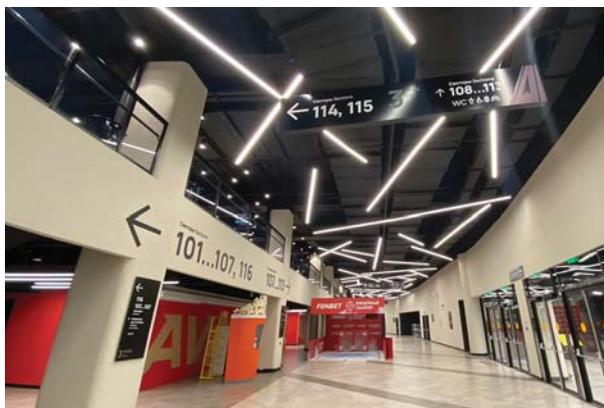
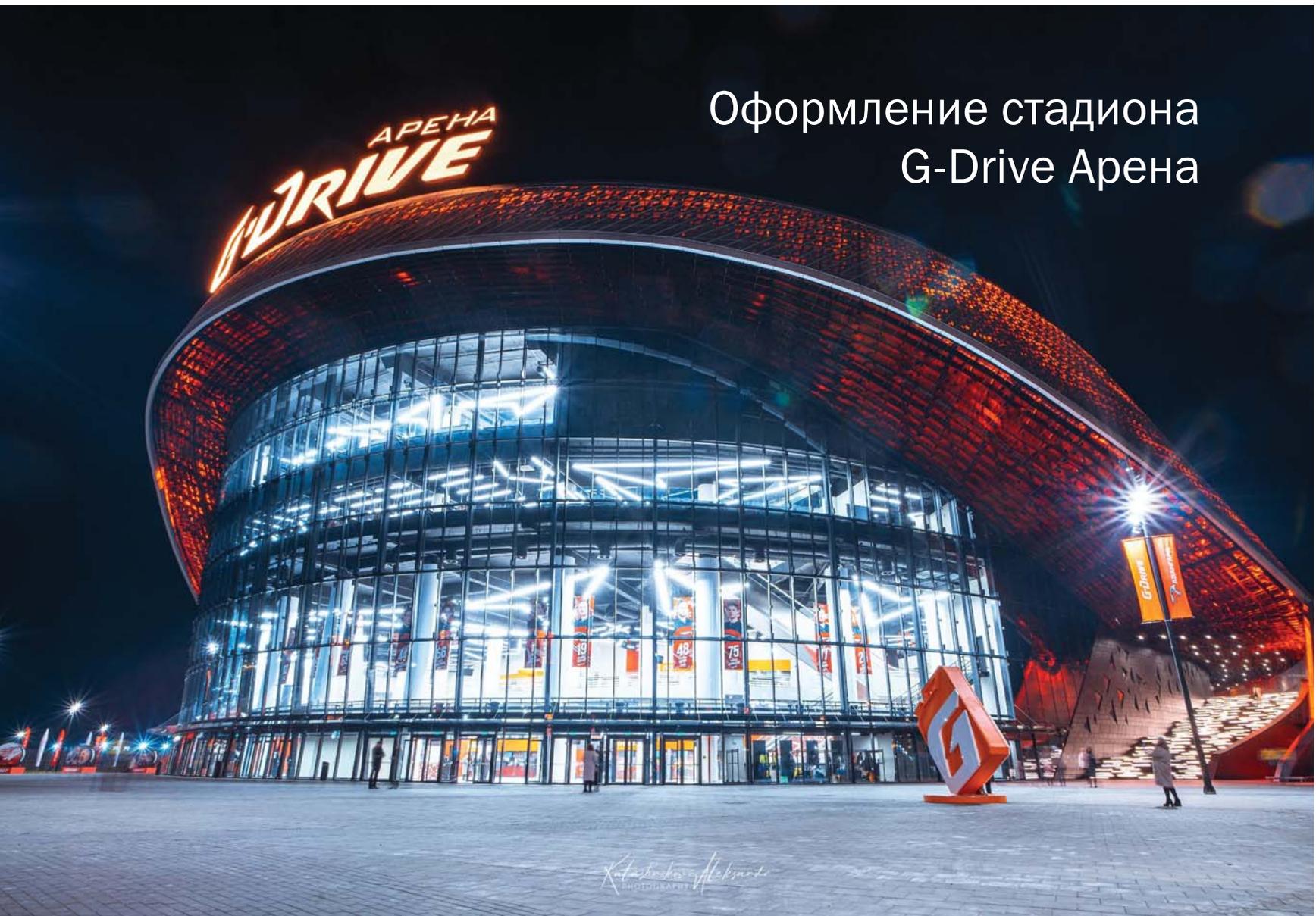


НАРУЖКА

издание для производителей рекламы

#151 апрель 2023 | технологии | тренды | практики | люди | компании

Оформление стадиона G-Drive Арена



Комплекс работ по оформлению стадиона G-Drive Арена
Исполнитель: EXTERNALL, Санкт-Петербург
Подробности на с. 20

РАБОТАЕМ! НЕ РАССЛАБЛЯЕМСЯ!

Рекламно-производственный рынок загружен заказами. С одной стороны, сработал отложенный спрос. С другой, сказывается массовая смена вывесок на новые названия и бренды.

Что важно понимать в этой ситуации? Несмотря на кажущуюся эйфорию, рынок остается волатильным и нестабильным. Это значит, что не стоит опираться на текущий тренд, выстраивая долгосрочную стратегию, не стоит отказываться от каких-либо заказчиков, если ваше производство позволяет их обслужить качественно и в срок. Есть смысл подумать над теми рисками, которые могут возникнуть в случае очередного провала рынка и подумать, как эффективно инвестировать накопленные ресурсы, чтобы в будущем нивелировать эти риски. Ну, а если вы успели диверсифицировать свой бизнес и нашли нишу, которая наиболее устойчива в кризисные периоды, то сейчас удачный момент для инвестирования в это направление. И, кстати, это также удачный момент для инвестирования в маркетинг, в тот самый классический маркетинг, который дает долгосрочный эффект. В кризисные времена коммерческая лидогенерация может оказаться непосильно дорогой и неэффективной из-за высокой конкуренции и ограниченного бюджета, а заработанное доверие к вашему продукту, широкая известность среди целе-



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

вой аудитории могут обеспечить необходимый приток теплых лидов без значительных вложений в прямую рекламу. А еще для поддержания себя в тоне необходимо ставить цели (они снимают неопределенность — источник стресса) и получать удовольствие от каждого прожитого дня. Вдохновляться и ставить цели вам помогут примеры ваших коллег, которых в этом номере довольно много. А хорошее настроение обеспечат щедрые заказчики и долгожданное весеннее солнце!

Издатель ООО «Ар энд Ди Коммуникейшнз»
Главный редактор Олег Вахитов
Отдел рекламы Екатерина Бобкова
Распространение Михаил Максотов
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

EXTERNALL — крышные установки и комплексное оформление — 1-я обл., 20

LIYU RUSSIA —УФ-принтеры LIYU PLATINUM — 5

Буква-LED — производство рекламных конструкций — 6

Агитация —изготовление вывесок и информационных стендов — 10

Вершина Плюс — изготовление вывесок — 13

РУССКОМ — ламинаторы R-SUPERLAM — 16

RDP Trade —бортогибы Accutek — 24

МАКСИЛЕД — светотехника с напряжением 24В — 26

FORRA.Price —экосистема для рекламного производства — 30

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

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>

Telegram-канал.



Оформление стадиона G-Drive. Объемные работы в короткие сроки

Глядя на этот объект и объем выполненных работ, трудно поверить, что это сделано силами одной рекламно-производственной компании, да еще и в ограниченные сроки. Мы поговорили с Анастасией Узекиной, генеральным директором питерской РПК Externall, которая вела этот заказ, о том, как проходили работы и с какими трудностями пришлось столкнуться в процессе их выполнения.

20



6



10

События

4 Новости

Персоны и компании

6 Буква-LED, Добродомик

10 Агитация

13 Вершина плюс

Продукты и решения

16 Ламинаторы R-SUPERLAM

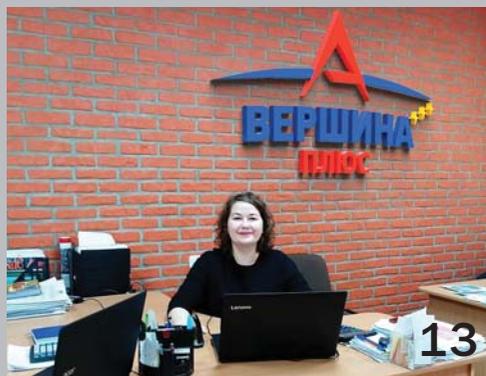
26 Светотехника 24В

Практика

20 оформление стадиона G-Drive

Бренд

24 Accutek



13



16



24



30

Развитие бизнеса

27 Безопасная работа с жидким акрилом

30 Программа FORRA.Price

Компания Mimaki анонсировала свой первый DTF-принтер TxF150-75

Принтер, использующий метод термопереноса, идеально подходит для создания высококачественных товаров по индивидуальному заказу: спортивной одежды и различных других рекламных текстильных изделий.

Печать DTF (direct to film) обеспечивает простой и доступный процесс декорирования одежды и обычно используется для декорирования футболок. Рисунок наносится непосредственно на специальную переводную пленку, которая затем посыпается термоплавким порошком, и после нагрева и сушки переводной лист готов к нанесению на ткань с помощью термопресса.

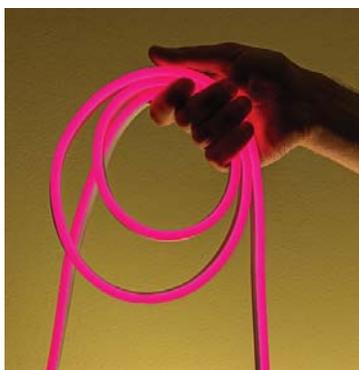
Основанный на самой продаваемой серии 150, новый Mimaki TxF150-75 отвечает потребностям рынка в надежной и стабильной технологии DTF. Встроенная система циркуляции чернил и конструкция упаковки с дегазированными чернилами помогают предотвратить распрост-

раненные проблемы с DTF, а благодаря использованию запатентованных базовых технологий, которые включают блок проверки сопел и систему восстановления сопел, процесс печати выполняется эффективно с минимальным вмешательством пользователя.



Гибкий неон на 24 В — новые возможности светового декора

Компания MAKSILED представила светодиодный неон нового типа ML-NF-24V с рабочим напряжением 24 В.



Каждый метр неона укомплектован 120 светодиодами на 24 вольт. В каждом сегменте, помимо светодиода, установлен резистор. Поэтому кратность резки ленты составляет один диод или 0,8 см, что увеличивает возможности производства уникальных вывесок и неоновых фигур. Свободы действий прибавляет и минимальный радиус загиба — всего в 1 см. Гибкий неон ML-NF-24V работает на пониженных токах — при меньших нагрузках и нагреве. Это значит, что световые участки с запиткой с одной стороны могут быть в 2 раза длиннее, чем при использовании неона с рабочим напряжением 12 В. Длина таких участков теперь может составлять до 10 м. Это очень удобно, к примеру, при изготовлении световых обрамлений, крупных вывесок или протяженных декоративных линий. При подключении таких отрезков, тем не менее, следует учитывать естественное небольшое снижение яркости диодов в конце длинной цепи. Это может быть особенно важным при изготовлении «закольцованных» фигур. Несомненным преимуществом является

то, что пониженные токи позволяют при работе с новым неоном использовать более длинные провода до источников питания либо более тонкие провода. Такие провода обходятся дешевле, они гибкие и малозаметные. Это важно для дизайна. Как и то, что гибкий корпус в тон свечения ленты повышает общую насыщенность цвета. Корпус неона -комбинированный: силиконовый рассеиватель и оболочка из ПВХ, которая легко монтируется на клеевые составы. Можно выбрать ширину шнура — 6 мм либо 8 мм. Световая эффективность гибкого неона 24 В — 9 Вт/м.

Новинка представлена десятью оттенками свечения, включая теплый и холодный белый, цветную «классику» — красный, зеленый, синий, а также стильные и яркие — розовый, голубой, лимонно-желтый, фиолетовый, оранжевый.

Гибкий неон с рабочим напряжением 24 В поставляется катушками по 50 м, продается любым отрезком, кратным 1 м. Продукт представлен на всех складах и в точках продаж MAKSILED, а также в интернет-магазине компании.

ШИРОКОФОРМАТНЫЕ ПРИНТЕРЫ PLATINUM

Комплектация под задачи вашего производства любыми печатными головами: **Konica Minolta, Ricoh Gen 5 или Gen6.**
Возможность повышения мощности принтера за счет увеличения количества голов уже после его установки.
Бесперебойные поставки, собственные серии высококачественных чернил, склад в Москве.
Ежегодная установка более 1200 принтеров по всему миру!



РУЛОННЫЕ УФ-ПРИНТЕРЫ PLATINUM PCT LED и QR

PCT LED - идеальный рулонник шириной 3,2м для печати премиальной рекламы и бэклит, от 4 до 8 цветов (CMYK LC LM W CI), высокая производительность до 180 м2 в час.

QR3 и QR5 - принтеры промышленного типа шириной печати 3,3 и 5м с мощной системой протяжки материала валами большого диаметра, разработаны для печати в режиме 24/7 для выставок, городской и событийной рекламы, и брендинга тентового транспорта.

ПЛАНШЕТНЫЕ УФ-ПРИНТЕРЫ PLATINUM KC и KCXL

Безупречная печать. Надежная промышленная конструкция. Два типоразмера на выбор: 2500 x 1250 мм или 3050 x 2050 мм. Толщина запечатываемого материала до 10см. До 8 цветов (CMYK + LC + LM + Белый и Бесцветный), белый цвет с возможностью печати подложкой или кроющей и бесцветные чернила (лак) с возможностью печати линз и эффектов 3D. Многорядное расположение печатных голов для повышения качества печати. Защита каретки от касания материала. Возможность установки от 4 до 32 печатных голов для самых высоких скоростей вашего производства.



ГИБРИДНЫЕ УФ-ПРИНТЕРЫ PLATINUM EQ и Q2/3

Универсальные УФ принтеры для печати на рулонных и листовых/ жестких материалах шириной 2м и 3,2м с быстрой перенастройкой тиражей на разных носителях. Комплектация до 16 печатных голов, 8 цветов (CMYK LC LM W CI). Защита каретки от касания материала. Конвейер повышенной грузоподъемности с 4 отдельными вакуумными зонами с автоматической настройкой смещения и натяжения, подача материала с любой стороны принтера для удобства и повышения производительности.

Компания «Буква-LED»:

создание бизнес-клуба и благотворительность как новый этап развития бизнеса!

По данным Центра исследований гражданского общества в 2021 году число россиян, принявших участие в благотворительных акциях, увеличилось на треть. Если говорить о цифрах, то этот показатель стремительно рос и в предыдущие годы. Таким образом, по состоянию на конец 2022 года около 75% жителей России хотя бы один раз жертвовали деньги на помощь нуждающимся.

Мы решили побеседовать с Павлом Рябининым, руководителем компании «Буква-LED», одним из основателей бизнес-клуба «Добродомик», и Александрой Синяк, президентом одноименного федерального благотворительного фонда, которые рассказали об истории создания «Добродомика» и том, какую роль играет бизнес в этом деле.

Для справки:

«Буква-LED» — компания из Санкт-Петербурга, основанная в 2007 году, — один из лидеров в области разработки и производства наружной рекламы. Мощности компании включают необходимый парк собственного оборудования, в том числе печатное оборудование и станки ЧПУ. Деятельность «Буквы-LED» направлена на производство наружной и интерьерной рекламы, оформление мест продаж, офисов, шоу-румов, а также концертных и выставочных площадок.

Внедрение в компании технологии «Жидкого акрила» обеспечило непревзойденное качество готовой продукции.

«Буква-LED» активно сотрудничает с заказчиками из других регионов, бла-

годаря чему наружную рекламу компании можно встретить не только в Санкт-Петербурге и Москве, но также в Новосибирске, Челябинске и многих других городах России.

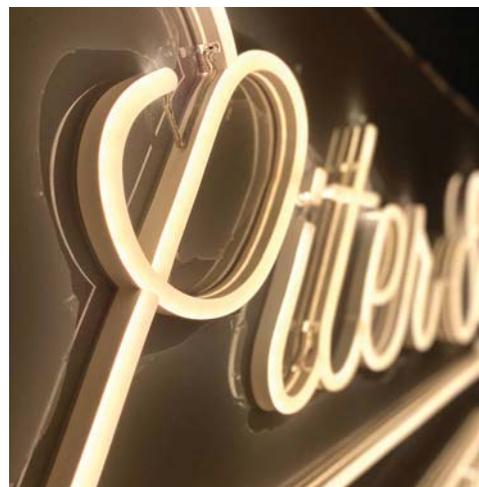
«Добродомик» — благотворительный фонд и бизнес-клуб, объединивший более 50 предпринимателей из разных регионов России. Некоторые из участников бизнес-клуба находятся в начальных строках списка «Forbes Россия», другие же только делают первые шаги в бизнесе.

Обе структуры позволяют предпринимателям знакомиться друг с другом, вести совместные проекты, а также принимать участие в благотворительной деятельности, помогая старшему поколению.





Продукция компании «Буква-LED»



— Павел, Вы являетесь одним из основателей бизнес-клуба «Добродомик». Скажите, чем он занимается и как он связан с благотворительным фондом?

Павел Рябинин: Бизнес-клуб «Добродомик» — это сообщество предпринимателей, объединенных идеей помощи старшему поколению. Члены нашего клуба — предприниматели и бизнесмены, имеющие внутреннюю потребность в оказании помощи старшему поколению, они помогают федеральному благотворительному фонду «Добродомик». Некоторые из членов бизнес-клуба в этом году вошли в состав попечительского совета фонда.

— Вы говорите о том, что бизнес-клуб объединяет предпринимателей общей идеей помощи старшему поколению. Скажите, пожалуйста, в чем это проявляется на практике?

Павел Рябинин: Ключевое слово здесь именно «объединяет». Мы понимаем, что каждый человек по отдельности не всегда может помочь в достаточной мере. Это может быть посильная помощь, но если говорить в целом, то это «капля в море».

Роль объединения людей на благо общей цели нельзя недооценивать. Более того, перед нами стоят задачи не только в области сбора средств, но и в организации тематических встреч. К примеру, бизнес-клуб берет на себя ответственность за проведение мероприятий со старшим поколением, тематических вечеров, поздравлений с праздниками.

— Предположим, предприниматель из другого региона захочет вступить в ваш клуб. Что ему для этого нужно сделать? Есть ли какой-то «порог входа»?

Павел Рябинин: Формально «порог входа» у нас есть, но он незначителен. Мы рады всем желающим работать для общего блага вместе с нами. У нас предусмотрен вступительный взнос в размере 5000 рублей и ежемесячный платеж в размере от 5000 рублей. Наш коллектив уверен, что для большинства предпринимателей это незначительная в масштабах бизнеса сумма.

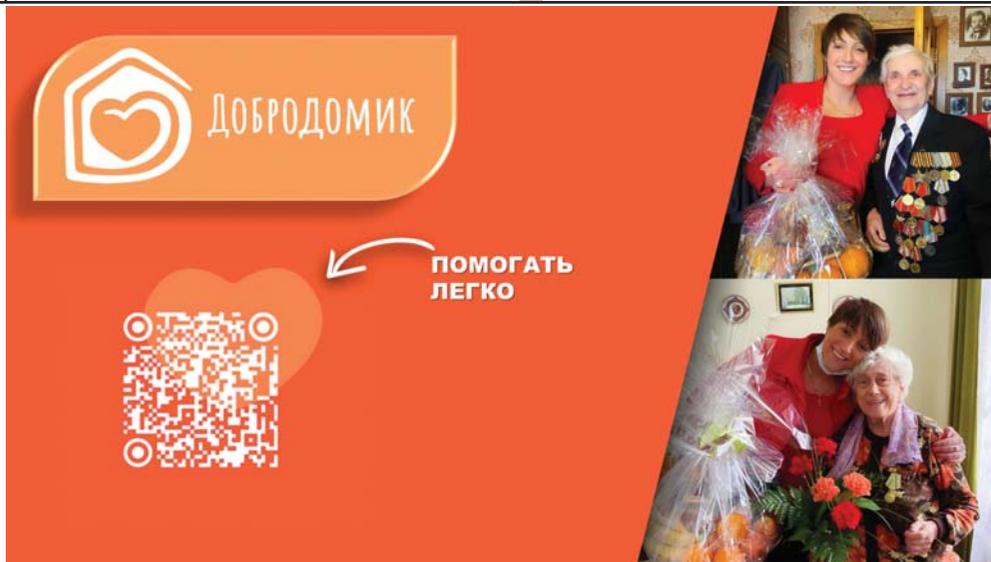
Скажу больше: существует мнение о негласном законе жизни — 10 % нужно отдать во благо. У нас же другая пропорция: 90% — во благо и 10 % — на орга-

низационную работу. К слову, 90% пожертвований идут на целевую задачу клуба — помощь пожилым людям и масштабирование благотворительных кафе, и лишь 10 % мы направляем на организационную работу, а именно на проведение нетворкинг-встреч, форумов, бизнес-конференций.

— Скажите, а работа Вашей компании «Буква-LED» как-то связана с работой фонда и бизнес-клуба?

Павел Рябинин: Да, конечно. Для членов клуба у нас есть специальные условия сотрудничества (но о них станет известно только вступившим в бизнес-клуб). Это помогает нам стимулировать предпринимателей к работе фонда. Мы всегда говорим нашим новым участникам, что они точно окупят свой минимальный взнос. Также в приоритетном порядке мы делаем закупки или поставки для членов клуба, выполняем их заказы в первую очередь, что также обеспечивает им дополнительную выгоду.

— Расскажите, пожалуйста, об этом подробнее.



Павел Рябинин: Объясню. У компании «Буква-LED» есть площадки, оборудование, опыт в производстве тиражных и розничных вывесок, их компонентов. Мы понимаем запрос региональных заказчиков, в частности, рекламных агентств, которые не имеют собственного производства. Безусловно, мы можем им помочь. Во-первых, как я и сказал, у нас есть собственные мощности и часть заказов мы можем сделать сами, тем самым решив их задачи. Во-вторых, у нас есть партнеры во многих регионах, которые могут выполнить эти заказы для нас, что также может «закрыть» потребности наших клиентов. Если сложить все вышесказанное вместе, то у нас получается действительно привлекательная картина: с одной стороны региональные заказчики могут получить от нас рекламную продукцию, а с другой — найти новые бизнес-контакты и принять участие в благом деле — реальной помощи пожилым людям. Очевидно, что за таким подходом к бизнесу стоит наше будущее. Также отмечу, что, достигнув определенного уровня развития, мы смогли стать инициатором создания бизнес-клуба, а это говорит о многом.

— *Что можно сказать? Это здорово! Александра, теперь вопрос к Вам. У фонда ведь есть какие-то достижения, выраженные в цифрах? Нашим читателям будет интересно об этом узнать.*

Александра Сияк: Конечно! Благотворительные кафе «Добродомик» смогли подарить более 850.000 обедов пожилым людям. Сейчас у нас открыто 5 благотворительных кафе на территории России, трудо-

устроено 14 людей с ограниченными возможностями. Оказана адресная помощь более 100.000 раз (покупка техники, ремонт, продуктовая помощь и т.д.). Более того, «Добродомик» признан лучшим социальным проектом мира и в качестве награды получил рекламу более чем в 50 странах.

— *Ничего себе!*

Александра Сияк: Да-да, именно так. В каждом городе, где работает благотворительное кафе, «Добродомик» получил награду, как лучший социальный проект. Практика работы по его развитию признана лучшей по итогам последнего десятилетия. Мы ведь помним, что главная цель объединения участников клуба — помощь старшему поколению. Как говорится: «Делай добро, и оно тебе вернется». В нашем клубе объединяются предприниматели разного уровня, от начинающих и до тех, кто занимает первые строчки в «Forbes России». Наши участники не только вместе работают над общим делом, но и создают общие коммерческие проекты, находят нужные связи.

— *Нашим читателям интересно узнать, что вас побудило создать «Добродомик». Расскажите об этом, пожалуйста.*

Александра Сияк: Здесь имел место случай. В 2017 году у меня было кафе, в которое однажды зашел дедушка — самый обыкновенный пенсионер. Ну, Вы понимаете... Так вот, он начал считать мелочь на ладошке, чтобы заплатить за обед. У любого нормального человека «екнет сердце», глядя на такую картину — пожилой человек, который отсчитывает последние крохи, лишь бы просто покушать... Ко-

нечно, у нас возникло желание помочь и накормить человека бесплатно в этой ситуации.

— *И, конечно, Вы ему помогли...*

Александра Сияк: Безусловно! А как же! Но мы понимали, что это нужно сделать очень деликатно, чтобы не обидеть и не унижить человека. Благо, решение появилось очень быстро: мы сказали, что у нас проходит акция, будто всем пенсионерам, ветеранам и блокадникам мы гарантируем бесплатный обед! Наш дедушка очень удивился и обрадовался от такой неожиданности. Поблагодарил нас и стал приходить буквально каждый день. Эта помощь не стоила нам ничего, однако насколько она была значима для него...

— *Что было дальше?*

Александра Сияк: Вот так, в течение трех недель, он обедал у нас бесплатно и каждый раз говорил: «Александра, я Вам надоем, Вы меня перестанете кормить, посчитаете нахлебником»... Однажды по семейным обстоятельствам я не смогла приехать в кафе (в то время я работала там и официантом, и директором, и администратором). Пришлось экстренно вместо себя поставить другую официантку, но я забыла предупредить ее о дедушке. К сожалению, когда он снова пришел к нам, она взяла с него оплату. После этого он перестал к нам ходить...

— *Вы как-то переосмыслили работу заведения после этого случая?*

Александра Сияк: Узнав об этом, меня начала мучать совесть и, чтобы вернуть дедушку, я приняла решение повесить объявление на двери кафе. Мы написали, что у нас действительно есть такая акция и что все пожилые люди могут обедать у нас бесплатно... Тогда я еще не задумывалась, насколько тяжело живут некоторые люди, особенно пенсионеры... И вот так к нам стали приезжать бабушки и дедушки со всего города... Через неделю в кафе стояла очередь из 100 человек, которые просто приехали, чтобы бесплатно пообедать... У нас было всего 8 столиков: с одной стороны выстроилась очередь из коммерческих посетителей, с другой — из пожилых лю-



дей, приехавших за помощью. Отказать бабушкам и дедушкам я не могла, и вот так начался тяжелый путь развития благотворительного проекта «Добродомик», который стал делом моей жизни.

— *Вот действительно говорят: «Нет худа без добра»! Скажите, чем сейчас занимается ваш Фонд? Какие цели и задачи вы перед собой ставите?*

Александра Синяк: Сейчас «Добродомик» — это сеть благотворительных кафе, где все пенсионеры обедают бесплатно. Более того, мы оказываем адресную помощь пожилым людям, включая покупку бытовой техники, лекарств, продуктов, и решение любых сложностей, с которыми сталкивается старшее поколение. Конечно, мы стараемся оказывать им еще и психологическую и юридическую поддержку, т.к. это тоже очень важно. Сейчас на попечении фонда (в партнерских пансионатах) живут пожилые люди, которые в свое время похоронили детей и стали жертвами мошенников. Каждый из них остался без крыши над головой и так получилось, что «Добродомик» стал для них новой семьей.

— *Может сложиться впечатление, что ваш фонд берет на попечение только пожилых людей, оказавшихся в трудной ситуации. Так ли это?*

Александра Синяк: На текущем этапе работы нашего фонда, да. Мы исходим из

того, что преимущественно пожилые люди нуждаются в опеке и защите. Однако уже сейчас мы проводим работу с трудными подростками из центров помощи семьям, которые проходят волонтерскую практику в нашем Фонде. Более того, мы принимаем на работу инвалидов, что позволяет нам обеспечить их занятость. Что еще важно: совместная работа пожилых и молодых людей обеспечивает «связь поколений». Это хорошо проявляется в случаях, когда объединение одиноких пожилых людей и детей из детских домов происходит на общих мастер-классах, где детишки обретаю бабушек и дедушек, ну а пожилые люди — внуков.

— *Расскажите, пожалуйста, какие планы и цели у Фонда на ближайшие годы?*

Александра Синяк: Вы знаете, всякий раз, когда открывается кафе «Добродомик» в очередном регионе, у дверей стоит очередь и постоянно полная посадка, а это доказывает значимость проекта. Нас, молодых, ежедневно ждет огромное количество дел, а их (одиноких и пожилых) никто не ждет. «Добродомик» становится для них единственной возможностью выхода в свет. Поэтому цель нашей команды — открыть такое кафе в каждом городе России и тем самым помогать старшему поколению.

— *Павел, а что Вы могли бы пожелать будущим партнерам и заказчикам «Буква-LED»?*

Павел Рябинин: У нас в клубе есть отличное выражение: «Когда приходишь в «Добродомик», душа улыбается». Так вот, я приглашаю всех желающих приходить в компанию «Буква-LED» за «буквами и вывесками», а в «Добродомик» — чтобы душа чаще улыбалась! Пожалуй, это отличное сочетание!

РЕКЛАМНОЕ ПРОИЗВОДСТВО
БУКВА-LED

#Буква-LED
bukva-led.ru
+7(812)629-69-96
zakaz@bukva-led.ru

БИЗНЕС КЛУБ
ДОБРОДОМИК

Бизнес клуб #Добродомик
dobrodomikclub.ru
+7(921)906-9066 Александра Синяк
+7(905)271-2996 Павел Рябинин

ДОБРОДОМИК

Благотворительный фонд
#Добродомик
dobrodomik.ru

РПК «АГИТАЦИЯ».

От охраны труда до изготовления рекламы и оформления музеев.

Часто бывает так, что, занимаясь одним делом, неожиданно обнаруживаешь новые возможности. Если их не упустить и вовремя переориентироваться, можно получить вполне успешный бизнес, который приносит удовольствие и открывает всё новые перспективы, как это произошло с компанией «Агитация» из Петрозаводска, о чем рассказывает её руководитель Владимир Евцихевич.



Владимир Евцихевич, руководитель компании «Агитация»

«Агитация». Начало

Трудовую деятельность мы начали вместе с сестрой у отца в Учебном, который до сих пор успешно функционирует и обучает, как очно, так и дистанционно охране труда, пожарной безопасности, гражданской обороне. Нам периодически поступали запросы на знаки безопасности. Сначала мы их закупали в сторонних организациях и перепродавали. Но параллельно с увеличением объема таких заказов мы с сестрой задумались о собственном производстве и в результате создали компанию, которую назвали «Наглядной агитацией». Уже позже, когда спектр услуг стал расширяться, мы переименовались в «Агитацию».

Помню то лето, когда я обзванивал всю Россию и продавал таблички «берегите лес от пожара» в Хабаровск, Калининград, во все уголки страны. Будучи начинающим предпринимателем, успешные продажи по России вызывали у меня эйфорию и, безусловно, мотивировали на развитие. Азарт возрастал! Постепенно мы начали изготавливать рекламную продукцию и с каждым годом обрастать новым оборудованием и увеличивать производственные площади. В процессе работы, как и многие наши коллеги, «набивали шишки», но получали бесценный опыт. Кстати, сколько лет в рекламном производстве, все равно каждый день узнаю что-то новое.



Владимир Евцихевич и Наталья Киселева — учредители компании

«Агитация» сегодня

Мы постоянно развиваемся, приобретаем новое оборудование, делаем апгрейд старого, думаем, как улучшить производство, думаем о развитии наших сотрудников. За последний год запустили широкоформатный планшетный УФ-принтер, единственный такого формата в Карелии и фрезерно-раскроечный комплекс. Сегодня в нашей компании работают 19 сотрудников. Производство разместилось на 450 кв.м, а офисные помещения занимают 100 кв.м площади. У нас есть печатный цех,

укомплектованный экосольвентным широкоформатным принтером, а также латексной печатной машиной и УФ-принтером. Кроме того, часть производства занимает фрезерно-раскроечный комплекс и сварочно-сборочный цех.

В планах запуск линии по производству этикеток на бабинах для пищевой продукции и не только. Вижу, что растет «хэнд-мэйд» рынок. Кто-то делает мыло, кто-то печет пиццу или выращивает клубнику — рынок упаковки будет только расти!

У нас дружный коллектив, в основе которого так называемый «костяк». Мы как руководители постоянно думаем об улучшении условий труда, комфорте, безопасности, мотивации сотрудников. Мы уверены, если специалистам будет комфортно работать и зарабатывать у нас — заработает и компания. Найти хорошего специалиста — непростая задача. У нас постоянно открыты те или иные вакансии, но чаще всего к нам приходят специалисты по рекомендациям от коллег.

Про заказы

Для поиска клиентов мы обычно используем «директ». Основная же часть заказов приходит от постоянных клиентов либо по рекомендациям довольных заказчиков. За последние годы нам удалось отправлять продукцию в Норвегию, поработать в Са-

ратовской области по созданию музея на атомной станции, оправиться в увлекательный поход по лесам и болотам Ленинградской области. Очень необычным для нас было отправлять продукцию на вездеходах в период распутицы в г. Мирный (для справки: от нас это почти 10 тысяч километров). А самый долгий путь был в Вилючинск через Охотское море.

Мы также комплексно оснащаем кабинеты охраны труда «под ключ», начиная от разработки дизайн-проектов, издательства плакатов до поставки мебели и монтажа. Активно думаю об импортозамещении, ищем ниши для применения 3D-принтеров.

Самые запоминающиеся заказы за последнее время — это оформление музея тролля в г. Тромсо, Норвегия, и музей истории Балаковской атомной станции.

Музей тролля нам заказал наш давний партнер — веб-дизайн студия «МедиаВеб», которая разработала концепт, а мы его реализовывали. Заказ интересный и нестандартный, запомнился своей оригинальностью и проработкой каждой детали. Много головоломок было разрешено при работе над проектом, так как все было в рисунках. Над изготовлением музея работали более полугода. Помимо самих экспозиций изготовили наружные вывески, отпечатали фотообои, различную сувенирную продукцию.

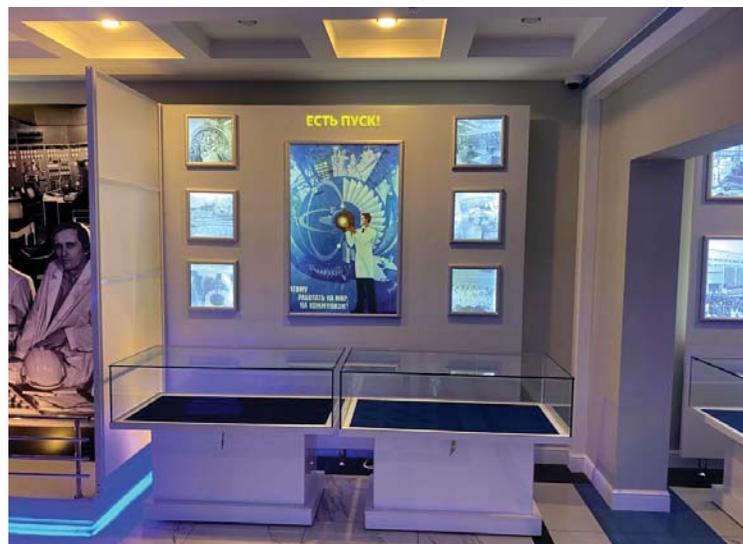


Оформление музея тролля в г. Тромсо, Норвегия





Оформление музея истории Балаковской атомной станции



Позже, в этом же году, выиграли аукцион в Саратовской области по оформлению музея информационного центра атомной станции в г. Балаково. Сложность проекта заключалась в том, желание заказчика расходилось с техническим заданием. Многие предложения, диктуемые им, были несопоставимы друг с другом. Кроме того, нам приходилось воссоздавать некоторые экспонаты в натуральную величину из старых потёртых фотографий. Работа над проектом заняла лето и осень. Оформлены и смонтированы экспозиции, различные световые панели. Для работы над проектом привлекали кукольницу из Петрозаводска. Помню, как почти зимой нам приходилось искать различные грунты для наполнения стеклянной витрины, благо выручили геологи.

Обращение к коллегам

Я иногда говорю: «У нас нет конкурентов!». Конечно, это образно, но я хочу призвать коллег смотреть шире на свои возможности, работая по реально обоснованным ценам, а не демпингуя. Если не знаете, как считать — купите готовые калькуляторы с заполненными ценами, перенимайте опыт у успешных коллег и не попадайте в просак. Думайте не о том, как снизить цену, а о том, что у вас получается делать лучше всего и сосредотачивайте свои усилия на этом. Сегодня настолько хорошо развита логистика, различные маркетплейсы, что возможности рекламных производств уже не ограничены выпуском лишь рекламной продукции.

Хочется отметить важность и полезность форумов, которые сейчас активно развиваются. На них мы учимся, получаем вдохновение, приобретаем полезные контакты. Сегодня благодаря новым связям мы с уверенностью готовы осуществить работы не только в пределах своего региона, так как зачастую хорошо знаем возможности своих коллег из личного общения.

А вообще, хочется быть полезным предпринимателем и заниматься производством, а не только куплей-продажей. И еще хочется пожелать читателям данной статьи теплой весны, мирного неба над головой, вдохновения!

Компания «Агитация» — Ваш надежный партнер в Республике Карелия и не только :-)!

С уважением, Владимир Евцихевич и Наталья Киселева — учредители компании.

Агитация

Республика Карелия, г. Петрозаводск
www.agitacia.com



Ларисса Багратион: «Любой клиент для нас важен»

Компания «Вершина Плюс» из небольшого города Рубцовск не зря использует это слово в своем названии. Горные вершины Алтайского края вдохновляют основателей компании на покорение всё более высоких вершин рекламного рынка. О прошлом и настоящем компании рассказывает сооснователь, Ларисса Багратион.



— Ларисса, каков Ваш путь в рекламное производство?

— Изначально я не планировала организовывать рекламное производство. Мне было комфортно работать наемным сотрудником. Но так получилось, что после учебы и работы в Москве мне потребовалось вернуться в родной Рубцовск. После того, как необходимые дела были сделаны, я уже было собралась обратно в Москву, но однажды увидела объявление в бегущей строке по телевизору о том, что в рекламное агентство требуется менеджер. И я на него откликнулась. Я тогда плохо представляла, что такое наружная реклама, но мне повезло — у меня оказался очень хороший, умный руководитель, хотя и с непостоянным характером. И ему было достаточ-

но моих навыков как менеджера, поэтому он взял меня. В итоге я очень скоро стала руководителем отдела продаж, собственник предоставлял мне достаточно много свободы в принятии решений, и когда возникал какой-то вопрос, я приходила к нему не за ответом, а уже с готовым решением или предложением. Кстати, по такому же принципу мы подбираем новых сотрудников, ищем себе подобных, способных самостоятельно принимать решения, ориентируясь на заданный нами вектор.

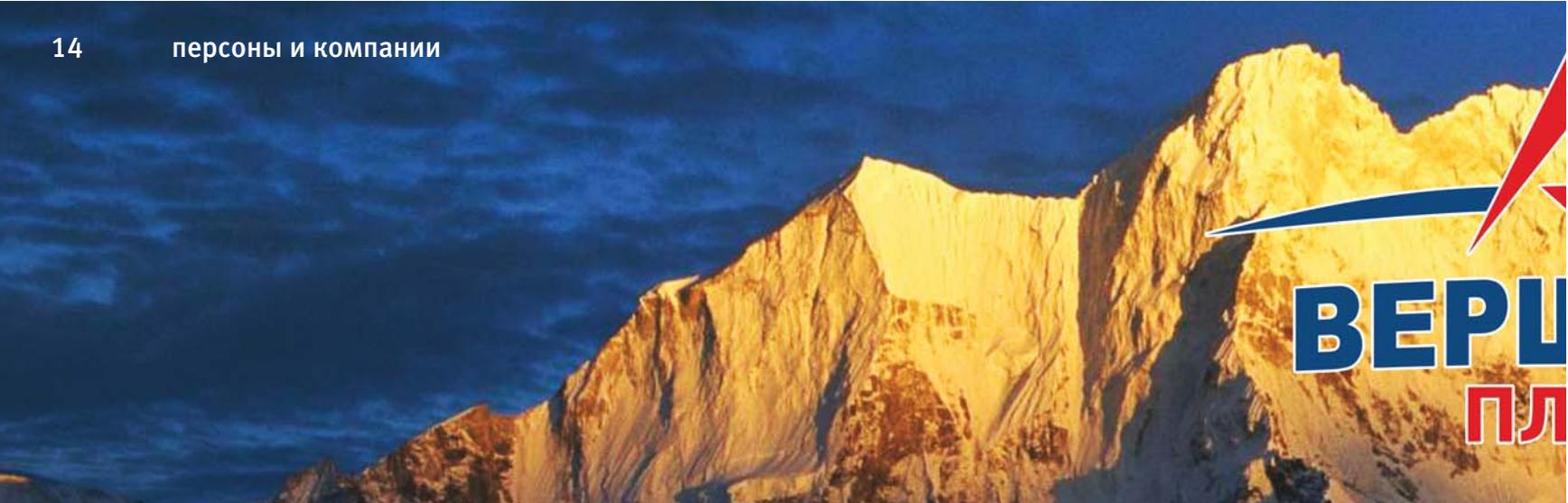
Через какое-то время у нас с руководителем произошел ряд разногласий, и я написала заявление об увольнении. После этого клиенты продолжали звонить мне, не верили, что я уволилась и готовы были ждать, в какой компании я буду работать — они буквально заставили продолжить путь в рекламном бизнесе. Тогда и возникла идея открыть свою рекламную организацию. Тогда не было ни денег, ни офиса, ни производства, но шаг был сделан. И вдруг так получилось, что на второй день после открытия получаем заказ от руководителя Центра занятости, люди как ни странно, верили нам. Так постепенно на вырученные деньги начали покупать различные инструменты, сняли офис. Но год оказался трудным, пришлось набить шишек. В 2009 году открыли новую организацию, в которой тоже фигурировало название «Вершина». В работе был учтен предыдущий годовой опыт. У меня есть надежный партнер, с которым мы вместе работаем с 2009 года. У нас очень доверительные отношения, и я могу с уверенностью сказать, что половина успеха нынешней компании — это её заслуга! Её зовут Полу-

хина Елена, она спортсменка, параллельно работает детским тренером по баскетболу. У неё особые моральные принципы. В первые несколько лет нам было сложно, но потом постепенно мы поставили наш бизнес на правильные рельсы.

— Кроме старых клиентов, как еще удавалось находить заказы? Каким образом развивалась компания, учитывая отсутствие первоначального капитала?

— Первое время, были сами «охотниками», мы сознательно на этапе становления компании работали, что называется, в «полях», выстраивали социальные связи, коммуницировали. Изначально искали места, где конкуренция ниже, где нет жестких битв, нам нужно было укрепить и заявить о себе полноценно! Например, обратили внимание, что в близлежащих районных центрах не было рекламных агентств. Когда монтажники выезжали на монтажи в другие населенные пункты, я отправлялась с ними и лично знакомилась с местными предпринимателями, администрацией.





Первые заказы изготавливали в гараже, постепенно начали обзаводиться своими инструментами и оборудованием, нашли помещение под производство, ночами вместе с работниками там пропадали. Заказов становилось всё больше и больше, достигли неплохих результатов, удивляя коллег из краевой столицы. Первый раз удивили их, когда забирали пять магазинов «Летуаль» в работу. Потом был «Концепт клуб», «Тескома», «Акула» в Барнауле, первые крупные сети, а потом мы уже и не помним))).

— *А в чем на Ваш взгляд преимущество Вашей компании в сравнении с коллегами в вашем регионе?*

— Первое преимущество — мы очень оперативно работаем, второе — жестко следим за процессом от момента получения заказа до его исполнения. Третье наше преимущество — мы всегда выполняем работу в срок и не подводим клиента. Наши менеджеры стараются и облегчают работу менеджеров компаний-заказчиков, решают задачи по пропущенным срокам, согласованиям, техническим особенностям, в

ответ получаем доверие и благодарность. Мы максимально честны с Заказчиками — плюсики в карму в виде хороших заказов. Мы никогда не отказываемся ни от какой работы, даже если она копеечная, даже если она не очень удобна для нас. Любой клиент для нас важен! Вообще к каждому клиенту у нас особый подход, стиль. Манеру общения задаёт клиент, он как бы кидает шар, а мы подхватываем. А еще иногда приходится выслушивать клиента на отстраненные темы. Если клиент немного отступает от формального общения (погода, искусство), мы рады и нам интересно. Если клиент хочет регламентировано общаться, исключительно в рамках деловых отношений, значит будет так. Наверное, по этой причине у нас в итоге складываются теплые отношения с одними клиентами и высокая степень доверия с другими.

— *Но это не совсем практично. Каждый клиент, прежде всего, должен приносить прибыль компании...*

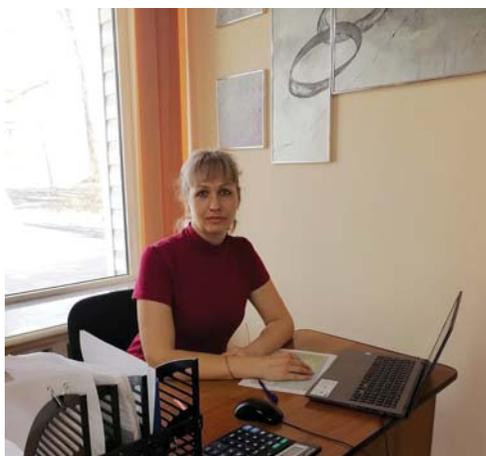
— При всём при этом мы зарабатываем неплохие деньги. Мы очень аккуратны в платежах, в своих обязательствах перед

людьми, никогда не уходим от ответственности, при необходимости всегда договариваясь с людьми. Причем, выполняем обязательства, как перед клиентами, так и перед поставщиками и сотрудниками.

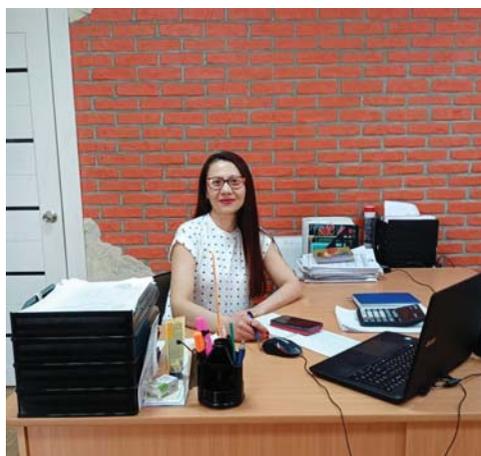
— *Кстати, о сотрудниках. Ваш город относительно небольшой и выбор кандидатов также ограничен. Что мотивирует ваших сотрудников работать в компании, ответственно выполняя свои обязанности?*

— Я понимаю, что деньги — не главное в мотивации сотрудника. Но в нашем случае — это один из основных мотивов. У нас неплохая зарплата. Менеджеры иногда работают до часу ночи, контролируют сдачу объекта, т.к мы работаем в разных регионах, в разных часовых поясах. Конечно, они имеют ряд привилегий, которые не имеют сотрудники в других компаниях. Комфортная работа — еще одна причина мотивации, мы заботимся о своих сотрудниках, люди это чувствуют и поэтому некоторые с нами с самого основания. И главное, у нас интересная работа, правда же?

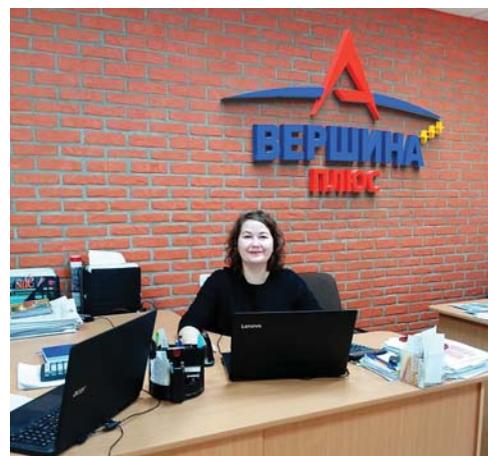
— *А кто у вас ведёт клиентов?*



Менеджер
Лысенко Татьяна



Руководитель отдела продаж
Буханцева Галина



Менеджер
Фурицева Наталья



— У нас разные клиенты. Например, когда я завожу крупную компанию, сама полностью ее запускаю и потом передаю менеджеру. Сейчас пробуем новый подход, полностью отдали на запуск новую сетку менеджеру. Раньше так не делали, но мы растем, взрослеем и внедряем новые тактики, стратегии и методики, сейчас мы можем это себе позволить. Но всегда помним одну простую истину: заработать репутацию сложно, а потерять можно в один миг! Менеджеры у нас разноплановые, под разные задачи и психотипы клиентов. Соответственно, наша задача распределить клиентов по менеджерам, исходя из их качеств и психологической совместимости с клиентом. Если заказчик и менеджер не находят общий язык, то сделка может сорваться. Галина — интеллектуальная, прекрасно владеет языком делового общения, прекрасно читает регламенты, дизайн-коды, самостоятельно согласовывает объекты наружной рекламы. Наталья — активная и общительная, ответственная, находит контакты во всех городах и населенных пунктах. В связи с расширением, приняли еще одного менеджера — Татьяну. Она имеет инженерное образование, здорово разби-

рается в конструктивах и технических особенностях. Её тоже нужно правильно распределить. Это тоже важно. Менеджеры достаточно самостоятельны. У них есть возможность оперативно принимать решения, что важно для клиента. Им не надо советоваться с директором по разным поводам, хотя есть, конечно, красные линии.

— Как вам работается с партнером? Не бывает конфликта интересов?

— Мне повезло с партнером. У нас разделение ответственности. Мы все решения принимаем совместно, но иногда бывают и разногласия, но мы ищем всегда компромисс. Раньше я отказывалась покупать оборудование, отдавали заказы на аутсорсинг, это была моя принципиальная позиция. В связи с тем, что мы работаем в разных регионах, нас перестало устраивать качество той или иной продукции, которую производили партнеры, мы постепенно начали закупать оборудование. Купили принтер, ламинатор, фрезер. После приобретения фрезера возникла потребность в бортогибе. Обычно покупаем оборудование под потребности и конкретные задачи.

Сейчас присматриваемся к УФ-принтеру. Ставить его пока некуда, мало места, 400 кв.м не хватает. Но я вижу, какие возможности он для нас открывает.

— Вы находитесь на краю России — на границе с Казахстаном. Что помогает оставаться в курсе событий в индустрии?

— Во-первых, это движение — я очень мобильная, много перемещаюсь по России и миру, общаюсь. Кроме того, получать информацию мне помогают чаты в телеграм, где мы общаемся с коллегами. Например, у нас есть закрытый чат «Непоседы». Меня туда добавили даже без моего предварительного уведомления. Но потом я увидела пользу от такого общения. Благодаря этому чату иногда удается разместить или получить подряды. В «Непоседах» выстраиваются связи, коммуникации с коллегами, чувствуется поддержка и уверенность — всегда можно спросить что-то у коллег, и это здорово.

— Какие у Вас цели, планы, мечты, связанные с бизнесом?

— Основная цель — увеличить обороты с сохранением рентабельности. Уйти от ручного управления, увеличить штат сотрудников. Мы готовы лучше структурировать бизнес, внедрить какие-то программы, перейти к более сложным технологиям, к более крупным проектам — по крышам, по комплексному оформлению.

Мы хотим выйти на новый уровень. И, конечно, будем расширять производственную площадку. В планах уже в этом году покупка нового оборудования. И ждем новых сетевых клиентов!!!!

<https://vershina22.ru/>
Тел: +7 38557 2 52 77



Ламинаторы R-SUPERLAM: достойно и доступно!

С конца прошлого года компания «РУССКОМ» начала поставки ламинаторов под собственным брендом R-SUPERLAM, которые являются универсальным и доступным решением для любой компании, нуждающейся в постпечатной обработке изображений.



пуск модели под собственной торговой маркой R-SUPERLAM: «Долгое время, продавая ламинаторы GMP, мы не раз сталкивались с обратной связью от клиентов, которые говорили, что в поисках недорогих ламинаторов уже пересмотрели кучу дешевых машин и в результате пришли за GMP, чтобы получить хороший качественный аппарат и не мучиться. При этом GMP остается в ценовой категории чуть выше среднего. Поэтому для поставок на российский рынок мы выбрали модель, которая имеет достаточно хорошие качественные характеристики и при этом имеет доступную цену».

Размещая в Китае заказ на производство оборудования по OEM-соглашению, компания «РУССКОМ» контролирует качество продукции, вносит предложения по конструктиву, чтобы в высокой степени удовлетворять запросы заказчиков.

Линейка ламинаторов на все случаи жизни

Компания «РУССКОМ» хорошо известна на российском рынке не только как поставщик японских широкоформатных принтеров Mimaki, но и ламинаторов премиального сегмента от корейского бренда GMP. Собственно, бизнес «РУССКОМ» 30 лет назад начинался именно с продажи ламинаторов — сначала офисных малого формата, а затем и широкоформатных более широкого применения. Ламинаторы GMP отлично зарекомендовали себя на

рекламном рынке, позволяя выпускать продукцию очень высокого качества. Но иногда для простых работ необходимо и более доступное оборудование. И в компании «РУССКОМ» встал вопрос о расширении линейки ламинаторов.

Ирина Джатиева, директор департамента ламинаторов и офисной техники, рассказывает, как накопленный опыт продаж ламинаторов конвертировался в вы-

Линейка ламинаторов R-SUPERLAM представлена тремя моделями. Все они имеют ширину 1,6 м, могут наносить ламинарующую пленку как на рулонные материалы, так и на плоские — на пластик, картон, стекло, дерево и т.д. Для работы с плоскими материалами опционально предлагаются податочно-приемные столы. Они имеют ширину 1,6 м и могут иметь разную длину в зависимости от потребнос-



Ирина Джатиева, директор
департамента ламинаторов и
офисной техники

тей клиента — от метра до трех. Устанавливается стол на подаче и стол на приемке, чтобы поверхность материала оставалась ровной. Кстати, эта опция может быть востребована не только в отделе широкоформатной печати, но и в макетном отделе рекламного производства, когда требуется накатка самоклеящейся пленки на большую поверхность пластика или другого плоского материала. Для этих целей нет необходимости приобретать отдельный планшетный ламинатор, при этом ускорится скорость и качество нанесения самоклейки на основу вывески, информационного стенда, других изделий.

Для работы с рулонными материалами на R-SUPERLAM установлен ревайндер для размотки материала, ревайндер для смотки заламинированного материала и ревайндер для работы с пленками на подложке. Подмотка осуществляется автоматически по заданной скорости, все ревайндеры синхронизированы между собой, дополнительная регулировка не требуется.

Ламинатор R-SUPERLAM 1600H предназначен для горячего и холодного ламинирования. Температура нагрева верхнего ламинирующего вала с встроенным инфракрасным нагревателем может достигать 140 градусов для работы с пленками для горячего ламинирования. В этом случае клеевой слой активируется при нагревании. Если понизить температуру валов до 40 градусов или вовсе отключить нагрев, то на данном ламинаторе можно работать с пленками для холодного ламинирования или для накатки.



R-SUPERLAM 1600W предназначен для работы с пленками для холодного ламинирования с активным клеевым слоем. Температура нагрева верхнего вала у этой модели — 60 градусов.



Третья модель, R-SUPERLAM 1600M, вообще без нагрева, зато очень бюджетная и доступная для любой рекламной фирмы. Здесь все приводы механические, но, как и в других моделях, есть пневматический прижим вала. Это то, с какой силой вал будет прижимать пленку к ламинируемому материалу.



Сравнительные характеристики ламинаторов R-SUPERLAM

	1600H	1600W	1600M
Горячее ламинирование	есть	нет	нет
Холодное ламинирование	есть	есть	есть
Макс. ширина ламинирования, мм	1560	1560	1600
Толщина основы для накатки, мм	до 25	до 30	до 25
Мобильная подставка	есть	есть	есть
Диаметр втулки, мм	77	77	77
Диаметр валов, мм	130	130	120
Максимальный нагрев вала, °C	до 140	до 60	нет
Мощность, Вт	3100	1750	-
Габариты, мм	2050x820x1324	2050x820x1324	1960x500x1130

<https://gmp-russcom.ru/>

реклама



Все ламинаторы комплектуются компрессором, чтобы создавать необходимое давление

За что вы полюбите R-SUPERLAM

R-SUPERLAM — это не просто ламинатор, выбранный из большого числа оборудования по принципу наименьшей цены. Это ламинатор, в котором оптимальным образом сочетаются доступная цена и продуманные технические особенности, благодаря которым можно получать хорошее качество выпускаемой продукции.

Как было отмечено выше, все модели снабжены функцией пневматического прижима вала. Сам вал имеет достаточно большой диаметр — 130 мм (120 мм у младшей модели). Вместе с пневматикой это позволяет осуществлять плотный прижим материала с увеличенной площадью контакта. Это одна из важных опций для

получения качественного ламинирования. Чем выше давление, тем проще манипулировать скоростью и температурой нагрева вала, чтобы получать отличную ламинацию. Например, в ламинаторе R-SUPERLAM 1600H это свойство позволяет не задирает высокую температуру ламинирования, чтобы пленка хорошо ложилась, не отходила после ламинации. Слишком высокая температура может негативно воздействовать на ламинируемый материал. Стоит добавить, что время нагрева валов 15-20 минут, для валов такого размера это хороший показатель.

Каждый ламинатор оснащен ножами для подрезки пленки, что очень удобно при работе с рулонными материалами. Допустим, вы напечатали на одном рулоне несколько изображений разной ширины. Ножи позволят на выходе получать готовые фрагменты без необходимости дополнительной подрезки изображений. Также с помощью ножей можно сразу в процессе ламинации отрезать ненужные края.

Скорость ламинирования на всех моделях разная. Максимальная может достигать 13 п.м в минуту. Это достаточно высокая скорость. Обычно ламинируют на скорости 5-7 п.м в минуту, чтобы оператор успевал присматривать за качеством ламинирования. Тем не менее, запас скорости не помешает.

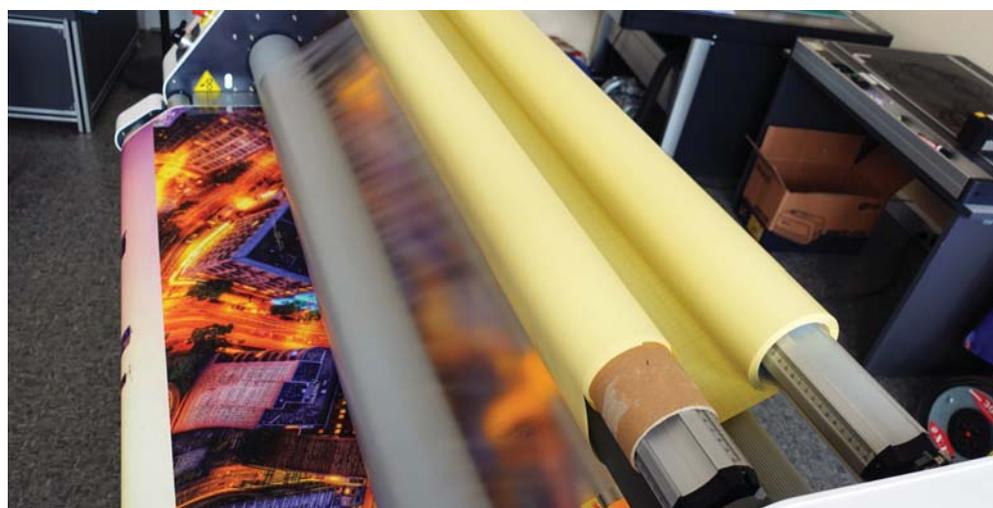
Работу оператора облегчат удобные штанги — материал заправляется без использования адаптера. Рулон надевается на штангу и автоматически на нем фиксируется. Удобнее надевать, удобнее снимать, особенно когда мы имеем дело с тяжелыми материалами шириной 1,6 м.

Все ламинаторы комплектуются компрессором, чтобы создавать необходимое давление. А те модели, у которых есть нагрев, комплектуются дополнительным нагревательным элементом, чтобы запасной всегда был под рукой.

Немаловажным фактором в пользу R-SUPERLAM является наличие оборудования и запчастей на складе, что в наше время не такая уж распространенная история. А грамотное обслуживание опытными сервисными инженерами обеспечит беспре-



Каждый ламинатор оснащен ножами для подрезки пленки



Работу оператора облегчат удобные штанги — материал заправляется без использования адаптера

ребойную работу ламинаторов на вашем производстве.

Области применения ламинатора R-SUPERLAM

Разумеется, представленное оборудование можно использовать классическим способом для защиты напечатанного изображения на рулонных материалах. В зависимости от вида пленки это может быть защита от механического воздействия, от УФ-излучения, а также в декоративных целях — ламинация может сделать изображение глянцевым, более ярким. При этом горячее ламинирование получается более качественным за счет того, что клей под воздействием температуры растекается под пленкой, а значит, не возникают воздушные пузыри и мелкая рябь. И хотя ламинатор серии Н более дорогой, расходные материалы для него дешевле, чем для холодного ламинирования. В то же время не везде требуется супервысокое качество финишного продукта, поэтому

покупатель может выбирать из представленных моделей ту, которая отвечает его задачам и бюджету.

Докупив подкатные столы, можно существенно расширить область применения оборудования и спектр предлагаемых услуг. Ламинаторы позволяют наносить пленку на плоские материалы толщиной до 30 мм (в зависимости от модели). Таким образом уже можно предлагать услуги не только для рекламно-информационной индустрии, но и, например, для мебельного производства — один из клиентов «РУССКОМ» использует R-SUPERLAM для накатки пленки на стекольные фартуки. И не забываем о возможности накатки самоклеящейся пленки на пластик для изготовления вывесок, фризоров, информационных или декоративных панелей.

Резюмируем

Новая линейка ламинаторов R-SUPERLAM, производимая под брендом и конт-

ролем компании «РУССКОМ», может стать достойным пополнением парка оборудования любой рекламно-производственной компании благодаря своей универсальности и доступной цене.

«Надо отметить, что качественные ламинаторы мы продаем с самого основания нашей компании. — Резюмирует Ирина Джатиева. — Опыт, накопленный и в эксплуатации, и в сервисном обслуживании широкоформатных ламинаторов помогает нам подойти к выпуску оборудования под собственной торговой маркой с полной ответственностью. Мы точно знаем, какие у нашего ламинатора будут слабые стороны, какие сильные, как научить нашего клиента получать хороший качественный продукт с помощью нашего ламинатора».

Дополнительную информацию можно получить у консультантов «РУССКОМ» по телефону: +7 (495)785-58-05 или на сайте: <https://gmp-russcom.ru/>

R SUPERLAM ЛАМИНАТОРЫ
НОВАЯ ЛИНЕЙКА

ГРУППА КОМПАНИЙ
РУССКОМ & ГРАФИКС

ДОСТУПНАЯ ЦЕНА
ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО

**ШИРОКИЙ ФОРМАТ
1600 ММ**

**ГОРЯЧЕЕ
ламинирование**

**ХОЛОДНОЕ
ламинирование**

**ХОЛОДНОЕ
ламинирование**

ГРУППА КОМПАНИЙ РУССКОМ
+7(495)785-58-05 info@russcom.ru gmp-russcom.ru
105082, г. Москва, Рубцовская наб., д. 2, корп. 5

Оформление стадиона G-Drive. Большой объем работ в экстремально сжатые сроки

Глядя на этот объект и объем выполненных работ, трудно поверить, что это сделано силами одной рекламно-производственной компании, да еще и в ограниченные сроки. Мы поговорили с Анастасией Узекиной, генеральным директором питерской РПК EXTERNALL, которая вела этот заказ, о том, как проходили работы и с какими трудностями пришлось столкнуться в процессе их выполнения.



— Анастасия, судя по всему оформление стадиона G-Drive — один из самых крупных заказов, который выполняла компания EXTERNALL. Какие работы в него вошли?

— Мы изготовили крышную установку G-Drive, облицевали все колонны на стадионе, изготовили четыре модульных здания — два КПП 3x3 м и две камеры хранения 3x6 м — мы их полностью обшивали, утепляли, ставили отопление, кондиционеры. Ещё мы сделали всю навигацию внутри стадиона: таблички, подвесные указатели, номера секторов, обозначение лож. Сделали оформление VIP-зоны на четвертом этаже. Оформили технический этаж. И также нами была изготовлена и смонтирована внешняя уличная навигация — стелы и указатели. А еще мы оформили раздевалку для хоккеистов.

Там мы сделали огромную шайбу на потолке с логотипом в виде ястреба.

— Как удалось получить такой заказ и как проходила подготовка к нему?

— Полагаю, что нас порекомендовали по «сарафанному радио» или нашли где-то в интернете — мы ведь немало сделали знаковых объектов, о нас пишут. Вышли на меня, позвали на встречу. Я пришла с целой сумкой образцов. Там сидели человек десять, включая строителей. Встреча прошла успешно, и они предложили вторую встречу, где уже попросили сделать конкретные предложения. Четыре месяца продолжались переговоры и совместная работа по дизайну, технологическим и конструкторским решениям.

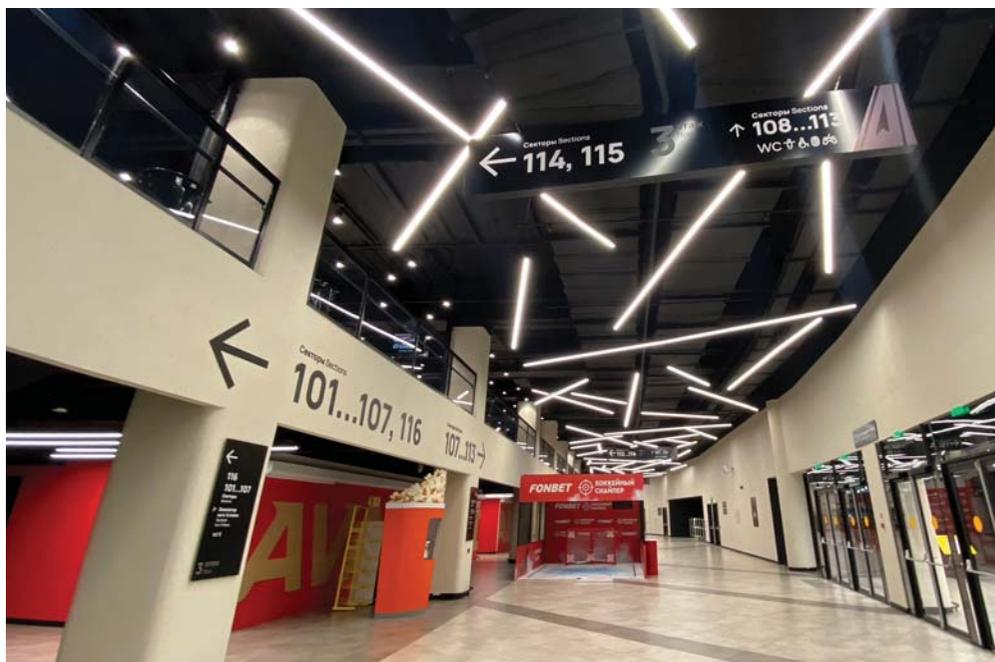
Уже после того, как было принято решение работать с нами, мы долго не могли приступить к производству, так как многие детали будущего проекта не были даже визуализированы. Раньше на этом месте стоял стадион «Омск», где располагался домашний хоккейный клуб «Авангард». В какой-то момент было принято решение его снести. Компания «Газпром нефть» стала строить новый стадион. Проблема заключалась в том, что до последнего момента шли обсуждения, как называть стадион — «Арена Омск» или G-Drive. Омичи активно настаивали на первом названии, но «Газпром нефть» настаивал на названии G-Drive. В итоге всё же было принято решение в пользу инвестора.

— Это было смелое решение — согласиться на такой большой объем за такие короткие сроки. У тебя не было сомнений относительно того, что удастся выдержать сроки?

— Мы не боимся сложных проектов и всегда за них беремся, потому что уверены в своих силах. Перспектива реализации такого проекта очень мотивирует. К тому же большую моральную поддержку оказывал учредитель компании — Олег Петрушин.

Я начала руководить процессом из Питера, понимая, что мои сотрудники, точно не подведут, но в какой-то момент я поняла, что мне нужно лететь в Омск, чтобы увидеть всё собственными глазами. Я собра-





ла немного вещей, купила рабочую форму и вылетела, надеясь провести там три дня. Но в итоге провела больше трех недель.

Прилетев в Омск, я понимаю, что стройка работает с девяти утра и до четырех утра, и что уйти с объекта раньше значило уйти часов в 12 ночи. Три недели я приходила в гостиницу и сразу засыпала. Но могли и ночью позвонить по неотложным вопросам.

— *Давай вернемся к объектам. Расскажи подробнее, что и как было сделано.*

— Первое, с чего мы начали работы, это были модульные домики, о которых я упомянула в начале разговора. А самым заметным объектом стала, разумеется,

крышная установка G-Drive. Высота самой большой буквы — 6,8 м. Для возможности доставки все буквы состоят из трех-четырёх частей. В крышной установке за короткий срок было установлено 30 тысяч RGB-диодов.

Далее для монтажа конструкции на крышу нужен был 70-метровый кран, который нельзя было найти в Омске. Только благодаря моим коммуникативным навыкам и личной харизме вопрос был решён.

— *А какую светотехнику вы использовали в вывеске G-Drive?*

— Там установлены светодиоды Elf. Это та компания, где я беру светотехнику безоговорочно, потому что это не только

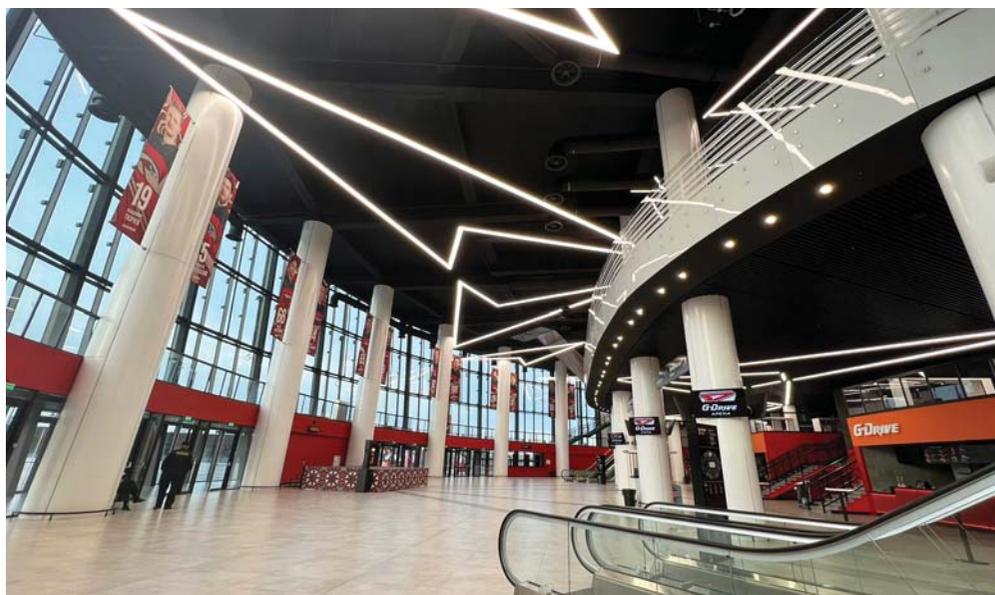
вопрос качества, но и поддержка с монтажом и подключением. Приведу такой пример. Нам была поставлена задача с помощью RGB-диодов вывести рыжий цвет вывески G-Drive. Мы это сделали, получилось очень здорово. А тут приезжает дизайнер от заказчика и говорит, что вывеска слишком оранжевая, в то время как на фасаде красная подсветка. И просит сделать более красный оттенок. Я говорю, что обязательно сделаем за пару дней. Но он в ответ настаивает на том, чтобы уже через час можно было увидеть результат. Я звоню Кондаурову Андрею из компании Runline (они партнеры Elf), чьи контроллеры используются на этом объекте. Он на одну вывеску залил три оттенка красно-оранжевого цвета, и мы показали это заказчику живём. И он тут же выбрал необходимый цвет.

— *Какие еще работы вы проводили на крыше?*

— Как я рассказывала ранее, омичи были не очень рады смене названия их родного стадиона. И в качестве компромисса решено было на крыше сделать огромную надпись «ОМСК». У нас был план кровли, дополнительно мы сделали съемку крыши с дрона. Затем приехали геодезисты, сделали необходимые замеры и нанесли метки скотчем. Мы соединили эти метки другим скотчем и по контурам нанесли краску, получив слово «ОМСК». А перед этим мы тестировали различные образцы краски разных производителей. В результате подобрали ту краску, которая сможет прослужить долгие годы.

— *В перечень работ входила и облицовка колонн. Это не совсем стандартная работа для рекламщиков.*

— Действительно, одной из нетривиальных задач была облицовка колонн АКП белого цвета. Нетривиальность заключалась в том, что некоторые колонны достигали высотой 20 м, композит требовалось произвести под заказ, свальцевать его в Санкт-Петербурге, привезти в Омск и смонтировать. Я начинаю срочно заказывать производство АКП белого цвета с сертификатом Г1. Композит вальцуется на нашем производстве в Питере. Для его доставки в Омск заказываются фуры,





внутри которых сооружаются специальные поддоны, и на них упаковываются полуколонны, вложенные друг в друга.

Приезжает первая фура в Омск, и я понимаю, что разгрузить руками АКП не реально. Когда всё приходится делать очень быстро, какие-то детали упускаются из виду. В ход опять пошли мои наработанные годами навыки переговорщика и нам был выделен экскаватор-погрузчик, который, заменив ковш на вилы, снизу поддел поддон. Так удалось разгрузить первую фуру. Потом он уже приносивился к этой работе и в дальнейшем разгрузил десять фур. Но каждый раз, когда нужно было его позвать, мне приходилось его мотивировать, называя «моим героем», говорить кучу комплиментов.

Для монтажа колонн потребовались подъемники, которых тоже не было в Омске, но они были у строителей, и мне снова удалось с ними договориться.

Чтобы всё успеть, мы монтировали колонны с 10 утра до 3 ночи. И чтобы в это время не спать, я ходила по всему стадиону. Я знаю теперь, где находятся все помещения, могу найти их с закрытыми глазами. Я смотрела, как заливают лед на стадионе, как делают купол над ареной. Я всё это видела своими глазами. У меня даже есть личный рекорд, когда за день я находила 24 км, поднялась на 40 этажей.

— А как приняли вашу работу хоккеисты в их раздевалке?

— В раздевалке необходимо было сделать огромный логотип на потолке в виде

ястреба, размещенный на шайбе диаметром 5 метров. Первый вариант, который мы сделали, им не понравился, они попросили сделать ястреба с контражуром. Переделывать пришлось уже в то время, когда проходили тренировки, и нужно было выбрать момент, когда никого не будет. И вот, когда все уехали на игру, мы оперативно занялись монтажом новой конструкции. Нужно было за одну ночь снять предыдущую конструкцию, повесить новую и подключить её. И вот мы оформили раздевалку для хоккеистов, и когда они туда пришли со своим руководством, то были в восторге и сказали, что это самое крутое, что есть на стадионе.

— Вы своих работников привозили или местных подрядчиков нанимали?

— У нас есть в Омске свой подрядчик. Мы ему давали какие-то небольшие подряды, потому что он очень хотел принять участие в этом проекте. А еще местных мы нанимали на строительство домиков ПМЗ. Мне нужна была гарантия на кровлю, поэтому я нанимала местных кровельщиков. Оконщики тоже были местные, и двери на домики делали местные подрядчики. В остальном работали наши монтажники — из Питера приезжали в общей сложности 40–45 человек. В командировках люди зарабатывают больше, но в то же время это стало некоторым испытанием для рабочих. Важно было, чтобы никто не подводил, так как это отражалось на эффективности работы всей команды. В результате постоянного контакта с ними я

лучше узнала своих сотрудников, поняла, кто на что из них способен. Для меня это была проверка коллектива. И они были благодарны мне за то, что я много времени провела вместе с ними.

У нас разные бригады работали на разных участках этого объекта, но, когда требовалась помощь где-либо, монтажники могли прийти с другого участка. То есть, это была одна большая бригада с распределенными обязанностями, но с общей целью. Я горжусь ими всеми.

— А что в это время происходило на производстве в Санкт-Петербурге? При такой загрузке оно должно было работать круглосуточно.

— Так и было. Мне иногда присылали сообщения, что производство уже на пределе своих возможностей работает. Но у нас сплоченный коллектив, который понимал важность выполняемой работы. Они ни разу не подвели. Производство работало круглые сутки без выходных.

— Сколько времени в итоге заняли все работы от начала производства до сдачи объекта?

— Полтора месяца. 15 августа мы начали работы, а 1 октября уже все было сдано. Я до сих пор не верю, что мы это сделали.

— Анастасия, так почему все-таки для оформления объекта в Омске привлекли подрядчиков из Санкт-Петербурга? Это ведь далеко и дорого...



— В процессе работы я подружилась с представителями заказчика, которые вели этот проект, и однажды мы пошли с ними в ресторан. И там я спрашиваю, почему они выбрали меня? Был ведь тендер, наша компания не единственная претендовала на этот заказ. Они сказали, что я так уверенно говорила на переговорах, что они не сомневались в том, что мы сделаем работу качественно и в срок. Безусловно, они общались с разными рекламщиками, и все говорили, что они самые лучшие и сделают всё, как надо. Но в меня они поверили больше всех. И я их не подвела. Я на каждом этапе работ присылала им фотоотчеты, они постоян-

но были в курсе происходящих процессов — вот мы крышную установку поднимаем, вот мы ястреба монтируем, вот колонны облицовываем, вот я в каске — я всё время транслировала происходящие события.

Там ведь еще был жесткий аудит — проверяли всю нашу работу. Например, измерили даже все навигационные таблички, чтобы размеры четко соответствовали заявленному в ТЗ. В результате мы аудит прошли успешно.

— То есть, когда проводился тендер на оформление стадиона, цена не была главным фактором?

— Цена, конечно, имела значение. Но когда заказчик спит спокойно, он готов отдать тебе всё. На этом объекте заказчик был спокоен за то, что все обещанные мной работы будут выполнены в срок и с надлежащим качеством.

— Вы в итоге заработали на этом заказе? Бывает ведь, что компания не рассчитывает свои возможности и уходит в минус. А кто-то делает работу ради красивого объекта в портфолио...

— Мы никогда не делаем работу ради работы. Мы старая компания и у нас портфолио больше, чем собрание сочинений Льва Николаевича Толстого. Я всегда зарабатываю на своей работе. Я прошла все эти истории уже очень давно. Многие компании ведь как подходят к расчету заказа? Они считают стоимость материалов, увеличивают на свой коэффициент и получают итоговую сумму. Но они не учитывают всякие мелкие нюансы и непредвиденные расходы, которые могут съесть всю прибыль. Например, когда мы заказывали технику в Омске, у нас запросили сумму, многократно превышающую коммерческую только потому, что другой такой техники поблизости найти было нельзя. И я все эти риски закладываю в смету. Или приехали чиновники из КХЛ, инспектировали стадион два дня. Работать было нельзя, а у меня в это время все равно оплачиваются командировочные для сотрудников, аренда квартиры и т.д. Я всё это закладываю в стоимость. Если непредвиденных ситуаций не произойдет, и я не потрачу эти деньги, то мы получим больше прибыли. Если потрачу, то прибыль будет запланированной.

<https://externall.su/>



Кто производит бортогиббы Accutek?

Некоторое время назад компания RDP Trade начала поставки на российском рынке бортогибов под торговой маркой Accutek, которые обладают высокой точностьюгиба по векторному файлу, высокой надежностью и удобными для пользователя опциями. Подробнее об оборудовании, его характеристиках и отзывах пользователей мы писали в прошлых номерах журнала. Но не менее важным фактором, определяющим выбор оборудования, является информация о производителе, его амбициях, перспективах и уровне поддержки своих клиентов.



Бортогиббы Accutek выпускает компания **Tianjin Yicai Jinyuan CNC Equipment Co., Ltd.** Обладая богатой историей, охватывающей более трех десятилетий, компания Tianjin Yicai Jinyuan пережила огромный рост и экспансию, укрепив свои позиции одной из доминирующих компаний на мировом рынке, производящей станки с ЧПУ.

Tianjin Yicai Jinyuan была основана в 1990 году как скромный стартап в Тяньцзине, промышленном центре на севере Китая. С самого начала ее целью было бросить вызов существующему положению вещей и предложить своим клиентам высокоточные, надежные и экономически эффективные решения с ЧПУ.

На протяжении многих лет компания расширяла свои производственные возможности и инвестировала в исследования и разработки, чтобы опережать отраслевые тенденции и предвидеть меняющиеся потребности клиентов по всему миру.

Сегодня компания владеет 16 тысячами квадратных метров производственных площадей, на которых ежегодно выпускается более 5000 комплектов оборудования.

Кроме бортогибочных станков на заводе также выпускаются: лазерные сварочные аппараты, станки для лазерной резки акрила, шлифовальные станки и другое оборудование на ЧПУ, которое широко используется в индустрии производства рекламных вывесок. Большая часть деталей для станков производится здесь же.

На заводе применяются строгие меры контроля качества и безопасности на каждом этапе производства. В компании считают, что качество является важнейшей характеристикой продукта.

Приверженность компании качеству дополнительно подтверждается ее многочисленными сертификациями, включая ISO 9001 и сертификацию CE на соответствие европейским стандартам безопасности. Эти сертификаты подтверждают строгий производственный процесс компании и гарантируют, что ее продукция соответствует высочайшему уровню качества и безопасности.

Большую роль в развитии продуктовой линейки Accutek и постоянного совершенствования характеристик играет Центр исследований и разработок, в котором десятки инженеров, специализирующихся на производстве и оценке оборудования, са-



мостоятельно исследуют и разрабатывают аппаратное и программное обеспечение, чтобы предотвратить копирование и нарушение авторских прав, а также гарантировать максимальную совместимость программного и аппаратного обеспечения. Их ежедневная работа связана с исследованием рынка, сбором информации, разработкой продукта, тестированием продукта и проектированием программных систем.

Научно-исследовательский центр является основным местом разработки продукта, он отвечает за предварительную разработку продукта, тестирование продукта и всю работу перед официальным запуском в производство.

Tianjin Yicai Jinyuan выделяет 10% от годового оборота на исследовательскую работу.

После многих лет развития компания получила ряд национальных патентов на новые изобретения, патенты на внешний вид и независимые права интеллектуальной собственности.

Будучи международным игроком, компания экспортирует свое инновационное оборудование и услуги в страны Азии, Европы, Африки и Америки. Tianjin Yicai Jinyuan также установила стратегические партнерские отношения с мировыми поставщиками технологий, что позволяет компании постоянно совершенствовать свои продуктовые предложения, внедряя последние инновации и достижения в области технологии ЧПУ. Бренд Accutek и

другие продукты серии экспортируются в более чем 120 стран и регионов.

Tianjin Yicai Jinyuan является одним из крупнейших производителей оригинального оборудования в мире, предоставляя услуги OEM для более чем 30 производителей — многие станки, продающиеся под другим товарным знаком, производятся именно на этом предприятии.

Заглядывая в будущее, Tianjin Yicai Jinyuan стремится к дальнейшему расширению своего глобального присутствия и расширению своих инновационных возможностей за счет постоянных инвестиций в исследования и разработки, а также развития стратегического партнерства. Поскольку мировой спрос на современное оборудование и услуги с ЧПУ не демонстрирует признаков замедления, похоже,

компания Tianjin Yicai Jinyuan намерена сыграть решающую роль в будущем мировой индустрии ЧПУ.

Григорий Копылов, руководитель отдела продаж RDP Trade, комментирует сотрудничество с брендом Accutek: «Впервые мы познакомились с этим брендом в 2016 году на выставке в Китае. А в 2017 мы решили поставлять бортогибы в Россию и начали поиск поставщиков. С Accutek тогда не договорились по цене и выбрали другого производителя. Вторая попытка сотрудничества с ними была в 2020 году, но помешала пандемия. А в 2021-м мы уже договорились о полноценном сотрудничестве. Бренд Accutek выбрали, потому что это принципиально новый тип бортогибов с полностью японской начинкой без удешевляющих компонентов. В нем установлены лучшие энкодеры и серводвигатели, благодаря чему достигается сверхточность, высокая скорость и надежность оборудования. Accutek комплектуется самыми лучшими компонентами, не экономя даже на корпусе. Яркий, агрессивный и футуристичный дизайн не остается незамеченным на фоне скучных квадратных коробок».

Подробную информацию о бортогибе Accutek AT2 можно получить на сайте <https://www.rdptrade.ru/> или, позвонив менеджеру для консультации по телефону: +7 (495) 260-18-61



Светотехника для рекламных проектов с напряжением 24 В: выгодно и удобно

Компания MAKSILED активно развивает поставки оборудования нового стандарта и заявляет, что переход рекламной подсветки на 24 В — дело ближайшего будущего.

Новый тип модулей — только в MAKSILED

Стандартные светодиоды с напряжением 24 В уже широко используются, к примеру, в лентах. Технический прогресс ведет к созданию и высокоэффективных 24-вольтовых диодов, укомплектованных кристаллами нового типа, для использования в модулях. MAKSILED уже предложила РПК модули-«двушки» серии SM различных цветов свечения с входным напряжением 24 В и с сохранением высокой энергоэффективности, с углом светопотока 173°. Модули с двумя диодами универсальны: подходят для плотной и экономичной засветки конструкций разной габаритности и конфигурации.

Дальше, тоньше

Вспомним физику: выше напряжение — ниже ток. На меньший ток требуются провода с уменьшенным в 2 раза сечением, что снижает и расходы. Второе преимуще-

ство: от блока питания до модулей могут использоваться более длинные провода. Решается распространенная проблема, как отнести драйвер на необходимую дистанцию. Все значения — сечение провода, расстояния — можно точно посчитать на онлайн-калькуляторе. Специалисты MAKSILED помогут сделать расчет и продемонстрируют получаемую на конкретном объекте выгоду.

Без потери яркости

Равномерность света в начале и конце гирлянды зависит от уровня питающего напряжения. Большинство 12-вольтовых модулей MAKSILED оснащены системой стабилизации по току constant current для равной яркости в цепи. При применении же модулей на 24 В зависимость от потерь в проводах снижается, и тем самым стабилизируется сила свечения. Замеры показали: потери яркости в конце цепи из 40 модулей на 24 В в 1,5 раза ниже, чем в стандар-

тной цепи из 20 модулей на 12 В (в эксперименте участвовали модули на 12 В без constant current).

Блок поддержки

LED-драйверы с выходным напряжением 24 В представлены в MAKSILED в широчайшем ассортименте: интерьерные и герметичные, разные размеры, мощность в диапазоне от 12 Вт до 350 Вт. Общая надежность драйвера на 24 В выше: через силовые элементы источника питания проходит в 2 раза меньший ток, что увеличивает их ресурс.

Специалисты MAKSILED предоставляют подробные консультации при реализации световых проектов, производятся оперативный расчет и раскладки, визуализации, схемы подключения, предоставляются образцы, осуществляется шеф-монтаж.

Бесплатная горячая линия:

8 800 555 86 82

<https://maksiled.ru/>

Новейшие светодиодные решения MAKSILED с рабочим напряжением 24V



ML-M2SM-L



ML-NF-24V-0612/0816



ML-R140-2835-SA-MULTI



MLPS-W-Y35/60/100-24

- Высокоэффективные светодиоды в модулях
- Выше напряжение - ниже токи, нагрузка и нагрев
- Использование тонких проводов - дополнительная экономия
- Удлинение расстояния до блоков питания
- Увеличение длины цепей, подключаемых с одной стороны
- Равномерная засветка по всей цепи
- Высокая надежность - гарантия до 5 лет



Жидкий акрил.

Как нейтрализовать его вредное воздействие

Одной из прорывных технологий для производства вывесок в последние годы можно назвать применение жидкого акрила для изготовления объемных букв. Технология активно используется во многих российских рекламно-производственных компаниях, однако до сих пор не получила широкого применения в мире. Причин тому может быть несколько, но сегодня мы рассмотрим аспект, связанный с токсичностью жидкого акрила.

Сразу стоит оговориться, что многие виды производства небезопасны для здоровья работающего на нём сотрудника — будь то сольвентная печать, покраска или даже обработка ПВХ на фрезерных станках. Поэтому любое производство требует соблюдения техники безопасности.

В Европейских странах, как мы знаем, широко распространен тренд на экологичность и безопасность труда, поэтому некоторые производители технологий не случайно делают акцент на экологичности своих решений. Также имеет значение тот факт, что экологичное производство требует меньше затрат на его организацию и содержание. Например, латексные принтеры можно ставить в офисе рядом с дизайнерами, в то время как сольвентный принтер требует отдельного помещения, оборудованного хорошей вентиляцией. Но если уж мы хотим быть впереди планеты всей по инновациям, стоит обратить внимание на рекомендации, которые снижают или вовсе нивелируют вредное воздействие жидкого акрила на окружающих сотрудников.

Компоненты жидкого акрила и их воздействие на человека

Жидкий акрил состоит из двух основных компонентов: метилметакрилата (ММА) и полиметилметакрилата (ПММА). Кроме того, в его составе в значительном количестве могут быть раз-

личные присадки, содержащие диизоцианаты и диметиламин, а также УФ-стабилизаторы и пигменты.

Метилметакрилат (ММА) — это мономер, который является основным компонентом жидкого акрила. ММА обладает высокой реакционной способностью и используется для создания полимерных материалов, таких как акриловые смолы и пластмассы.

Полиметилметакрилат (ПММА) — синтетический полимер метилметакрилата.

Диизоцианаты — это катализаторы, которые ускоряют процесс полимеризации мономеров и обеспечивают прочность и устойчивость получаемых изделий.

Диметиламин — это реагент, который может использоваться в жидком акриле для улучшения адгезии и ускорения процесса полимеризации.

УФ-стабилизаторы и пигменты — эти вещества могут добавляться в жидкий акрил для улучшения его цвета и некоторой защиты от ультрафиолетового излучения.

Так как львиную долю жидкого акрила составляет ММА, будем говорить именно о его возможном негативном влиянии на здоровье работника. Воздействие на чело-

века может происходить через контакт с кожей или через дыхательные пути. Метилметакрилат оказывает угнетающее воздействие на центральную нервную систему человека, его печень, почки. Метилметакрилат может вызывать аллергические реакции, головную боль, дерматит, тошноту. К слову, ММА применяется в стоматологии для изготовления пластмассовых протезов. Но даже там отмечаются негативные последствия для здоровья сотрудников, контактирующих с метилметакрилатом. В ходе одного исследования состояния здоровья медперсонала стоматологического профиля обнаружено, что около 20% специалистов страдают аллергическими заболеваниями, из них контактные аллергии — 8,6%, аллергические риниты — 6,4%. А теперь сравните объемы обрабатываемого материала в стоматологии и при производстве вывесок.

Что в итоге мы получаем? Длительное вдыхание паров жидкого акрила может вызвать различные заболевания, такие как:

— Респираторные заболевания. Вдыхание паров жидкого акрила может привести к раздражению дыхательных путей, кашлю, болезненному дыханию, а также к развитию бронхита, астмы, пневмонии и других респираторных заболеваний.

— Аллергические реакции. У некоторых людей вдыхание паров жидкого акри-



ла может вызвать аллергическую реакцию, которая проявляется в виде кожной сыпи, зуда, насморка, слезотечения и других симптомов.

— Отравления. При высоких концентрациях паров жидкого акрила могут возникнуть отравления, которые проявляются в виде головной боли, тошноты, рвоты, головокружения, нарушения координации движений и других симптомов.

— Рак. Некоторые исследования показывают, что длительное воздействие паров жидкого акрила в высокой концентрации может повышать риск развития онкологических заболеваний, таких как рак легких, мочевого пузыря и других.

Всё так ужасно?

В действительности важно отметить, что в быту и на работе нас окружает не так много экологически чистых материалов. Например, известно, что виниловые обои, украшающие наши квартиры, на протяжении всего срока службы выделяют пары формальдегидов и тяжелых металлов, что повышает риск возникновения различных заболеваний, включая онкологию. Эти

риски практически сводятся к нулю, если, например, регулярно проветривать помещения, чтобы в комнате не повышалась концентрация вредных веществ. С жидким акрилом история похожая, правда, одним проветриванием по-хорошему здесь не обойтись.

Воздействие жидкого акрила на здоровье человека зависит от многих факторов, включая величину концентрации паров, длительность воздействия, вид контакта, индивидуальные особенности организма, степень чувствительности к входящим в его состав веществам и т.д. В любом случае необходимо соблюдать ряд требований, которые позволят сделать использование жидкого акрила в производстве вывесок относительно безопасным.

Техника безопасности при работе с жидким акрилом

Прежде всего, для работы с жидким акрилом необходимо выделить отдельное изолированное помещение, чтобы его пары не проникали в помещение, где работают другие, незащищенные сотрудники. Помещение должно быть хорошо проветриваемым, чтобы в воздухе не скаплива-

лась высокая концентрация паров жидкого акрила. Желательно также установить приточную вентиляцию, которая позволит насыщать помещение свежим воздухом.

Организация эффективной вытяжки на производстве с жидким акрилом играет ключевую роль в обеспечении безопасности сотрудников и предотвращении загрязнения окружающей среды. Ниже приведены некоторые рекомендации по организации вытяжки на производстве с жидким акрилом:

Определите источники выбросов. Необходимо определить места, где осуществляется работа с жидким акрилом, и где могут возникать выбросы паров. Это поможет правильно разместить вытяжные системы.

Выберите правильное оборудование. Необходимо выбрать подходящую вытяжную систему, которая сможет обеспечить эффективное удаление паров жидкого акрила. Размеры системы должны соответствовать размерам помещения и объему выбросов.

Установите вытяжные решетки и каналы. Вытяжные решетки и каналы должны

быть размещены в местах наибольшей концентрации паров жидкого акрила. Каналы должны укладываться так, чтобы уменьшить сопротивление потоку воздуха и обеспечить максимальную эффективность вытяжной системы.

Проверяйте и очищайте систему регулярно. Вытяжная система должна регулярно проверяться и чиститься, чтобы обеспечить ее эффективную работу. Систему нужно очищать от любых загрязнений, которые могут ограничивать ее производительность.

Следите за техническим состоянием системы. Подробные рекомендации по установке и обслуживанию вытяжки вам дадут соответствующие специалисты перед её установкой.

После того, как помещение будет оборудовано надлежащим образом, необходимо периодически производить анализ воздуха, чтобы определять уровень загрязнения в помещении. Если уровень загрязнения превышает допустимые нормы, то необходимо принимать дополнительные меры для обеспечения безопасности сотрудников.

Немаловажной является и индивидуальная защита сотрудника, работающего в помещении с жидким акрилом.

Вытяжные решетки и каналы должны быть размещены в местах наибольшей концентрации паров жидкого акрила



Рекомендуется использовать респираторы, перчатки, защитные очки и другое необходимое защитное оборудование для предотвращения контакта с жидким акрилом и его парами.

Жидкий акрил может вызвать раздражение глаз, поэтому необходимо использовать защитные очки или маску, чтобы предотвратить попадание паров в глаза.

Сотрудники, работающие с жидким акрилом, должны быть обучены правилам безопасности, а также правилам использования защитного (вентиляционного) оборудования и правильного хранения материала.

На предприятии необходимо проводить регулярные внутренние проверки, которые помогут выявить возможные нарушения правил безопасности при работе с жидким акрилом и принять меры по их устранению.

И еще один важный момент. Если вы заботитесь о здоровье своих людей, требуйте регулярного прохождения медицинского обследования у тех сотрудников, кто контактирует с вредным производством. Также одним из эффективных способов минимизации ущерба здоровью от компонентов жидкого акрила будет ротация персонала на вредном производстве.

Выводы

При работе с жидким акрилом важно помнить, что химические вещества, входящие в его состав, могут вызывать кратковременные негативные воздействия на состояние человека, а со временем и нанести урон здоровью. Чтобы минимизировать риски, необходимо соблюдать требования техники безопасности: выделить для работы с жидким акрилом отдельное хорошо проветриваемое помещение, поставить правильную вытяжку, снабдить сотрудников средствами личной защиты, регулярно проводить внутренние проверки и анализ воздуха для определения концентрации вредных веществ.

Работа с жидким акрилом при соблюдении всех норм и правил безопасности может стать рядовым участком вашего производства. Но прежде, чем его открывать, посчитайте все затраты на его организацию, включая то оборудование и меры предосторожности, которые перечислены выше. В конце концов, внедряя любую инновацию, вы должны ответить себе на вопрос, какие преимущества она дает в сравнении с традиционным подходом и стоят ли инвестиции этих новых преимуществ. Если в данном случае вы нашли ответ на этот вопрос, то приведенные выше рекомендации позволят вам составить дорожную карту по организации эффективного и безопасного производства объемных букв с применением жидкого акрила.



Фотографии предоставлены компанией «Сити формат», где организовано безопасное и эффективное производство букв с применением жидкого акрила

ЭКОСИСТЕМА ДЛЯ РЕКЛАМНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Для нас опыт сильнейших рекламных компаний, превращенный в инструменты развития конкретных бизнес-процессов, является фундаментальной основой роста. Мы ежедневно перенимаем опыт у представителей отрасли и обучаемся у лучших бизнес-тренеров, чтобы создавать мощную основу для прибыльного развития любой рекламно-производственной компании.



*Антон Ржавитин,
основатель Академии рекламного
бизнеса FORRA*

Рекламно-производственный бизнес в России начинает очень активно развиваться в сторону культурной дисциплины. Это видно невооруженным глазом по количеству мероприятий, форумов, обучающих программ, чатов и сообществ, которые появились за ближайшие 2 года. Появление высоких стандартов работы, которые задают успешные компании, поднимают планку качества услуг и сервиса на рекламном рынке. Безусловно, заказчики видят эту динамику и постепенно начинают привыкать к хорошему. Совсем скоро работать «как попало» в нашей сфере станет практически невозможно. Компании, которые этого не понимают и не развиваются вместе с рынком, начнут очень быстро терять клиентов.

Если 3-4 года назад работать в Excel было нормой, то сегодня практически никто не представляет отдел продаж без CRM-системы. Отсутствие финансовой грамотности и управленческого учета больше не будет нормой в рекламно-производственном бизнесе. Клиенты начинают этого требовать, а моментально перестроить работу компании практически невозможно. И те предприниматели, которые это понимают, уже сегодня начинают очень быстро развиваться.

Чем дальше руководители откладывают работу над развитием своей компании, объясняя самому себе что они заняты текучкой, тем больше эта текучка их затягивает. И быстро выбраться из нее меняющийся рынок уже не позволит. Чтобы этого избежать, я рекомендую уже сегодня проверить свою компанию на наличие минимального набора инструментов, позволяющих соответствовать стандартам современной компании:

- ✓ Полностью описанный бизнес-процесс
- ✓ Система найма, обучения и введения сотрудников в должность
- ✓ Настроенная CRM-система
- ✓ Система управленческого учета
- ✓ Прозрачная и понятная система ценообразования
- ✓ Цифровая безопасность: лицензионное ПО, защищенный сервер
- ✓ Современный сайт и система интернет-продвижения

Озадачиться развитием и безопасностью своего бизнеса — вот что нужно сделать Руководителю в первую очередь.

В начале 2022 года, когда разработчики управленческой программы, в которой мы работали более 12 лет, перестали поддерживать своих клиентов в РФ, я решил, что это серьезная угроза для нашей компании. Строить управление бизнесом на «пороховой бочке» мне не подходит. Навероятно жалко было 12 лет, потраченных на настройку и внедрение этого софта, однако нужно было двигаться дальше. Я понял, что мне нужен стабильный софт, который можно быстро и легко внедрить в компанию, не тратя на это долгие годы работы.

За 15 лет работы в рекламном бизнесе я попробовал десятки различных программ для управления компанией, постоянно разбирался с их настройками и функционалом. За эти годы я получил бесценный опыт. Теперь я отлично представляю, как должна работать программа для управления рекламным бизнесом, и в какую сторону ей нужно развиваться.

Когда я начал создавать программу FORRA.price, я рассчитывал сделать удобный и понятный софт, для своей компании «Арт-Мастер», однако я не ожидал, что программа так быстро начнет развиваться и получит активную поддержку пользователей в лице рекламно-производственных компаний России.



Появилась положительная обратная связь, рекомендации пользователей по улучшению функционала и бюджет на разработку обновлений. Можно сказать, что на этапе развития программы каждый пользователь вносит туда свой вклад. Так появился слоган: «FORRA.price создается рекламщиками для рекламщиков». Сегодня над развитием FORRA.price работает целая команда единомышленников.

12 января 2023 года FORRA.price стало запатентованным программным обеспечением для автоматизации рекламного бизнеса.



С каждым новым пользователем FORRA.price мы получаем информацию, какой именно функционал нужен руководителям и сотрудникам рекламно-производственных компаний. Сегодня наша задача — превратить FORRA.price не просто в полноценную программу для управления бизнесом, а в целую независимую ЭКОСИСТЕМУ для любых сотрудников рекламного производства, которая содержит всю необходимую информацию для продуктивной работы компании.

Эта информация собирается в программе и постепенно раскладывается по полочкам. Она поможет быстро найти, нанять, аттестовать, обучить и управлять сотрудниками, а также полностью избавиться от проблем с производственным браком и типовыми ошибками сотрудников. Работы по развитию программы ве-

дутся непрерывно, много материалов уже выпущено и готовится к выпуску.

После выхода обновлений все пользователи программы получают их бесплатно, поэтому FORRA.price — это выгодная инвестиция в собственное развитие. За 7 месяцев выпущено уже 3 больших обновления, которые значительно расширили возможности программы.

При разработке функционала FORRA.price я руководствуюсь следующим принципом: «Руководитель не должен тратить все свое время на внедрение программы, интуитивно понятный интерфейс должен позволять быстро разобраться с функционалом и настройками». Так же в комплект с программой входит подробный обучающий курс, содержащий пошаговую инструкцию по настройкам и внедрению.

Внедрение программы FORRA.price позволит создать надежную управленческую систему, для продуктивной работы рекламного бизнеса. А прозрачные и понятные отчеты позволят руководителю управлять бизнесом и сделать свою компанию максимально эффективной и прибыльной.



Подробнее о программе FORRA.price:



Протестировать FORRA.price 7 дней бесплатно



printech



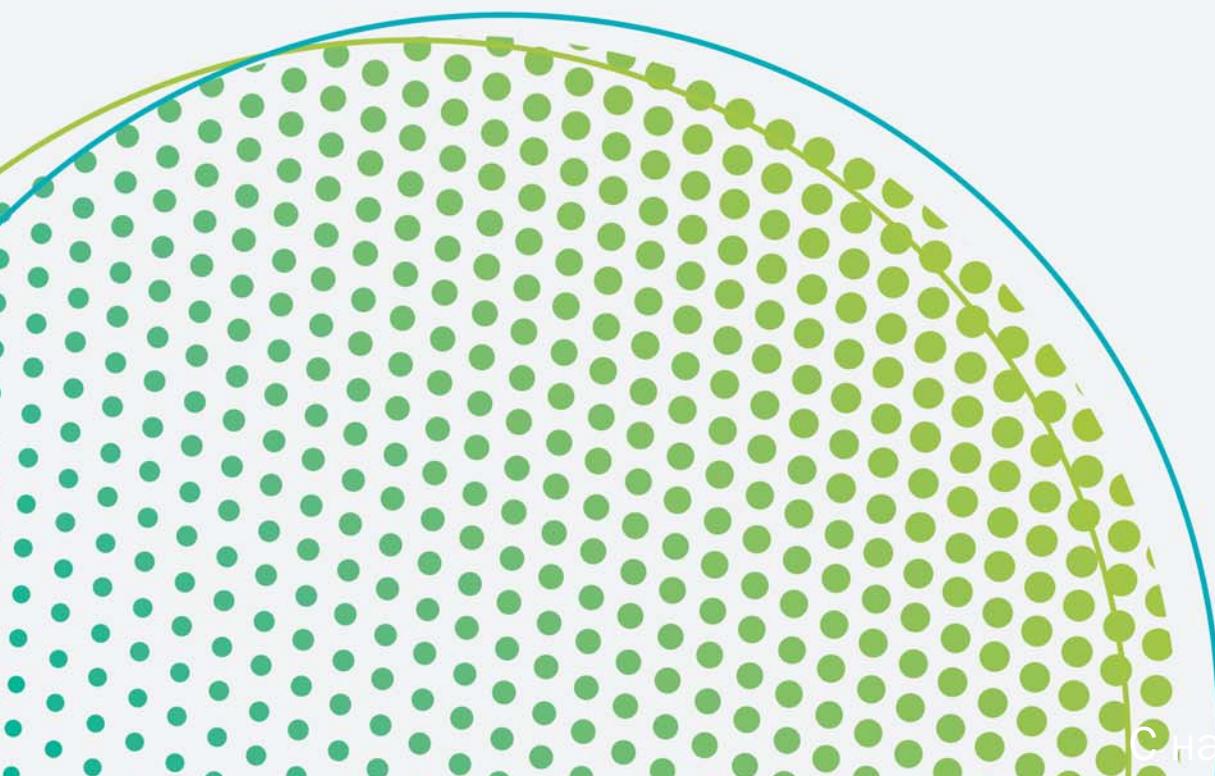
8-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

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

6-9

ИЮНЯ
2023

МОСКВА, КРОКУС ЭКСПО



ПОЛУЧИТЕ БИЛЕТ
ПО ПРОМОКОДУ

PT23nrz

printech-expo.ru

С наступающим
Новым годом!

Пусть он принесёт
только приятные
подарки



ОРГАНИЗАТОР
ORGANISER

