

10

BE CLEVER

корпоративный журнал

№10/ДЕКАБРЬ 2020

ЮБИЛЕЙНЫЙ ВЫПУСК

Тема номера:
Проверка на прочность

В. 2020

Читайте в номере:
Подведем промежуточные итоги пандемии для бизнеса

6

*Юбилейный номер:
Be Clever #10 — о журнале
и его создателях*

12

*Говорят наши
клиенты*

24

*Тендерные закупки:
диктатура низких цен*

Технологично. Экономично. Экологично.

СОДЕРЖАНИЕ

- 3 *Слово руководителя*
- 6 *Юбилейный выпуск*
- 12 *Говорят наши клиенты*
- 16 *Говорят эксперты*
- 20 *Наши продукты*
- 24 *Тендерные закупки*
- 28 *Отраслевые новости*
- 32 *Вендоры*
- 34 *Конференции*
- 36 *Обзор моноблоков*
- 40 *Тренды*
- 44 *Блог Игоря Логинова*
- 46 *Хобби*



От редакции

Юбилейный номер

О 10-м юбилейном номере, для чего мы все затевали.

И о чем мы еще хотим поговорить с вами.

Вот так случается — начнешь проект, работаешь над ним усердно из года в год и постепенно перестаешь ценить свой труд. Ведь все же так просто: корпоративный журнал, он же у многих компаний имеется. Собрал материалы, придумал не желтые заголовки, проверил на друзьях тошноту, заверстал, напечатал, развез клиентам. И только иногда издалека доносится что-то хорошее о твоей работе от клиентов, или вдруг награду первую получишь — оценку коллег.

Не скроем, этот номер журнала в какой-то мере похвала самим себе. А так как хвалить себя воспитанным людям по-прежнему не принято, мы попросили немного поделиться мнением о нашем журнале вас, дорогие наши партнеры и друзья.

И традиционно рассказали в этом номере о наших технологичных, экономичных и экологичных продуктах. А также, на наш взгляд, о важных темах, требующих решения на государственном уровне.

Читайте журнал и не бойтесь вместе с нами!

Слово руководителя

Проверка на прочность: подведем промежуточные итоги пандемии для бизнеса

Интервью с руководителем ГК Clever bros., генеральным директором Венета Систем Игорем Логиновым

Когда в марте обрушились цены на нефть и вырос курс доллара, мы с руководителем ГК Clever bros. Игорем Логиновым обсуждали возможные последствия, перебои поставок и рост цен на услуги в сфере печати. Тогда же мы коснулись коронавируса и трех возможных сценариев развития события для российского рынка. Первый из трех, самый положительный вариант о том, что все уже завтра закончится, не сбывлся. Пандемия, карантин, работа на удаленке — все это стало реалиями для всех нас уже в апреле и продлилось до середины июля. 2020 год оказался неожиданно полным сюрпризов для бизнеса в целом, перестроив многие бизнес-процессы в компаниях.

Мы решили поговорить с Игорем Логиновым о том, что изменилось за это время для ГК Clever bros. и как развивается индустрия печати сейчас.

- Игорь Александрович, расскажите по какому сценарию складываются события в данный момент, и к чему нам следует быть готовыми в ближайшее время?

- Если вспомнить наш предыдущий диалог о возможных вариантах развития событий, то отмечу, что в России ситуация развивается по второму, реалистичному сценарию, (см. видео можно по QR-коду ниже). Этот факт, безусловно, радует, особенно на фоне того, что вероятность пессимистичного сценария была тоже высокой. Бизнес не рухнул, и экономика страны не разрушена до руин. А значит можно с уверенностью сказать, что этот кризис уже во многом преодолен.

Видео о «Трех сценариях»



И теперь можно оттолкнуться от дна и подниматься к новым вершинам. Конечно, путь будет непростым и тернистым для многих. Но тем не менее Россия кризисы проходила не раз, я уверен, что с достоинством справится и в этот. Несмотря на пандемию государство и бизнес готовы ко второй волне. Она не обрушилась на нас неожиданно, и возникающие локальные и региональные вспышки коронавируса стараются оперативно тушить. Когда в океане тебя накрывает волна, в первый раз ты не знаешь, чего ждать, а вот во второй ты даже можешь оказаться на гребне. Несмотря на скептическое отношение многих, на мой взгляд, Михаил Мишустин со своей задачей справился. Риск действительно был, и как показывает опыт других стран — негативный в лице Швеции и позитивный в лице Китая — дисциплина помогает преодолеть любой кризис. Не берусь судить, сам ли Китай создал эту заразу, на этот вопрос лучше всего ответит история.

ДИСЦИПЛИНА ПОМОГАЕТ преодолеть любой кризис

- Пандемия застала ГК Clever bros. врасплох?

- Нет. Это сделать не так просто, так как фирма заранее рассматривала разные сценарии развития событий. И на стремительное наступление вируса удалось ответить быстрой адаптацией. Мы за один рабочий день вывели всех сотрудников на удаленку, а это офисы в Санкт-Петербурге, Москве, Воронеже и Ростове-на-Дону. Это удалось благодаря корпоративной программе Clever Bros. Assistant — все остались в одном информационном пространстве и на связи как с внешними поставщиками и заказчиками, так и с внутренними. Также нам помогла отлаженная система логистики, которая отработала на «пять с плюсом». За один день рабочие места были полностью укомплектованы, то есть, где необходимо, были установлены принтеры, рабочие столы, компьютеры и телефоны.



- Как пандемия и экономический кризис повлияли на группу компаний Clever bros. и на рынок печати?

- Конечно, такие кризисы не проходят безболезненно. Первый и самый очевидный вывод, сделанный еще в апреле, заключался в том, что наши клиенты — офисы, которые печатают и пользуются ИТ-инфраструктурой — были вынуждены уйти на удаленку, как и мы. Соответственно, у них отпала потребность в наших услугах на этот период, и продажи компании упали на 40%. Это отразилось на доходах фирмы и сотрудников. И те специалисты, которые не смогли пережить кризис морально или финансово, были вынуждены уйти. Пользуясь случаем, я хотел бы поблагодарить сотрудников, которые остались с компанией несмотря на кризис и сложные времена. Я высоко ценю это. Когда в апреле у нас не было заказов, вся

команда искала способы, где еще можно попытаться заработать. Мы стучались в двери медицинских учреждений и госструктур с вопросом «Чем мы можем быть вам полезными?». Мы хотели и могли работать, мы понимали, что им нужна помощь, но они сами боялись и не хотели ее принимать. Пандемия была и в головах. К сожалению, выполненный большой объем работы не привел к ожидаемым результатам, мы не нашли новых заказов в этих сферах. Что касается коллег по цеху и отрасли в целом, я знаю, что некоторые компании не пережили кризис и пандемию. Их доходы упали на 50-80%, и это фактически означало крушение бизнеса. Они были вынуждены уволить сотрудников, отказаться от аренды, распродать остатки товаров. К счастью, таких компаний не много. Большинство проверку на прочность прошли успешно.



«Пользуясь случаем, я хотел бы поблагодарить сотрудников, которые остались с компанией, несмотря на кризис и сложные времена»

- Ведется много разговоров о поддержке государства для бизнеса. Расскажите, была ли она оказана ГК Clever bros.?

- На мой взгляд, в нынешний кризис правительство России сделало все, что возможно. Это именно тот случай, когда бизнес и граждане получили больше, чем ожидали. Единовременные выплаты на детей однозначно сняли напряжение, которое возникло от сокращения зарплат во многих компаниях. А дотации для бизнеса помогли остаться многим фирмам на плаву. Мы ощутили и оценили государственную поддержку. Несколько наших компаний получили бюджетные средства, головной фирме был предоставлен льготный кредит на выплату зарплат. Честно сказать, без него не получилось бы пройти кризис так эффективно. А главное — с кредитом мы не потеряли большинство наших сотрудников. Я знаю, что такую же поддержку получило много компаний. Безусловно, это не компенсирует всех потерь, но это существенная помощь, которую государство могло и хотело оказать своим налогоплательщикам.

- Что сейчас является самым актуальным для клиентов компании? Изменились ли их приоритеты?

- На мой взгляд, особых изменений не произошло. Практически все наши клиенты вернулись. Для заказчиков очень важно, как компании, предоставляющие им услуги и сервис, пережили и переживают последствия пандемии. Они чувствуют себя уверенно и спокойно с теми, кто знает, как преодолевать кризисные ситуации. Я уже говорил, что ГК Clever bros. не раз справлялась с кризисами. И в этот раз справиться с последствиями пандемии нам помогла интуиция, опыт и сильная команда. Наши клиенты это видят и чувствуют, они уверены в нашей надежности.

- И наконец, чем ГК Clever bros. может помочь в упрощении процессов в постпандемийных реалиях?

- Мы будем помогать тем, что у нас отлично получается, а именно — максимально точно определять потребности наших заказчиков. Это касается как сферы печати, так и всей ИТ-инфраструктуры. Клиенты ждут от нас высокого уровня сервиса, к которому привыкли. И у нас нет предпосылок, чтобы снижать показатели. Более того, мы воспользовались периодом пандемии для усовершенствования услуг, чтобы дать заказчикам больше. Нам удалось найти и устранить все слабые места в корпоративной программе CVA, внести новые доработки в программное обеспечение CleverPrint Key и завершить построение продукта CleverPrint. Печать под ключ. Последний будет актуален сейчас как никогда. На рынке появляются новые компании, которым уже нет необходимости покупать и ставить на баланс технику, им просто нужно получить качественный отпечатанный документ в срок. Наши продукты позволяют заказчикам забыть о принтерах, картриджах, заботах о ремонте и техническом обслуживании. CleverPrint гарантирует им главное — страница будет напечатана качественно и вовремя.



Юбилейный выпуск

Наш журнал

Когда мы начинали работать над нашим журналом, мы не ожидали, что эта идея нас так захватит, что сможем поднять его от уровня “боевого листка” до полноценного, хоть и внутрикорпоративного издания, который по достоинству оценят наши клиенты и партнеры.

О том, как происходит рождение таких продуктов рассказывают его непосредственные создатели.

Интервью с Валерией Килиминской, основателем и редактором журнала *Be Clever*

- Как родилась идея создания журнала?

- 2014 год, идея витала в воздухе, как и все хорошие начинания. К тому же у меня и у Ани Бадулиной, pr-менеджера, уже был положительный опыт создания и выпуска внутрикорпоративного издания на прежних местах работы.

И именно поэтому мы понимали, какой груз работы на себя взваливаем. Ведь больше всех «достаётся» инициаторам. С другой стороны, я прекрасно понимала, что для компании, у которой несколько филиалов, очень важно иметь площадку, на которой будут рассказывать о достижениях глобальных и о достижениях каждого сотрудника.

Игорь Александрович Логинов увидел в таком внутреннем издании важные для объединения

сотрудников инструменты, поддержал нас, а потом активно участвовал и направлял. Одним из главных экспертов по продуктам компании стала Елена Матюнина.

Не могу не отметить Катю Немешеву, hr-менеджера, для которой наш журнал стал важной вехой в работе отдела персонала. Она с первых дней входит в редакционный совет. Настя Алехина сразу же стала частью нашей редакции. На ней держатся материалы, связанные с нашими клиентами, она умеет писать структурировано и доказательно. Сейчас к редакционному совету присоединилась Настя Погожева, pr-менеджер. И вообще, pr-менеджеры, это сила!



«10 выпусков журнала «Be Clever», а если считать с самого начала, то мы выпустили уже 21 журнал!»



Первые номера нашего издания назывались газета «Планета ВЕНЕТА». Мы провели творческий конкурс на лучшее название.

Писали о себе, о событиях в компании, в отрасли, публиковали годовые отчеты, поздравляли сотрудников со значимыми датами. Но уже в этих первых номерах прослеживалось желание писать не только для себя.

Вот выдержка из первого обращения И. Логинова в «Планета ВЕНЕТА» №1:

«Она (газета) поможет нам стать еще сплоченнее, еще лучше. Спустя десятилетия нам будет что вспомнить, открыв подшивку далекого 2014 года, сидя на террасе у моря в кресле-качалке, укрывшись пледом из экологически чистых материалов...., с легкой грустью и гордостью рассказывать о мировом гиганте «ВЕНЕТА СИСТЕМ».

Ну что же, почти все сбылось!

- С какими трудностями столкнулись, воплощая газету в жизнь?

- Главная трудность была, да и остается, — приобщить руководителей подразделений к необходимости участия в издании. Нам материал брать неоткуда, только из собственных голов, из собственной экспертности, копипастом мы стараемся не заниматься. Поэтому важно, чтобы коллеги делились своими знаниями. А у них, по понятным причинам, всегда не хватает времени. Вот и пришлось искать консенсус в виде интервью, задавать интересные вопросы нашим экспертам, чтобы им было интересно на них отвечать. Так постепенно в круг наших авторов вошли практически все руководители, а также своим экспертным мнением делятся Миша Волкотрубенко, Женя Командиркин, наши продакт-менеджеры.

Одним из главных поставщиков важной и нужной информации сразу стал Марк Беркутов. В его голове собраны знания о печати в таком объеме, что к нему обращаются за советом коллеги из других компаний. Марк всегда умеет посмотреть на проблему с разных сторон и сделать неожиданный вывод.

- Вы помните первый номер, о чем писали?

- Теперь, конечно, не помню, но всегда есть подшивка номеров. Вот, например, вижу материал из первого номера «Экомобиль». Именно в этом году мы начали активно воплощать свою идею о необходимости экологичного обращения с картриджами. В первом номере мы писали о том, что Венета Систем прошла STMC сертификацию, о том, что в тестовом режиме введен проект «Мобильная логистика», поздравляли лучших сотрудников компании. Большой материал от Марка Беркутова об отрасли восстановления.

Да, надо еще добавить, что газету мы не только

печатали, но и выпускали электронном виде и размещали на нашем сайте. Сразу думали об охвате.

- Когда решили, что журнал будет полезен клиентам?

- Практически сразу стали давать материалы об отрасли, полезные советы, которые могут пригодиться не только своим сотрудникам, но и нашим клиентам. Постепенно коллеги начали возить наш журнал на встречи к клиентам. Стали получать отклики от них — что из материалов интересно, давайте еще больше полезных статей! Мы стали привлекать наших самых лояльных клиентов к выпускам, брали у них интервью, просили рассказать о своих компаниях и их достижениях. Отклик стал еще больше. Не могу сказать, что все, но многие клиенты ждут наш журнал! А к # 9 «Be Clever» мы созрели на полностью клиентский выпуск. Вынесли все внутренние статьи в ежемесячный дайджест и постарались дать максимально полезную информацию под задачи клиентов. Привлекли наших вендоров к выпуску.

- Самый запоминающийся материал за 10 выпусков журнала Be Clever?

- Сразу уточню, что 10 выпусков, это только журнала «Be Clever», а если считать с самого начала, то мы выпустили уже 21 журнал.

Самые запоминающиеся, это специальные выпуски, где участниками являются эксперты из компаний наших клиентов. Во-первых, интересно их мнение о наших продуктах, во-вторых, важно узнать, какие задачи они, как профессионалы, решают в своих подразделениях.

Немного хотела бы сказать, кто наши клиенты. Это, конечно же, ИТ-департаменты, но также это и отделы закупок, АХО, это могут быть и офис-менеджеры, которым поручена закупка картриджей и периферии.

- Какие планы на следующие 10?

- Мы бы хотели привлекать больше экспертов со стороны. Нам, безусловно, есть что сказать про наш качественный сервис и наши продукты, но рынок ИТ широк, на нем есть место многим экспертным мнениям и разнообразным продуктам и инструментам. Вот о них мы, в том числе, хотим писать, чтобы быть полезными нашим читателям.

Да, еще вынуждена похвастаться — мы же заняли первое место со своим журналом среди 20-ти номинантов на конкурсе Медиа-Лидер в 2018г. в номинации «Лучший корпоративный журнал».

Это был наш первый и единственный опыт, и он оказался таким успешным!



Корпоративный журнал — важная площадка для общения сотрудников внутри компании

О том, как развивалось ранее и как реализуется это направление сейчас, мы говорили с менеджером отдела персонала Екатериной Немешевой.

- Катя, расскажи, как создавался журнал? Ты поддержала идею сразу или она вызвала у тебя сомнения?

- Идея создания журнала принадлежит руководителю отдела развития и маркетинга Валерии Килиминской и пиар-менеджеру Ане Бадулиной. Я хорошо помню, что они долго придумывали варианты названия для издания и предложили проголосовать на форуме за лучший. Большинство сотрудников выбрали название «Планета ВЕНЕТА», и я была в их числе. Что же касается идеи выпуска корпоративного издания, я, конечно, сразу поддержала ее. Журнал должен был помочь вовлечь всех сотрудников в нашу корпоративную культуру, разве может быть что-то важнее для менеджера по персоналу?!

- Опиши в нескольких словах, каким был первый выпуск?

- Он был уютным и домашним. Возможно, изначально больше походил на брошюру, но такую приятную и располагающую к участию. Перед выпуском первого номера большинство сотрудников не могли представить, каким он получится, и только самые смелые и отзывчивые согласились рассказать о себе и своих увлечениях. Но увидев напечатанную версию и познакомившись с материалами, многие вдохновились и стали вовлекаться в процесс.

- Чем полезен журнал внутри компании?

- Журнал — масштабный инструмент для вовлечения сотрудников и развития канала коммуникаций. Именно благодаря его выпуску, нам удалось вовлечь филиалы. Ранее сотрудники в Москве, Ростове-на-Дону и Воронеже чувствовали себя порой «как на льдине в океане», оторванными от главного офиса и производства в Санкт-Петербурге. И именно они активно поддержали идею, охотно включившись в работу и предоставляя актуальную информацию для статей.

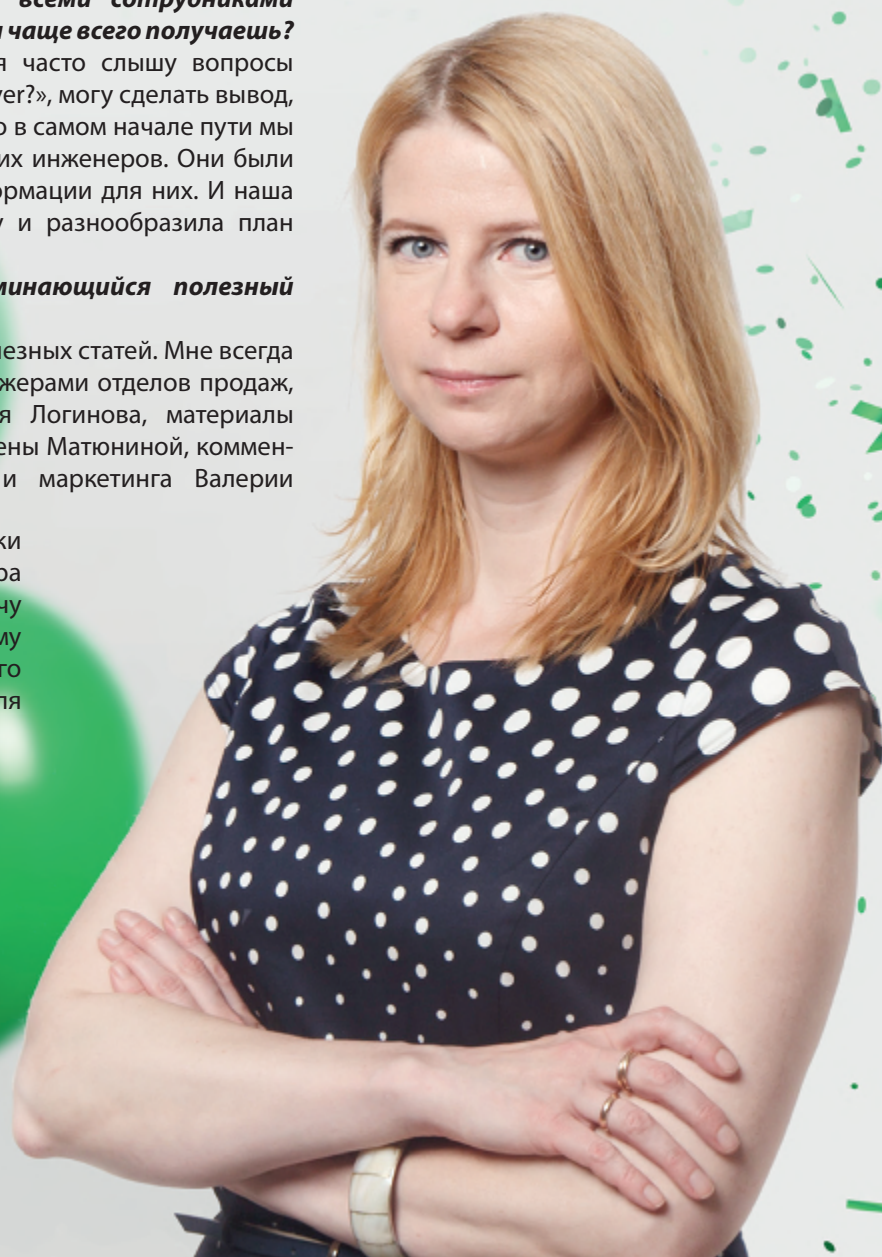
- Катя, ты постоянно на связи со всеми сотрудниками в компании, какие отзывы о журнале ты чаще всего получаешь?

- В основном положительные. Так как я часто слышу вопросы «А когда выйдет следующий выпуск Be Clever?», могу сделать вывод, что сотрудники действительно его ждут. Но в самом начале пути мы столкнулись с «суровым» отзывом от наших инженеров. Они были недовольны, что там мало полезной информации для них. И наша редакционная коллегия учла эту жалобу и разнообразила план статей.

- Чему был посвящен самый запоминающийся полезный материал журнала?

- Я могу выделить большое количество полезных статей. Мне всегда было интересно читать интервью с менеджерами отделов продаж, статьи директора ГК Clever bros. Игоря Логинова, материалы о продуктах от директора по развитию Елены Матюниной, комментарии руководителя отдела развития и маркетинга Валерии Килиминской и многие другие.

Особенно запомнилась статья «Воронки продаж» от коммерческого директора Натальи Сипиной. На самом деле хочу сказать, что каждый материал по-своему уникален, он несет в себе частичку самого сотрудника и является очень ценным для нашей компании и журнала.



- Что тебе дает работа над *Be Clever*?

- Это увлекательная часть моей работы и жизни. Больше всего мне нравятся встречи нашей редакционной коллегии, где обсуждаются темы будущего выпуска. Я всегда ощущаю эмоциональный подъем, и даже если в каком-то номере будет меньше моих статей, я не стану любить журнал меньше. Мне интересно читать материалы всех сотрудников, узнавать что-то новое о них самих и об их успехах и достижениях.

- За какие рубрики ты отвечаешь в журнале?

- Раньше я вела все внутренние рубрики, связанные с персоналом. Например, в «Город N» представители филиалов рассказывали о своих городах и любимых местах, в разделе «Новости филиалов и подразделений» делились достижениями, а в рубрике «Первое впечатление о компании» новые сотрудники отвечали на вопросы блиц-опроса. Также популярными были рубрики «Ярмарка вакансий», «Мы учимся», «Акулы пера». В последней я задавала вопросы с подвохом. Сейчас многие из этих разделов мы уже не ведем, так как журнал стал клиентоориентированным. Но я продолжаю активно участвовать в обсуждении идей. Одна из последних, которая реализована в этом журнале — интервью с клиентами.

Продолжаем серию интервью с редакционной коллегией журнала

Исполнительный директор Анастасия Аলেখина рассказала о том, как изменился журнал с момента создания, и чем он интересен клиентам.

- Идея выпускать журнал родилась почти 7 лет назад. Почему ты ее поддержала?

- В первую очередь я считала, что корпоративный журнал будет важным элементом для развития корпоративной культуры внутри компании. К тому моменту у Венеты Систем уже было несколько филиалов, и не все сотрудники работали вместе и имели возможность узнать друг друга лично. Было действительно важно иметь общую площадку для укрепления командного духа, общения между отделами и филиалами, высказывания и отстаивания своей точки зрения. Также у меня был личный интерес к выпуску журнала. Мне хотелось попробовать себя в журналистике — писать статьи, брать интервью. Я понимала, что корпоративное издание поможет мне приобрести новые навыки и реализовать многие идеи.

- Ты помнишь первый номер, о чем вы тогда писали?

- Сами материалы в номере — нет. Но зато помню нашу первую обложку и как долго мы придумывали название, провели для этого настоящий мозговой штурм.

- Сейчас вышел 21-й номер журнала, 10-ый юбилейный номер *Be Clever*. Что ты можешь сказать о прогрессе к 21 выпуску?

- Журнал — уже неотъемлемая часть компании. Как ты считаешь, что еще не было затронуто в выпусках, о чем еще стоит писать в будущем?

- Несмотря на то, что журнал стал клиентоориентированным, мне бы все равно хотелось видеть больше внутренних рубрик. Было бы интересно заглянуть за кулисы наших так называемых «диссидентских отделов». Больше писать о сотрудниках отдела логистики, бухгалтерии. Например, кто бы мог подумать, что наш бухгалтер Наталья Пивоварова по образованию учитель математики, а руководитель отдела по работе с конкурсными процедурами Иоланта Васева более 5 лет занималась черлидингом (читайте статью «Как я была черлидером»). Мне кажется, такие материалы создают душевную атмосферу журнала, и ею хочется делиться с нашими клиентами!



- Прогресс виден невооруженным взглядом. Если найти в архиве старый журнал и положить рядом любой выпуск Be Clever, можно увидеть, как он изменился. Журнал стал профессиональным и современным. Кажется, что прошло не так много времени, но не покидает ощущение, что «Планета ВЕНЕТА» — это корпоративная газета, созданная в далеких 90-х. А вот Be Clever — современное издание с лаконичным дизайном. В эпоху, когда все любят рассматривать красивые картинки и иллюстрации, это очень важно. Однако прогресс затронул не только внешний облик издания, но и коснулся самой цели создания. Была проведена переориентация журнала с внутреннего пользователя на внешнего читателя. Мы стали больше внимания уделять тому, что может быть интересно клиенту, и, соответственно, убрали некоторые внутрикорпоративные рубрики.

- Чем именно журнал полезен клиентам?

- Благодаря журналу у наших заказчиков есть возможность получить разностороннюю и полную информацию по продуктам и услугам компании. Мы рассказываем истории и предоставляем отчеты и экспертные статьи от менеджеров, продакт-менеджеров, технических специалистов и руководителей. Также через журнал мы транслируем свои ценности. Я думаю, что все организации, особенно крупные, предпочитают выбирать партнеров, которые близки им по духу. Ну и конечно, читая журнал, клиенты могут ближе познакомиться с сотрудниками компании и увидеть тех людей, которые непосредственно занимаются их обслуживанием.

- Какие рубрики закреплены за тобой и какими направлениями интересно заниматься в рамках журнала?

- За 7 лет не раз менялись рубрики и направления, которыми я занималась. Я составляла дайджесты о проведенных мероприятиях и собраниях, писала экспертные статьи, рассказывала о новых направлениях в работе. Мне всегда было интересно показывать, как наши продукты встраиваются в общую картину рынка печати и ИТ-аутсорсинга, бизнеса в России в целом. А вот самым сложным и в то же время самым запоминающимся для меня стал опыт интервьюирования. Задавать вопросы, выстраивать беседу с разными людьми и получать на выходе готовый материал — это действительно было интересно. Сейчас в силу моей занятости я меньше пишу для журнала самостоятельно и чаще являюсь тем, у кого берут интервью, но всегда делаю это с большим удовольствием.

- Как ты думаешь, есть сферы или направления, которые еще не были затронуты в журнале, но в ближайшем времени будут?

- Я думаю, что в целом журнал будет меняться, так как мы переориентировали его в корпоративное издание для клиента. А значит будет больше актуальных и полезных материалов, выходящих за рамки направлений нашей деятельности и посвященных общерыночным тенденциям.

- Ну и наконец задам последний вопрос, какой материал для тебя был самым запоминающимся за последние 10 выпусков?

- Я не могу выделить один. Но особенными для меня были интервью с нашими экспертами Марком Беркутовым, Антоном Федотовым, Дмитрием Аналюком и Натальей Сипиной.



Игорь Логинов
руководитель ГК Clever bros.

Завершает серию интервью о журнале Игорь Логинов

Ему как руководителю пришлось не только вкладывать свои собственные силы в создание материалов, но также тратить деньги компании на его издание. Игорь Александрович прекрасно понимал, что сотрудники отдела маркетинга и других подразделений будут отвлекаться на непрофильные задачи и т.п. Зачем с его точки зрения нужно корпоративное издание читайте ниже:

- Почему вы вдохновились идеей создания журнала?

- Впервые мысли возникли, когда я познакомился с первым выпуском журнала нашего конкурента Ротек. Листая его, я поймал себя на мысли, что оцениваю уникальность материалов и уже думаю, когда выйдет продолжение. Признаюсь, я ждал следующий выпуск больше года, но он так и не появился. А на рынке печати чувствовался дефицит профильной информации. Затем стал издаваться журнал «BUSINESS-INFORM Review», который мы с удовольствием читали и даже где-то готовы были вступить в дискуссию. В скором времени нас пригласили выступить в этом журнале роли эксперта, и пришло осознание, что мы обладаем огромным объемом компетенций и знаний. Нам захотелось их собирать, распространять внутри фирмы и за ее пределами и, конечно, получать отклик на эту информацию. Так родилось решение создать свою газету.



- Каким был первый выпуск? Вы его помните?

- Конечно. Первый выпуск газеты «Планета ВЕНЕТА» был разработан с Валерией Килиминской и Аней Бадулиной. Это был результат настоящего творческого процесса. Однако он встретил легкое сопротивление внутри компании. Дело в том, что в нашей компании много «людей дела» — мы совершаем действие и нам нужен результат тотчас. Газета казалась некоторым нашим сотрудникам бесполезной тратой времени. Но я понимал, что выпуск собственного корпоративного издания поможет нам стать более компетентными, больше коммуницировать и открыто высказываться. Но главное, таким образом все мы научимся говорить и писать красиво. Я настоял на издании журнала, и было даже интересно смотреть, как постепенно мнение сотрудников меняется. Последние сдались в этом году, когда вышел 20-ый выпуск. Но я всегда был уверен, что в бизнесе побеждают марафонцы. Журнал, как и все наши проекты, это «игра вдолгую».

- Что журнал Be Clever дает компании Clever bros.?

- В первую очередь, журнал обеспечивает дополнительные коммуникации, как между сотрудниками разных подразделений, так и с нашими заказчиками. Во-вторых, он показывает читателям нашу компанию, как эксперта отрасли. В-третьих, журнал дает возможность проследить наш прогресс. Каждый сотрудник компании, оборачиваясь назад, может сказать, что он стал лучше. Журнал — это зеркало компании и нашего успеха. Мы все находимся в одном информационном пространстве, что делает нас командой. Be Clever для Clever bros.

- Почему журнал стоит того, чтобы на него тратить время сотрудников и деньги компании?

- Журнал — это такой же ресурс, как время сотрудников и деньги компании, к которому всегда можно обратиться. Это настоящая энциклопедия наших знаний, накопленных за 19 лет. Если полистать более ранние выпуски, то можно отыскать начало больших

историй. Например, вы узнаете, когда впервые прозвучало понятие «бесперебойная печать», «Clever Print», «Clever bros.». Мою душу греет мысль, что даже если мы что-то забудем, удалим файлы или сотрем что-то память, всегда можно будет найти в напечатанном. Это то, что останется надолго.

- Как вы влияете на развитие журнала?

- Я думаю, ровно таким же образом, как влияю на всю компанию. Так сложилось органически, что ни один процесс не обходится без моего прямого или косвенного участия.

- А как вы видите развитие Be Clever?

- Мне кажется, что он уже находится на таком высоком уровне, что теперь можно заниматься только легкой шлифовкой. Все лишнее, как говорил Микеланджело, отсечено. Мы уже достигли того уровня, когда можно поддерживать идею, а не развивать. Но поддерживать — это не так просто, как может показаться. Существуют определенные стандарты, которые уже сложились, а также есть определенная репутация у журнала, в том числе во внешней среде. Ей нужно соответствовать.

- Как клиенты воспринимают журнал?

- Я могу сказать, что был одним из первых, кто стал передавать журнал клиентам. Я сразу увидел разницу между тем, как листают буклеты компании и как относятся к корпоративному изданию. Несмотря на то, что буклеты ГК Clever bros. благодаря стараниям и усилиям Валерии Килиминской и отдела маркетинга всегда отличались очень высоким качеством, они оставались недооцененными клиентами. А вот к журналу отношение другое. Заказчикам нравится его листать, видеть на страницах тех менеджеров, с которыми они работают. Их доверие к нашей компании автоматически повышается, интерес возрастает. А главное они находят для себя много актуальной, полезной и своевременно поданной информации.



Говорят наши клиенты

Гордость нашего журнала — разговор напрямую с клиентами. Что может быть важнее, чем узнать мнение своих читателей о компании. Специально к этому выпуску мы вместе с вами подготовили несколько интервью!

Скурихин Сергей, IT-специалист, ООО «Валио», Санкт-Петербург

- Сергей, расскажите, чем занимается ваша компания?

- ООО «Валио» — российское подразделение финского концерна Valio, ведущего производителя молочных продуктов в Финляндии.

- Что интересного происходит в компании, можете выделить какие-то важные достижения?

- Конечно, можно с юмором? Главное — мы все еще живы в 2020!

- Это и правда важно. Сколько лет вы сотрудничаете с ГК Clever bros., Венета Систем?

- Не могу ответить точно, так как сотрудничество началось еще до моего прихода в компанию в июле 2018 года. А в прошлом году расширилось по нескольким направлениям.

- Какие из продуктов ГК вам приносят пользу в вашей работе?

- Обслуживание оргтехники и поставка комплектующих.

- Кто ваш менеджер? Сразу ли нашли общий язык с ним?

- На данный момент мы работаем с Еленой Балашовой, ранее — с Ниной Бутниковой. Общий язык нашли легко и быстро, ваши менеджеры (в большей степени Елена, чем Нина) всегда на связи и стараются помочь, если это в их компетенции.

- За что вы цените больше всего сотрудничество с компанией?

- Для нас важно соотношение таких критериев, как цена, качество, спектр услуг и скорость исполнения. И в сотрудничестве с вами мы нашли баланс. Также ваш плюс — менеджер, который хорошо идет на контакт и может решить какую-то ситуацию. Я понимаю, что процессы в крупных компаниях проходят медленнее и сложнее, чем в маленьких фирмах. И хорошо, что есть менеджер, который всегда на связи и может помочь, например, быстрее связаться с инженером и запросить пылесос для принтеров.

- Есть ли какие-то пожелания по работе?

- Работать без выходных, приезжать всегда за 5 минут при поломках, иметь при себе полный набор деталей для замены и при этом не повышать цены. Это было бы идеально!



Алексей Матросов, начальник сектора ИТ, АО «Ленпромтранспроект», Санкт-Петербург

- Алексей, сколько лет вы сотрудничаете с ГК Clever bros., Венета Систем? Помните, как зарождалось сотрудничество?

- Мы сотрудничаем более 10 лет. Деталей уже не помню. Но мы работали с вами на моем предыдущем месте работы, и я решил не нарушать традицию и в «Ленпромтранспроект» также выбрал вас как поставщика услуг.

- Вы с самого начала работаете с Натальей Сипиной? Быстро нашли общий язык с ней?

- Да, с ней очень приятно работать. Все проблемы решает оперативно и легко.

- Расскажите, чем занимается «Ленпромтранспроект», и какими достижениями компании вы особенно гордитесь?

- АО «Ленпромтранспроект» — одна из крупнейших проектных организаций

России. Мы осуществляем комплексное проектирование объектов транспортной инфраструктуры, а именно проектируем автомобильные и железные дороги, мосты и другие подобные объекты во всех регионах России и за рубежом. В 2028 году нашей организации исполнится 100 лет! И, конечно, мы гордимся нашим опытом и репутацией, а также преемственностью между поколениями.

- У вас действительно очень важная миссия. А какие из продуктов ГК Clever bros. помогают в вашей работе?

- Прежде всего, мы пользуемся вашей главной услугой — восстановлением картриджей для всей печатающей техники, которой у нас достаточно много. Также у вас мы ремонтируем принтеры и МФУ и обслуживаем всю оргтехнику.

- Легко ли с нами работать? За что вы цените больше всего сотрудничество с компанией?

- Ваша организация давно на рынке, и у нас есть уверенность в продолжении нашего сотрудничества. Как вы понимаете из нашей истории, мы ценим опыт и компетенции. Никаких проблем по предоставляемым услугам не возникают, и главное — все картриджи всегда печатают.

- Были ли какие-то веселые или курьезные случаи?

- К счастью, нет. И это лучше всего характеризует наше сотрудничество.

- Есть ли какие-то пожелания по работе?

- Чтобы хотелось что-то улучшить, именно такого нет. Если бы были какие-то серьезные моменты, они бы всплыли в памяти после вашего вопроса. Нас все устраивает!



**Дмитрий Долгов, начальник ИТ-отдела,
ООО «ТехноГазСервис», Воронеж**

- Сколько лет вы сотрудничаете с ГК Clever bros., Венета Систем?

- Сложно сказать точно, более пяти лет.

- Первое впечатление о компании? Как узнали о нас?

- Ваш менеджер нашел нас в подходящий момент. Еще в прошлой компании на заводе железобетонных изделий (ТЖБИ-4) у меня был негативный опыт, поэтому я был вынужден искать поставщика по восстановлению картриджей. Мы встретились с Иваном Котовым и сразу нашли контакт. Так как сотрудничество складывалось хорошо, и в «ТехноГазСервис» я решил продолжить пользоваться вашими услугами. Знаю, что системный администратор, который заменил меня в ТЖБИ-4, тоже остался вашим клиентом.

- Помимо восстановления картриджей вы пользуетесь другими услугами нашей компании?

- Да, мы ремонтируем у вас принтеры, МФУ и сканеры.

- Легко ли с нами работать?

- Очень. У вас работают хорошие отзывчивые ребята, которые всегда помогут, зададут

дополнительный вопрос, проконсультируют в любое время. А также всегда решат вопрос из серии «картридж был нужен еще вчера».

- Интересно, вы можете рассказать подробнее?

- Ситуация на самом деле парадоксальная. У шефа в кабинете стоит цветной принтер, который считается личным, и у меня в ПО не высвечивается. И тут, как всегда неожиданно, он захотел распечатать документ, но выяснилось, что картридж закончился. Нужно было срочно решить вопрос, и я связался с вашим менеджером, пояснил, что картридж нужен шефу «очень срочно, еще вчера». Иван быстро решил задачу, в течение двух часов мне доставили новый восстановленный картридж. Директор остался доволен, что он только озвучил просьбу, а уже все сделано, и принтер запечатал.

- Спасибо за живой и актуальный кейс! И последний вопрос, есть ли какие-то пожелания по работе?

- Все великолепно, никаких претензий у нашей компании к вашему сервису и услугам нет. Работали и, надеюсь, дальше будем работать в том же ключе!

Говорят наши клиенты



**Нина Лезнякова, технический секретарь,
АО «Р-Гарнет», Санкт-Петербург**

- Нина, сколько лет вы сотрудничаете с ГК Clever bros., Венета Систем?

- В 2012 году я вышла на работу в «Р-Гарнет», и мы уже с вами сотрудничали.

- Значит, мы начинали с восстановления картриджей, верно?

- Да, мы восстанавливаем картриджи у вас. Также иногда я заказываю оригинальные картриджи.

- Расскажите, чем занимается «Р-Гарнет»?

- Мы поставляем гранатовый песок и комплектующие для гидроабразивного и пескоструйного оборудования. Также сейчас развиваем новое направление – станки для гидроабразивной резки под собственным брендом «R-GAR». Мы являемся первой фирмой в России, которая начала продавать этот вид песка, и работаем со всеми крупными заводами, в том числе с Концерном Калашникова.

- Какое первое впечатление было от компании и продукта?

- Я могу сказать одно, мне всегда незаметно, как осуществляются заявки. У нас ни разу не возникло претензий к вам, и сотрудничество протекает максимально легко. Мы довольны сервисом.

- Кто ваш менеджер? Сразу ли нашли общий язык с ним?

- На данный момент мы работаем с Еленой Балашовой. Лена молодец, она всегда на связи и поддерживает тот уровень отношений, который был установлен до нее.

- Какие из продуктов ГК Clever bros. приносят пользу в вашей работе?

- С вашими картриджами мы можем распечатать документ, когда это необходимо, и это самая

главная польза от ваших услуг. За 8 лет сотрудничества один раз мы согласились попробовать сделать заказ в другой фирме. Их менеджер нас «терроризировал», утверждая, что их картриджи дешевле, лучше, и обещал подарки. Но как только я сделала заказ, и у нас тут же начались проблемы. Картридж печатал, но пачкал бумагу. Мы не могли передавать документы в таком виде и отказались от их услуг. Ваши картриджи печатают качественно, и от их использования у нас никогда не ломалась техника.

- Были ли какие-то веселые или курьезные случаи в нашем сотрудничестве?

- Недавно произошел курьезный инцидент. Наши сотрудники ушли на удаленку и принтеры забрали домой. Мы вызвали курьера, чтобы доставить картриджи, но он перепутал и отдал нашему бухгалтеру не тот. Наша сотрудница вставила картридж, но он застрял. Хорошо, что вы помогли быстро исправить данную проблему, и уже в этот же день наша бухгалтерия на удаленке могла распечатывать все документы.

- Нина, благодарю вас за подробные ответы! Возможно, есть какие-то пожелания в работе?

- Меня все устраивает в нашем сотрудничестве. Единственное, что иногда я не успеваю оформить заявку до обеда, и картриджи к нам привозят на следующий день. Было бы здорово получать их в тот же!

- У нас есть услуга «подменный фонд», вы не пользуетесь ей?

- Пользуемся, но иногда все же случаются такие ситуации, когда нужно срочно сделать заказ.



**Артём Пугач, заместитель генерального
директора, Центр сертификации Межрегионтест,
Москва**

- Артём, чем занимается ваша компания?

- У нас группа компаний и несколько направлений работы. Прежде всего, это сертификация, так как любая продукция или услуга сейчас может получить документ, подтверждающий качество и безопасность.

Также техническая документация, охрана труда, экспертизы и многое другое.

- Сколько лет вы сотрудничаете с ГК Clever bros., Венета Систем?

- В 2019 году начали сотрудничество в Москве и Московской области, теперь расширили его и работаем в Санкт-Петербурге.

- Как узнали о нашей компании? Какое первое впечатление было от компании и продукта?

- Вы нашли нас самостоятельно. Но мы очень довольны уровнем вашего сервиса и службой логистики. Дело в том, что нам на регулярной основе необходимо обеспечивать рабочие места компьютерами и периферией. Но многие подрядчики отказывались осуществлять поставки в Московскую область. Вы с задачей отлично справляетесь!

- Кто ваш менеджер? Сразу ли нашли общий язык с ним?

- Я работаю с Сергеем Григорьевым. Хочу сказать, что менеджеры у вас очень настойчивые и знают свою работу отлично.

- Какие из продуктов ГК приносят вам пользу в вашей работе?

- В первую очередь мы занимаемся с вами поставками компьютерной техники. В последнее время начали работать по обслуживанию оргтехники в Санкт-Петербурге.

- За что вы цените больше всего сотрудничество с нашей компанией?

- За индивидуальный подход!

- Есть ли какие-то пожелания по работе?

- Все здорово, ничего на ум не приходит. Будем сотрудничать и дальше.



**Тарас Харьков, системный администратор,
ООО «Трансстроймеханизация»,
Санкт-Петербург**

- Сколько лет вы сотрудничаете с ГК Clever bros., Венета Систем?

- Я работаю в организации Трансстроймеханизация 5 лет и все это время сотрудничаю с вами. До этого с вашей компанией знаком не был, так сказать, вы мне достались в наследство и за 5 лет не дали повода отказаться от услуг.

- По каким продуктам мы сотрудничаем?

- Обслуживание оргтехники — принтеры и плоттеры.

- Плоттеры — не самый распространенный ответ. А чем занимается ваша компания?

- Мы занимаемся комплексным строительством, реконструкцией и ремонтом автомобильных дорог, аэродромов, промышленных и гидротехнических сооружений. Работаем на объектах Роавтодора и Росавиации — от автодорог М-4 «Дон», М-9 «Балтия» и КАД в Санкт-Петербурге до аэропортов «Шереметьево», «Сочи» и «Петропавловск-Камчатский».

- Здорово! Мы полезны для вас?

- Еще бы! Мы отдаем вам свою нагрузку — задачи и проблемы с печатью. Обслуживание всей нашей оргтехники под вашим контролем. Мне остается только лишь менять расходники. При этом вы всегда на связи, и не было ни одной такой ситуации, когда от плоттера что-то отлетело, а у вас не оказалось в наличии или под заказ этих деталей. Все ситуации решается в рабочем режиме. И нам удобно работать именно с крупной компанией, у которой отлажены все процессы.

- Вы хотели бы что-то улучшить в нашем сотрудничестве?

- В части рабочего процесса нет, нас все устраивает. Я бы хотел высказать пожелание, что вы могли бы проводить круглые столы и приглашать своих клиентов. Я был на корпоративном мероприятии в Ростелеком, и меня вдохновила эта встреча. К сервису не имеет никакого отношения, но запоминается надолго!

Говорят эксперты

Экономия, минимизация, оптимизация: в чем отличие?

Руководитель ГК Clever bros. Игорь Логинов на примере обычного потребления и офисной печати объясняет, почему сокращение затрат бывает разным.

Экономия — это быстрое сокращение затрат. Например, вы уменьшаете подогрев пола с 35 до 25 градусов или не включаете лишний раз свет, а может используете не два бумажных полотенца в туалете, а одно. Экономия — это реальное сокращение потребления. В первую очередь она нужна, когда затраты превосходят доходы.

Если мы говорим о **минимизации** затрат, то речь идет о том, что вы переходите с обычных лампочек на энергосберегающие. Это происходит по мере перегорания первых. При этом гарантированный срок эксплуатации лампочки существенно экономит разницу в покупке.



ЛЮБАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ начинается с глубокого анализа

И наконец, **оптимизация** ресурсов и затрат. Свет включают датчики движения. Где есть потребность в постоянном освещении — работают энергосберегающие лампы, где он не нужен яркий — лампы с оптимальной мощностью. Или теплый пол работает только тогда, когда в доме находятся жильцы.

Но иногда оптимизация приводит к бóльшим затратам, которые никогда не окупятся. Представим ситуацию: начинается сезон холодов, и в целях экономии теплый пол не включается. Как следствие — возрастает вероятность возникновения болезни и дополнительной нетрудоспособности, появляются затраты на лекарства... Как мы видим, экономия в таком случае приводит к еще большим затратам. Именно поэтому любая оптимизация начинается с глубокого анализа.

Если говорить об офисной печати, то для того, чтобы экономить, достаточно меньше печатать.

Если нужно минимизировать затраты, то печатать нужно на наиболее экономичных машинах и, по возможности, отказаться от цветной печати.



КЕЙС



Елена Балашова
Специалист отдела продаж
ООО «Венета Систем»

Ночная печать или экономия электроэнергии?

Клиент ООО «Валио», менеджер Балашова Елена

У клиента специфичный режим печати. Вся основная печать происходит ночью. За одну ночь тратится около 2-х коробок бумаги, т.е. 5000 копий.

Возникла проблема — на их высокоскоростных принтерах (50-60 стр/минуту) регулярно происходило непропекание тонера. Причём, то на одном, то на другом (всего использовалось 3 аппарата). Клиент использовал совместимые картриджи CASTUS при этом. Что мы только не делали, чтобы выявить проблему.

Приезжали со своими картриджами (аппараты легко отпечатывали несколько пачек бумаги без единой проблемы). Однако проблемы не наблюдалось и на совместимых картриджах (разница была лишь в качестве отпечатка, но несущественная для клиента).

Меняли печки на новые оригинальные поочерёдно на всех аппаратах.

Проблема сохранялась. Меняли платы питания (при этом предварительно замерив напряжение в сети клиента — оно было в норме). В результате всех действий во время визита инженера проблема никогда не проявлялась, а ночью, когда идёт основная печать, проблема возникала с завидной регулярностью.

Основная проблема в диагностировании неисправности была именно в режиме работы клиента. Никак было не поймать дефект, как бы не пытались сделать имитацию, какое бы количество бумаги не было истрачено.

Корень зла всё-таки установлен был. Оказалось, что ночью печатаются огромные

задания одновременно не на одном, не на двух, а на всех 3-х аппаратах. В результате такой нагрузки напряжение в сети 220В падало с 230В до 160В и естественно его было недостаточно для прогрева печей. А днём разумеется все 3 аппарата никогда не печатали огромные задания одновременно. На данный момент по этой проблеме клиент больше не обращается (скорее всего произвели работы в электрической сети на объекте), а с клиентом мы продолжаем работать и по сей день.



Наши продукты

ПО CleverPrint Key — программа для мониторинга печатающих устройств

На основе данных, полученных из CPKey, заказчик самостоятельно или с нашей помощью может оптимизировать работу парка печатающей техники.

О реальных преимуществах ПО для клиентов рассказывает эксперт Венета Систем, консультант по продукции Марк Беркутов.

CPKey — программное обеспечение, разработанное в России.

CleverPrint Key — проактивный сервис, который позволит клиентам мониторить весь парк печатающей техники, не отходя от рабочего места. Это российский софт, созданный для управления расходами на печать.



Марк Беркутов
консультант по продукции
Венета Систем

1

ТОЧНЫЙ УЧЕТ

CPKey позволяет вести точный учет используемых принтеров и МФУ. Если у вас большой парк техники, благодаря программе вы всегда будете точно знать, какие именно устройства подключены к сети, и в каком помещении они находятся. Также вы сможете назначить ответственных за аппараты, что повысит дисциплину сотрудников по использованию.

2

ПЛАНИРОВАНИЕ РАБОТЫ ИТ

CleverPrint Key даст возможность планировать работу IT-отдела. Замена картриджей, техническое обслуживание принтеров и любые ошибки по печати теперь будут под вашим контролем. Вы сможете решить проблему планомерно, обеспечив бесперебойную работу печатающей техники и освободив драгоценное время для ваших IT-специалистов.

3

ТЕХНИКА ПОД КОНТРОЛЕМ

CPKey позволит максимально использовать ресурс ваших аппаратов: вовремя сделать техническое обслуживание и заменить расходные материалы. Не даст повредить аппарат обычному пользователю, решившему самостоятельно поменять картридж или устранить замятие бумаги. Из нашего опыта: техника достаточно часто ломается от простого вмешательства в ее работу рядового сотрудника.

4

КОНТРОЛЬ РАСХОДОВ В РЕЖИМЕ ОНЛАЙН

Вы сможете посмотреть в режиме онлайн сколько вы тратите на печать. В программе будет отображена цена каждой копии, их количество, пробег аппарата.

5

СТАТИСТИКА И ОТЧЕТЫ

Используя программу, вы получите возможность выгрузить разноплановую статистику по печати. Это позволит не только планировать расходы в будущем, но и провести оптимизацию парка техники для оптимальной нагрузки всех аппаратов. Что также приведет к снижению цены копии. ПО CleverPrint Key — качественный сервис за оптимальную цену!



Об обновлениях и доработке программы рассказала генеральный директор Клевер Бразерс Елена Матюнина:

«Наш эксперт Марк Беркутов перечислил основные преимущества российского софта CPKey, я со своей стороны хотела бы осветить последние изменения в программе. Сервис постоянно дорабатывается.

Во-первых, мы расширили перечень поддерживаемых устройств и подключили новые принтеры и МФУ. Несмотря на эпидемиологическую ситуацию новые устройства выходят на рынок, клиенты их приобретают, и мы каждый месяц обновляем список в программе.

Во-вторых, в CPKey было реализовано решение по отправке уведомлений пользователю. В зависимости от зон ответственности сотрудников вы можете распределять доступы, назначать и изменять ответственных.

В-третьих, в программном обеспечении была включена установка автоматических обновлений для онлайн версии.

И наконец, одно из самых главных обновлений, произведенных совместно с нашими клиентами, — МЫ МОДЕРИРОВАЛИ ПРОЦЕСС ПОДКЛЮЧЕНИЯ К CLEVERPRINT KEY. Ранее он состоял из двух шагов: отправка доступа и установка программы. Теперь мы добавили несколько важных функций. После установки программы клиентом, наша служба поддержки проводит проверку установки ПО, статистики и перечня аппаратов. При необходимости мы добавляем новые устройства в конфигурацию и выкладываем обновление. Далее узнаем у клиента все ли сети просканированы и все ли устройства найдены.



МЫ МОДЕРИРОВАЛИ процесс подключения К CLEVER PRINT KEY

Формируем перечень проблемных устройств и возможность подключения локальных принтеров к общей статистике. Данное внедрение позволяет нам быть уверенными, что сервис у заказчика заработал правильно, а мы получили полную информацию и начали собирать статистику без ошибок и багов.

Напомню, что основная функция CPKey — мониторинг печатающих устройств. На основе данных, полученных из программы, клиент самостоятельно или с нашей помощью может оптимизировать работу парка печатающей техники».



Наши продукты

Партнёрская сеть Clever bros.

С 2013 года в ГК Clever bros. мы активно развиваем Партнерскую сеть. Уже более 500 компаний по всей России стали нашими надежными партнерами. С осени 2020 года направление Партнерская сеть возглавила Анастасия АLEXИНА, исполнительный директор ГК Clever bros.

- Анастасия, поздравляем с новым направлением в работе. Расскажите подробнее о партнерской сети ГК Clever bros. Для чего создана и какие проекты помогает нам поддерживать в регионах?

- Благодарю за поздравления.

Партнерская сеть была создана для работы с федеральными клиентами, для обслуживания их офисов вне регионов нашего присутствия. Но я хотела бы подробнее рассказать, почему мы используем слово «партнер». Мы намеренно не называем наших партнеров субподрядчиками, хотя на рынке это принято и распространено. Потому что субподряд подразумевает односторонние отношения, мы же всегда хотели, чтобы у этого направления была и вторая сторона. Мы ищем компании, которые смогут работать с нашими клиентами в том регионе, где наших собственных возможностей нет, и будут, условно говоря, «нашими руками». Мы выбираем партнеров, оказывающих аналогичные услуги на том же уровне сервиса, что и мы. Нам важно, чтобы наши партнеры разделяли наши взгляды и ценности, чтобы они транслировали принятую нами культуру печати. Мы хотим, чтобы наши партнеры становились нашими клиентами. Clever bros. может предложить поставку расходных материалов и запчастей по выгодным ценам, программные продукты — СВА и СРКеу, мобильные приложения для инженеров и водителей. Мы готовы обслуживать клиентов партнеров там, где они не присутствуют, готовы перенимать опыт и компетенции у них. Именно такое взаимодействие является партнерским.

- Как мы подходим к выбору партнеров? Существуют ли какие-то определенные критерии?

- Да, существует ряд критериев. У нас есть партнерская анкета, которую мы отправляем после первых переговоров. В ней компания, претендующая на роль партнера, указывает свои основные данные — список услуг, регион обслуживания, основной штат специалистов, рабочие материалы, контактную информацию, свой опыт и компетенции. Главным требованием для нас является уровень оказания услуг, так как на выходе сервис для наших клиентов не должен отличаться от нашего. Наши заказчики хорошо знают, что такое «сервис Clever bros.».

- Как организованы поиск и работа с партнерами?

- В основном мы ищем партнеров самостоятельно под конкретный проект или для развития направления в регионе.

В первом случае мы можем либо выбрать из тех, с кем уже работаем, или из списка заведенных в программе партнеров, либо организовать срочный поиск. Далее мы с партнером согласовываем условия, заключаем дополнительное соглашение к договору, после чего на нашем портале начинают формироваться партнерские заявки. Иерархия следующая: я, как ответственная за данное направление, осуществляю поиск и отбор; руководитель группы офис-менеджеров Елена Голубева занимается подготовкой документов и настройкой работы; а оператор или менеджер курирует заявки далее.



на выходе сервис для НАШИХ КЛИЕНТОВ не должен отличаться от нашего

Во втором случае поиск партнера осуществляется в текущем режиме, например, для развития ИТ-направления в том регионе, где мы еще не работаем. Здесь работа с компаниями заканчивается на заключении рамочного партнерского договора, создании партнера в программе и оформлении доступа к партнерскому portalу. Далее мы будем ожидать открытия договора с заказчиком, а отделы продаж будут понимать, где у нас уже есть партнер.

Также на нашем сайте есть специальная форма, заполнив которую компания могут инициировать сотрудничество самостоятельно, но такие случаи на практике происходят не так часто.

Наиболее распространённый вариант, «сарафанное радио», когда партнеры приходят к нам по рекомендации от других организацией, с которыми мы уже работаем в регионе.

- Почему им это интересно?

- Для региональных фирм партнерская сеть открывает возможность работать с серьезными сетевыми компаниями. Обычно решения у крупных игроков принимается централизованно, и небольшим организациям не так просто принять участие и одержать победу в конкурсах самостоятельно. Не все готовы к этому, и не всем это нужно. От партнеров я часто слышу, что с нами работать приятно и комфортно. Довольно распространены такие ситуации, когда партнеры просили нас поучаствовать в конкурсе, чтобы работать с заказчиком в определенном регионе. Им так спокойнее, вероятность победы значительно выше благодаря нашей репутации и общим компетенциям. Это объективная оценка.

Потому что, во-первых, мы честны по отношению к нашим партнерам, во-вторых, соблюдаем все условия и стараемся проявлять лояльность. Clever bros. выступает одновременно и на стороне клиента, и на стороне партнера. Это безусловно сложно, но мы любим решать трудные задачи.

- Какие проекты нам помогают обслуживать партнеров в данный момент?

- Сейчас через партнеров мы обслуживаем Восточный Экспресс банк, X5 RETAIL GROUP, сеть кинотеатров Синама Парк, ОАО «Газпром газораспределение», это наиболее значимые компании в портфеле заказчиков.

- Какие глобальные цели стоят в плане развития направления Партнерская сеть?

- После моего вступления в должность руководителя направления, одной из первоочередных задач было закрыть срочные вопросы, а именно найти партнеров для действующих проектов. Прошло более двух

месяцев, и теперь мы можем приступить к реализации глобальных задач. Первой глобальной задачей является поиск партнёров по ИТ-направлению. На данный момент они появляются органически. Но мы хотели бы иметь наработанный пул партнеров, чтобы оперативно закрывать задачи и увеличить процент участия в конкурсах в регионах. Вторая и важнейшая задача — запустить программу «рейтинг партнеров», которая будет состоять из трех этапов. Первая ступень — оценка после первых формальных переговоров и заполненной анкеты. Второй этап включает в себя оценку от отдела операторов, которые курируют заявки с партнерами. И наконец, третий этап — оценка качества работы партнера, которую мы планируем собирать от заказчиков. На основании этих трёх параметров и выставленных баллов у партнера будет появляться рейтинг, который будет зафиксирован в программе. Почему нам это важно? Есть города и регионы, где мы уже взаимодействовали более чем с одним партнером. И когда запускается новый проект, мы не всегда можем быстро оценить, какая компания лучше подойдет для предоставления услуг конкретному заказчику. Рейтинг партнеров поможет нам в кратчайшие сроки сделать правильный выбор. И запустить процесс объективной конкурентной борьбы, так мы поднимем наш сервис на более высокий уровень, который и станет эталоном для всего рынка IT- аутсорсинга.

500 компаний от Мурманска до Хабаровска



Наши продукты

Внедрение качественного сервиса и стандартов обслуживания по всей России

О том, как родилась идея создания, и в чем миссия Партнерской сети, рассказывает директор по развитию ГК Clever bros. Елена Матюнина.



Елена Матюнина
директор по развитию
ГК Clever bros.

- Как родилась идея создать партнерскую сеть?

- Каждый новый проект начинается с решения. К 2013 году компания Венета Систем занимала устойчивую лидирующую позицию в Санкт-Петербурге, и были открыты филиалы и подразделения в Москве, Воронеже и Ростове-на-Дону. Именно тогда мы осознали, что собственных кадровых ресурсов для того, чтобы охватить всю территорию нашей страны, нам не хватит. К тому времени мы уже отбросили идею продвигать франшизу — данный формат пугал инвесторов довольно долгим сроком окупаемости — от 2 лет. А также осознали, что любую компанию, которая самостоятельно выходит на рынок в новый регион, воспринимают с опаской, отдавая предпочтение местным проверенным организациям. Так мы вплотную подошли к идее развития Партнерской сети. Сначала самостоятельно искали партнеров в открытых источниках и обзванивали возможных претендентов, затем стали заводить деловые и дружеские отношения на конференциях вендоров и поставщиков. Компаниям, с которыми мы заключали партнерские соглашения, мы предложили воспользоваться нашими бизнес-процессами и стандартами работы, чтобы обслуживать заказчиков на том же уровне.



ВНЕДРЕНИЕ КАЧЕСТВЕННОГО СЕРВИСА И стандартов обслуживания по всей России

- Какая миссия у партнерской сети?

- Внедрение качественного сервиса и стандартов обслуживания по всей России. Дело в том, что понятие сервиса от региона к региону очень отличается. В крупных городах приняты определенные стандарты, а в маленьких населенных пунктах они обычно достаточно размыты. Причем это относится ко всем сферам услуг — гостиничный бизнес, автомобильный сервис, ремонт и др. Наша цель — внедрить более высокие стандарты в регионах. Как в последнем интервью отметил Игорь Логинов, российскому рынку нужен сервис высокого уровня. Это уже неоспоримо.



Платите только за напечатанные страницы с сервисом «Clever Print. Печать под ключ»

Мы решим все ваши задачи с помощью:

✔ АУТСОРСИНГА ПЕЧАТИ

Что входит в аутсорсинг печати?

- Ремонт, заправка и печать без дефектов - наша забота.
- Вы платите только за напечатанные страницы, и это дешевле, чем полностью обслуживать печатную технику самостоятельно.
- Офис-менеджеры и IT-специалисты заняты важными задачами и не тратят время на принтеры.
- А еще: быстрое реагирование на заявку; работу принтеров без перебоев согласно договору SLA; снижение расходов при безупречном качестве печати.

✔ АРЕНДЫ ОФИСНОЙ ТЕХНИКИ

Мы подберем технику под ваши задачи.

В услугу входит:

- Подменная техника на время ремонта.
- Регулярное техническое обслуживание принтеров.
- Ремонт принтеров, включая стоимость запчастей.
- Настройка печатающей техники.
- Поставка картриджей.

Наши преимущества:



Доступность информации

Отслеживание заявки через личный кабинет. Хранение информации по выполненным заказам.



19 лет на рынке печати

Опыт и профессионализм. Надёжность и клиентоориентированность.



Стандарты качества по всей России

Собственный отдел качества. Работа с одним партнером в регионе.



Диктатура низких цен

ИЗ ОТКРЫТЫХ ИСТОЧНИКОВ: «В июле 1654 года государь Алексей Михайлович издал Указ об условиях доставки муки и сухарей в город Смоленск. Царь повелел отправить грамоты воеводам в близлежащие города, московским боярам и купцам, которые согласились бы отвезти муку и сухари в Смоленск. За перевозку определенного объема груза царские люди торговались с купцами «по сороку и по сороку по пяти алтын и по полуторы рубли». При этом сам хлебный груз освобождался от пошлины. Государство еще не проводило открытый конкурс в классическом виде, но уже формировало заказ, отбирало исполнителей, формулировало условия контракта».

Из доклада ФАС «О состоянии конкуренции в Российской Федерации за 2017 год»: «Поиск способов препятствования сговорам между самообучающимися алгоритмами может стать одним из самых больших вызовов, с которыми конкурентные правоприменители когда-либо сталкивались», — говорится в одном из последних докладов ОЭСР. Отмечается, что цифровые инструменты автоматически формируют цены, основанные на моментальной оценке спроса и предложения и непосредственных указаниях продавца, таких как определенный доход или ценовой курс. В докладе ОЭСР говорится о том, что феномен больших данных «может привести к серьезным вызовам для конкурентных ведомств в будущем, так как будет сложным, если вообще возможным доказывание намерения координировать цены, по крайней мере, используя нынешние инструменты антимонопольного реагирования».



Игорь Логинов
руководитель *ГК Clever bros.*



Анна Масолкина
Директор по логистике
ГК Clever bros.

О диктате низкой цены, о качестве поставляемой продукции, об экспертизе нам рассказывают наши эксперты.

«К счастью, мы уже давно не работаем по правилам закупок 1654 года, и еще не совсем приблизились к вангуемым «сговорам алгоритмов».

Если рассматривать государственного заказчика, как одного из участников рынка, то нужно также не забывать, что рынок есть там, где есть конкуренция на основе качества продукта и на основе его цены. На сегодняшний день рынок с участием государственного заказчика существует только в ценовом диапазоне, в качественном диапазоне закон не достиг необходимого потенциала. Соответственно, качественную продукцию госзаказчик получает лишь в тех конкурсах, где нет конкуренции по цене, то есть участник один. Все это понимают, но сделать ничего не могут.

Существуют две категории госзаказчиков. Одни потребляют некачественную продукцию по минимальным ценам, и потом у нас происходят аварии в разных отраслях и другие происшествия. Другие же получают то, что им нужно, не конкурируя по цене, и по итогам их работы стране есть, чем гордиться. Не скажу, что во втором случае не происходит хищений, но в первом — точно воруют больше. Поэтому в интересах государства поднять потенциал качественных критериев в госзаказе выше цены. А воров приструнить можно другими инструментами и инстанциями».

Далее сложившуюся ситуацию в сфере закупок комментирует Анна Масолкина, директор по закупкам *ГК Clever bros.*:

«Когда мы покупаем картриджи для наших клиентов, мы избегаем дешёвых совместимых картриджей. Совместимка не показывает стабильного качества, в среднем каждый десятый картридж — бракованный, и к остальным есть претензии по количеству копий. Менять такие экземпляры заказчику на другие — это трата времени и денег на составление претензий, переоформление бухгалтерских документов, затраты на доставку и замену брака. Поэтому, даже если заказчик заказывает определенную

марку совместимых картриджей, так как в прошлый раз у него они отлично отработали, мы предупреждаем, что это просто везение. Нет никакой гарантии, что новая партия той же марки отпечатает так же хорошо. Да и те поставщики, которые возят подобную продукцию, они не скрывают, что готовы без вопросов обменять бракованные картриджи на новые. Себестоимость товара настолько низкая, что некоторые бренды спокойно размещают акции в духе «за один некачественный картридж, вы получите 10 в подарок». Только вот конкурсы не предусматривают никаких подарков, а поэтому потребителю достанутся только бракованные картриджи, а подарки останутся у поставщика. Совместимка — это «кот в мешке», мы знаем наверняка, и наш опыт позволяет заявлять это смело.

Что касается изменения данной ситуации в лучшую сторону, то здесь нужно в корне пересмотреть сложившуюся за последние годы тенденцию и законодательную базу. Отказ от диктата низких цен в конкурсах возможен только на законодательном уровне».



Лана Васева
руководитель отдела по работе
с конкурсными процедурами
ГК Clever bros.

Лана Васева, руководитель отдела по работе с конкурсными процедурами ГК Clever bros., продолжает нашу тему и рассказывает, как постараться избежать «диктата низких цен», и какие законные инструменты имеются у гос. заказчика:

«Статьей 37 Федерального закона «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 № 44-ФЗ предусмотрены антидемпинговые меры при проведении конкурса и аукциона.

Простым языком, если Участник закупочной процедуры снизился более, чем на 25% от начальной (максимальной) цены контракта, он обязан понести дополнительные расходы. Однако данный факт не всегда останавливает недобросовестных участников в сильных падениях, поскольку деньги, потраченные на обеспечение, после исполнения контракта возвращаются обратно. Таким образом, описанная выше мера существенно не помогает в ограничении некачественных поставок.

Еще одним способом предотвращения поставки некачественной продукции является требование Заказчиком оригинальности поставляемого оборудования и расходных материалов. Оригинальное оборудование Заказчик

имеет право требовать только качественно обосновав потребность в нем. Прописывать картриджи в Техническом задании можно только в том случае, если оборудование, к которому предназначается расходный материал, находится на официальной гарантии производителя. Прописывать конкретные технические характеристики желаемого товара Заказчик не имеет права, поскольку это является ограничением конкуренции. Также в рамках 44 Федерального закона Заказчик не имеет права требовать подтверждения квалификации Поставщика.

Итог: обезопасить себя от поставок некачественного товара в рамках существующего законодательства довольно-таки сложно, а скорость совершенствования закона крайне мала».



Сергей Григорьев,
руководитель отдела по работе
с корпоративными клиентами
Венета Систем



Заказчик имеет право запросить экспертизу заказываемой продукции.

В случае неудовлетворительных результатов обратиться в ФАС России для внесения поставщика в реестр недобросовестных поставщиков. Последнее время подобные запросы участились.

О том, как мы проводили экспертизу для Комитета по инвестициям Санкт-Петербурга, рассказывает Сергей Григорьев, руководитель отдела по работе с корпоративными клиентами Венета Систем:

«Комитет по инвестициям Санкт-Петербурга обратился к нам для проведения экспертизы расходных материалов. Цены по итогам конкурса были существенно ниже рыночных, и заказчик усомнился в подлинности и качестве товара. Специалист нашей компании был приглашен на приёмку товара на независимую экспертизу. Расскажу подробнее о самой экспертизе и сути процесса.

Экспертиза товара представлена специальным товароведческим исследованием, которое проводится в отношении разных параметров предметов, чтобы определить, соответствуют ли они многочисленным стандартам и нормам. К основным исследуемым характеристикам относятся: сорт изделия, его марка и модель, подлинность, качество, разные параметры, непосредственно влияющие на комфортность и оптимальность использования.

Что касается экспертизы картриджей, на данный момент на рынке лазерных картриджей все больше случаев подделки, когда фальсификат трудно отличить от оригинала. Чтобы этого избежать и требуется экспертиза со стороны исключительно опытных и профессиональных специалистов на соответствие условиям технического задания контракта поставки расходных материалов в части оригинальности. Подделку можно определить по ряду параметров, начиная от качества упаковки, заканчивая конструктивными особенностями, качеством пластмассы и цветом чипа. В случае с Комитетом по инвестициям Санкт-Петербурга экспертиза товара выявила его соответствие всем необходимым стандартам, требуемому качеству и подлинности товара. Однако, важно учитывать тот факт, что исполнитель был предупрежден об экспертизе и возможно отработал контракт с убытком, чтобы не попасть в чёрный список. Наверняка убыток стал хорошим уроком для исполнителя и позволил заказчику недорого купить качество. Такие примеры встречаются, но больше, как исключение. Поэтому мы рекомендуем заказчикам чаще прибегать к экспертизе, а на законодательном уровне возможно ее стоит внести как обязательный элемент, например, на сэкономленные деньги при значительном снижении. Мы смело можем сделать вывод: экспертиза работает на повышение ответственности исполнителей.»



Михаил Makeев,
начальник отдела транспортной
логистики ГК Clever bros.

Бывают и обратные случаи, когда заказчики не сомневаются в качестве и уверены, что используют только оригинальную продукцию. Так ли это и какой состав эко-контейнеров мы принимаем у клиентов, комментирует Михаил Makeев, начальник отдела логистики ГК Clever bros.

«Наша служба логистики забирает отработанные картриджи у новых клиентов для дальнейшей переработки. Большинство из них уверены, что они использовали оригинальную дорогостоящую продукцию, так как именно такую они приобретали. Но на самом деле наряду с оригинальными картриджами часто встречаются совместимые, а также большой процент подделок и заправленных картриджей. В начале ноября мы забирали очередную партию картриджей из 300 корпусов, где среди общего числа только 15 оригинальных (5%). Заказчик был очень удивлен такому обману, так как он был уверен в своём поставщике на протяжении многих лет.

Среди картриджей, полученных от физических лиц из контейнеров Венета Систем на площади Восстания и на территории лофт пространства «Этажи», также низкий процент оригиналов. Но это можно понять, так как низкая цена сейчас привлекает потребителя намного больше, чем проблемы с принтером и качеством печати потом. А выбросить картридж, не думая об экологии, пока еще норма для многих».

ВЫВОДЫ:

1

Акцент в конкурсах смещать с цены на качество, это на стороне заказчика и государства.

2

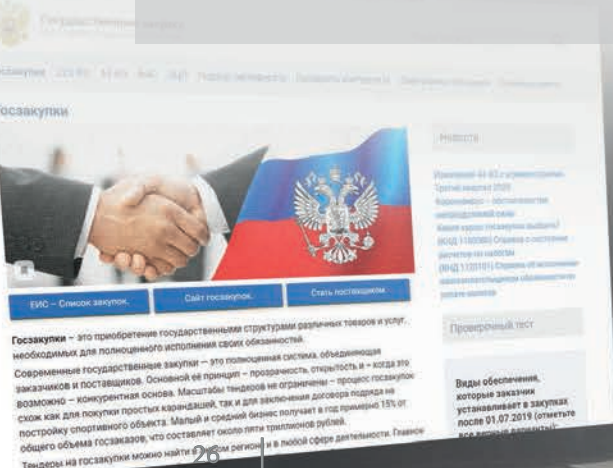
Распространять информацию об использовании экспертизы закупаемых товаров и услуг со стороны заказчика, это дисциплинирует исполнителей.

3

Если стоит вопрос об экономии средств без потери для качества и экологии, то в части картриджей лучше выбрать восстановленные оригинальные картриджи.

НЕМНОГО РЕКЛАМЫ:

Картриджи ТМ «Венета Систем» на 30-40% дешевле оригинальных, при этом они гарантируют высокое качество отпечатков, сопоставимого с оригинальными картриджами, и в дальнейшем их можно будет еще неоднократно восстанавливать.



КЕЙС

Как взять в аренду печатающую технику без проведения закупочных процедур?

Согласитесь, что бывают ситуации, когда все закупки по обеспечению печати проведены, расходные материалы и принтеры поставлены, а пользователи начинают жаловаться, что техники не хватает для их объемов печати, или принтеры ломаются чаще, чем поставщик может их отремонтировать по условиям договора? Мы поговорили с руководителем отдела по работе с конкурсными процедурами ГК Clever bros. Ланой Васевой и руководителем отдела по работе с корпоративными клиентами Венета Систем Сергеем Григорьевым и выяснили основные моменты на примере реального кейса. К нам обратился известный в Санкт-Петербурге и России детский многопрофильный клинический центр с такой проблемой: на тот момент уже были проведены закупки по 44 ФЗ, и текущий поставщик в рамках основного договора их выполнил, но этого было недостаточно для обеспечения бесперебойной печати. Как быть?



Сергей Григорьев,
руководитель отдела по работе с корпоративными клиентами Венета Систем



Лана Васева,
руководитель отдела по работе с конкурсными процедурами ГК Clever bros.

«После проведенного нами аудита стало понятно, что принтеры, которые стоят в отделении больницы, не справляются с нагрузкой. Закупить новые аппараты уже возможности у заказчика не было. Но задачу нужно решить и проблемы устранить. Поэтому мы предложили услугу CleverPrint. Печать под ключ — копияльную печать с арендой техники. Но клиент, государственный заказчик, а значит сложности с организацией конкурсов и закупок». **Что делаем в рамках договора?** Провели анализ режима загруженности техники, дали рекомендации по подбору техники. Установили печатающую технику согласно ТЗ заказчика. Восстанавливаем и доставляем картриджи для арендованных аппаратов. Производим техническое обслуживание печатающей техники, ремонтируем (при необходимости заказываем и заменяем запчасти). Снимаем показания счетчиков, предоставляем статистику клиенту по отпечатанным копиям, формируем счета на оплату.

«В рамках объема закупок заказчик имел полное право заключить Прямой договор на установку 20 принтеров и МФУ в аренду с копияльным расчетом. Не все заказчики знают, как использовать данный механизм для получения качественного сервиса. Государственные закупки создали множество барьеров и проблем, но многие из них мы умеем преодолевать в рамках закона для обеспечения сервиса и без потерь для государства».



Отраслевые новости

Информационное Агентство «Бизнес-Информ» на страже российских производителей

Об одном из старейших, наиболее экспертных журналов в отрасли расходных материалов для печати «BUSINESS-INFORM Review», а также о ряде других своих проектов рассказывает его главный редактор и создатель, генеральный директор Агентства «Бизнес-Информ» Станислав Малинский.

- Станислав Вальтерович, как давно Вы занимаетесь маркетинговыми исследованиями и продвижением качественных расходных материалов на российском рынке? Как пришли к этому, с чего начинали? Специалисты Информационного агентства «Бизнес-Информ» занимаются маркетинговыми исследованиями российского рынка офисной техники и расходных материалов с 1991 года. С 1991 по 1997 годы мы назывались Федеральным Информационно-Аналитическим Центром (ФИАЦ), я в нем работал директором по информационным технологиям, а в последние годы — коммерческим директором. В 1997 году ФИАЦ был преобразован в группу компаний «Бизнес-Информ».



Собственно именно в 1997-1998 годах и была разработана первая российская методика оценки качества отпечатков, изготовленных лазерными принтерами.

Заниматься оценкой качества печати и расходных материалов мы начали еще работая в ФИАЦе, в ходе планирования и проведения закупок принтеров и копиров для крупных государственных структур, а также для своих региональных центров. После преобразования ФИАЦа в «Бизнес-Информ» уже в 1998 году мы выполняли сравнительные исследования качества печати принтерами HP при использовании ими оригинальных и восстановленных (перезаправленных) картриджей (по договору с представительством компании HP в России).



Собственно именно в 1997-1998 годах и была разработана первая российская методика оценки качества отпечатков, изготовленных лазерными принтерами.

В это время Информационное Агентство «Бизнес-Информ» начало разработку и эксплуатацию баз данных «Расходные материалы», «Государственные закупки расходных материалов», выпуск каталогов «Российский рынок копировальной техники» (1997), «Российский рынок принтеров» (1998), «Расходные материалы» (1998), «Лучшие поставщики совместимых расходных материалов» и пр. Вся эта продукция выпускается и сейчас. Весной этого года, например, вышел из печати каталог «Расходные материалы», выпуск №43!

Одновременно с этим был создан консалтинговый центр нашего Агентства, который помогает крупным российским покупателям в планировании и организации закупок принтеров, копиров, МФУ, расходных материалов.

Сейчас любой желающий может зайти на наш сайт и посмотреть наши первые обнародованные результаты маркетинговых исследований 2001 года:

- Чем для Вас является журнал, выставка и агентство Бизнес-Информ?

Работа в Информационном Агентстве «Бизнес-Информ» для меня не является основной. Я работаю в государственной структуре, занимаюсь разработкой и реализацией крупных ИТ-проектов, научными исследованиями и разработками в области искусственного интеллекта, компьютерной и информационной безопасности.



Был создан консалтинговый центр нашего Агентства, который помогает крупным российским покупателям в планировании и организации закупок принтеров, копиров, МФУ, расходных материалов.

С 1981 года преподаю в Российском Университете Транспорта (ранее — МИИТ) на кафедре «Вычислительные системы, сети и информационная безопасность». Сегодня значительная часть специалистов, работающих в ГК «Бизнес-Информ» — мои ученики. И это очень приятно.

Информационное Агентство «Бизнес-Информ» — это часть моей жизни. И дело даже не в том, что я являюсь его генеральным директором и владельцем

одновременно. Агентство — это то, что я реально сделал. А сегодняшний спрос на его продукцию (каталоги, журналы, базы данных, выставки, конференции, консультации, экспертизы, научные разработки и пр.) лишь подтверждает, что это кому-то реально нужно.

Журнал «BUSINESS-INFORM Review» мы начали издавать в 2012 году. Этот журнал сегодня — визитная карточка Агентства. Основная задача журнала — предоставить читателю информацию о последних новостях индустрии офисной печати и расходных материалов. Наряду со статьями известных зарубежных экспертов, в этом журнале мы публикуем статьи и интервью руководителей российских компаний, результаты своих маркетинговых исследований, результаты экспертизы ведущих европейских лабораторий и многое другое. Тираж журнала — 20000 экземпляров + 7000 электронных версий (для Интернет-подписчиков). 8000 журналов поступают бесплатно к ведущим специалистам компаний-покупателей принтеров, копиров, МФУ, расходных материалов. Нам очень важно, чтобы именно эти специалисты оперативно узнавали важную информацию современной индустрии офисной печати. Все номера журнала демонстрируются у нас на сайте в открытом доступе. Адрес: <http://sforp.ru/bireview/>.

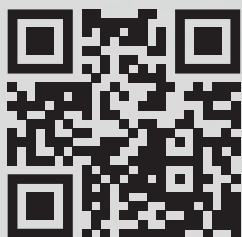


**посмотреть сайт
можно здесь**



Выставка «BUSINESS-INFORM Экспо» была организована, в значительной степени, по «острой необходимости». В России на протяжении 7 лет проходила другая выставка, посвященная индустрии расходных материалов. Эта выставка — Recharge Russia Expo — начиналась как выставка об индустрии восстановления, но с каждым годом она становилась все более выставкой о самых дешевых совместимых картриджах-новоделах. Так как надежд на то, что эта тенденция изменится, не было, Информационное Агентство «Бизнес-Информ» при поддержке ряда российских (Рамис, Компания РМ, ДэлЗ, Юмакс) и зарубежных (Integral, Delacamp, Imex, Katun) компаний приступило к организации международной выставки «BUSINESS-INFORM 2012». С тех пор мы каждый год в мае, на ВДНХ, проводим свою выставку. Выставка уже стала, по сути, отраслевым «Новым Годом», местом встречи друзей и партнеров, местом, где можно и новости индустрии узнать, и о своих успехах рассказать. Именно на эту выставку любят приходить представители крупных

российских организаций и предприятий, чтобы увидеть стенды компаний, продукцию которых мы рекомендуем для планируемых закупок. К сожалению, выставка этого года не состоялась из-за пандемии. Но мы очень надеемся, что пандемия COVID-19 — это не навсегда. И выставка «BUSINESS-INFORM Экспо» еще продолжит свою работу. Но мы не собираемся сидеть и ждать, когда коронавирус отступит. Уже в июле этого года мы открыли виртуальную выставку «BUSINESS-INFORM 2020».



**посмотреть сайт
можно здесь**



Эта выставка будет работать до конца апреля 2021 года. Она — прекрасный инструмент для оперативного распространения новостей на российском рынке. Любой владелец виртуального стенда может разместить на нем свои новости (о компании, продукции, технологиях и пр.). Вся эта информация тут же поступит в нашу службу распространения информации и будет разослана в 15000 адресов российских специалистов, будет опубликована на наших новостных сайтах плюс на сайтах наших информационных партнеров.

- Вы ведете огромную, без преувеличения, деятельность по популяризации качественной и разумной печати в России, что дает вам силы, есть ли подвижки в этом направлении?

Именно за качественной и разумной печатью в России БУДУЩЕЕ. Да, действительно, СЕЙЧАС значительная часть рынка ориентирована на дешевую и некачественную продукцию. Это — отражение российской реальности. Во-первых, у людей и организаций

реально нет денег. И они стремятся купить то, что подешевле, чтобы решить сиюминутные задачи. А иначе до БУДУЩЕГО можно и не дожить. Во-вторых, у покупателей просто нет достаточных знаний, чтобы оценить достоинства качественной, но более дорогой продукции. К сожалению, большая часть компаний-поставщиков предпочитает рассказывать потенциальным покупателям мифы (которые, впрочем, в недалеком прошлом были правдой), чтобы продать свой товар. Многие из распространителей мифов и не виноваты вовсе. Они и сами «не в курсе», что вчерашний аргумент сегодня уже миф.



**Именно за качественной
и разумной печатью
в России БУДУЩЕЕ.**

Мы долго пытались убедить ведущих поставщиков расходных материалов в том, что просвещение покупателей и продвижение качественной печати для них не только необходимо, но и выгодно. С нами соглашались, обсуждали ситуацию, строили планы, но, увы, время шло, а подвижек со стороны российских компаний-поставщиков расходных материалов реально не было. Многие крупные покупатели постарались найти альтернативные пути обеспечения расходными материалами и преуспели в этом. Как результат, именно их усилиями на российский рынок поставляются качественные восстановленные и новые совместимые картриджи, которые реально демонстрируют выгоду качественных и разумных решений. И наше Агентство им активно помогает.

Мы имеем результаты экспертизы качества большин-



ства китайских, европейских и, конечно, российских брендов и вполне обоснованно консультируем покупателей на тему «Что и у кого покупать?».

В 2017 году мы приняли участие в регистрации в Минюсте России Ассоциации Производителей и Поставщиков Качественных Расходных Материалов (АППКРМ). Цель этой Ассоциации — продвижение на российском рынке качественной продукции. У Ассоциации уже есть реальные успехи. Она вместе с Агентством «Бизнес-Информ» провела первый международный конкурс «OPEN QUALITY



Появление принтеров российского производства — вопрос ближайшего будущего.

PRINTING CONTEST» и продемонстрировала всему миру, что в России прекрасно понимают, что такое качество печати. Ассоциация вместе с Агентством «Бизнес-Информ» провели летом 2020 года более десятка конференций с крупными покупателями принтеров, МФУ и расходных материалов, на которых не только обсудила с участниками их проблемы, но и предложила пути решения. Один из конкретных результатов — рабочая группа, созданная именно крупными покупателями, в сотрудничестве с экспертами Агентства «Бизнес-Информ» и экспертами ряда европейских производств уже разработала конкретные количественные параметры для определения «Картридж Высокого Качества» и «Картридж Подтвержденного Качества». Для альтернативных поставок эти параметры уже утверждены. Я надеюсь, что уже в ближайшем будущем АППКРМ сможет предложить аналогичные Знаки и для открытого рынка.

Есть и другие проекты для поддержки продвижения в России качественных и умных решений. Очень надеюсь, что уже в 2020-2021 годах они станут реальностью, а не очередной многолетней болтовней.

- Как вы думаете, есть ли перспективы создания качественных конкурентных печатных устройств на Российском рынке, или мы навсегда проиграли это направление? Можно ли назвать новые китайские бренды печатающих устройств будущими российскими принтерами?

Я верю в человеческий разум. Создание по-настоящему российских печатающих устройств не только выгодно государству (деньги остаются в России, а не уходят за рубеж), это еще и необходимость с точки зрения информационной безопасности. Понимание этого у руководства России есть. Уже принят Федеральный Закон №187 «О безопасности критической информационной инфраструктуры РФ». Ведутся многочисленные разработки по его практической реализации. Поэтому появление принтеров российского производства — вопрос ближайшего будущего. Конечно, эти принтеры, МФУ не сразу попадут на открытый российский рынок. Сначала они поступят тем, кто в них больше всего нуждается в соответствии с ФЗ №187. Потом — ко всем желающим. Но это будет, так как это вопрос не просто безопасности, а существования нашего государства.



brother
at your side

Маркировка в медицине. Применение принтеров этикеток в российских медучреждениях.

В предыдущем номере мы уже писали о нашем партнере и поставщике печатающей техники и расходных материалов Brother, об их благотворительной акции для медицинских учреждений. В продолжение темы новый материал от Brother — маркировочные и термотрансферные принтеры, особенно актуальные для быстрого и своевременного обслуживания пациентов при приеме и во время лечения в период пандемии.

Зачем нужна маркировка?

Использование маркировки в медицинском учреждении увеличивает скорость обработки информации, способствует автоматизации документооборота, эффективному использованию рабочего времени и повышению качества работы с пациентами. Маркировать можно бумажные носители (карты, направления, браслеты для пациентов и так далее), контейнеры для биоматериалов и любые другие медицинские изделия. Наклейки печатаются на специальном принтере и содержат штрих-код или QR-код, который можно считать с помощью сканера и быстро получить важную информацию о маркированном объекте.

Как напечатать код для маркировки?

Для печати самоклеящихся этикеток с кодом используются специальные принтеры, такие как Brother P-Touch. Линейка принтеров этикеток Brother широкая — от простых моделей без подключения к компьютеру до старших моделей, которые можно связать с медицинскими информационными системами (МИС). Ручные принтеры используются для маркировки папок, оборудования, кабелей, электрических выключателей и т.п. Продвинутое устройство подключается к компьютеру, смартфону или планшету и имеет в комплекте программное обеспечение для создания наклеек на компьютере (Brother P-Touch Editor) и мобильных устройствах (Brother iPrint&Label). Ламинированные ленты TZe, на которых печатают принтеры P-Touch, устойчивы к истиранию и выгоранию на свету, а также к химическим воздействиям. Адгезивный клейкий слой обеспечивает надежное закрепление наклеек на поверхности.

Какую информацию может содержать код?

- Личные данные пациента
- Код услуги
- Информацию о лекарственных средствах
- Информацию о контейнере с биоматериалом
- Историю использования инструментов
- Инвентаризационные данные
- Данные для ведения архивов

Где используется маркировка?

- **В СТАЦИОНАРЕ**
История болезни, браслет на руку, медикаменты, контейнеры с биоматериалом
- **В ПОЛИКЛИНИКЕ**
Идентификационная пластиковая карточка, карта пациента, направления, назначения
- **В ЛАБОРАТОРИИ**
Пробирки, контейнеры с биоматериалом, направления, платежные документы

Опыт использования принтеров для маркировки во время пандемии COVID-19

Использование принтеров этикеток ускоряет обработку данных, что особенно важно при большом потоке пациентов. Такая экономия времени была принципиальна для стационаров, принимающих пациентов с COVID-19. Понимая это, ООО «Бразер» приняло решение



- Принтеры для маркировки PT-D600VP с русской и английской клавиатурой
- Термотрансферные принтеры QL-810W для печати наклеек шириной до 62мм
- Наборы PTH110R1BUND с дополнительными лентами

безвозмездно передать комплекты принтеров этикеток в клиники Москвы, Санкт-Петербурга и Крыма. В их составе были модели PT-D600VP, QL-810w и наборы PTH110R1BUND с дополнительными лентами. Устройства быстро нашли применение в медицинских учреждениях, упростили и ускорили некоторые рутинные операции.

Маркировка в лабораториях

В ДГКБ им. З. А. Башляевой использование принтера для печати наклеек позволило специалистам клинической лаборатории быстрее обрабатывать данные и вести их точный учет. Итогом внедрения устройства стала оптимизация рабочих процессов и большая безопасность пациентов. В Городской клинической больнице № 31 модель PT-H110R также успешно используется в лаборатории, а в Инфекционной клинической больнице №1 с ее помощью маркируют емкости с материалами для анализов в отделениях.

Бейджи, маркировка оборудования и инструментов

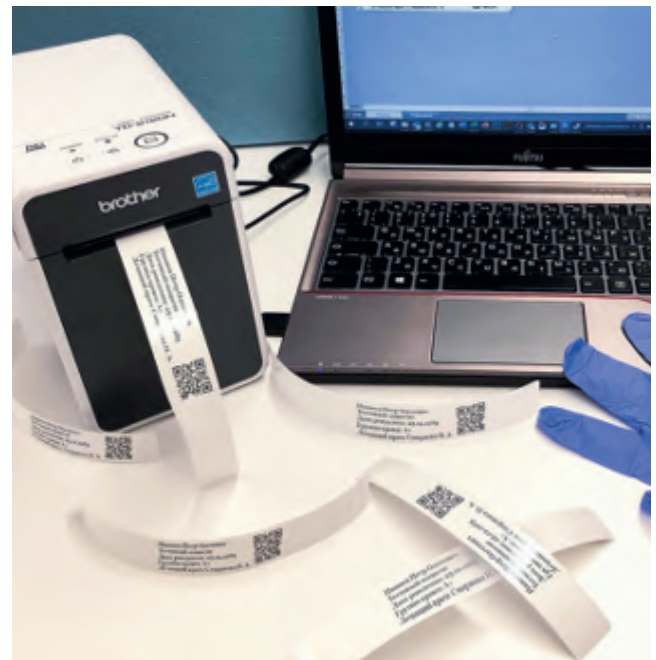
В Городской клинической больнице № 15 имени О.М. Филатова принтеры этикеток, в том числе самой простой модели, получили и другое применение. Здесь на QL-810W печатают бейджи на костюмы спецзащиты, а ручной принтер P-Touch служит для простой маркировки оборудования. В Национальном медицинском исследовательском центре акушерства, гинекологии и перинатологии имени академика В.И. Кулакова с помощью P-Touch также маркируют оборудование и инструменты.

Браслеты для пациентов

Не так давно в России для проектных продаж стали доступны новейшие модели серии TD2000. Они подключаются к мобильным устройствам по Wi-Fi

или Bluetooth и способны распечатывать не только этикетки, но и браслеты для пациентов. Модель TD-2120N успешно используется в Краевой клинической больнице №2 Владивостока.

География применения принтеров этикеток Brother в России расширяется с каждым днем, и мы получаем все новые подтверждения эффективности использования этих устройств. Быстрее, прозрачнее, безопаснее — так описывают результаты внедрения маркировки сотрудники медицинских учреждений и лабораторий. Продуктивно, практично и выгодно — это оценка руководящего состава.



«Принтер для печати наклеек используется в клинической лаборатории. Сотрудники нашей больницы легко разобрались, как им пользоваться. Раньше они все писали вручную, а функция автоматической печати позволяет экономить время».

Анастасия Анатольевна Литт, пресс-секретарь ДГКБ имени З. А. Башляевой.



Конференции

Компания Static Control провела онлайн-конференцию для своих партнеров

Руководитель ГК Clever bros. Игорь Логинов стал участником и поделился своими впечатлениями: «Static Control на регулярной основе проводит обучающие семинары и конференции, которые помогают повысить знания в сфере восстановления картриджей и обменяться опытом.



Игорь Логинов
руководитель ГК Clever bros.

Несмотря на то, что мы довольно часто встречаемся с представителями американского бренда тет-а-тет и пользуемся их продукцией с 2001 года, обязательно участвуем в каждой конференции.

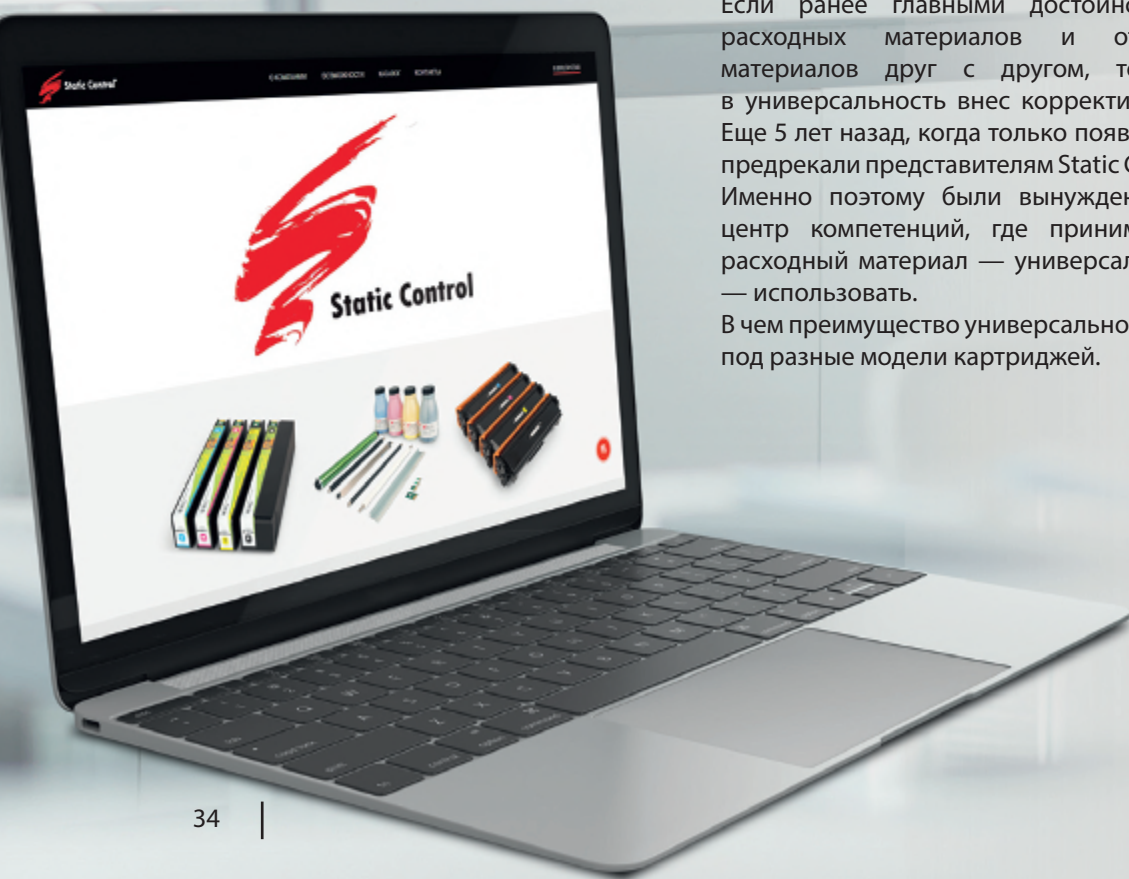
Данная встреча проходила в онлайн формате, собрала коллег по цеху и дала нам возможность обсудить актуальные новости и поговорить о проблемных зонах. Довольно много продукции Static Control на данный момент производится в Китае, в связи с чем стали проявляться некоторые недостатки.



ИСПОЛЬЗОВАТЬ УНИКАЛЬНЫЕ ТОНЕРЫ и достигать максимального качества

Если ранее главными достоинствами были подбор расходных материалов и отличная компоновка материалов друг с другом, то постепенный уход в универсальность внес коррективы в качество бренда. Еще 5 лет назад, когда только появился данный тренд, мы предрекали представителям Static Control такую проблему. Именно поэтому были вынуждены организовать свой центр компетенций, где принимали решения, какой расходный материал — универсальный или уникальный — использовать.

В чем преимущество универсального тонера? Он подходит под разные модели картриджей.



Это позволяет оптимизировать складские запасы, что безусловно является важным для маленьких компаний. Вот только встает выбор: оптимизировать в ущерб качеству, либо использовать уникальные тонеры и достигать максимального качества. Сегодня Static Control делает все, чтобы на выходе получать оптимальное качество отпечатков, и несмотря на проблемы с универсальным и уникальным тонером, остается лидером по качеству своих расходных материалов. При этом компания не является крупнейшим производителем, но что точно — одним из самых технологичных. Пользуясь моментом, мне хочется вспомнить господина Шварца, который имел четкие принципы в работе и до конца оставался верен технологической и экологической миссии. История компании не простая, но яркая и вдохновляющая. Чего только стоит восстановление бренда после урагана 2012 года, разрушившего почти все здания, или долгая тяжба с Lexmark, в которой удалось одержать победу. Именно Эд Шварц стоял во главе этих историй, и мы на каждой встрече обязательно вспоминаем их. Также на конференции речь шла о перспективах рынка восстановления картриджей. Мы видим, что он становится все сложнее. На горло индустрии давит совместимая продукция, и будущее восстановления во многом зависит от того, как государство будет помогать индустрии. Одно дело — поддерживать российских производителей, и другое — завезти совместимых картриджей на сотню миллионов.

Мы знаем, как более качественно восстанавливать картриджи, сокращая их вред для окружающей среды.



МЫ ЗНАЕМ, КАК КАЧЕСТВЕННО ВОССТАНОВИТЬ КАРТРИДЖИ

Картриджи, восстановленные в России на базе расходных материалов Static Control, показывают более высокое качество, чем совместимые. Если потребитель, в том числе госзаказчик, повернется в сторону качества, то конечно у рынка восстановления будут все перспективы. Если же он выберет псевдо экономию в противовес не только качеству, но и экологии, то победит совместимка. Государство должно участвовать, но перед ним сейчас стоят задачи другого порядка. Ему сейчас не с тонером бороться, а вирус необходимо победить».



Обзор моноблоков

Те, кто регулярно получает наш журнал, уже могли заметить, что моноблоки, это любимый продукт Евгения Командиркина, продакт-менеджера направления ИТ. Вот и в этом номере он подготовил обзор самых актуальных моделей для дома и офиса. Кстати, все эти моноблоки вы можете приобрести в ГК Clever bros.!

Обзор моноблоков: гигантизм или умеренность?

HP EliteOne 1000 34 " Curved









Главная отличительная черта этого моноблока — гигантский изогнутый 34-дюймовый дисплей. Помимо своего впечатляющего вида, он отлично подходит для бизнес-задач: просмотра данных или проведения видеоконференций. Экран, без сомнения, забирает все внимание пользователей, поэтому остальные немаловажные особенности моноблока на его фоне немного теряются.



ГИГАНТСКИЙ ИЗОГНУТЫЙ 34 " ДИСПЛЕЙ

Производительность компьютера достаточна для работы в интернете, просмотра видео и редактирования изображений в Photoshop. Если есть желание поиграть в не слишком требовательные игры, то следует дополнить сборку дискретной видеокартой.

Над экраном находится веб-камера, имеющая два объектива, один из которых направлен назад. Вебка дает хорошее качество изображения, а в случае необходимости прячется внутрь корпуса. Приятной особенностью EliteOne 1000 является легкий доступ к комплектующим, в результате чего их можно обновить или заменить. То же самое можно проделать с дисплеем.

-  Очень большой и изогнутый широкоформатный дисплей.
-  Все компоненты моноблока поддаются замене и апгрейду.
-  Хорошая производительность для большинства задач.
-  Удобная клавиатура и мышь в комплекте.
-  Двухобъективная веб-камера для видеоконференций.
-
-  Экран не сенсорный.

Это отличная модель для бизнеса: вариант с 34-дюймовым экраном будет хорошо смотреться, например, в кабинете руководителя. Те, кому подобный размах покажется излишним, могут обратить внимание на более доступные версии этого моноблока с 27 или 24-дюймовыми экранами.

HP ProOne 600 G5



Представитель линейки ProOne оснащен современными комплектующими, которые обеспечивают его быструю работу. Помимо процессора от Intel 9-го поколения, некоторые варианты этой модели оснащаются SSD-накопителями до 512 Гб. Разные конфигурации могут иметь от 8 до 32 Гб оперативной памяти, поэтому требовательным пользователям стоит обратить на это внимание. Компактность и легкость позволяют размещать этот компьютер в небольших помещениях. Благодаря своему элегантному дизайну ProOne 600 G5 не будет теряться и в обычных офисах или на стойках регистрации. Для решения необходимых рабочих задач, моноблок продается вместе с комплектом специальных программ и разработанных HP технологий, включая, например, систему шумоподавления.

- + Стильный современный дизайн.
- + Легкий и компактный.
- + Компоненты нового поколения.
- + Установленный набор программ и технологий специально для бизнеса.
- + Качественная сборка.

- Комплектная клавиатура не самая лучшая.

Отличная модель из бизнес-линейки HP. Компактность, дизайн и качественная сборка, дополненные неплохой производительностью, позволяют этому моноблоку попасть в пятерку лучших.



HP 24



- + Качественный сенсорный экран.
- + Очень прост в настройке и повседневной работе.
- + Хорошее соотношение цены и качества.
- + Приемлемая производительность.
- + Неплохой звук.

- Шум во время работы.
- Не слишком удобная мышь.

HP 24 — многофункциональный компьютер начального уровня. Небольшие проблемы, вроде шума и вибрации во время нагрузки, многие пользователи не считают критическими.

HP Pavilion AIO 24



- + Отличный дизайн и стильный корпус.
- + Тонкорамочный сенсорный экран.
- + Компактность.
- + Простота настройки и использования.
- + Качественный звук.
- + Быстрая работа благодаря SSD в некоторых конфигурациях.

- Отмечается не всегда надлежащая работа USB-портов.

HP EliteOne 800 G5










Младшая модель линейки не обладает таким сногшибательным дисплеем, как EliteOne 1000, но ее экран и производительность полностью соответствуют своим «рабочим» задачам. Помимо элегантного тонкого корпуса и стильного дизайна, этот моноблок имеет самую современную начинку, включая процессоры Intel Core последнего поколения.



ПРОЦЕССОРЫ INTEL CORE ПОСЛЕДНЕГО ПОКОЛЕНИЯ

Весомым плюсом, как и в случае с EliteOne 1000, является легкий доступ к комплектующим, что позволит не тратиться на покупку нового компьютера или дорогостоящий ремонт. Для безопасности рабочей информации HP защитили моноблок своими специальными технологиями.

-  Современные комплектующие.
-  Стильный дизайн.
-  Тонкий корпус.
-  Установленный набор программ для защиты и восстановления данных.
-  Веб-камера с двумя объективами.
-  Легкий доступ к железу.

-
-  Производительности хватает только для офисной работы.

Надежный универсальный моноблок для офиса или производства. В нем есть все необходимое для создания удобного и эффективного рабочего места.





Евгений Командиркин
продакт-менеджер
ГК Clever bros.

Как пандемия повлияла на IT-индустрию в мобильном сегменте

Обзор рынка подготовил Евгений Командиркин, продакт-менеджер ГК Clever bros. по материалам из открытых источников.

Пандемия коронавируса оказала очень негативное влияние на производство и поставки электроники. Оно и понятно, пандемия началась в Китае, где производится основная масса электроники и её компонентов.

Многие крупные компании, не имеющие собственных производств, пользуются услугами OEM-производителей. Например, Apple, Microsoft, Google стали переносить заказы за пределы Китая. Это позволило в некоторой степени нивелировать закрытие китайских производств, однако полностью от трудностей всё же не избавило.

Эпидемия COVID-19 заставила в бешеном режиме организаторов отменять все запланированные мероприятия: различные выставки и конференции в сфере IT.

Пандемия, а вернее ее последствия для глобальной экономики, наверняка замедлит развитие информационных технологий в краткосрочной и среднесрочной перспективе. Меры противодействия COVID-19 нанесли мощный удар по целым отраслям мировой экономики, что уже привело и приведет в будущем к прекращению деятельности многих и многих компаний.

По оценкам, в период с января по сентябрь включительно россияне приобрели приблизительно 1,5 млн ноутбуков. Это на внушительные 38% больше по сравнению с тем же периодом 2019-го.

Столь резкое увеличение продаж ноутбуков отчасти объясняется переходом сотрудников компаний на удалённую работу, а студентов и школьников — на дистанционное обучение. И то, и другое обусловлено пандемией коронавируса.

В ближайшее время в России может возникнуть дефицит ноутбуков. У крупнейших дистрибьюторов электроники на складах почти закончились ноутбуки. В b2b-сегменте возник одномоментный спрос на ноутбуки и персональные компьютеры, который они связывают с массовым переходом сотрудников крупных компаний на удаленную работу из-за распространения коронавируса. Еще одним сильным стимулом для роста продаж, по опыту прошлых лет, является резкий рост курса доллара (вырос с начала марта с 67 руб./\$. до 80 руб./\$ в ноябре). Это вынуждает российских потребителей «срочно реализовать отложенные планы покупки компьютеров, пока цены не изменились». Больше всего выросли продажи ноутбуков ценой выше 40 тыс. руб. «Все имеющиеся на складе товары зарезервированы, свободного стока нет, цены растут».

Крупные банки, агрегаторы, IT-компании теперь передают большой объём данных между своими серверами и системами хранения. Поэтому спрос на емкость инфраструктуры вырос в пределах 20%, а на порты доступа к интернету — примерно на треть.

Рынок смартфонов, некогда рекордсмен по темпам

роста, уже который год чувствует себя не очень хорошо. Пандемия нанесла ему дополнительный ущерб. Если еще в марте годовое падение продаж прогнозировалось на уровне 0,8%, то в начале июня — уже на 11,9%, до 1,2 млрд устройств.



В B2B-СЕГМЕНТЕ ВОЗНИК СПРОС НА НОУТБУКИ И КОМПЬЮТЕРЫ

Снижение продаж в первом квартале почти соответствует упомянутому годовому — 11,7%, до 275,8 млн штук. При этом в Китае они сократились на 20,3%, в Западной Европе — на 18,3%, в США — на 16,1%. В регионе EMEA ожидается падение на 25% — но только во втором квартале. В России же и вовсе в первом квартале снижение продаж составило менее 4%.

Прогнозы по рынку ПК были нерадостны и до пандемии, а после ее начала перспективы этого сегмента стали совсем печальны. В первом квартале мировые продажи уменьшились на 9,8%, а падение за год будет еще больше — на 12,4%, до 360,9 млн штук.



О. Землянская
директор Венета Систем,
Ростов-на-Дону

Потенциал всего местного

Свои наблюдения о трендах осени, о том, что стало наиболее актуальным в отношениях людей, о взаимодействии клиентов и бизнеса, о построении новой эко структуры, о новой пользе и о новых смыслах современности собрала для нас Ольга Землянская, директор Венета Систем, Ростов-на-Дону

Закончилась осень, позади время тревожной неопределенности, удаленной работы и непонимания, как действовать в новых условиях. Многие компании и люди в них уже адаптировались и наметили вектор движения — очевидно, что наша жизнь сильно изменилась и уже не будет прежней. За это время большинство из нас пересмотрели свои ценности, сместили фокус внимания на новые приоритеты, которые стали явными и сформировали определенные тренды. Эти тренды затрагивают как бизнес, так и частную жизнь каждого из нас. Какие они, и чем ГК Clever bros. может им ответить?

1 ПОТЕНЦИАЛ ВСЕГО МЕСТНОГО

Возможно, границы в ближайшем будущем будут открываться не быстро, как следствие, не будет много путешествий и, вероятно, не все импортные товары смогут к нам завезти. Помимо прочего, снизится доход у населения, а импортная продукция подорожает.

Выводы: Перспективное направление — собственная торговая марка, отечественный продукт.

Производство картриджей ТМ «ВЕНЕТА СИСТЕМ» как никогда актуально, так как отвечает заявленным стандартам — мы имеем сертификаты STMC, используем только лицензированные расходные материалы, используем систему штрих-кодирования и учета в собственной SRM, гарантируем минимальный процент рекламаций, высокое качество и привлекательную стоимость в сравнении с продукцией официальных вендоров.



**ПРОИЗВОДСТВО
картриджей «ВЕНЕТА СИСТЕМ»
АКТУАЛЬНО
КАК НИКОГДА**

2 DIGITAL НАПРАВЛЕНИЕ, ЦИФРОВИЗАЦИЯ

В силу того, что мы все неожиданно оказались в замкнутом пространстве, мы должны были поменять свои привычки очень быстро и выбора у нас не оставалось. Те компании, которые будут более технологичными, более гибкими, останутся на рынке.

ВЫВОДЫ:

Перспективное направление — ИТ-аутсорсинг, программные решения для дистанционного контроля и управления бизнес-процессами.

Более 12 лет назад, стремясь ускорить и оптимизировать работу сотрудников, мы разработали собственную SRM-систему — CBA (Clever Bros. Assistant). За эти годы она постоянно обновлялась и совершенствовалась. Эта информационно-аналитическая система помогает организовать все бизнес-процессы внутри компании. Часть процессов стандартная, например, бухгалтерский, складской учет, а часть уникальна и дорабатывается под особенности конкретной организации. Система позволяет связывать в отчеты информацию из всех разделов системы, делать выборки по периодам, клиентам, ценам, маржинальности, настраивать фильтры, не ограничиваясь списком готовых алгоритмов, а также получать анализ звонков, переговоров, посчитать эффективность проведения маркетинговых мероприятий и многое другое.

Есть еще один продукт, заслуживающий внимания — наша собственная разработка CPKey (CleverPrint Key) — программа для дистанционного мониторинга печатающих устройств. Его интерфейс полностью функционален как в совокупности с CBA, так и отдельно от нее. Это программное обеспечение аккумулирует не только общую информацию по парку печатающей техники, такую как IP-адрес, серийный номер, местонахождение и количество напечатанных копий, но и другие данные. Она информирует об ошибках печати, о состоянии расходных материалов, об уровне тонера в картриджах, что позволяет формировать заявки даже без участия клиента.

3 БЕЗОПАСНОСТЬ

Этот тренд красной нитью прошел по всем сферам нашей жизни, и мы все ощутили острую потребность в безопасности, особенно это коснулось отношения к здоровью и экологии.

ВЫВОДЫ:

Производство и условия работы поставщика должны быть открыты для потребителя. Важно вести бизнес экологично, создать условия, чтобы каждый мог изменить свой бизнес в сторону безопасности.

Вот уже 19 лет Венета Систем профессионально восстанавливает картриджи, что подразумевает чистку от отработанного тонера, диагностику, замену изношенных комплектующих, заправку тонером, тестирование качества печати, установку гарантийной пломбы и упаковку. Основным понятием в работе для нас является «техпроцесс», мы используем только высококачественные расходные материалы, соблюдаем технологию и считаем постоянство залогом



надежности. Мы всегда даем клиентам возможность удостовериться в этом лично, приглашая в наши лаборатории.

Разумное отношение к природным ресурсам для Венета Систем также является основополагающим принципом в работе. За 19 лет мы восстановили более 1,5 млн картриджей, не позволив 5000т пластика оказаться на свалке. Один картридж может разлагаться в земле до 200 лет, его элементы относятся к IX классу опасных отходов. Восстановление картриджа помогает избежать его утилизации — захоронения под землей.

Многие уже давно практикуют сортировку мусора, и мы активно поддерживаем эту тенденцию — нами установлены эко-конейнеры для сбора отработанных картриджей в нескольких городах России, в том числе в г. Ростов-на-Дону и области. После их поступления специалисты отдела производства сортируют картриджи по двум категориям — не подлежащие и подлежащие восстановлению. В первом случае отработанные картриджи оказываются в 60-70% совместимыми или сильно изношенными оригинальными. Мы разбираем их на составляющие: металл отдаем в переработку для получения вторсырья, пластик передаем по договору нашему подрядчику. В России на данный момент нет предприятий, которые занимаются полной и правильной утилизацией пластика. Во втором случае картриджи проходят полный цикл восстановления. После этого большую часть восстановленных картриджей мы передаем в социальные учреждения. Большинство оригинальных картриджей может быть восстановлено многократно — для примера, в нашей лаборатории картридж-«долгожитель» был восстановлен 49 раз.

4 КОМЬЮНИТИ, ПАРТНЕРСТВО

Сообщества сейчас быстрее решают проблемы, чем структуры и организации. Люди объединяются и помогают сотням тысяч людей, предприниматели поддерживают друг друга. Из-за перегруза информацией, эфирами, вебинарами и бесплатными развлечениями, люди все больше проводят время только с теми, кто близок, только в значимых встречах.

ВЫВОДЫ:

Вокруг каждого своего проекта необходимо строить комьюнити, а если появилась идея строить комьюнити, из него появится продукт.

О Партнерской сети писали в журнале ранее. Нам удалось постороить сообщество профессионалов, которое отвечает запросам современности.

5 ЦЕННОСТЬ, ПОЛЬЗА И СМЫСЛ

В связи с сокращением доходов и количества денег, теперь люди готовы их менять только на полезное. Так как во время изоляции люди были перегружены потоком бесплатного контента, возможно, в ближайшем будущем они будут выбирать во всем только то, что будет приносить им пользу и давать ценность их действиям. И если во время работы значимость и смысл людей определялись тем, что они делают, то сейчас без работы многим будет смысла не хватать.

ВЫВОДЫ:

Делать полезные проекты. Быть искренними и честными по отношению ко всему. Определиться со своими ценностями.

Миссия нашей компании — «Мы объединяем профессионалов и реализуем оптимальные решения для эффективной и комфортной работы».

Основными принципами являются: открытость — наши технологии и принципы ведения бизнеса открыты и прозрачны для клиентов и партнеров; честность — мы не идем на компромисс с этикой ради прибыли; диалог — мы придерживаемся принципов равноправного диалога с нашими клиентами, поставщиками и сотрудниками.

Учитывая все вышесказанное, можно с уверенностью заявить, что на сегодняшний день ГК Clever bros. полностью отвечает своему времени и готова к переходу в новую реальность.



Блог Игоря Логинова

От «Венета Систем» до «Клевер Бразерс» или 19 лет интересной работы

Мой путь — серия рассказов Игоря Логинова, посвященная истории компании и наполненная личными мыслями, выводами, уроками.

- Игорь Александрович, как родилась серия данных рассказов?

- Самым естественным путем. Во время беседы с коллегами в офисе я вспомнил очередной случай из своего опыта, связанный с клиентами. И вот мы уже попрощались, а я понимаю, не все рассказал, такой интересный факт упустил. Поэтому решил начать истории записывать — сначала в заметки, а затем, когда накопилось их более 10, уже объединил в полноценный рассказ. Перечитал, разбил на рубрики, а затем поделился с коллегами. На середине рассказа один из них произнес: «Игорь Александрович, ну это же история о вашем пути от начала до наших дней!». Я вернулся в кабинет и добавил в начале материала название «Мой путь». Хочу отметить, что он еще не закончен, я постоянно дополняю его новыми и уже забытыми старыми историями.

- Из каких частей состоит серия рассказов «Мой путь»?

- На данный момент из 4 основных частей — вехи истории компании Венета Систем и ГК Clever bros. Первый блок посвящен рождению компании. Как в песне Андрея Макаревича «Ты помнишь, как всё начиналось? Всё было впервые и вновь». Далее вторая важная часть — обучение в университете, которое поменяло вектор развития компании, изменило мое видение и, наконец, заставило подойти к бизнесу «по-взрослому». Я бы даже назвал эту часть «перерождение», потому что в ней я рассказываю о непростом, но таком важном процессе — внедрении программы Carabi, далее CBA (Clever Bros. Assistant). Здесь множество событий и уроков: построение бизнес-процессов, смена команды и многое другое. Следующий блок посвящен попытке внедрения франшизы и открытию филиалов в Ростове-на-Дону, Москве, Воронеже. И в заключительном 4 этапе я повествую о ГК Clever bros., деятельность которой выходит уже за рамки восстановления картриджей и покопийной печати. Именно в этой части мы видим, что компания стала совсем взрослой, причем не только в нашем сознании, но и в сознании клиентов. И на данный момент это не заканчивающаяся глава со своими подглавами, которой я пока не вижу завершения и перехода на следующий этап.

- Где вы ищете вдохновение для своих рассказов?

- Для меня вдохновение — это общение с природой, животными, семьей и близкими друзьями, клиентами, партнерами и сотрудниками. Дело в том, что я очень люблю аналогии и всегда стараюсь проводить параллели между прошлым и будущим, между миром растений, животных и человеческим сообществом,

между бизнесом и природными явлениями. Каждый раз находится тема или ракурс, с которого я об этом еще не говорил. И такие сюжеты рождаются все чаще и чаще. Конечно, они совсем не претендуют на сравнение с великими произведениями, такими как «Война и мир» Льва Толстого или «Мертвые души» Николая Гоголя, но все же рассказы не лишены смысла.



**ДЛЯ МЕНЯ
ВДОХНОВЕНИЕ —
ЭТО ОБЩЕНИЕ**

- Для кого вы пишете свои рассказы?

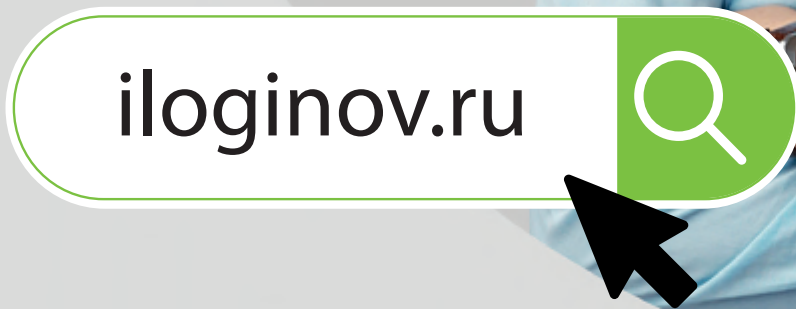
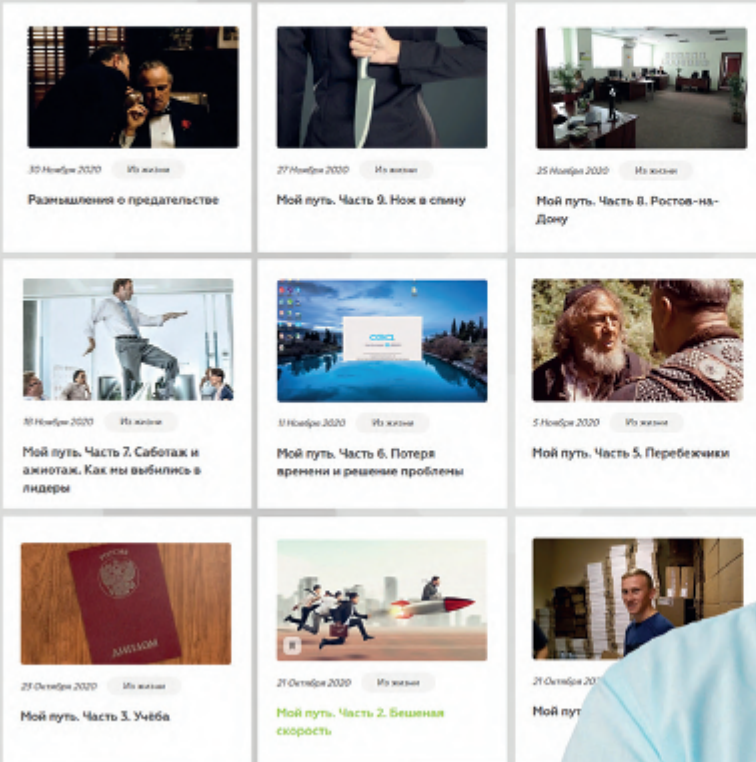
- В первую очередь, я пишу для себя, тем самым упрощая себе жизнь. У коллег есть возможность прочитать мои истории сразу после публикации, узнать что-то новое и полезное, что я еще им не рассказывал. И количество вопросов ко мне, на которые я просто боюсь не успеть ответить, уменьшится. Тем более материалы разложены по разделам, и легче найти то, что действительно тебе нужно, что заметно экономит время.

- Как ваш опыт может помочь другим людям?

- Около 1,5 лет назад я стал активно вести блог в соцсетях. Вступая в дискуссии на Facebook, я понял, что каких-то вещей человек может просто не знать. Причем этот факт не говорит о том, что он глупый или плохой, возможно, он еще не сталкивался с подобной проблемой. Но чужой опыт может быть для него полезен. Например, история про обращение с деньгами возникла после консультации, которую я провел для хорошего знакомого моего друга. Оказалось, что он неправильно обращается с деньгами, допуская типичные ошибки. Я осознал, что это распространенный случай, и написал об этом. Конечно, я не считаю, что мои советы — это единственное верное решение или панацея. Но иногда оборачиваясь назад, я с сожалением думаю, кто бы мне рассказал это?! И тогда я пишу свои истории для других.

- Возможно, кто-то из сотрудников или читателей сейчас стоит в начале пути. Им хочется начать делиться своими мыслями, но они не знают, с чего начать. Какой совет вы бы дали?

- Я хочу сказать, что писать для себя легко, а публиковать написанное — вот, что является самым трудным в начале пути. Но в нашей компании многим помог и помогает справляться с таким испытанием журнал.



И я благодарен Валерии Килиминской за то, что в свое время предложила идею создания журнала и все эти года вкладывала столько труда и сил в его выпуск. Для журнала мы не только даем интервью, но и пишем свои материалы. Помню, как родилась моя первая статья. Я отвез ребенка на занятия по конному спорту, и у меня было целых два часа свободного времени. Я читал книгу и вдруг меня накрыла новая идея, и я решил ее зафиксировать на бумаге. Два часа пролетело незаметно, дома я перепечатал текст и принес его Лере. Она оценила мою задумку, и мы даже опубликовали материал. Так я начал писать чаще, затем это вошло в привычку, а сейчас уже, можно сказать, является хобби. Поэтому действуйте, даже если первый блин выйдет комом!



Хобби

Как я была черлидером

Несомненно, вам когда-нибудь приходилось наблюдать за молодыми девушками, эффектно размахивающими помпонами в руках перед какими-либо спортивными событиями. Чаще всего эти акробатические номера ассоциируются именно с поддержкой спортсменов перед игрой и веселыми кричалками в поддержку своей команды. Однако черлидинг — именно так называется это занятие — является самостоятельным официальным видом спорта, который сочетает в себе гимнастику, акробатику и танец. Мы поговорили с руководителем отдела по работе с конкурсными процедурами ГК Clever bros. Иолантой Васевой о хобби, которому она отдала 5,5 лет жизни.



- Лана, почему ты выбрала черлидинг?

- О данном виде спорта я узнала случайно в 7 классе. На одной из школьных перемен одноклассница воодушевленно рассказывала о том, что в районном доме культуры Челябинска второй день проходит отбор в команду по черлидингу на предстоящий чемпионат России. Вчера она побывала там зрителем и сейчас делилась впечатлениями: «Представляете, они строят огромные пирамиды из людей, кричат кричалки, танцуют и заводят публику на раз-два. А еще человека подкидывают, он крутит сальто и встает на плечи другому члену команды». Картинка в полной мере не укладывалась в моей голове, но вызвала интерес. Черлидинг на тот момент только начинал развиваться в России, и мало кто видел выступление группы поддержки воочию. Поэтому несмотря на отсутствие подходящей физической подготовки, я решила посетить ДК в тот же день.

Оказалось, что попасть в команду можно не только тем, кто со спортом на «ты». Тренер призывала попробовать всех, и по счастливой случайности у меня с собой оказалась спортивная форма. Я решила не упускать этот шанс. Правда из положенных 30 минут кросса пробежала только 5, а когда попросили сесть на шпагат — встала ноги на ширине плеч =)





Было очевидно, что меня не возьмут. Но помню, как сильно мне понравилась атмосфера там, и я сумела убедить тренера в том, что могу заниматься с основным составом, но в «своем режиме». Через три месяца ежедневных тренировок я уже сидела на всех шпагатах, прыгала базовые прыжки, неплохо двигалась и даже стояла в составе пирамиды. Это было моей личной победой. Меня взяли в основной командный состав, и еще через полгода я привезла из Москвы свою первую золотую медаль Чемпионата России.

- Это был длительный период твоей жизни?

- Довольно продолжительный, 5,5 лет почти ежедневных тренировок, еженедельных выступлений и ежегодных соревнований.

- Тогда ты точно знаешь о черлидинге все и даже больше. Расскажи о данном виде спорта изнутри.

- Черлидинг — молодой вид спорта. Он объединяет в себе танцевальные, акробатические, гимнастические и шоу-элементы. Условно его можно разделить на два больших направления: работа со спортивными командами, клубами и федерациями и соревнования между командами черлидеров. Основной моей деятельностью было второе направление, все силы и средства я вкладывала в участие в соревнованиях.

Также черлидинг делится на два других направления — это «dance» и «cheer». Первое включает в себя исключительно танцевальные элементы с прыжками. Второе — пирамиды, акробатические трюки и кричалки.

Я с самого начала занималась направлением «cheer».

В черлидинге своя непростая терминология, и существуют определенные правила. Команда должна быть одета в единую униформу. Для костюмов выбирается только мягкая эластичная ткань, не мешающая активным движениям. Все члены команды должны носить спортивную обувь на прочной подошве, преимущественно — плотно зашнурованные кроссовки. В целях соблюдения техники безопасности во время выступления не разрешается иметь на себе любые ювелирные украшения, также запрещены длинные ногти. Любые аксессуары, например, используемые для закрепления прически, должны быть тугими и, по возможности, мягкими и плоскими. Сами прически всегда аккуратные.

- Ты упомянула свою терминологию в черлидинге, можешь привести примеры?

- Например, баскет той-тач (выброс человека с решетки с разведением ног в поперечный шпагат), баскет пайк (выброс человека с решетки в положение складка), сход в кредл (выбивание ног человека, стоящего наверху пирамиды и ловля его в положении складки под спину и бедра), либерти (стойка наверху пирамиды на одной ноге), споттер (человек, страхующий пирамиду), флаер (человек, стоящий наверху пирамиды) и прочее.

- Здорово! А какие ощущения испытываешь, когда выходишь перед толпой болельщиков?

- Перед выходом всегда присутствует определённое волнение, и это вполне естественно. Если говорить о выступлениях на обычных мероприятиях, волнение быстро сменяется на радость и восторг, так как зрители обычно активно начинают хлопать и поддерживать. Происходит сильнейший обмен энергиями с трибунами, и даже после ухода с площадки ты какое-то время пребываешь в очень заряженном состоянии. Если говорить о соревнованиях — ко всему вышеперечисленному присоединяется дрожь в коленках, чувство ответственности и чувство долга перед своей командой. Выдыхаешь только после того, как завершил программу. Но самые яркие ощущения испытываешь, когда ожидаешь своего выхода на соревнованиях за кулисами. Секунда длится вечность... Ты слышишь, как кто-то уже выступает, слышишь реакцию зала и представляешь, что сейчас на этом месте будешь ты, и эти 1,5-2,5 минуты твоей программы решат — уедешь ты с медалью или нет, уедешь с золотой или с серебряной. В эти минуты очень важны самонастрой и самоконтроль.

- Какие достижения у тебя были в этом виде спорта?

- Наша команда держала первенство на областных и российских соревнованиях 5 лет подряд. Если считать победы в различных номинациях (в том числе индивидуальные выступления), я являюсь 10-кратной чемпионкой Челябинской области и 7-кратной чемпионкой России по черлидингу. А также в 2008 году мы стали победителями Кубка Мира, обойдя японских и американских спортсменов — лидеров в мире черлидинга.

- Почему ты решила завершить выступления?

- Настало время поступления в институт, и нужно было принять решение относительно спортивной карьеры. Я не видела себя в спорте всю жизнь. Да и продолжать жить в том режиме, в котором я находилась последние 5 лет, мне больше не хотелось. Как бы не было интересно и увлекательно, всегда есть обратная сторона медали — это травмы, отсутствие свободного времени, выгорание... Я многое приобрела благодаря черлидингу, добилась отличных результатов. Это было поистине прекрасное время, но хотелось идти дальше и развиваться в чём-то новом.

- Какие плюсы и минусы данного вида спорта ты можешь отметить?

Из минусов — большие риски получить травму, сорвать голос на кричалках, высокая интенсивность нагрузок, жизнь в режиме нон-стоп и отсутствие свободного времени. Профессиональные занятия связаны с почти ежедневными тренировками, частыми отъездами на различные мероприятия и соревнования, а на каникулы всегда планируются отъезды в спортивные лагеря на сборы.

Все остальное можно отметить в качестве плюсов.

Как и любой вид физической активности, этот спорт благотворно влияет на физическую форму и состояние организма в целом. Тренируется дыхательная система, развивается координация движений, гибкость, ловкость и выносливость. Выступления на мероприятиях — это всегда праздник, заряд энергией и хорошим настроением. Участие в соревнованиях способствует созданию мотивации и развитию целеустремленности. Работа в коллективе помогает социализации и гармоничному развитию личности. Также благодаря черлидингу я в свои 16 лет посетила множество городов и стран, среди которых Швеция, Словения, Финляндия и др.

- Что дало тебе это хобби для обычной жизни?

- Регулярные занятия научили меня самоорганизации и дисциплине, а участия в соревнованиях — ставить цели и достигать их. Когда ты усердно, шаг за шагом работаешь на достижение результата в спорте, становится очевидно, что ты можешь применять эту практику и в других областях жизни, будь то учёба, работа, увлечения... Помимо прочего, когда ты понимаешь, что твой успех полностью зависит от твоих действий и настроения, ты учишься самообладанию, усидчивости, тренируешь силу воли, а это в свою очередь рождает еще большую эффективность, здоровую уверенность в себе и веру в свои силы.

Также, когда ты знаешь, что от каждого члена команды зависит исход соревнований — ты учишься доверять людям и самому быть ответственным за то, что делаешь. Именно это очень помогает мне сейчас в моей работе!





BE CLEVER

Главный редактор: Игорь Логинов
Редактор: Валерия Килиминская
Редколлегия: Анастасия Погожева, Анастасия Алехина, Екатерина Немешева
Верстка: Екатерина Воронина
Корпоративный журнал ГК Clever bros.
Тираж: 500 экз.
Адрес редакции: 1-я Советская ул., д. 6, Санкт-Петербург, Россия, 191036
Тел.: 8 (800) 500-23-91 E-mail: news@cleverbros.ru