20 лет успеха на рынке акрилового стекла

Май этого года знаменателен тем, что исполняются 20 лет со дня регистрации самого успешного в России производителя и поставщика акрилового стекла — ООО «Дестек».



Все 20 лет «Дестек» непрерывно, 12 месяцев в году, 24/7 экструдировывает листы, превосходящие по свойствам нормы традиционных стандартов и ставшими эталонным качеством ПММА в XXI веке.

Стараясь доказать своё лидерство, «Дестек» полностью воспроизводит немецкий подход к делу, а, по мнению потре-

бителей, в ряде аспектов и превзошел своего основателя, имеющего 90-летний опыт в производстве ПММА.

В конце 2023 года «Дестеком» была произведена 100.000-ная тонна листового ПММА на заводе в г. Подольск!

В 2024 году важность «Дестека» как поставщика, не допускающего сбоев в поставках и качестве, имеющего сотни тонн резервной продукции на складах в сердце России, интегрированного в глобальную систему поставок и платежей, выросла еще больше.

Это даёт возможность «Дестеку» и его потребителям уверенно вступать в третье десятилетие работы, продолжать поиски новых продуктов, решений, брендов.

Компания «ПРИЗМИКС» установила 5-метровый УФ-принтер в Москве

В мае компания «ПРИЗМИКС» установила на производстве компании «ДАРТ Экспо» в Москве 5-метровый рулонный УФ-принтер Liyu PLATINUM QR5. Эта инсталляция существенно увеличит объемы печати на баннере и пленках для компании, специализирующейся на оформлении выставок и мероприятий.

Принтер Liyu PLATINUM QR5 оснащен 8 печатными головками Konica Minolta 1024A (СМУКх2), что позволяет печатать с высокой скоростью и качеством. В будущем, при необходимости, возможно увеличить скорость печати за счет добавления дополнительных печатных головок.

«Дарт Экспо», один из ведущих игроков на рынке выставочного строительства в России, с 2000 года работает в сфере застройки стендов и выставочного дизайна.



Компания является почетным членом российских и международных союзов и заслужила доверие таких крупных мировых брендов, как Mercedes-Benz, Sony, Ростех, ОМК, ВТБ.

Рулонный принтер PLATINUM QR5 представляет собой высокопроизводительное решение для премиальной печати шириной 5,2 м, позволяя печатать на трех рулонах шириной 160 см или четырех рулонах шириной 120 см одновременно. Принтер обеспечивает печать интерьерного качества с использованием до 8 цветов (СМУК, LC, LM, W, V) и поддерживает многослойную печать белым цветом (до 5 слоев).

«Туплекс»: 20 лет успеха на российском рынке рекламы

Компания пришла в Россию в 2004 году, стремясь привнести свои инновационные решения в область поставок рекламных материалов. Сегодня «Туплекс» гордится своими достижениями и планирует дальнейшее расширение, опираясь на принципы качества, сервиса и командного духа. О том, что лежит в основе успеха компании на рынке рекламных материалов редакции журнала рассказал генеральный Директор «Туплекс Россия» Цомбер Рафал Владислав.



— Я с компанией «Туплекс» познакомился 15-17 лет назад, когда впервые вышла ваша реклама в журнале «НАРУЖКА». Господин Рафал, расскажите, как начинался бизнес «Туплекс» 20 лет назад, и как за это время изменилась компания?

— Компания начала свою деятельность на польском рынке тридцать три года на-

зад, а спустя тринадцать лет г-же Ренате Тульвин, собственнице «Туплекс», пришла идея открыть бизнес в России, чтобы принести сюда свои ноу-хау в поставках материалов для рекламного и промышленного рынков. Первые 10 лет для компании были непростыми, возможно, из-за того, что были выбраны не совсем правильные поставщики. Но в любом случае мы научились на своих ошибках, и последующие десять лет для нас были особенно успешными, потому что мы поставляли нашим клиентам именно те материалы, которые им требовались. Мы достигли тех, целей, которые перед собой ставили. В первые десять лет мы открыли восемь филиалов в самых крупных городах России. Тогда учились работать на локальных рынках, изучая, какие продукты ожидают наши покупатели. На текущий момент есть сегментация продуктов по регионам. И сейчас можно с уверенностью сказать, что в Ростове-на-Дону клиент требует немного другие материалы, нежели в Санкт-Петербурге или Новосибирске.

— Есть ли определенная специализация в продуктовой линейке поставляемых вашей компанией материалов?

— Не скажу, что мы специализируемся в конкретных продуктах. Мы стараемся

специализироваться в группах товаров, чтобы иметь продукты, которые действительно требуют рынок. Многие из них мы поставляем под своим брендом. И, глядя на объемы реализуемой продукции, мы видим, что движемся в правильном направлении — продажи растут из года в год. Так как мы работаем преимущественно на рекламном рынке, главным нашим продуктом является акриловое стекло — и в денежном выражении, и в тоннах это главная группа товаров. Далее идут текстильные материалы, тенты, баннеры, поставки которых мы сейчас достаточно активно развиваем. Также поставляем вспененный ПВХ и алюминиевые композитные панели. Это, пожалуй, основные продукты в нашем портфолио. Также мы поставляем самоклеящиеся пленки, хотя их доля в сравнении с другими материалами не такая высокая.

— Подбирая ассортимент продукции, вы ориентируетесь на качество материала, его премиальность или низкую цену?

— «Туплекс» никогда не являлся компанией, которая продает на рынке самый дешевый материал. Мы никогда не умели продавать самый дешевый продукт, и при наших объемах мы даже не можем себе этого позволить. К тому же по моему опыту на

рынке всегда будет кто-то, кто предложит еще дешевле. Мы в этом сегменте продаж никогда не хотели участвовать. Мы должны быть уверены, что наш продукт прежде всего качественный, а также востребованный. Поэтому поставляем материалы, цена на которые соответствует их качеству.

— Как вы решаете вопросы с поставками и логистикой в это непростое время?

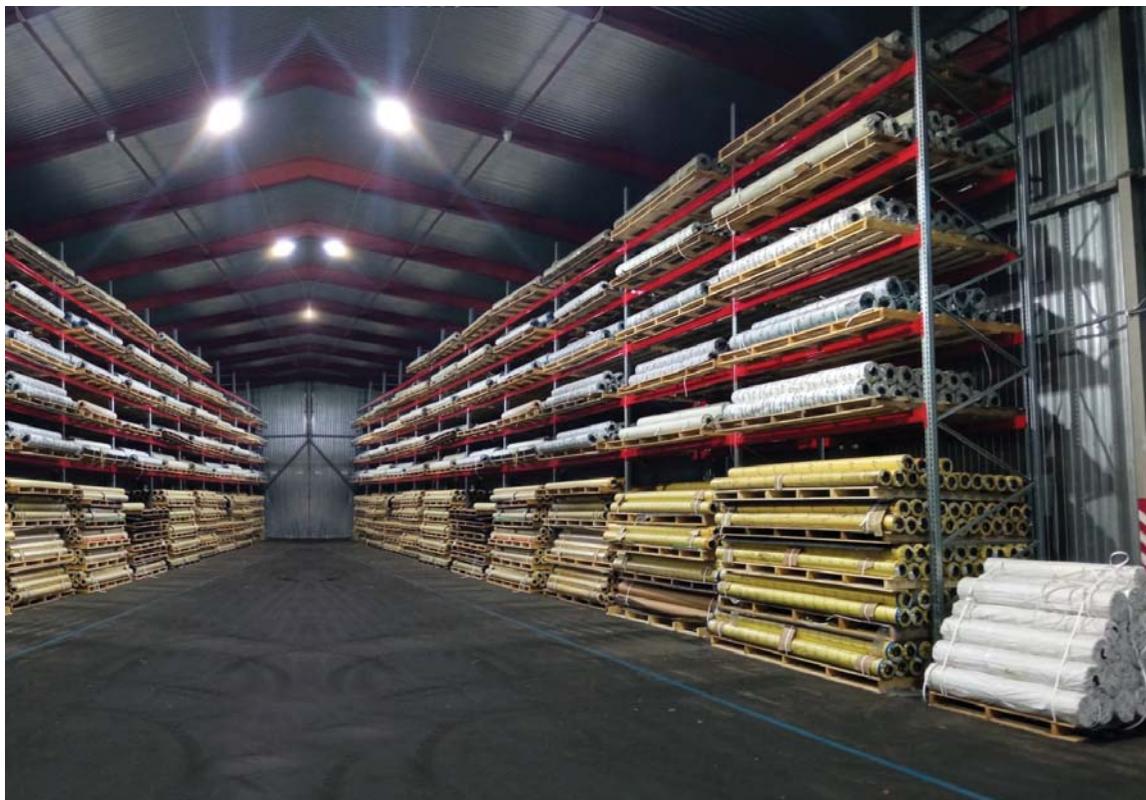
— Одно из наших преимуществ заключается в том, что мы входим в группу компаний, у которой обширный спектр поставщиков как из России, так и со всего мира. На сегодняшний день 70% поставляемых нами продуктов — импортные. Но, учитывая огромный выбор производителей, в случае нарушения логистических цепочек или невозможности проводить финансовые операции, мы сможем оперативно заменить одного производителя на другого без потери качества товаров. Конечно, нам приходится ежедневно сталкиваться с теми или иными сложностями, но это никак не сказывается на наших оборотах и отношениях с покупателями.

— Вы сказали, что 70% материалов в вашем ассортименте импортные, значит, 30% — отечественного производства. Расскажите, что это за материалы?

— Мы работаем с самыми крупными производителями в России, в качестве продукции которых мы уверены. Но «Туплекс» всегда стремился поставлять уникальные продукты, которые не производятся в России. Отсюда и возникает перекос в сторону импортных материалов.

— Вы планируете увеличивать ассортимент отечественных материалов?

— Российский рынок сильно меняется в последние годы, здесь делаются значительные инвестиции в развитие производства. И это нас радует, потому что, работая с местными производителями, мы избегаем проблем с логистикой или платежами. И если появляется востребованный на рынке и произведенный в России продукт, мы включаем его в наш ассортиментный ряд. Хочу отметить, что в последнее время обороты с российскими компаниями у нас растут, так что тренд на лицо.



— С кем вы сотрудничаете из российских производителей материалов?

— Нашими главными поставщиками являются компании «Дестек», «Сафпласт», Gebau, Bildex — это лидеры в своих областях. Мы рады, что смогли наладить с ними успешное сотрудничество.

— Недавно у вас прошло такое замечательное событие, как Туплексиада. Расскажите о нем подробнее.

— Ни одна организация не была бы успешной без людей, которые являются её частью. И мы также своих успехов на российском рынке достигаем благодаря нашим сотрудникам. Каждые пять лет мы организуем для них праздник, во время которого мы можем сплотиться, лучше понять друг друга. Это момент, когда мы уходим от текущих проблем и знакомимся друг с другом как личности, сплавляемся как команда. Таким образом много лет назад пришла идея организовывать Туплексиады.





Это наша внутренняя олимпиада, где люди из разных регионов достигают определенных целей в мероприятиях, которые мы для них готовим. Последняя Туплексиада проходила на Красной Поляне и в Сочи в течение трех дней. Люди участвовали в самых разных соревнованиях, добиваясь высоких результатов. Это не просто тимбилдинг, а такой мотиватор достижения совместных целей.

В нашей организации есть люди, которые работают с нами со дня основания. Это доказывает, что компания объединяет людей, позволяет им развиваться так, что они продолжают работать многие годы в нашей организации.

— Во время Туплексиады ставились какие-то бизнес-задачи?

— Это были больше спортивные состязания. В первый день мы проводили квест, во время которого совместно с командой надо было преодолеть несколько сложных участков на трассе. Это были вершина Роза Хутор, Ахштырская пещера, мост через ущелье Sky Point. На следующий день были гонки на картингах, где команды соревновались между собой на трассе «Формула-1».

На третий день мы провели регату на парусных лодках. Победители были определены по сумме баллов во всех соревнованиях. Но независимо от баллов главным результатом стали положительные эмоции и сплоченность всего коллектива «Туплекс».

— У вас здорово организованы внутренние коммуникации. А как вы выстраиваете отношения с клиентами?

— Наша компания является филиальной. В продажах работает 32 человека. Мы всегда стараемся слышать обратную связь от наших клиентов и улучшать коммуникации.

Недавно мы провели акцию под названием «Тайный покупатель», и все мои менеджеры были проверены на качество общения с клиентами.

Меня очень интересует, как они общаются с покупателями независимо от того, какие финансовые результаты в итоге получают. Эта акция показала, что нам еще есть, что улучшить, и мы будем работать над этим в ближайшее время.

— В чем на Ваш взгляд преимущество вашей компании, почему клиенты выбирают именно «Туплекс»?



— Мы поставляем продукты, которые являются проверенными и качественными уже много лет и имеют баланс между качеством и ценой. А также немаловажным фактором является сервис, который мы предлагаем нашим покупателям. Для клиента всегда важно, чтобы ему доставляли тот продукт, который его устраивает, и с надлежащим сервисом.

У нас в организации люди работают долго или очень долго. Нет так называемой текучки. Это накладывает свой положительный отпечаток на сервис — люди имеют определенный опыт, которым могут поделиться с новыми клиентами, которые только открывают свое дело в рекламном бизнесе или в какой-либо другой области, куда мы поставляем свои продукты.

— То есть, если компании необходимы материалы, за которые ему не будет стыдно перед заказчиком, с которыми удобно работать и которые обладают необходимыми свойствами, он смело может обращаться в «Туплекс»?

— Да! Я смело могу взять ответственность за эти слова. А если все же возникнут какие-то проблемы, мы их точно решим. За двадцать лет нашей деятельности, имея более 1 100 клиентов, с которыми сотрудничаем на ежемесячной основе, мы участвовали только в одном судебном разбирательстве, во время которого мы взяли на себя ответственность за некачественный товар поставщика.

Это один из ярких примеров того, что мы всегда стараемся решать возникающие

вопросы достижения обоюдных договоренностей.

— Поделитесь планами на будущее.

— В этом году мы открыли новый филиал в Калининграде. Это одна из региональных точек, где мы планируем развивать нашу филиальную сеть. Кроме этого, расширяем наше продуктовое портфолио. Мы стараемся развиваться на основе эволюции, а не революции. Таким образом будем и дальше продолжать работать на российском рынке.



39Pechat — АКП широкого применения

На рынке материалов для наружной рекламы и строительства продолжают появляться новые игроки, которые занимают освободившиеся ниши, предлагая продукцию конкурентного качества и с широкой ассортиментной линейкой. Компания «Печать» — один из таких игроков — поставляет на российский рынок алюминиевые композитные панели под собственным брендом 39Pechat.

Композитные панели являются универсальным и эффективным материалом, который широко используется в рекламной индустрии. В последние годы их применение значительно возросло благодаря низкой стоимости производства, удобству в обработке, высокой прочности материала и длительным сроком эксплуатации.

Алюминиевые композитные панели 39Pechat заслужили признание благодаря сочетанию небольшого веса и высокой прочности, качественному лакокрасочному покрытию, широкой цветовой палитре

(RAL) и разнообразным декоративным возможностям, включая имитацию дерева и камня. Простота и удобство в обработке делают эти панели идеальным выбором для изготовления вывесок, различных рекламных и строительных проектов.

АКП 39Pechat поставляются толщиной 3 мм с различными вариантами покрытия (толщиной 0,3, 0,2 и 0,1 мм).

Основной объем композитных панелей производится с покрытием полиэстер (PE), обладающим стойкостью к агрессив-

ному воздействию окружающей среды. Также возможно изготовление панелей с покрытием PVDF с более долгим сроком эксплуатации.

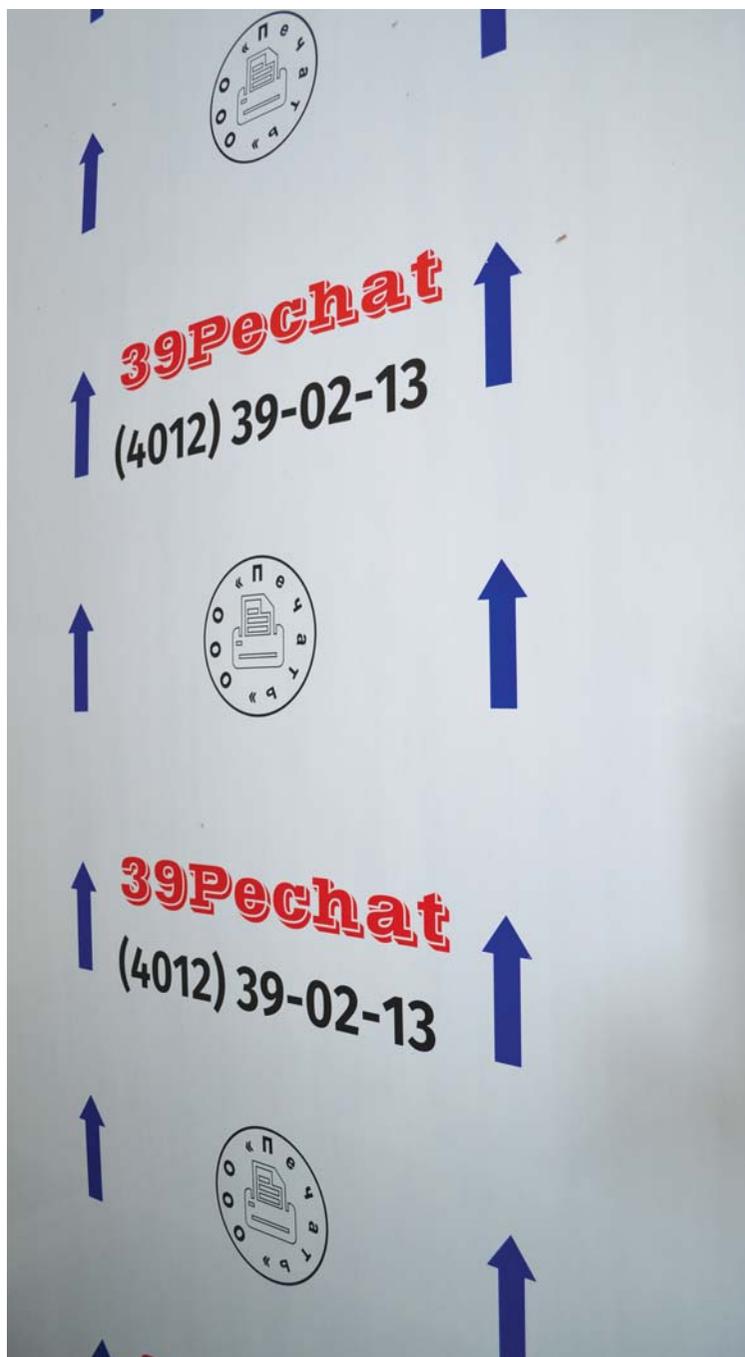
Алюминиевые композитные панели широко применяются в строительстве при оформлении фасадов зданий, многоквартирных и частных домов. Например, из него изготавливают входные группы, колонны и другие объекты. Многие делают декоративное украшение фасадов зданий, выделяют цветом балконы, окна. Долговечность материала и устойчивость к коррозии позволяют на протяжении долгого периода сохранять его первоначальный внешний вид.

Алюминиевые композитные панели хорошо известны как универсальный листовый материал, позволяющий воплотить самые смелые идеи.

Этот материал имеет широкий спектр применения:

- ✓ Выполнение интерьерных и облицовочных работ.
- ✓ Изготовление элементов наружной рекламы, выставочных стендов.
- ✓ Облицовка колон.
- ✓ Изготовление вывесок и табличек.
- ✓ Изготовление объемных знаков.





- ✓ Оформление входных групп.
- ✓ Внутренняя отделка помещений.
- ✓ Внешнее оформление зданий, НТО и сооружений.

Алюминиевые композитные панели 39Pечат производятся под заказ в Китае при контроле качества компании «Печать».

За время работы на рынке Калининградской области, где базируется ООО «Печать», уже реализовано значительное количество алюминиевых композитных панелей под брендом 39Pечат для изготовления рекламных вывесок, стенов, табли-

чек, дорожных знаков, фасадов зданий, заправок станций и других объектов. Клиенты компании, включая рекламные агентства и строительные фирмы, подтверждают высокое качество продукции.

«Печать» предлагает доставку своей продукции по всей территории Российской Федерации по хорошим ценам, а также приглашает стать дилером бренда 39Pечат в Вашем регионе.

При заказе большого количества продукции доставка композитных панелей до любого города будет бесплатной, а все расходы по оформлению документов и логис-

тике возьмет на себя поставщик. Дилерам же предоставляются особые условия.

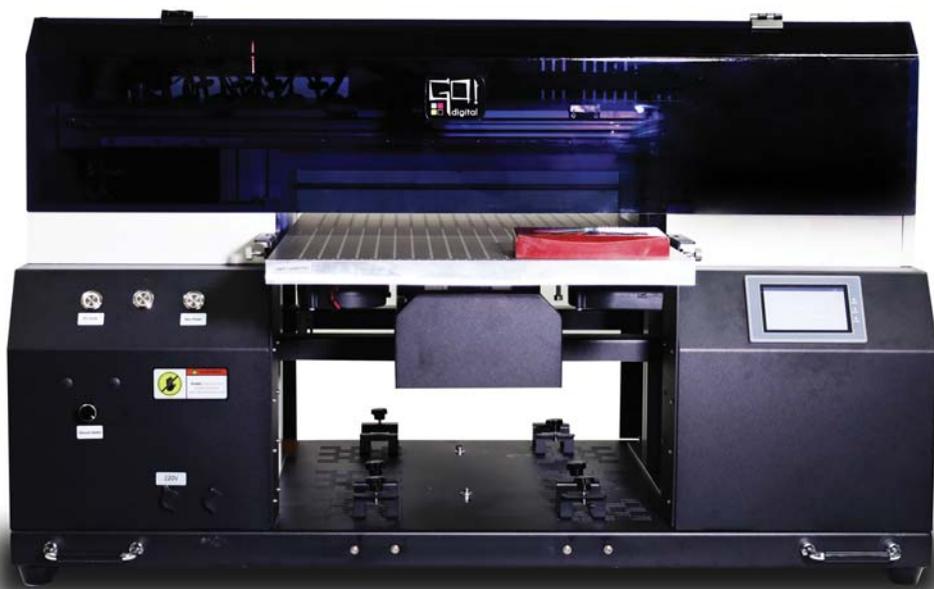
Свяжитесь со специалистами ООО «Печать», чтобы обсудить преимущества долгосрочного сотрудничества.



Тел.: +7 (911) 495-5485,
+7 (4012) 39-02-13
E-mail: 39.peatat@mail.ru
Сайт: www.39peatat.ru

Планшетный УФ-принтер GO!Digital UF-600X Plus с функцией UV DTF-печати: новый стандарт универсальности

Печатная индустрия постоянно развивается благодаря технологическим инновациям, и новый УФ-принтер от ГК «РУССКОМ» имеет сразу несколько функций, обещает повысить продуктивность и универсальность печати как для начинающих, так и для опытных производителей.



Универсален уже в базе

Тема универсальной рабочей машины актуальна уже много лет. Если раньше для выполнения различных операций требовалось несколько принтеров, то сегодня производители печатных машин стараются сделать их максимально универсальными, чтобы сократить рабочее пространство и позволить выполнять несколько задач на одной единице оборудования.

УФ-принтер GO!Digital UF-600X Plus может стать таким универсальным инструментом для компаний, которые преимущественно оказывают услуги в сфере бизнес-сувениров, промо-продукции и изготовления мерча.

Он оснащен восьмиканальной печатной головкой Epson i3200 с цветовой моделью CMYK+W+V, что позволяет нам печатать и с наращиванием слоя, и с допол-

нительными эффектами глянцевого либо матового лака. Рабочее поле принтера — 60 x 42 см. Стоит отметить довольно качественный вакуумный прижим с регулировкой, который обеспечивается работой восьми вентиляторов. Здесь по углам установлены мощные вентиляторы и несколько небольших в центре, благодаря чему прижим материала хорошо обеспечивается и по краям, в то время как в машинах с малым количеством вентиляторов края запечатываемого материала иногда плохо прижимаются.

Лазерные датчики измеряют высоту запечатываемого материала и таким образом позволяют наносить изображения на предметы разной толщины. Этот же лазерный датчик предохраняет от столкновения каретки с изделиями на рабочем столе.

Принтер оснащен двумя УФ-лампами с регулировками мощности. Отдельная лампа позволяет применять тонкие настройки для лакирования.

В качестве дополнительной опции на УФ-принтер GO!Digital UF-600X Plus можно установить опцию круговой печати на цилиндрических изделиях.

Это небольшая платформа с направляющими, валы на которых управляются об-



щей электроникой. Эта платформа фиксируется на рабочем столе и позволяет наносить изображение на цилиндрические предметы диаметром до 85 мм.

В данном принтере это дополнительная опция, которая позволит вам предлагать клиентам расширенный спектр уникальных и мелкосерийных услуг.

Еще больше возможностей с UV DTF

Планшетный УФ-принтер с опцией цилиндрической печати хоть и является универсальным решением, но уже не уникальным. А что делает GO!Digital UF-600X Plus по-настоящему уникальным, так это опция UV DTF-печати (Roll & Laminate), которая позволяет вывести сувенирную печать на новый уровень.

Ранее, для брендинга, например ежедневников, компании закупали и отправляли огромные партии продукции в печатные фирмы, где наносился логотип. Затем эта же партия обратно отправлялась заказчику, что в итоге включало многократные этапы логистики и упаковки. Теперь же процесс значительно упростился: заказчику просто печатается необходимое количество логотипов на пленке, стикеров, и он может самостоятельно наклеивать их на любые изделия. Это инновационное решение позволяет значительно сократить время и затраты, предоставляя клиентам удобство и гибкость в брендинге.

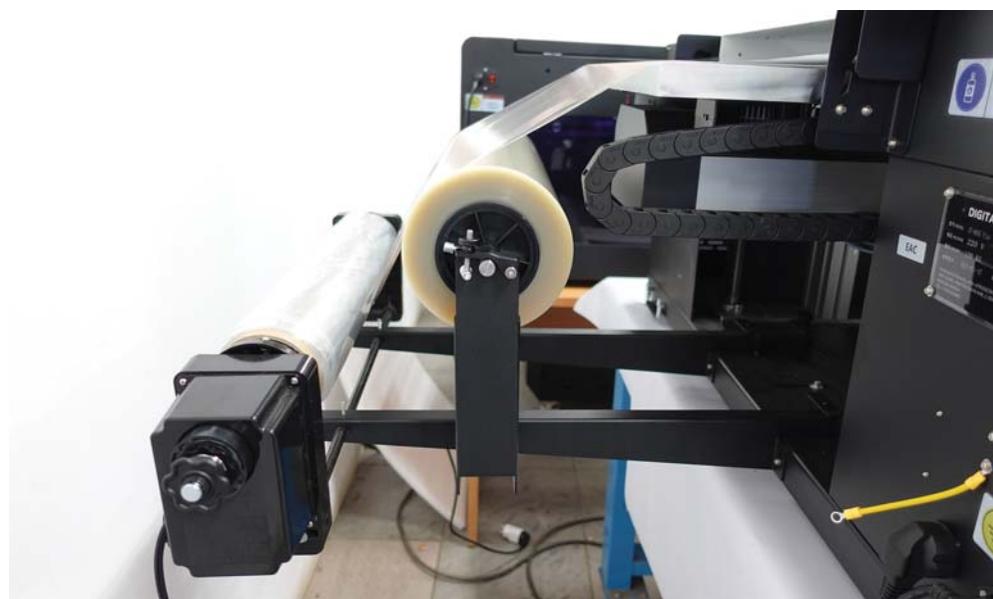
С помощью опции Roll & Laminate (UV-DTF) на принтере GO!Digital UF-600X Plus можно осуществлять технологию выборочного фольгирования без использования дополнительного оборудования. Для этого вместо стандартной пленки для УФ-ДФ используется специализированная фольга. Обычный планшетный УФ-принтер требует ламинатора для выполнения таких задач, но новый принтер UF-600X Plus объединяет все необходимые функции в одном устройстве.

Валы фиксируются механически, без пневматики, что обеспечивает простоту и надежность в эксплуатации. Температура валов регулируется и контролируется на удобной лицевой панели управления, что позво-

ляет учитывать изменения внешней среды и поддерживать стабильное качество печати.

Система размотки пленки также усовершенствована. Защитный слой пленки автоматически наматывается и утилизируется, что исключает возникновение отходов и упрощает процесс. Верхний слой снимается и наматывается на отдельный вал, не мешая основному процессу печати.

Для того, чтобы планшетный УФ-принтер превратить в UV DTF-принтер, достаточно присоединить необходимые конструкционные элементы. Это занимает всего около пяти минут времени. В GO!Digital UF-600X Plus для этого есть необходимые крепежные узлы и слоты, а



«Легким движением руки» сувенирный УФ-принтер превращается в UV DTF-принтер.

также встроенные разъемы для подключения опционального оборудования. То есть, если у вас заказ на печать по плоским или цилиндрическим поверхностям, вы используете базовый конструктив принтера, который занимает немного места. При заказе на UV DTF-печать вы за пять минут дополняете конструкцию своего аппарата и работаете дальше. Кстати, в этом случае ваш аппарат также превращается в рулонный УФ-принтер с шириной печати до 42 см, что актуально, например, для печати стикеров, наклеек, лейблов и т.п.

Удобство использования и надежность

УФ-принтер GO!Digital UF-600X Plus ориентирован как для начинающих свой бизнес в индустрии сувенирной продукции, так и для тех, кто уже имеет определенный опыт и намерен расширить сферу услуг, чтобы попробовать новое направление. Принтер прост в эксплуатации. Он



имеет легкий доступ к различным техническим узлам для регулярного и периодического обслуживания. Система СНПЧ здесь доливного типа, нечипированная. Емкость с белыми чернилами оснащена помпой, которая не позволяет уходить чернилам в осадок. То есть, всё устроено достаточно надежно.

Остается добавить, что в компании «РУССКОМ» также есть все необходимые расходные материалы для этого оборудования: хорошо зарекомендовавшие себя чернила SUPER NOVA, пленка, фольга. А опытные инженеры установят оборудование и обучат ваших операторов в любом регионе РФ.

GO! ПЛАНШЕТНЫЙ УФ-ПРИНТЕР

DIGITAL UF-600X PLUS



Оснащён надёжной печатающей головкой Epson i3200-U, имеющей физическое разрешение 600 dpi, 8 каналов по 400 дюз и ширину печати 33,8 мм, максимальное разрешение печати – 2400 dpi.

Может быть запущен на цветовой схеме с белым цветом и глянцевым лаком, что позволит осуществлять печать с белой подложкой на прозрачных и цветных материалах и делать выборочную лакировку.

При создании оборудования используются только высококачественные фирменные материалы и запчасти от ведущих мировых производителей, что дает гарантированный высокий и долговечный результат.

Печатать изображение можно напрямую на плоском материале или воспользоваться опцией DTF-печати и наносить изображение на специальную пленку.



Опция UV-DTF-печати позволяет применять технологию фольгирования без использования дополнительного оборудования, ускоряя процесс производства.



ГРУППА КОМПАНИЙ РУССКОМ

+7 (495) 785-58-12 • plotters.ru • info@plotters.ru



printech



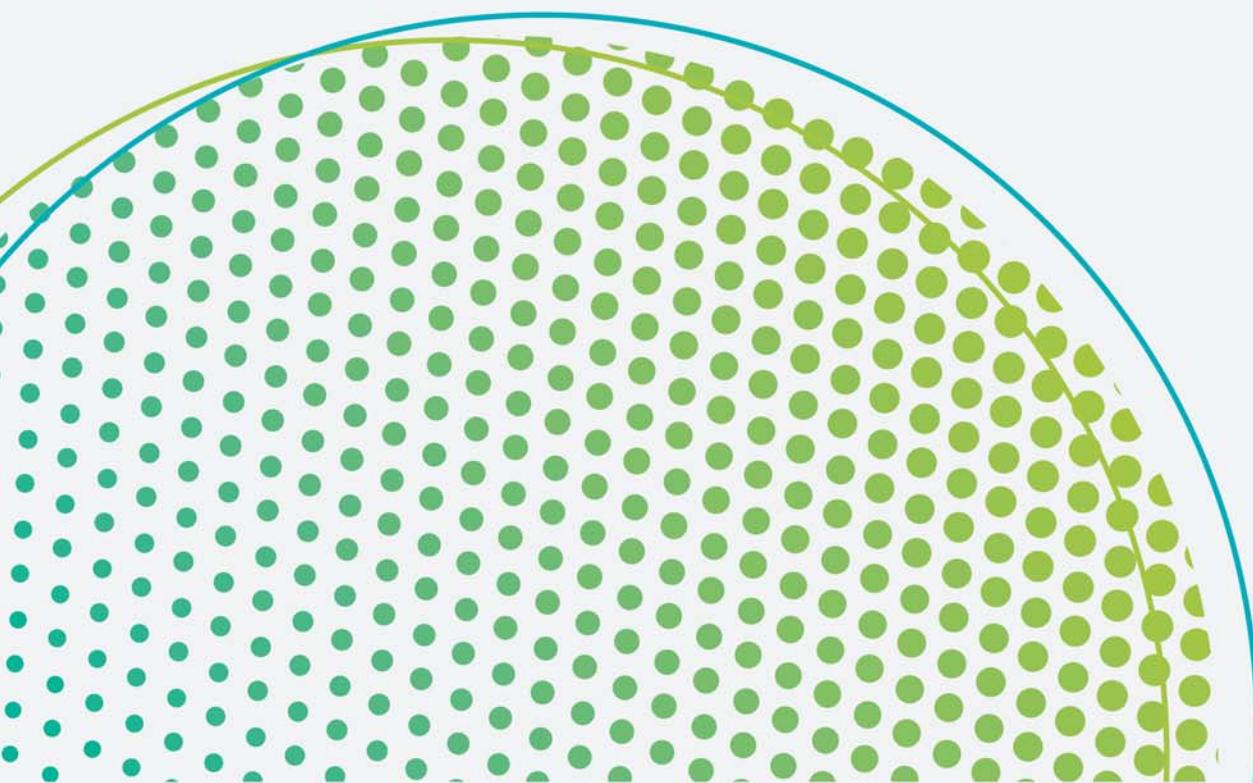
9-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

ОБОРУДОВАНИЯ,
ТЕХНОЛОГИЙ
И **МАТЕРИАЛОВ**
ДЛЯ **ПЕЧАТНОГО**
И **РЕКЛАМНОГО**
ПРОИЗВОДСТВА

18–21 ИЮНЯ
2024

МОСКВА, КРОКУС ЭКСПО

ПАВИЛЬОН **2** ЗАЛ **5**



ПОЛУЧИТЕ БИЛЕТ
ПО ПРОМОКОДУ

prt24TEAM

printech-expo.ru

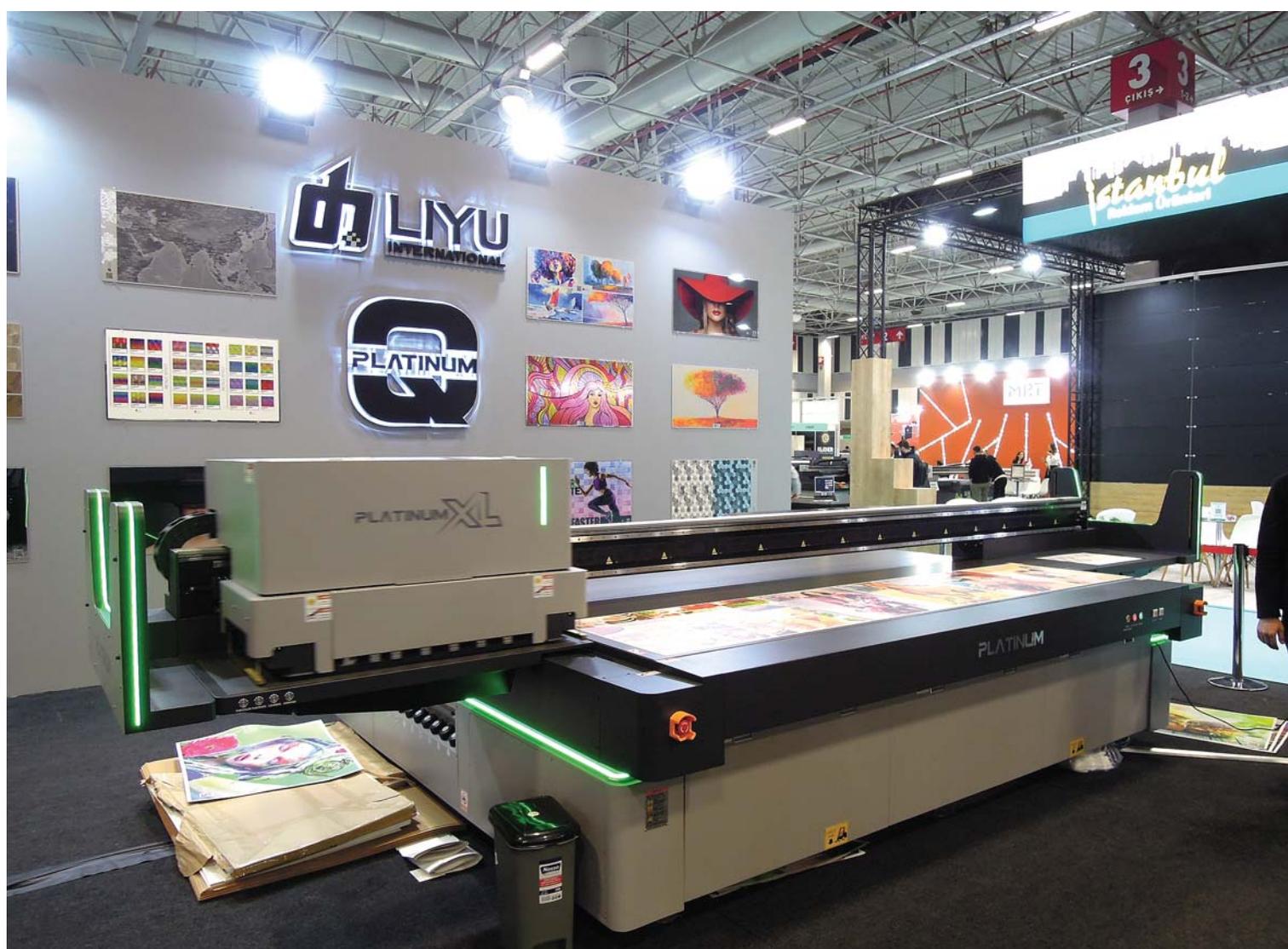


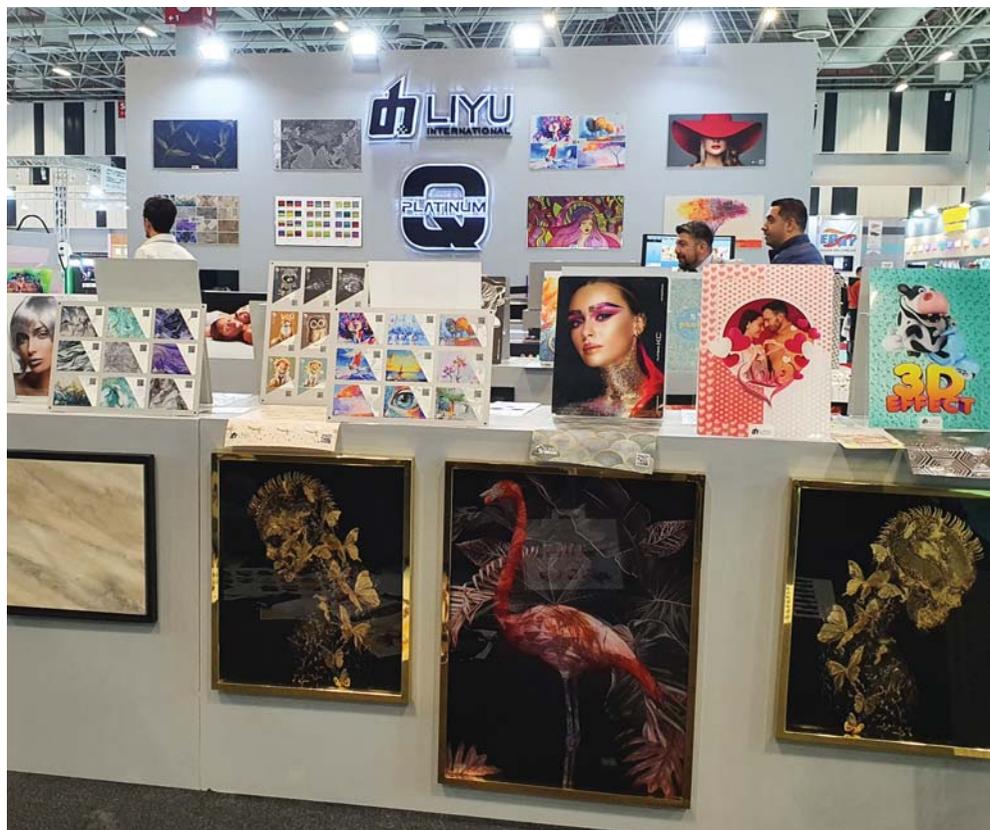
ОРГАНИЗАТОР
ORGANISER



Liyu International представляет сегмент премиального оборудования для широкоформатной печати

Принято считать, что поставляемое на российский рынок «альтернативное» оборудование для широкоформатной печати, хоть и достигло оптимальных параметров качества, но всё еще не может заменить ушедшие с российского рынка премиальные бренды. Сергей Белоусов, представитель Liyu Russia, считает, что наконец для требовательных клиентов появилось достойное предложение.





— Сергей, на российском рынке техника, собранная в Китае, присутствует уже довольно давно, но я не замечал, чтобы какое-то оборудование из Поднебесной позиционировалось как «премиум». Расскажите, как появился бренд Liyu Platinum?

— Как ни странно, истоки этого бренда исходят из Турции. Владелец турецкой компании СМУК много лет прожил в США, работая в компаниях с премиальными продуктами. Вернувшись на Родину, он решил открыть печатный бизнес и со своей командой разработал линейку широкоформатных принтеров, которые быстро получили высокую оценку взыскательных европейских производителей рекламы. По мере увеличения запросов было принято решение разместить заказ на производство и сборку оборудования в Китае. Этот путь не нов — многие мировые бренды уже давно производят и собирают оборудование на китайских заводах, это позволяет увеличить эффективность бизнеса и экономическую привлекательность продукта при наличии должного контроля качества и необходимых технологических карт.

Таким производителем стал завод Anhui LIYU с большим опытом производства широкоформатного оборудования по заказам OEM и для внутреннего рынка. Здесь к луч-

шим технологиям LIYU были добавлены усовершенствованные разработки турецкой компании. Этот альянс позволил организовать совместное предприятие LIYU INTERNATIONAL и открыть премиальное направление широкоформатных принтеров Liyu серии Platinum, которое не уступает по своим возможностям ведущим мировым производителям, но при этом имеет лучшую стоимость владения.

В качестве аналогии этой истории можно привести автомобильный рынок, где на заводе Toyota производятся автомобили под брендом Lexus. Они выглядят более премиальными, у них лучше шумоизоляция, КПД двигателя, лучше клиентский сервис. Так и с нашими принтерами.

— Сколько сегодня дилеров у Liyu Platinum в России?

— У нас два дилера в России, это компании Призмикс и LRT. Эти дилеры были выбраны осознанно. Почему? Потому что можно спокойно доверить продажу премиального Platinum через компании, которые успешно продавали EFI Vutek, HP и SwissQprint. Крупнейшие рекламные и промышленные предприятия приняли наши принтеры как достойную альтернативу или дополнение к существующему парку

оборудования, где требуются повышенные скорости, надежность и наличие грамотного сервиса, который могут обеспечить компании с таким опытом.

— В прошлом году я был на выставке FESPA Eurasia в Турции и был удивлен, что стенд Liyu International был одним из самых крупных. Для меня это было некое откровение. А насколько популярен этот бренд в Европе?

— Действительно на принтеры Platinum есть большой спрос в странах, где привыкли работать на надежном качественном оборудовании. Недавно в Германии прошла выставка Drupe, где у Liyu огромный стенд, что-то около 800 кв. м. Это серьезная заявка. Такие площади традиционно берут лидеры рынка — EFI, SwissQprint, HP, Durst.

— Кстати, об уровне оборудования говорит и тот факт, что, Liyu Platinum установлен в компании «ЛазерСтиль». Или совсем недавно мы были на одном из крупнейших в Беларуси предприятий, компании VDS, где также установлен этот премиальный УФ-принтер. Кто еще из рекламных фирм является обладателем этого оборудования?

— Яркий пример — City Print — огромная полиграфическая компания. Также оборудование установлено в одной из крупнейших питерских типографий — «Постер Принт». С некоторыми компаниями процесс находится на стадии сделки...

— Какое оборудование представлено в линейке Liyu Platinum?

— В данный момент в линейке можно выделить три направления: рулонные УФ принтеры шириной до 5,2 метров, планшетные УФ принтеры с максимальным печатным полем 2 x 3 м и несколько гибридных моделей с шириной печати до 3,3 м.

В линейке есть также экосольвентные принтеры на головах Epson i3200 и сольвентные на головах Konica Minolta 1024i. Если какому-то производству будет необходима подобная модель, то конечно она может быть поставлена, но в основном производства в промышленном сегменте сейчас делают упор на УФ-принтеры.



И что важно понимать о нашем оборудовании: сегодня LIYU International специализируется на промышленных каретках с большим количеством печатающих головок для тех, кто по-настоящему много печатает. Например, мы разработали каретку для установки до 32 печатных головок Ricoh Gen 6 для планшетных принтеров со своей специальной системой сведения, которая позволяет синхронизировать такое огромное количество головок.

— А как у вас обстоят дела с поставками оборудования и запчастей? Нет ли задержек, каковы сроки поставки?

— У нас есть складские позиции, это планшетные принтеры со столом 1,25 x 2,5 м и гибриды шириной 2 метра. Оборудование часто отгружается из Турции, потому что там основной европейский склад. К счастью, с Турцией проблем с поставками нет.

Если принтера нет на складе в Москве и Турции, поставка реализуется из Китая. Эти маршруты налажены, отработаны за последние годы. Сейчас каждый день преподносит новые сюрпризы: то китайские банки перестают принимать платежи, то какие-то логистические цепочки рвутся, но здесь я полностью полагаюсь на многолетний опыт ПРИЗМИКС. На сегодня, все задачи с поставками решаются.

— Отлично. С поставками проблем нет. А что с дальнейшей поддержкой клиентов?

— Я могу с уверенностью сказать, что LIYU Russia и наши дилеры готовы пре-

доставить полноценную поддержку покупателя на всех этапах.

Поддержка не заканчивается в момент оплаты счета. Налажено постоянное информирование о сроках готовности оборудования, о сроках поставки. Идут консультации по организации рабочего пространства, техническим требованиям к помещению. Обеспечены выезды инженеров на площадку установки оборудования с проверкой соответствия требованиям, даются рекомендациями вплоть до того, чем пол залить, какую вентиляцию поставить, как разместить рабочее место, чтобы удобно было и подойти к принтеру, поднести баннер или другой материал.

Безусловно, это и полноценный запуск оборудования.

В компании «Призмикс» есть даже отдельный инженер, который занимается профилированием, потому что на самом деле это отдельная наука.

Что касается сервисной поддержки: она оказывается 24 часа в сутки, 7 дней в неделю, потому что есть понимание, что большое производство не может останавливаться. Мы всегда общались с крупными РПК и предприятиями, где ночью, в выходной, в какой угодно период принтер не может простаивать больше трех часов. У нас не бывает такого, что пользователь оборудования звонит, а инженер или менеджер, продавший технику, не берет трубку.

Ещё мы планируем вводить сервисные контракты, когда пользователь раз в квартал оплачивает фиксированную сумму, которая включает в себя полное обслуживание оборудования. Клиенты, выбирающие Liyu Platinum, это типографии с крайне

высокой загрузкой, у них нет времени ухаживать за оборудованием, они хотят, чтобы принтеры работали 24 часа в сутки, и чтобы раз в неделю приезжал инженер и проводил необходимое обслуживание машины для её бесперебойной работы.

— Часто на рынке можно услышать такое мнение «Зачем покупать дорогой аппарат, когда за те же деньги можно купить несколько дешевых китайских. Один сломается, будут деньги, чтобы купить второй, третий — нет смысла сразу инвестировать большую сумму», — что бы Вы сказали таким покупателям?

— Я знаю несколько клиентов, кто не просто покупает дешевое оборудование, но более того, они сами едут на выставку в Китай, смотрят принтеры, сами выбирают, сами везут в Россию, сами его запускают, сами чинят...

С одной стороны, такой процесс крайне увлекателен, хоть и занимает значительно больше времени, чем простое обращение к поставщику в России. С другой, это на старте экономит деньги, но надо ответить базово для себя на вопрос: что является бизнесом для клиента? Если его бизнес печатать и печатать безостановочно, то, однозначно, имеет смысл инвестировать в уверенность, а не эксперименты, что принтер придет, придет целый, балка не будет кривая, запустится без сюрпризов, будет работать, а инженеры будут в состоянии с этим всем разобраться... Поэтому, если основная задача вашего производства — печатать и заниматься полиграфическим бизнесом, есть смысл вкладываться в качество и гарантии.

— А в чем еще отличие дорого оборудования от бюджетного?

— А здесь важно следующее. Если мы берем принтер с шириной печатного поля, допустим, 1,6 м, и одной печатной головкой, в которой четыре канала, то он будет работать совершенно точно, без проблем. Потому что ширина небольшая, головка одна, сводить головки между собой не нужно. Если мы говорим про гибридный трехметровый принтер, и мы хотим на него поставить 16 или даже 32 печатные головки, а размер капли у нас с каждым годом практически становится все меньше,

то, конечно, свести такое количество головок между собой, это большой процесс, это целая математика и целая наука. Прелесть качественного оборудования в том, что оно базово ровное, его можно настроить, чтобы все печатные головки работали слаженно.

Liyu Platinum — оборудование промышленного класса, опыт по сборке огромный, поэтому можно быть уверенным, что все узлы выверены, всё изначально протестировано, и даже если это будет сложная машина с большим размером печатного поля и большим количеством печатных головок, все это удастся собрать воедино, и все это будет работать стабильно и безотказно. Ну и, конечно, еще разница в используемых базовых компонентах при построении принтера. Принтеры Liyu Platinum комплектуются моторами, энкодерами, помпами, фильтрами и всей периферией либо японских, либо европейских производителей. Производители недорогого оборудования часто пытаются на этом сэкономить. Тут чуть проще, здесь ещё немного подешевле — сделали более бюджетную модель. В итоге из этих мелочей получается оборудование, которое невозможно настроить на те стандарты качества, которые на данный момент являются оптимальными для пользователей и конечных заказчиков.

— И скорость производственного процесса, которую обеспечивает премиальный станок, позволяет достаточно быстро вернуть вложенные инвестиции.

— Да, отличный комментарий.

— А что вы можете предложить тем компаниям, кто хочет и готов работать на оборудовании из премиум-сегмента, но пока не может себе позволить ваши топовые машины?

— У нас в рамках линейки Platinum появляется более доступная серия, которая называется X-Line. В Европе высокие стандарты безопасности: все принтеры должны быть максимально закрыты в больших железных кожухах или иметь соответствующие датчики и барьеры защиты, чтобы нельзя было добраться ни до одного движущегося элемента. Это, конечно, приводит к подорожанию оборудования. Посо-



вещавшись с главой компании в Турции, мы пришли к пониманию, что кроме европейского рынка есть еще и развивающиеся, в том числе наш российский, где меньше требований к безопасности, которые порой могут быть даже избыточными. И мы видим на многих производствах наших клиентов, что все эти крышечки, штучки безопасности откручены и заглушены, печатники всем этим не пользуются, так как им нужно в моменте смотреть, как происходит печать, а не через метр, когда она уже дойдет до той зоны, где кожухов нет. И вот эта серия X-Line будет подешевле чуть-чуть, но это максимально простые модели — маленький планшет и двухметровый гибрид.

— Но при этом по качеству ничем не отличаются?

— По качеству эта линейка ничем не отличается от топовой, просто другая визуальная архитектура, открытый кузов, открытый корпус принтера.

— Какие чернила используются в Liyu Platinum?

— Чернила используются под одноименной торговой маркой, но это OEM-продукт. Я знаю, что для создания чернил привлекаются очень известные заводы. Но в итоге было выбрано несколько больших заводов-производителей под разные серии чернил, потому что где-то чернила нужны с максимальной адгезией, где-то чернила нужны максимально гибкие.

— Кстати, у EFI были модели, которые позволяют печатать гибкими чернилами для вакуумной формовки. У вас тоже есть такие возможности?

— Да, безусловно. В наших принтерах можно использовать чернила для термоформовки. Процент растяжения порядка 500.

— Что ж, давайте подытожим...

— Есть понимание, что мир меняется или уже изменился. И, конечно, китайские машины, телефоны, телевизоры и разнообразнейшие продукты все больше приходят в нашу жизнь. Вектор сместился и будет продолжать смещаться в сторону Китая, а потом, может быть, и в Индию. Но при этом точно также есть понимание, что к этим производственным мощностям нужен еще довольно высокий уровень менеджмента, организации производства, и требований к итоговому продукту, к контролю качества, к сопровождению продукта. Я думаю, что на данный момент, если посмотреть на наш рынок, Liyu серии Platinum — это практически безальтернативное решение для тех, кому необходимо качественное оборудование для продуктивной работы. В нашем случае совпали два важных для этого фактора — сам продукт и компании, ПРИЗМИКС и LRT, которые его предлагают на рынке, у которых есть огромный опыт работы с оборудованием такого класса и с требовательными клиентами. Уверен, что это достойная альтернатива ушедшим с нашего рынка лидерам печатной индустрии.

УФ-принтер Nocaі UVA3MAX: функциональность и доступность для малых производств

Для производственных компаний, стремящихся к модернизации своего парка оборудования без значительных финансовых затрат, УФ-принтер Nocaі UVA3MAX предлагает оптимальное решение. Станок объединяет в себе высокую функциональность, компактные размеры и доступную цену, что делает его идеальным выбором для предприятий, работающих в сфере сувенирной продукции, стартапов и малых производственных компаний. О том, почему стоит присмотреться к этой модели, рассказал Александр Татарinov, менеджер компании «Технографика».



Nocaі UVA3MAX — это УФ-принтер с рабочим полем формата А3, который, несмотря на свой компактный размер, может выполнять большинство задач по нанесению изображений на плоские, цилиндрические и гибкие носители. При этом его цена доступна широкому кругу малых предпринимателей.

«Раньше мы продавали подобное оборудование по цене от полутора миллиона рублей. — Рассказывает Александр Татарinov. — Конечно, это станки большего формата с рабочим полем 60 x 90 см. При этом у нас всегда был высоким запрос на менее дорогое оборудование. Принтеры с рабочим полем 60 x 40 см стоят дешевле,

но ненамного, поэтому до сих пор остаются недоступными для некоторых категорий покупателей. Nocaі UVA3MAX оказался более чем в два раза дешевле своего старшего «брата», оставаясь при этом универсальным и надежным аппаратом, способным производить качественные изделия».

По-настоящему многофункциональный

Даже при столь скромной цене Nocaі UVA3MAX — по-настоящему многофункциональный аппарат. Он печатает современной головкой EPSON i3200 с восемью независимыми каналами — CMYK + по два канала на белый и лак. Планшетный стол с вакуумным прижимом позволяет плотно фиксировать различные предметы для дальнейшего нанесения печати. Наличие лишь одной печатной головки избавляет нас от калибровки, которая всегда требуется при сведении нескольких головок. Сама же головка EPSON i3200 является одной из самых надежных. При правильной эксплуатации, при соблюдении технических норм, которые прописаны заводом-производителем и которые прописаны поставщиком, головка будет работать от трех лет и более.

Принтер также имеет поворотную ось для печати на цилиндрических поверхностях — термосах, бутылках и т.д. Рабочая поверхность перемещается не только по плоскости, но и вверх-вниз, что позволяет запечатывать материалы и предметы толщиной до 90 мм.

За безопасность голов от столкновения с носителем отвечает специальный механический датчик — нет необходимости выставлять высоту вручную. Мы просто кладем материал, поднимаем стол, и когда материал коснется датчика, стол остановится. То же самое происходит, если в процессе печати материал начнет приподниматься, перегреваясь, либо он будет иметь неровную поверхность — датчик коснется носителя и остановит печать.

Еще одна приятная опция — рулонная печать. В принтере предусмотрены места для крепления специальных приспособлений для рулонной печати — с обеих его сторон устанавливаются размотчик и активный намотчик гибкого материала. Таким образом мы получаем рулонную печать шириной 30 см и практически неограниченной длины, если не считать емкость самого рулона.

Принтер оснащен двойным LED-блоком, каждый из которых регулируется вручную от нуля до ста процентов. Один регулятор отвечает за основную часть LED-блока, связанную с цветными красками. А второй регулятор отвечает за лак. Если хотим получить лак матовый, мощность больше. Хотим лак глянцевый, чтобы он немножко растекался, ставим мощность поменьше.

Принтер использует оригинальные чернила Nocaі, которые проверены не только опытом эксплуатации клиентами «Технографики», но и проверены заводом, подобраны специально для этого оборудования. Принтер очень хорошо переживает простои, головки не засыхают и не засоряются. Это полезное свойство особенно для тех случаев, когда нет полной загрузки не только в течение дня, но и недели.

В УФ-принтере Nocaі UVA3MAX есть система сигнализации наличия чернил — если какая-то из емкостей опустошается,



Опциональные приспособления превращают планшетный УФ-принтер в рулонный

машина начинает сигнализировать об этом звуком и визуально.

Всё управление принтером происходит через специальный софт от Nocaі, который уже давно работает и с другими машинами этого производителя.

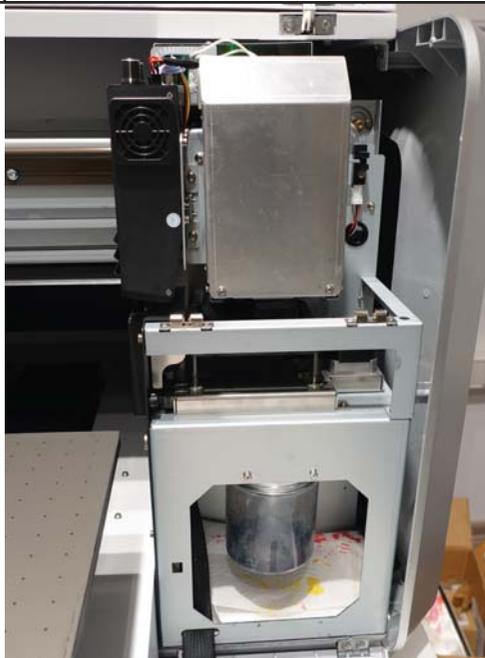
Простой и компактный — почти как офисный принтер

Что еще важно. Принтер подключается через Ethernet. Это стабильное соединение, нет никаких наводок, это высокая скорость передачи данных, даже тяжелых файлов. Соединение с компьютером может осуществляться удаленно через интернет.

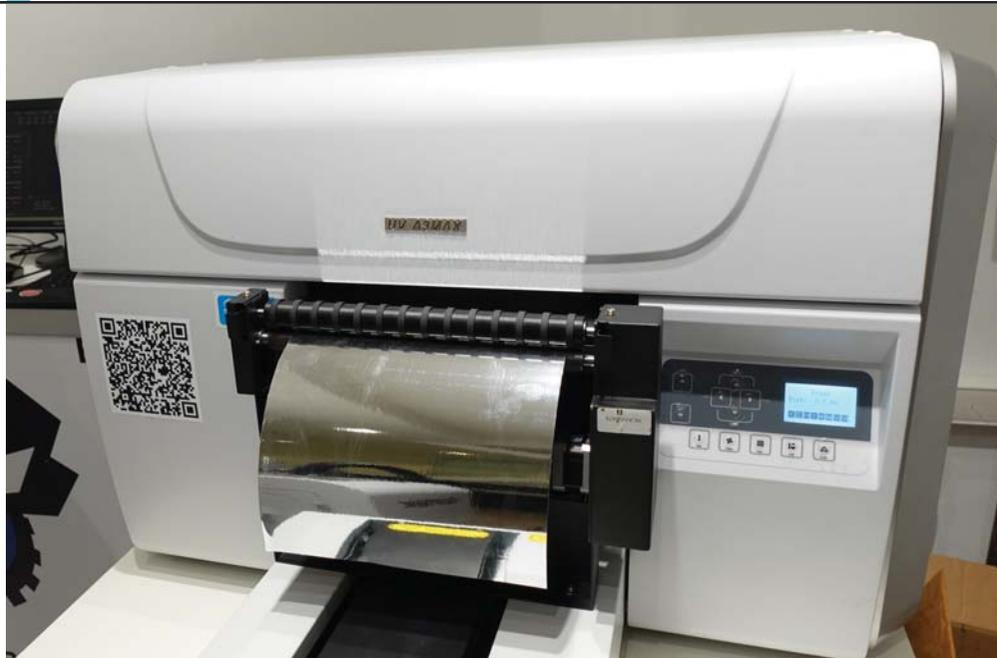
При разработке этой модели во внимание принималась концепция офисных

принтеров, которые не занимают много места и просты в эксплуатации.

УФ-принтер Nocaі UVA3MAX, будучи по-настоящему многофункциональным, также занимает довольно скромное пространство, а работа с ним не требует особых навыков. Все необходимые настройки уже сделаны на заводе, различные операции по обслуживанию доступно изложены в инструкции, а начальная установка и запуск входят в стоимость оборудования и осуществляются специалистами «Технографики». Инженер приезжает к покупателю, вводит принтер в эксплуатацию, обучает на нем работать, и только после этого начинается гарантийный срок службы. На оборудование предоставляется год гарантии, в наличии всегда есть все расходные материалы: чернила, фильтры, капы, демперы и тому подобное.



Все узлы собраны компактно



Рулоны шириной 30 см всегда в наличии в «Технографике»

Качественно и очень доступно!

За счет чего принтер получился таким дешевым? Не отразилась ли низкая цена на качестве оборудования?

«Технографика» поставляет принтеры под брендом Nocaі уже около пяти лет. Прежде были долгие переговоры, поездки на завод с инспекцией производственных процессов, во время которых удалось убедиться, что Nocaі производит на своих линиях практически все узлы для выпускаемого оборудования, кроме головок и электроники.

«Мы с моделью от Nocaі с рабочим столом 60 x 90 см прошли большой путь и поняли, что оборудование очень надежное и очень качественное. — Поясняет Александр Татаринов. — Оно продается по принципу «продал-забыл». Nocaі не заказывают корпуса на стороне, не переделывают чужие принтеры, выдавая их за свои. На их заводе организован полный цикл производства. Поэтому, когда мы узнали, что выпускается модель А3 формата, мы очень обрадовались, особенно увидев цену. Такое качество по такой цене — настоящий подарок для тех, кто хочет расширить свое производство сувенирной и промо продукции».

Возвращаясь к цене и качеству, отметим, что удешевление произошло не за счет снижения качества комплектующих, а за счет оптимизации оборудования и более компактных размеров. Например, вместо оптического датчика измерения расстояния до носителя здесь установлен механический. Единственная печатная головка также снижает стоимость станка в сравнении с теми, у которых две и более головы. А в остальном у Nocaі UVA3MAX те же узлы и комплектующие, что и у более старших моделей.

Благодаря низкой цене и компактным размерам УФ-принтер Nocaі UVA3MAX идеально подойдет, например, для открытия небольших точек в торговых центрах, где будет наноситься печать на чехлы смартфонов, брелоки, термосы, другие небольшие изделия. Также аппарат отлично впишется в небольшой офис для расширения спектра услуг своим клиентам.

Кстати, если для старта бизнеса не будет даже 650 тысяч рублей, оборудование можно взять в лизинг. Для этого «Технографика» заключила договор на эксклюзивных условиях с одной из лизинговых компаний, которая готова выделять под покупку оборудования даже небольшие суммы — от 100 тысяч рублей.

Чем не повод для того, чтобы открыть новый бизнес или новое направление?



Образец печати на чехле от смартфона

DESTEK

Производство и продажа прозрачного, белого и цветного акрилового (органического) стекла для наружной рекламы, интерьера, строительства и светотехники.



Plexiglas®: 90 лет в мире.
DESTEK: 20 лет в России.

ДИЛЕРЫ И ТОРГОВЫЕ ПАРТНЕРЫ ООО «ДЕСТЕК» ПО РЕАЛИЗАЦИИ ОРГАНИЧЕСКОГО СТЕКЛА

ООО «ТД ХИМСЫРЬЕ»
www.hims.ru

Офис: г. Москва, ул. Большая Почтовая д. 55/59 стр. 1
8-800-500-10-69
Склад: г. Щёлково, Ул. Хотовская, д.49 ворота №2
8-499-288-70-49, post@hims.ru

ООО «ФорДА»

info@forda.ru, www.forda.ru
www.forda-online.ru (интернет-магазин)
Санкт-Петербург +7 (812)380-85-55
Москва +7 (495) 921-49-57
Подольск +7 (495) 921-49-59
Ангарск +7 (950) 080-09-08
Братск +7 (902) 764-30-40
Волгоград +7 (8442) 78-12-73
Екатеринбург +7 (343) 272-92-33
Иркутск +7 (3952) 20-75-78
Красноярск +7 (391) 205-14-14
Новосибирск +7 (383) 286-87-68
Омск +7 (3812) 97-62-99
Ростов-на-Дону +7 (863) 306-50-19
Уфа +7 (347) 246-63-73
Чита +7 (3022) 219-09-15

ООО «ГК Ремэкс»
www.remex.ru

Офис и склад на Электрозаводской
Электрозаводская улица, 21с27
+7 495 995-49-49, mailbox@remex.ru
Офис и склад в Реутове
Фабричная улица, 3, Реутов
+7 495 926-30-63, mkad@remex.ru
Склад в Некрасовке
Пехорская улица, 1Вс1, +7 495 363-35-36
Санкт-Петербург
Офис и склад в Санкт-Петербурге
Люботинский проспект, д. 5Б, офис №7
+7 812 363-35-36, +7 812 660-55-66
spb@remex.ru

ООО «ТУПЛЕКС»
www.tuplex.ru

Офис: г.Москва, ул.Трофимова, д.14, БЦ "Трофимовский"
+7 (495) 363 90 30, info@tuplex.ru
Склад: Московская область, с. Остров, ул. Верхняя
Слобода, д.2

Компания «Зенон Рекламные Поставки»
www.zenonline.ru

Москва — Гольяново
+7 (495) 788-1133, gol@zenonline.ru
Москва — Лосиный остров
+7 (495) 788-9333, los@zenonline.ru
Зенон-Техник:
Москва — Гольяново 107497, г. Москва, ул. Иркутская,
д. 3 стр. 11а, +7(495)788-07-75
Отдел продаж — technic@zenonline.ru
Сервисная служба — service@zenonline.ru
Подмосковье — Одинцово
+7 (495) 788-1516, odintsovo@zenonline.ru
Подмосковье — Подольск
+7 (495) 788-0480, podolsk@zenonline.ru
Архангельск +7 (8182) 46-5151, arh@zenonline.ru
Барнаул +7 (3852) 53-6677, bn@zenonline.ru
Белгород +7 (4722) 733-000, bel@zenonline.ru
Владивосток +7 (423) 243-7744, vlad@zenonline.ru
Владимир +7 (4922) 47-4646, vmir@zenonline.ru
Волгоград +7 (8442) 95-7171, vgrad@zenonline.ru
Воронеж +7 (473) 246-0222, vm@zenonline.ru
Екатеринбург +7 (343) 344-3447, eburg@zenonline.ru
Ижевск +7 (3412) 57-0505, izh@zenonline.ru
Иркутск +7 (3952) 48-6161, irk@zenonline.ru
Казань +7 (843) 2-120-120, kazan@zenonline.ru
Калининград +7 (4012) 67-2267, kgrad@zenonline.ru
Краснодар +7 (861) 212-6767, kdar@zenonline.ru
Красноярск +7 (391) 223-5757, krs@zenonline.ru
Курск +7 (4712) 227-227, kursk@zenonline.ru
Липецк +7 (4742) 232-232, lip@zenonline.ru
Нижний Новгород +7 (831) 4-292-000, nnov@zenonline.ru
Новосибирск +7 (383) 289-9092, nsk@zenonline.ru

Омск +7 (3812) 906-000, omsk@zenonline.ru
Оренбург +7 (3532) 451-451, oren@zenonline.ru
Пенза +7 (8412) 99-1122, penza@zenonline.ru
Пермь +7 (342) 215-5353, perm@zenonline.ru
Пятигорск +7 (8793) 975-975, kmv@zenonline.ru
Ростов-на-Дону +7 (863) 295-45-55, rost@zenonline.ru
Рязань +7 (4912) 51-5252, rzn@zenonline.ru
Самара +7 (846) 374-50-00, sama@zenonline.ru
Санкт-Петербург +7 (812) 622-02-02, spb@zenonline.ru
Саранск +7 (8342) 54-61-61, snsk@zenonline.ru
Саратов +7 (8452) 477-111, sar@zenonline.ru
Смоленск +7 (4812) 25-05-15, smol@zenonline.ru
Сочи +7 (862) 555-10-70, sochi@zenonline.ru
Ставрополь +7 (8652) 33-50-50, stv@zenonline.ru
Тамбов +7 (4752) 493-493, tmb@zenonline.ru
Тольятти +7 (8482) 29-00-00, tlt@zenonline.ru
Томск +7 (3822) 990-800, tomsk@zenonline.ru
Тула +7 (4872) 525-444, tula@zenonline.ru
Тумень +7 (3452) 35 88 99,
ХМАО, ЯНАО, +7(982) 940 2969, tmn@zenonline.ru
Ульяновск +7 (8422) 585-585, ulya@zenonline.ru
Уфа +7 (347) 286-66-55, ufa@zenonline.ru
Хабаровск +7 (4212) 76-80-90, khab@zenonline.ru
Чебоксары +7 (8352) 57-11-11, chbox@zenonline.ru
Челябинск +7 (351) 214-54-00, chel@zenonline.ru
Якутск +7 (4112) 318-000, ykt@zenonline.ru
Ярославль +7 (4852) 26-08-08, yar@zenonline.ru

«Формула Пласт»

www.formula-plast.ru
г. Москва, 6-я Радиальная ул., д. 62, стр. 1 (территория
завода «Огонек»)
Многоканальный телефон: +7 (495) 142-14-10
e-mail: info@formula-plast.ru



www.destek.ru
info@destek.ru
t.me/destek_russia
vk.com/destekrussia
+7 (495) 517-9332



ELFLED меняет правила!

Блоки питания с технологией параллельного подключения дают 3-х кратный рост надежности подсветки!

3-х кратное повышение надежности вывесок за счет применения БП с функцией параллельного подключения. Когда устанавливается не один блок, а несколько. Таким образом, вывеска будет работать даже в случае выхода из строя одного из блоков. Вплоть до того, что один блок сможет также питать вывеску, но на сниженной яркости.



Блоки Стандарт

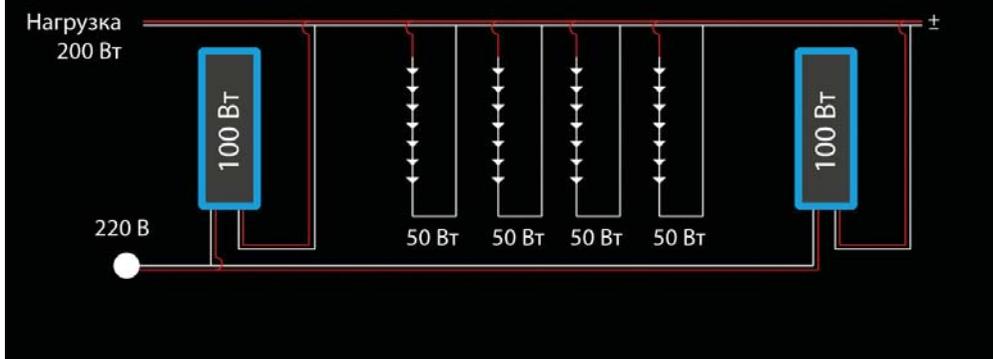
ELFLED представляет на российском рынке инновационные блоки питания с функцией PCS (parallel connection system) или технология параллельного подключения. Эти блоки питания открывают новые возможности для применения БП в вывесках, предоставляя проектировщикам уникальные возможности.

Известный факт, что более 70% проблем с подсветкой вывесок связано с выходом из строя БП. И новая технология позволяет минимизировать этот эффект.

Основное отличие в схемотехнике новых блоков заключается в возможности устанавливать их в цепь параллельно друг другу, при этом каждый БП адаптируется в зависимости от своей мощности и нагрузки. Эти блоки невозможно перегрузить. Если нагрузка значительно больше мощности самого блока, то она будет светить не на полную яркость. Таким образом, эффект мигающих вывесок, который вызывается уходом БП в защиту в следствии перегруза или неисправности в новой серии исключен.

Возможность монтировать блоки питания параллельно в любой точке сети дает интересные преимущества, например,

Принцип параллельного подключения



Комбинация номиналов



при монтаже светотехники с применением жгутов (как в автомобилях). При достаточно большой серии можно изготавливать жгуты по стандартам с минимальным количеством разъемов и устанавливать БП в любом месте.

Еще одно важнейшее преимущество функции PCS — это возможность использования лишнего БП на случай выхода из строя одного из блоков. Фактически в ответственных проектах, при трудной доступности, удаленности объекта вы можете запроектировать один лишний БП и быть уверенным, что на данный объект выезжать вам больше практически не придется.

Для клиентов же важнейшим фактором применения новой технологии является то, что вывеска будет всегда светить. При выходе одного блока она продолжит

работать, но с меньшей яркостью. Исключается частичная засветки, вызывающая всякие веселые ассоциации, как, например, одна несветящая буква в вывеске КУХНИ.

Примеры схем монтажа

1. Для особенно важных, удаленных по расстоянию или высоте вывесок сразу можно установить резервный блок питания параллельно. Это обеспечит требуемую яркость вывески без срочного сервисного обслуживания по замене.

2. Бесперебойная работа световой вывески даже при выходе из строя одного блока. Автоматически лишь уменьшится яркость всей вывески. Вывеска продолжит работать без пятен и погасших элементов. Ваш клиент не будет вам звонить и просить срочный ремонт вывески.

3. Можно произвольно подобрать и подключить параллельно блоки питания разных номиналов, исходя из наличия в данный момент на вашем складе и/или точного расчета общей мощности вывески, например: $960 \text{ Вт} = (300 + 300 + 300 + 60)$.

4. Удобство расположения блоков питания в одном месте, а не у каждого элемента большой вывески. Это упрощает монтаж и обслуживание вывески.

Ассортимент

Новые блоки ELFLED с функцией PCS представлены в двух сериях SLIM и STANDART. Серия SLIM отличается тонким дизайном высотой всего 18 мм, что делает ее идеальным выбором для установки в ограниченных пространствах. Высокая степень защиты IP68 обеспечивает надежность работы БП, что делает их идеальным выбором для использования на улице или в помещениях с повышенной влажностью.

Серия SLIM:

- Напряжение 12В или 24В номиналами 100, 150, 240, 300, 400 Вт
- Тонкий корпус — всего 18 мм!
- Высокий класс герметичности IP68
- Гарантия 4 года

Серия STANDART:

- Напряжение 12В номиналами 60, 100, 150, 200 Вт
- Цены, как у обычных блоков питания в ассортименте ELFLED
- Гарантия 3 года

Блоки этих двух серий можно вместе подключать в единую цепь!

Мы предоставляем образцы, если вы хотите ознакомиться и попробовать.

8-800-333-2705
elf@stm-ru.ru



Красивое производство — еще один канал продаж

Уже не первый раз, посещая крупные РПК, слышу истории о том, как клиент, посетив их производство, настолько впечатлился, что уже не захотел идти к конкуренту. Весь фокус в том, что в большинстве РПК культура производства оставляет желать лучшего, поэтому те, у кого с этим всё в порядке, выделяются среди других, получая конкурентное преимущество.



Фото с производства VDS, Минск

На что важно обратить внимание?

✓ Прежде всего, **на производстве должно быть чисто**. Это влияет не только на внешний вид помещений, но и на качество изготавливаемого продукта — пыль и грязь могут стать нежелательными артефактами, которые снизят эксплуатационные характеристики изделия.

✓ Если есть возможность, хорошо бы **сделать ремонт в помещении с помощью дизайнера** производственных интерьеров. Это производит правильное впечатление и позиционирует вас как современную компанию, понимающую толк в промышленном дизайне.

✓ Большую роль имеет организация рабочего пространства. **Методика «Бережливого производства»** вам в помощь. Если клиент увидит, как грамотно у вас выстроены рабочие процессы, то у него не останется сомнений и в качестве ваших услуг.

✓ **Оборудование, его состояние тоже имеют значение** для демонстрации возможностей компании. Если ваш завод оснащен современными многопрофильными станками, заказчик это обязательно оценит и, возможно, задумается о новых заказах с учетом вашего технического потенциала.

✓ Все **сотрудники на производстве должны носить чистую корпоративную рабочую одежду**. Во-первых, это красиво. Во-вторых, это также сплачивает коллектив, создает у каждого работника ощущение принадлежности к единому коллективу.

✓ Немаловажно **организовать достойные зоны отдыха**, раздевалки и обеденные помещения для сотрудников. Вы заботитесь о персонале, а он в свою очередь наверняка отвечает вам взаимностью, выполняя свою работу качественно и ответственно.

✓ **Создайте уголки техники безопасности на производстве**. Крупные клиенты это наверняка оценят, потому что для них это абсолютная норма и, увидев на вашем производстве такой же подход к безопасности, наверняка увидят в вас близких по духу коллег.

✓ Наконец, **не забывайте о брендировании своей территории**, об обозначении разных производственных участков. А еще можно повесить баннеры с различными мотивирующими фразами. Это вдохновляет сотрудников и производит впечатление на клиентов.

Разумеется, можно всего этого не делать, а продолжать предлагать низкие цены, лить деньги в трафик, тратить свое время на посты в соцсетях и просиживание в чатах. Но тогда вы упускаете один важный канал продаж, который особенно хорошо привлекает крупных клиентов.

Олег Вахитов, исполнительный директор Ассоциации «ВизКом»

ACCUTEK

Бортогиб ACCUTEK AT 3 – быстрее, выше!

В сравнении с AT2 может обрабатывать профиль высотой до 200мм, металл толщиной до 2 мм.

Более мощная версия по доступной цене.

Гибкая система оплаты, рассрочка и лизинг!



RDP
TRADE

RDP TRADE –

поставщик оборудования
и расходных материалов

+7 495 260 18 61

+7 977 809 65 40

rdptrade.ru/shop

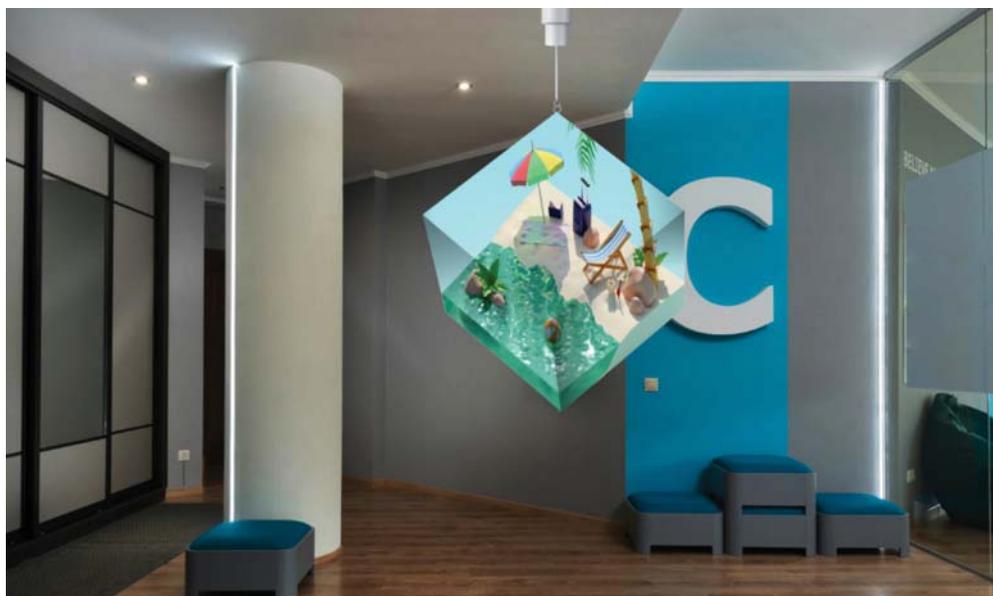
Больше граней — больше возможностей!

В современном мире всё сложнее донести контент до аудитории из-за обилия источников информации. При этом физические рекламные носители по-прежнему имеют свои преимущества, потому что их нельзя «выключить». Правда, окружающие нас билборды, постеры и информационные доски тоже стали привычными и порой незаметными атрибутами, сопровождающими наши перемещения. А что, если сам рекламный носитель окажется нестандартным и начнет привлекать к себе внимание как объект искусства или инженерной мысли?

Именно такой вопрос задал себе изобретатель Вячеслав Албу, прежде чем запатентовать объемный рекламный носитель в виде многогранника. Его необычная форма сама по себе привлекала бы внимание аудитории из-за своей уникальности, а множество граней и возможности программного создания 3D-роликов на цифровых поверхностях позволили бы рекламодателям выйти за рамки традиционного креатива и еще больше вовлечь зрителей в свой рекламный контент. Мы поговорили с Вячеславом о том, какие возможности открываются при использовании многогранников в качестве носителя рекламы и информации, и преимуществах владения патентом на данное изобретение.

— Вячеслав, расскажите, с чего всё началось, как Вам пришла в голову эта идея?

— Всё началось в 2021 году, когда я как художник-любитель придумал такой объект искусства и назвал его «кубптихом» — аналогии с диптихом или триптихом. Это продолжение моей мысли о том, что холст, оставаясь односторонней двумерной плоскостью, может быть представлен в виде ленты Мёбиуса, но которая уже переходит в 3D. Она вроде бы имеет одну плоскость, но покрывает обе стороны. И



когда я стал развивать этот концептуальный подход в искусстве, мне пришла в голову мысль, что времена года можно изобразить в одном месте, расположив картины на гранях куба. Это будут не четыре разделенные картины, а композиция, собранная в одном месте. Тогда же появился и термин «континуальный холст» и «континуальное искусство».

В свое время я много занимался промышленными выставками, а на выставках использование кубических форм может существенно экономить пространство и

позволяет размещать на шести поверхностях куба существенный объем информации. Или, например, в музее каждая картина на стене занимает достаточно много места, а если подвесить куб за вершину и разместить на его гранях по картине, то мы сможем на той же площади зала разместить значительно больше изобразительных объектов. Эта идея не противоречит природе человека познавать мир, получать больше информации. В то же время она позволяет делать это, занимая меньше пространства. Также такое расположение

дает возможность созерцать одновременно три разных арт-объекта, подчеркивая различия посылов и мыслей художника, либо объединяя и усиливая их, что и позволяет создавать художнику континуаль-

приплюсовать еще и возможности цифровых билбордов, то получается, что такую «континуальную рекламу» можно транслировать, последовательно переключая все грани 3D цифрового билборда на новые

Я пригласил специалиста по патентам, который написал формулу моего изобретения, и мы подали его на регистрацию. И в итоге мы получили патент на компактное размещение информации. Я распространил его не только на куб, но и на несколько видов многогранников. На том же кубе, если у него отсечь углы, появляются дополнительные небольшие поверхности, где можно демонстрировать актуальную для любого человека информацию – температуру воздуха, время и другое. Эти небольшие поверхности можно применять как так называемые «ай стопперы», которые используются для привлечения внимания к тому или иному объекту или к информации. Хотя, надо признать, сама форма такой конструкции уже необычна и привлекает внимание.

Во многих городах мира, включая Москву, уже появились 3D-экраны, на которых с помощью специальной программы можно создать эффект объемной анимации, реалистично воспринимаемой с определенного ракурса. Это действительно впечатляет, но, как правило, такая конструкция требует наличия фасада, на котором она устанавливается. Если же использовать цифровой многогранник, то его установка не требует фасада, а различные грани позволяют размещать множество креативов и также с помощью специальных программ генерировать объемные изображения и видеоролики.

Многогранный рекламный носитель можно создавать разного размера и использовать не только на улице, но и в помещениях – в торговых центрах, в метро, других общественных и коммерческих помещениях.

— *Какие возможности получает приобретатель Вашего патента?*

— Обладатель патента сможет использовать изобретение в полной мере с внедрением самых разных технологий. Патент позволяет использовать изобретение даже в рекламно-сувенирном бизнесе. Приобретая его, можно выбрать какой-то определенный сегмент, где его можно применять, либо получить эксклюзив на все сегменты.

Теперь, если производитель рекламы решит создать конструкцию, которая защищена данным патентом, он должен будет обратиться к правообладателю.



ное искусство. Переводя на язык рекламы, можно сказать, что плоская реклама на 2D-билборде автомобиля, например, будет менее информативной, чем реклама того же авто на шести, пусть и статических гранях, но в разном контексте — в горах, с семьей, в непогоду и т.п. Получается, что у «художников-создателей» рекламы этого авто, появляется дополнительная возможность передать многие преимущества авто на одном 3D-билборде. По-моему, это открывает новые возможности в креативной и запоминающейся рекламе. Если к этому

рекламируемые объекты. А для мультибрендовых рекламодателей это открывает исключительные возможности объединить в одном месте все свои рекламные усилия для всех зонтичных брендов. Наконец, при современных и развивающихся технологиях компьютерной 3D-графики и факте наличия углов между соседними гранями открываются возможности передавать объемные эффекты супер-реальных прыгающих котов и ныряющих дельфинов с крыш и фасадов зданий в удобные для рекламодателей места.



Вячеслав Албу с группой Scorpions

То есть, выгода владения данным патентом заключается не только в возможности предлагать клиенту подобный вид рекламного носителя, но и в возможности контролировать этот рынок, продавать право использования изобретения или становиться генеральным подрядчиком на изготовление многогранных рекламных носителей.

Также, лицензионный договор может предусматривать бесплатные консультации с нашей стороны на определенный период, при желании приобретателя прав.

— Вы предлагаете исключительно эксклюзив или на один регион может быть несколько компаний, заключивших с вами договор на патентное право?

— Мой опыт в бизнесе подсказывает, что эксклюзивное право – это мощный инструмент, позволяющий зарабатывать существенно больше средств, чем когда в данном сегменте есть конкуренция. На период действия эксклюзивного договора ты можешь самостоятельно выстраивать свои стратегии, маркетинг будет работать только на тебя, а не только на твоих коллег-конкурентов. Фактически возникает монополия на том рынке, на котором у тебя есть эксклюзив. Поэтому мы рекомендуем заключать эксклюзивный договор, который распространит ваши права на всю Россию.

— Вячеслав, расскажите немного о себе, как Вы пришли в бизнес и каков Ваш первый опыт в маркетинге?

— Во взрослый мир я пришел через математику и кибернетику, защитив диплом в Новосибирском академгородке. Начинать свою карьеру с работы над искусственным интеллектом на ВЦ Академии наук СССР. Я занимался распознаванием речевых образов, когда работа в этой области только начиналась. А когда я пошел в аспирантуру в Москве, я работал в одном отделе с Алексеем Пажитновым, который хорошо известен как создатель знаменитого «Тетриса». Это была его идея, а мы ему помогли, вдохновляли. Таким образом, дух изобретательства во мне был заложен еще давно.



Вячеслав и Яна Албу на выставке изобразительного искусства

Первую докторскую диссертацию я защитил по искусственному интеллекту, вторую сейчас получаю по философии.

Возвращаясь к учебе в аспирантуре... В 90-м году случился эпизод, который повлиял на мою дальнейшую жизнь. Однажды мой трехлетний старший сын сказал, что он плохо растет. Я ему возразил, сказав, что он только что съел хвост минтая с пюрешкой. На что он сказал, что при этом не ест клубнику и черешню. И тогда, чтобы восполнить этот «отцовский» пробел, я решил заняться бизнесом.

Первый миллион заработанных долларов я собрал в одном месте, как сейчас помню, 27 декабря 1993 года, занимаясь экспортом из России в Монголию. Это была такая ниша, которую никто тогда не занимал.

Кроме того, я попытался экспортировать детские велосипеды в Данию, но мой покупатель оказался не совсем добросовестным бизнесменом, из-за чего у меня возникли проблемы с криминальной полицией Дании. Как ни странно, спасли меня тогда местные байкеры из сообщества Hell Angels. В их кругах очень популярно было пиво Tuborg. И через некоторое время я уже посетил завод Carlsberg, где оно производится, а через два года заключил эксклюзивный договор на поставку пива в Россию.

И когда я начал работать с Carlsberg, увидел, что перед их офисом в Копенгагене была установлена огромная объемная

бутылка пива, и я впервые в полном объеме познакомился с понятием маркетинга. Тогда же узнал, как успешные компании строят свои бренды на международных рынках. Я приезжал в Копенгаген на конференции дистрибьюторов из 50 стран, где каждый рассказывал, в том числе, о своем опыте в области маркетинга. Там же я познакомился с группой Scorgions, чьим генеральным спонсором была компания Carlsberg. Концерты рок-группы оформлялись объемными инсталляциями из пивных бутылок, что производило сильное впечатление. И я также участвовал в распределении рекламных бюджетов по разным маркетинговым каналам. Это было время, когда я окончательно убедился в необходимости рекламы для успешной конкуренции.

Позже мы создали свой собственный бренд коньяка «GALLISS» во Франции, и мне даже посчастливилось продегустировать коньяк, который подавали на свадьбе Наполеона. Кстати, в течение пяти лет мы эксклюзивно поставляли «GALLISS» в одну из российских авиакомпаний. И в очередной раз я убедился на собственном опыте в преимуществах эксклюзива.

— Как Вы планируете распространение патента на использование в рекламе и информировании многогранных конструкций?

— Мы начали с России. Первому проявившему интерес мы предложим в качестве опции эксклюзив и на другие страны, где зарегистрирован патент. Но вообще я бы хотел, чтобы первыми этот патент приобрели именно в России, несмотря на то, что он уже зарегистрирован в девяти странах. Хотелось бы, чтобы он начал распространяться из России, чтобы здесь появились первые подобные конструкции. Хочется поддержать, чем можем нашу Альма-матер.

— Вячеслав, что или кто Вас вдохновляет на работу?

— Не было бы всего этого, если бы не моя жена Яна. Она — тульская красавица и моя муза, в том числе дисциплинированная. Она любит порядок, поэтому если я что-то начинаю и не заканчиваю, она заставляет меня довести дело до конца. И это изобретение появилось и благодаря ей тоже.



Изобретение Патента № 045692 относится к демонстрационным устройствам, предназначенным для показа цифровых и обычных рекламных, информационных и декоративных материалов в общественных, офисных или частных пространствах. Особенность изобретения — в качестве рекламных поверхностей используются поверхности четырех правильных многогранников Платона — Октаэдра, Икосаэдра, Гексаэдра и Додекаэдра, а также их усеченных вариантов.

Изобретение запатентовано на территории стран ЕАЭС: России, Армении, Азербайджана, Беларуси, Казахстана, Кыргызстана, Таджикистана и Туркменистана.

Потенциальный партнёр в стране ЕАЭС получает эксклюзивное право на использование Патента № 045692 на территории своей страны путем заключения лицензионного договора.

Представитель правообладателя патента № 045692:

Албу Яна Вячеславовна. Email: admin@inartevita.com,

WhatsApp: +7 (926) 04-002-30



Презентация тут!

Что такое регламенты? Зачем они нужны в рекламно-производственной компании?

Почти каждый из нас начинал свой бизнес, выстраивая процессы на основе интуиции и собственного опыта. До какого-то момента это все прекрасно могло работать. Но одновременно с ростом компании повышаются и требования к её управлению. Неотъемлемой частью эффективного бизнеса становятся внедренные в компании регламенты. О том, что это такое и как создавать регламенты, на вебинаре для участников Ассоциации «Визком» рассказала Юлия Василевская, директор компании «Геометрия рекламы». Приводим основные тезисы из её выступления.



*Юлия Василевская, директор компании
«Геометрия рекламы»*

Что дают регламенты?

Регламент – это свод тех правил, которых мы хотим придерживаться в своей организации. Это описание задач и действий сотрудников, что они должны делать, как они должны получать информацию, куда они должны идти с тем или иным запросом, как должны взаимодействовать между собой подразделения и т. д.

Внедрение регламентов обеспечивает стабильность и предсказуемость действий и последствий, прозрачность деятельности компании, освобождает время руководителя для решения стратегических вопросов...

С чего начать внедрение регламентов?

Начинать внедрение регламентов желательно с формирования миссии, целей и задач компании. И это не необходимая формальность, а та дорожная карта, на основе которой будут формироваться регламенты, чтобы они не противоречи-

ли основным принципам развития организации.

Как правило, эти базовые стандарты формирует собственник компании. Затем он устанавливает их как стандарты для топ-менеджмента — для директора предприятия, коммерческого директора, технического и т. д. Видение мира собственника они спускают ниже по иерархии. И даже если у вас крупная компания, сведение принципов работы компании сверху вниз обеспечит отражение её миссии в масштабах всей организации.

Каждый собственник определяет комфортные или мотивирующие для него цели в бизнесе — будь то постоянный рост, увеличение прибыли, внедрение инноваций или соблюдение баланса между работой и личной жизнью. Но как в итоге добиться того, чтобы сотрудники не саботировали работу, а выполняли её максимально эффективно, испытывая удовлетворение от процесса и результатов? Регламенты — один из таких инструментов, особенно если они написаны в соавторстве с сотрудниками.

ЧТО ЖЕЛАТЕЛЬНО ОТРАЗИТЬ В РЕГЛАМЕНТЕ ШАГ 3 (НА ПРИМЕРЕ ПРОИЗВОДСТВА)

1. Оборудование на котором работает сотрудник /принтер, ламинатор, плоттер...
2. Время и условия работы /указываем график в котором работает станок,
3. Правила работы, (открыл, включил... уборка при необходимости
4. Путь получения файлов в работу и обратная связь по их корректности
5. Взаимодействие после выполнения заказа на части его этапа работы
6. Его действия в случае брака или поломки оборудования
7. Как и с кем он взаимодействует и кому подчиняется, кто и когда ставит ему задачи
8. Планерки время и место проведения
9. Отчеты которые формирует сотрудник место и время их сдачи
10. Правила формирования его ЗП = оклад, бонусы, депримации, КПИ, отпускные

Внедряем правильные регламенты.

Шаг 1. Если сотрудник работает давно, и мы доверяем ему, сначала спрашиваем, что он делает, каковы его обязанности, с кем и как он взаимодействует. Также спрашиваем, каким он видит свой идеальный результат своего труда — конечный продукт. Если сотруднику будет тяжело написать это самому, необходимо с помощью наводящих вопросов помочь ему. На этом же этапе можно обсудить и регламентировать систему оплаты его труда. Если сотрудник новый, а регламента еще нет, его формирует руководитель на основе предыдущего опыта и прочих накопленных знаний. Далее в процессе работы регламент может быть оптимизирован уже при участии сотрудника, накопившего опыт в данной компании.

Шаг 2. Формируем количественные и качественные показатели труда сотрудника. Какой результат мы хотим получить от сотрудника? Какие функции и с каким результатом он должен выполнять? Какой объем работы в единицу времени он должен выполнять и с каким качеством? Описываем идеальное видение на основе тех принципов, о которых мы говорили в начале статьи. Если ваше видение и видение сотрудника на одни и те же процессы отли-

чаются, обсудите, при каких условиях он будет выполнять то, что необходимо для продуктивной деятельности вашего предприятия и реализации планов его развития.

Шаг 3. Составьте список всех регламентов в вашей компании — на кого они распространяются, кто ответственный за их написание и исполнение. Опишите максимально возможное количество правил, регламентирующих работу каждого сотрудника и взаимодействие всех подразделений. В том числе, регламенты должны содержать правила документооборота, систему формирования заработной платы, поощрений и наказаний. Каждый сотрудник должен понимать, что он делает, в какие сроки, с каким качеством, что он за это получает, и чем грозит неисполнение регламента.

Шаг 4. Утверждение регламента. В правильной компании правила — это не просто спущенный сверху свод распоряжений, а регламент, согласованный обеими сторонами. Тогда сотрудник сможет принять его, почувствовать свою ответственность и, как результат, показывать более высокую эффективность. Для формирования итогового текста регламента сотрудник и его руководитель обсуждают каждый пункт, при необходимости вносят коррективы и приходят к единому знаменателю.

Причем, выполнение правил обязательно как для сотрудника, так и для его руководителя. Только так можно добиться доверия и взаимного уважения в компании.

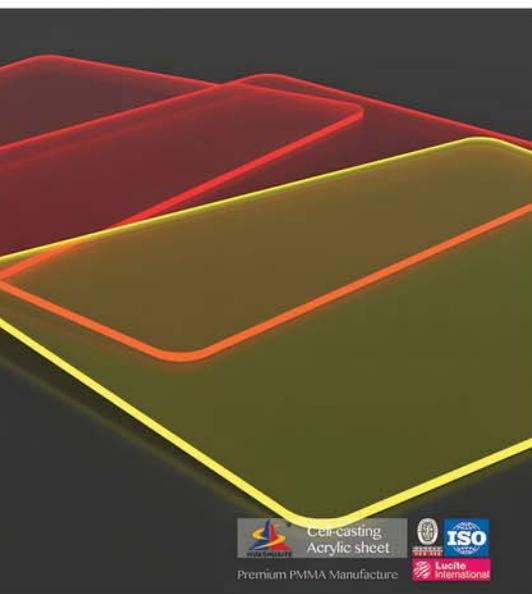
Шаг 5. Оформите регламенты в удобном для восприятия и ежедневного использования формате. В идеале, если кроме электронной версии документа, которая может храниться в определенном месте на сервере или внутри корпоративной платформы, документ также будет распечатан на принтере и подписан обеими сторонами. Когда человек под чем-то подписывается, он внутренне принимает решение о том, что он согласовал эти параметры. Это накладывает большую ответственность как на создание документа, так и на исполнение отраженных в нем пунктов.

Начните с одного-двух сотрудников, чтобы протестировать внедрение регламента в организации. Если опыт окажется успешным, распространяйте его постепенно на всех сотрудников.

Важно понимать, что регламент — это гибкий свод правил, который может дополняться и видоизменяться под влиянием как внешних, так и внутренних ситуаций. Необходимо регулярно проводить аудит регламентов и при необходимости вносить соответствующие изменения.



ТОРГОВАЯ МАРКА HUASHUAITE® АССОЦИИРУЕТСЯ С АКРИЛОВЫМИ И ПОЛИКАРБОНАТНЫМИ ПРОДУКТАМИ ВЫСОКОГО ОПТИЧЕСКОГО КАЧЕСТВА. HUASHUAITE® ЯВЛЯЕТСЯ ВЕДУЩИМ КИТАЙСКИМ ПОСТАВЩИКОМ, ЧЕЙ УСПЕХ ОСНОВАН НА ПОСТАВКАХ КАЧЕСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ С УВЕЛИЧЕННЫМ СРОКОМ СЛУЖБЫ. ЧТОБЫ УДОВЛЕТВОРИТЬ РАСТУЩИЙ СПРОС, HUASHUAITE® НАЧАЛА НЕУКОСНИТЕЛЬНО УЛУЧШАТЬ КАЧЕСТВО И ОБСЛУЖИВАНИЕ, УВЕЛИЧИВАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ МОЩНОСТИ НА СВОЕМ ПРЕДПРИЯТИИ, ЧТОБЫ ПОДДЕРЖАТЬ ЦЕЛИ РУКОВОДСТВА «СТАТЬ ВЕДУЩИМ СПЕЦИАЛИСТОМ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ЛИТОГО АКРИЛОВОГО ЛИСТА В МИРЕ». И МЫ ВЕРИМ, ЧТО НАУКА СОЗДАЕТ ЖИЗНЬ.



КОМПАНИЯ ОРГСТЕКЛО

ОФИЦИАЛЬНЫЙ АВТОРИЗОВАННЫЙ
ДИЛЕР НА ТЕРРИТОРИИ РОССИИ
КОМПАНИИ HUASHUAITE
ТЕЛ. +7 (495) 120-33-68
МОСКВА, ПЕВЧЕСКИЙ ПЕР., Д. 4, СТР. 1
ORGSTEKLO.COM

В НАШЕМ ДИЛЕРСКОМ ЦЕНТРЕ, ОФИСЕ В ПЕВЧЕСКОМ ПЕРЕУЛКЕ,
МОЖНО ПОЛУЧИТЬ ОБРАЗЦЫ ПРОДУКЦИИ И БОЛЕЕ ПОДРОБНУЮ
ИНФОРМАЦИЮ О МАТЕРИАЛАХ.
ВСЯ ПРОДУКЦИЯ БУДЕТ ПРЕДСТАВЛЕНА
НА ВЫСТАВКЕ «РЕКЛАМА» ОСЕНЬЮ ЭТОГО ГОДА.

МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМЫ**Prizmix**

+7 (495) 956-1115

<https://www.prizmix.ru/>

Чернила Triangle: сольвентные, экосольвентные, УФ. Пленки и обои для печати Neschen.

Дестек

+7 (495) 517-9332

<http://www.destek.ru/>

Производство и продажа органического (акрилового) стекла. Оперативное производство нестандартных размеров и цветов «под заказ».

НОВАТЕХ

+7 (968) 632-93-95, +7(495) 374-64-68

magnitvinil.com, novafilm.su

Инновационные материалы для рекламного оформления. Магнитный винил, феррапленка NOVAfilm, силиконовая пленка NOVALight, NOVAbacklit, EasyJet и другие.

Печать

+7 (4012) 39-02-13

+7 (911) 495-5485

<https://39pechat.ru/>

Поставка листовых и рулонных материалов для рекламы, светотехники, расходных комплектующих.

РДП ТРЭЙД

+7 (495) 260-18-61

<https://www.rdptrade.ru/>

Бортогибы, профиль алюминиевый, жидкий акрил.

РуссКом

+7 (495) 785-5805

<https://russscom.ru/>

Чернила Mimaki и InkTec, плёнки для ламинации, плёнки для термопереноса, заготовки и расходные материалы для сублимации, пластиковые карты.

Оргстекло

+7 (495) 120-33-68

<https://orgsteklo.com/>

Торговля листовыми пластиками.

Туплекс

+ 7 495 363 90 30

www.tuplex.ru

Вспененный ПВХ, оргстекло, баннеры, самоклеящиеся плёнки, жёсткие плёнки ПВХ, сэндвич-панели, АКП, монолитный поликарбонат, полистирол, ПЭТ, кровельный ПВХ ONDEX, тентовая ПВХ ткань.

ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМЫ**LIYU Russia**

+7 (495) 196 7711

<https://liyuprinter.ru/>

Широкоформатные принтеры для рекламно-производственных компаний и промышленной печати. Сольвентные и УФ. Планшетные, рулонные и гибридные модели. Комплектация под задачи: выбор печатных головок, производительность, набор опций для работы с различными материалами.

НЕОТЕК

+7 495 363-45-03

<http://neotec.ru/>

Поставки лазерных и фрезерных станков и листогибов.

Prizmix

+7 (495) 956-1115

<https://www.prizmix.ru/>

Оборудование и материалы для широкоформатной печати, производства рекламы и POSM: УФ-принтеры EFI VUTEK, режущие плоттеры Kongsberg, клеевые плоттеры F Service, рулонные ламинаторы Neschen.

РДП ТРЭЙД

+7 (495) 260-18-61

<https://www.rdptrade.ru/>

Оборудование для производства объёмных букв из жидкого акрила, бортогибы.

РуссКом

+7 (495) 785-5805

<https://russscom.ru/>

Широкоформатные и сувенирные принтеры Mimaki (сольвент и УФ), ламинаторы GMP, режущие плоттеры Graphtec, термопрессы, автоматический этикеточный комплекс, картпринтеры.

СТМ

+7 (495) 363-9339

<https://hanslaser.stm-ru.ru/>

Лазерные станки Han's Laser. Ручная сварка.

Техно-Графика

+7 (495) 225-50-43

<https://технографика.рф/>

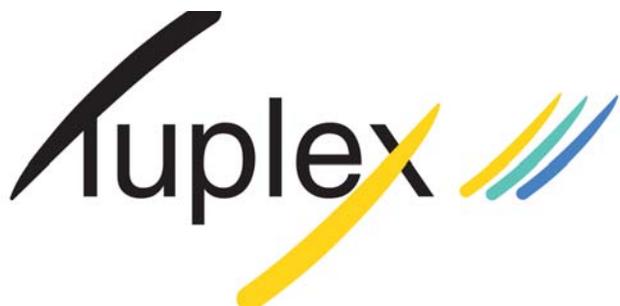
Печатное и постпечатное оборудование и расходные материалы. Лазерные гравировальные станки. Режущие плоттеры и др.

СВЕТОТЕХНИКА**СТМ**

+7 (495) 363-9339

<https://www.elf-light.ru/>

Производство и поставка светодиодной продукции, реализуемой под маркой ELFLED. Все для неона. NEON2!



Высококачественная продукция от ведущих мировых производителей материалов для рекламы!

Единственный поставщик на рынке АКП в размере 2000 x 4000 мм!
Идеален для печати!



СВОЙСТВА

- ✓ Высокая жесткость, плоскостность и стабильность размеров материала
- ✓ Относительно низкий вес
- ✓ Высокая атмосферостойкость обеспечивает долговечность
- ✓ Устойчив к перепадам температур, с широким диапазоном температур применения (от -50°C до 80°C)
- ✓ Низкое тепловое расширение по сравнению с другими пластиками
- ✓ Никаких проблем с расслаиванием
- ✓ Простота обработки и сборки с помощью стандартных инструментов
- ✓ Возможность пространственного формования, 3D-обработка (рекомендуется использовать пластины из рекламного композита толщиной 0,30 мм)

Рекламные композитные панели представляют собой легкие, жесткие, прочные и эстетичные сэндвич-панели для широкого применения, состоящие из двух наружных алюминиевых облицовок и полиэтиленового сердечника (LD-PE) низкой

плотности, обычно черного цвета. Все слои соединяются химическими и механическими методами, что делает этот лист чрезвычайно устойчивым к расслоению.

Туплекс - Новосибирск

630088, г.Новосибирск, ул. Северный проезд 33
Тел.: 8 (383) 344-74-81;
Тел.: 8 (383) 344-69-06
denis@tuplex.ru

Туплекс - Екатеринбург

620050, г. Екатеринбург, ул. Монтажников 24В
Тел.: 8 (343) 245-02-45,
Тел.: 8 (343) 378-96-90
elena@tuplex.ru

Туплекс - Санкт-Петербург

188682, Ленинградская обл., Всеволожский р-н., мкр. Свердлова-1, 8Б
Тел.: 8 (812) 412-65-28, 412-58-73
gennadi@tuplex.ru

Туплекс - Ростов на Дону

346800, г.Ростов-на-Дону, 1-ый километр автодороги Ростов - на-Дону - Новошахтинск, участок 4/3
Тел.: 8 (863) 203-77-00,
Тел/Факс: 8 (863) 203-77-23
andrei@tuplex.ru

Туплекс - Уфа

450065, г.Уфа, Индустриальное шоссе,26, литер В, офис №14
Тел.: (347) 216-46-02, inna.s@tuplex.ru

Туплекс - Нижний Новгород

603058, г. Нижний Новгород, ул. Шекспира, д.15, корп. 2,офис 10
Тел: 8 (831) 216-33-88; 216-33-34
Alexander.G@tuplex.ru

Туплекс - Казань

420054, г. Казань, ул.Лебедева 1, корп 6
Тел.: 8 (843) 278-45-28, 278-45-29,
Sergey.R@tuplex.ru

Туплекс - Калининград

236034, г. Калининград, 2-й Ржевский пер., д. 18, литер Б, помещение 3
Тел.: 8 (9633) 501-501,
8 (9633) 501-500, 8 (9633) 501-505
kaliningrad@tuplex.ru

Туплекс - Москва (Центральный офис)

115432, г. Москва, ул. Трофимова, дом 14, стр 1, 4этаж
Тел.: 8(495)363-90-30
info@tuplex.ru
www.tuplex.ru