

Корпоративный журнал ООО «ЛБК Маркетинг Продакшен»

TOPLINE

№5
юбилейный



МЫ В ПЕРВОЙ ПЯТЕРКЕ
РОЗМ-ОТРАСЛИ!
СТР. 16

АУДИТ ОТ
BEIERSDORF
СТР. 4

НАШ НОВЫЙ
ДОМ СТР. 14

НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ:
ТЕХМЕРЧАНДАЙЗИНГ
СТР. 24

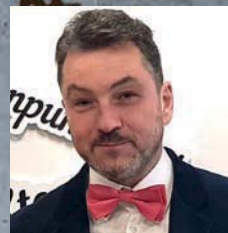
НАШИ
ИТОГИ
ЗА 2021 Г



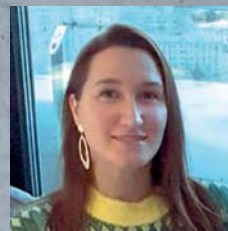
ДОРОГИЕ ДРУЗЬЯ И КОЛЛЕГИ!

Вы держите в руках уже пятый, юбилейный номер корпоративного журнала TOPLINE. В этом номере мы расскажем вам о самых важных и интересных событиях в жизни нашей команды за 2021 год. Вас ждут истории о больших успехах и маленьких радостях, исторических прорывах и ежедневных заботах. В своих откровенных интервью ваши коллеги по команде ЛБК расскажут, почему они когда-то пришли в ЛБК и решили остаться, а в репортажах о корпоративных праздниках и тренингах вы прочитаете о том, что делает нас такими, какие мы есть. Уверены, этот номер сможет удивить как тех из вас, кто в ЛБК уже не первый год, так и тех, кто к нам только что присоединился. Давайте еще раз вспомним, как мы вместе провели 2021 год и порадуемся друг за друга. Ведь ЛБК Маркетинг Про — это большая дружная семья, в которой трудовой и эмоциональный вклад каждого из нас в общий результат обладает огромной ценностью.

Ваша редколлегия



Кондратьев
Юрий Владимирович
Подбор материалов



Кишинская Татьяна
Подбор материалов



Игонина Юлия
Материалы и фото



Бабкова Инга
Текст



Магомедова Милана
Дизайн и вёрстка

СОДЕРЖАНИЕ

- 3** ... НОВОГОДНИЙ УЛЕТ В «СТАРУЮ ИТАЛИЮ»
- 4** ... КЛЮЧИ К СЕРДЦУ КЛИЕНТА
- 6** ... ДВОЙНАЯ СТРАТЕГИЯ УСПЕХА:
КАЧЕСТВО И АВТОМАТИЗАЦИЯ
- 8** ... СОВЕРШЕНСТВУЕМ ИСКУССТВО ПРОДАЖ
- 9** ... НАДЕЖНЫЕ ПОДРЯДЧИКИ — НАША ПРОЧНАЯ ОПОРА!
- 10** ... Я ЛЮБЛЮ СВОЮ РАБОТУ!
- 12** ... ДОБРЫЕ РОССИЙСКИЕ ТРАДИЦИИ В ЛБК:
ДЕНЬ ЗАЩИТНИКА И ЖЕНСКИЙ ДЕНЬ
- 14** ... ДОМ, НОВЫЙ ДОМ
- 15** ... ИННОВАЦИИ НА МАКЕТНОМ УЧАСТКЕ
- 16** ... МЫ В ПЕРВОЙ ПЯТЕРКЕ ОТРАСЛИ POSM!
- 17** ... И СНОВА КОНКУРС: POPAI RUSSIA AWARDS
- 18** ... ПРОИЗВОДСТВО В НОГИНСКЕ
- 20** ... ХОББИ КАК ЧАСТЬ ЖИЗНИ
- 22** ... МЫ — КОМАНДА!
- 24** ... ТЕХМЕРЧАНДАЙЗИНГ
- 25** ... ПРАЗДНИК, КОТОРЫЙ ВСЕГДА С ТОБОЙ
- 26** ... ОТДЕЛ НОВЫХ ПРОДАЖ — В ДЕЛЕ
- 28** ... НАГРАЖДАЕМ ЛУЧШИХ ПО ИТОГАМ ГОДА

НОВОГОДНИЙ УЛЕТ В «СТАРУЮ ИТАЛИЮ»

*Наша команда встретила 2021 год
в ресторане Antica Italia.*

Как Новый год встретишь — так его и проведешь! В конце 2020 года мы точно знали: впереди нас ждут грандиозные проекты, а значит, праздновать начало 21-го надо с размахом. Недаром под это мероприятие мы забронировали роскошный ресторан в современном бизнес-центре — Верейская Плаза. В этом месте все говорит само за себя. Но по-настоящему незабываемым наш праздник сделали, конечно, люди. В этот раз на корпоративе были не только коллеги из офиса, но и сотрудники нашего мощного производства!

С первых минут мы все погрузились в яркую атмосферу праздника. Большой сияющий холл бизнес-центра с панорамным остеклением и величественной елкой в центре сразу привлек наше внимание. Решив остановить мгновение, мы всей командой сделали общий снимок у новогодней красавицы на память.

Дальше нас ждали праздничные столы, изысканно сервированные в стиле итальянской новогодней сказки. А как известно, в Италии готовить умеют! Каждая закуска на столе — гастрономическая эмоция. А каждое основное блюдо — восторг для гурмана. И, конечно,

не обошлось без искрящегося шампанского. Под звон бокалов мы поздравляли друг друга с успехами года минувшего и от всей души желали новых побед в году будущем.

Хотя наша компания всегда стремится вперед, с собой в будущее мы забираем старые добрые традиции. Такой традицией для нас стала ежегодная лотерея «Подарок неизвестному коллеге». По правилам лотереи, каждый сотрудник к корпоративному Новому году покупает и красиво упаковывает подарок для неизвестного коллеги. Каждому подарку присваивается уникальный номер. И только во время розыгрыша наконец выясняется, кому достанется презент.

За музыкальную аранжировку праздника отвечал приглашенный диджей. А находчивый ведущий добавлял в программу мероприятия нотки неожиданности, устраивая веселые конкурсы и сопровождая действо остроумными комментариями.

В итоге благодаря всем участникам праздник получился даже лучше, чем мы предвкушали. Так же, как и в работе, когда мы вместе беремся за дело!



К Л Ю Ч И К СЕРДЦУ КЛИЕНТА

Для участия в тендере Beiersdorf наша команда проделала грандиозную работу по подготовке к клиентскому аудиту.



Путь к сердцу каждого клиента — разный. У нашего перпсективного клиента Beiersdorf он лежит через строгий аудит. Заказчик выдвигает высочайшие требования как к условиям производства продукции, так и к менеджменту качества. Благодаря активной позиции всей команды за один год нам удалось проделать огромную работу — модернизировать производственные и складские помещения, успешно пройти сертификацию по системе ISO 9001 и даже создать новый важнейший отдел контроля качества. Но обо всем по порядку...

Год назад ЛБК Маркетинг Про получила от Beiersdorf приглашение в тендер на создание упаковки подарочных наборов — копакинга.

Услуги копакинга часто используются для производства подарочных комплектов, промо-наборов и других заранее упакованных изделий, состоящих из нескольких элементов с добавлением подарка, сувенира или какой-то другой добавочной ценности.

Это направление производства является одним из приоритетных в развитии продаж нашей компании. Мы уделяем много внимания его продвижению как нашим существующим клиентам, так и тем компаниям, с кем мы только начинаем сотрудничество. Надо сказать, что инте-

рес заказчиков к этой продукции очень велик.

Конечно, мы очень были рады, когда получили приглашение к участию в тендере на комплектацию подарочных наборов от одного из крупнейших производителей косметики, владельца брендов со столетней историей, таких как Nivea, — компании Beiersdorf!

Для участия в тендере Beiersdorf от нас потребовалось пройти сложный многоуровневый аудит. Но ЛБК Маркетинг Про никогда не пасует перед трудностями. Мы сразу включились в работу. Несмотря на разразившуюся пандемию, была создана рабочая группа, мы бросили все силы на подготовку к проверке. Многие участники проекта с таким энтузиазмом взялись за дело, что спешили поскорее вернуться в процесс даже после перенесенного ковида.

По условиям тендера участник допускается к конкурсной процедуре, только если подтвердит соответствие требованиям Beiersdorf минимум на 75% по результатам аудита. Чек-лист по подготовке к аудиту, который нам удалось раздобыть, включает в себя несколько сотен вопросов по шести основным направлениям, и по каждому из них нужно было провести тщательную подготовку. Работа закипела. На каждый участок был назначен ответственный.

За реконструкцию производственного помещения отвечал руководитель АХО Евгений Соколов. Ему предстояло организовать строительство отдельного цеха для копакинга, провести работы по устройству вентиляции, наливных полов, охраняемых складов, систем пожаротушения, пожарной сигнализации, а также автоматизированной системы контроля доступа. Обязательным пунктом было создание отдельных раздевалок с так называемыми чистыми и грязными зонами, комнат отдыха и приема пищи. Евгений с успехом справился с поставленными задачами.

В свою очередь, для внедрения системы менеджмента качества был создан Отдел контроля качества под руководством Аты Клычмамедова. Ата занялась подготовкой и внедрением большого количества специальной документации, необходимой для использования в производстве.

В ходе выполнения работ мы регулярно докладывали клиенту о выполненных задачах и достигнутых нами успехах. И несмотря на то, что из-за пандемии сроки проведения аудита были сдвинуты на несколько месяцев, клиент решил допустить нас к участию в первом тендере. Высокий профессионализм производственного отдела, проявленный при расчете себестоимости продукции, позволил ЛБК Маркетинг Про выставить одни из лучших цен. В результате мы взяли в работу часть заказа даже до официального заключения аудиторов.

«Благодаря активной позиции наша компания вошла в число победителей в годовом тендере на производство промоупаковки для бренда NIVEA, произвела и выпустила первый тираж, — **рассказывает менеджер проекта Евгения Некрасова.** — Тираж был изготовлен в соответствии с требованиями партионного учета, что возможно только при строгой регламентации действий всех элементов производственной цепочки».

Эта грандиозная промежуточная победа позволила нам проявить свои лучшие качества и на деле продемонстрировать Beiersdorf наши возмож-



ности в копакинге.

В первом квартале 2022 года мы ожидаем официального визита представителя клиента для проведения аудита и выдачи официального заключения о том, что наше производство соответствует всем заявленным требованиям.

Сразу после этого, во втором квартале 2022 года, состоится тендер по распределению объемов производства по данному проекту. У нашей компании есть все шансы войти в число победителей и получить большие объемы заказа на копакинг продукции Beiersdorf.

«Героические усилия команды проекта (Горностаева Наталия, Ата Клычмамедов, Бабушкина Екатерина, Бабушкин Павел, Никешин Дмитрий, Некрасова Евгения, Соколов Евгений, Юдаев Александр, Игонина Юлия, Саенкова Ирина) должны быть вознаграждены успешными результатами аудита и тендера, на что мы все очень надеемся и верим в нашу победу» — подводит итоги Генеральный директор ЛБК Маркетинг Про Юрий Владимирович Кондратьев.



КУРС НА НЕПРЕРЫВНЫЕ

Начало процесса разработки и внедрения отдельных элементов Системы менеджмента качества (СМК) инициировано руководством компании еще в 2015 году. С ежегодным расширением спектра услуг компании, увеличением объемов производства менялась структура компании, создавались новые подразделения, увеличивался штат сотрудников, менялись процессы.

В 2018 году руководством компании был принят план о полномасштабной разработке и внедрении стандартов СМК с одновременным построением BPM (Business Process Management, система управления бизнес-процессами) системы на базе 1С8.

В 2019 году был создан отдел контроля качества и автоматизации (ОККиА). Накопленный многолетний опыт разработки предыдущей платформы оказал нам серьезную помощь. Существенная часть алгоритмов и процессов нам была известна и понятна.

В 2020 году в активную фазу вступил процесс разработки внедрения СМК. В этом же году произошло увеличение производственных возможностей компании, реконструкция производственных площадей.

Для процесса обучения, разработки и внедрения была привлечена экспертная компания «ИНТЕРКОНСАЛТ», и, хотя пандемия внесла определенные изменения в наши планы, мы реализовали основные этапы программы в намеченные сроки. Работа с экспертами продолжалась почти год, все процессы продолжают по настоящее время.

В 2021 году наша компания успешно прошла сертификацию по трем стандартам: ГОСТ ИСО 9001–2015 (ISO 9001:2015) «Система менеджмента качества», ГОСТ Р ИСО 14001–2017 (ISO 14001:2016) «Система экологического менеджмента», ГОСТ Р ИСО 45001–2018 (ISO 45001:2018) «Система менеджмента охраны здоровья и безопасности труда».

Стандарт ISO 9001:2015 содержит требования, помогающие достичь важных целей для компании, в числе них: ориентированность на клиента, постоянное совершенствование бизнес-процессов, по-

Рассказывает
руководитель ОККиА
Клычмамедов Ата



лучение прибыли. Стандарт содержит основные принципы: ориентация на потребителя; лидерство; вовлечение персонала; процессный подход; системный подход к менеджменту; постоянное улучшение; принятие решений, основанных на фактах.

Принципы СМК неразрывно связаны с **5-ю ценностями нашей компании**, принятыми в 2013 году:

- 1. Постоянное совершенствование;**
- 2. Уважение и внимание;**
- 3. Проактивность — нацеленность на успех;**
- 4. Позитивное отношение;**
- 5. Свободный выбор.**

Безусловно, все принципы СМК имеют одинаково важное значение, для примера выделим: постоянное совершенствование равно принципу постоянного улучшения.

Улучшения важны для компании, для поддержания текущего уровня результативности, мгновенной реакции на изменение внутренних и внешних условий, создание новых возможностей. В основу развития ОКК мы заложили мощные намерения:

- Повышенное внимание всем видам улучшений;
- Внедрение инновационных процессов в компании;
- Улучшение результативности процессов, организационных возможностей и уровня удовлетворенности клиентов;
- Повышенный фокус на анализ и определение корневых причин несоответствий с последующим выполнением предупреждающих и корректирующих действий;
- Использование всех доступных инструментов обучения;

УЛУЧШЕНИЯ

• • • СПРАВКА

Система менеджмента качества (СМК) — часть системы управления предприятием, обеспечивает постоянство качества услуг и продукции, способствует повышению удовлетворенности потребителя.

Система бизнес-процессов, построенных на основе процессной модели менеджмента, направленной на управление качеством услуг или продукта.

Процессный подход способствует улучшению управляемости и ведет к снижению лишней и ненужной работы, не производящей ценности.

Внедрение стандартов систем менеджмента помогает руководителям управлять бизнес-процессами, определять необходимые ресурсы, находить способы снижения себестоимости продуктов и услуг и повышать результативность.

Стандарты создавались и существуют не для усложнения жизни. Они прежде всего призваны упорядочить бизнес-процессы и повысить эффективность компании в целом.



- Повышение горизонта планирования, предвидеть и реагировать на риски, как внутренние, так и внешние.

В направлении автоматизации, считаю, мы достигли хороших результатов. Этому способствует одновременная разработка документированной информации и внедрение автоматизации с помощью базы 1С. Разработка и внедрение новой платформы была начата в 2019 году, мы создали полностью новую конфигурацию, со своими рабочими документами и инструментами учета. Работы продолжаются и в настоящее время, это непрерывный процесс, в котором принимает активное участие высшее руководство компании и руководители подразделений. Разрабатываются новые модули, дорабатываются или корректируются уже созданные. Опытные специалисты рекомендуют начинать автоматизацию с входящих процессов в компании, а также управления несоответствиями. Этот подход существенно снижает издержки, дает доступ к важнейшей информации, что именно требуется сделать в первую очередь. Позволяет делать качественный анализ эффективности принятых решений.

В заключение хотел бы поблагодарить всех коллег за высокий уровень вовлеченности в процесс разработки и внедрения СМК, отдельная благодарность коллегам-производственникам.

ВСЕГДА УЧИТЬСЯ — К МАСТЕРСТВУ СТРЕМИТЬСЯ!

С О В Е Р Ш Е Н С Т В У Е М И С К У С С Т В О П Р О Д А Ж

20 февраля в клиентском отделе прошел тренинг
«Эффективные технологии продаж»



В ЛБК Маркетинг Про есть золотое правило: никогда не останавливаться в развитии. Мы стремимся всегда быть в курсе последних трендов в той области, которой посвящаем свою жизнь. А это возможно только при условии постоянного повышения квалификации. В таком непростом деле нам на помощь приходит обучение у ведущих специалистов. Таких, как Александр Харитон — известный бизнес-тренер, консультант в сфере развития навыков коммуникации, управления персоналом, продаж и работы с клиентами.

С Александром Харитоновым ЛБК Маркетинг Про сотрудничает уже не первый год. Его опыт и знания, которыми он щедро делится с нашими коллегами, не раз подтверждали свою эффективность на практике. В этот раз мы снова пригласили гуру продаж к нам в офис для повышения навыков специалистов отдела АКМ. Главной целью обучающей программы стало приобретение участниками новых знаний и повышение компетентности в сфере продаж и ведения переговоров. Важно, что всю информацию курса Александр адаптировал к реалиям нашего бизнеса и клиентов. И буквально разложил на атомы процесс создания нового блока в «книге успешных продаж» ЛБК Маркетинг Про.

Тренинг «Эффективные технологии продаж» состоял из теоретической и практической частей и включал тщательный разбор самых сложных тем. А именно:

- систематизация реальных клиентов по типам компаний и людей, принимающих решение;
- искусство убеждать клиентов и помогать им в принятии правильных решений;
- детальный анализ кейсов и реальных ситуаций менеджеров;
- повышение внутренней уверенности менеджеров по продажам в своем успехе.

Очень важно, что участники тренинга смогли закрепить знания в процессе бизнес-игр. А на выходе получили от Александра Харитона шаблоны для применения на практике и точный план действий при работе с клиентами.

Ждем от Команды продаж грандиозных прорывов в самом ближайшем будущем!

НАДЕЖНЫЕ ПОДРЯДЧИКИ — НАША ПРОЧНАЯ ОПОРА

20 марта в производственных отделах 1 и 2 прошел тренинг «Результативное взаимодействие с подрядчиком»

В ЛБК Маркетинг Про мы верим, что невозможное возможно. Просто невозможное требует больше времени, усилий и полного взаимопонимания с подрядчиками. 20 марта производственный отдел ЛБК прокачал навыки эффективной коммуникации с подрядчиками на тренинге известного бизнес-коуча ведущих российских и международных компаний Александра Харитона. Теоретический материал коллеги закрепили с помощью имитационных игр, прожили самые сложные аспекты взаимодействия с поставщиками материалов и услуг, научились добиваться сверхрезультатов в совместной работе. Теперь мы готовы к новым вызовам и впечатляющим достижениям!



БАБУШКИНА ЕКАТЕРИНА,
руководитель отдела ПРМ-1:

«Цель проведения тренингов такого плана:

- Обучение ПРМ-навыкам общения с подрядчиками разных типов. Подбор инструментов для достижения наилучшего результата в переговорах.
- Умение любой диалог перевести в конструктивное русло.
- Приведение примеров взаимодействия и отработка приемов внутри отдела. Дать возможность коллегам в рамках упражнений встать на «другую сторону» и посмотреть на себя со стороны.
- Как результат — прокаченные навыки у опытных и появление навыков правильной коммуникации у новичков.

Пора задуматься (читай — спланировать на этот год) о новом тренинге!»

ГУСЕВ АНДРЕЙ,
руководитель отдела ПРМ-2:

«Тренинг был реально полезен, люди благодаря грамотно построенной методике смогли посмотреть и на свою работу со стороны и чуть лучше понять цели и методы работы своих контрагентов.



Как всегда, была на очень высоком уровне работа тренера Александра.

На мой взгляд, вся программа была отработана в первые два дня, третий день был явно лишним, было много повторов.

В целом подобные тренинги нужны в первую очередь для расширения сознания сотрудников, активируют неиспользуемые ресурсы мозга.

Да и просто людей нужно немного расшевелить.

И это весьма неплохо получилось — я от своих сотрудников в разговорах между собой неоднократно слышал фразу: «Помнишь, как учили на тренинге?»»

«Я ЛЮБЛЮ СВОЮ РАБОТУ!»

Сотрудники компании ЛБК рассказывают про любимую работу.

МАРИНА ВАРАКИНА, Групп-лидер клиентской группы V-2

Любимая работа, спасибо тебе за то, что ты оставляешь мне время для жизни. Ведь любимая работа — это просто супер-классно! Но только до тех пор, пока она не начинает подменять собой собственно жизнь. Я работаю именно столько, чтобы искренне и с удовольствием все рабочее время посвящать именно ей, любимой работе!

Люблю свою работу:

- За то, что соответствует моим истинным ценностям.
- За то, что на работе я могу быть просто собой.
- За то, что, проявляя свои лучшие качества, я добиваюсь наилучших результатов.
- За то, что требует от меня постоянного роста и развития (иногда я чувствую, что работаю на пределе моих интеллектуальных возможностей), расширяет мои горизонты.
- За то, что она научила меня как именно позитивно переживать потери, обиды, утраты и разочарования.
- За то, что позволяет видеть лучшее в людях, учит принимать окружающих такими, какие они есть.
- За то удивление и радость, которые испытывают люди, когда видят, что их понимают и принимают.
- За блеск в глазах и вдохновение.



- За возможность быть членом самого лучшего в мире коллектива!
- За умных и приверженных коллег, за доверие и признание босса.

Спасибо ЛБК за то, что мы так идеально подходим друг другу!

ХАРЛАМПИЕВ ВЯЧЕСЛАВ, З Д - д и з а й н е р

Выберите себе работу по душе, и вам не придется работать ни одного дня в своей жизни» — Конфуций.

Работа является неотъемлемой частью нашей жизни. Человек без работы не человек. Нам свойственно чем-то постоянно заниматься, чему-то учиться.

ЛБК — это команда, где каждый сотрудник ответственно подходит к своей работе. Добиваться высот и гордиться тем, что делаем, — это норма для нашей компании. И мы уверенно идем вперед к цели и уж точно знаем, что нас ждет светлое будущее и, конечно же, колоссальный результат.



ЮЛИЯ ЗАБРОДИНА,

Группп-лидер клиентской группы Z.
Клиенты группы: Филип Моррис, ASL Global, Объединенные кондитеры, ДИКСИ Юг, Виктория Балтия, ММС Рус, Альтавиа Рус, ТСС Ритейл, HNGlobal, ФМ Ложистик РУС.

В компании ЛБК я работаю с 2015 года.

За это время на моих глазах компания существенно выросла во всех отношениях, и, естественно, я росла вместе с компанией.

Мне не нравится стоять на месте и делать на работе монотонно одно и то же, я люблю движение и развитие.

Запросы наших клиентов требуют от менеджера по продажам быть специалистом в производстве различных POSM-материалов, и чем сложнее и неожиданней запрос, тем мне интереснее участвовать в его воплощении в жизнь.

За время моей работы в компании мы разработали и произвели самые разнообразные POSM-материалы — открытки, дивайдеры, тейбл-тенты с вращающимся элементом, переводные картинки, простые и сложные мультипаки, стопперы, гофростойки, пластиковые дисплеи, вставки из пайеток, и, конечно, вершина мной трудовой деятельности на сегодняшний день — премиальные металлические стойки Scherppes.

Каждый новый проект я воспринимаю как возможность профессионального роста.

Мне нравится ощущение команды единомышленников, которая участвует в каждом этапе заказа — КБ, препресс, макетчик, ПРМ, логист, бухгалтер и, наконец, отгрузка!

Мне нравится создавать эту команду под каждый новый проект и чувствовать, как каждый ее участник (попадая в общий энергетический поток) стремится выполнить свою часть работы максимально качественно и быстро. Это похоже на игру.

Мне нравится выигрывать тендеры у конкурентов.



Наши клиенты выбирают поставщика не обязательно по критерию самой низкой стоимости, а по качеству и сроку предоставляемых образцов, сроку производства, уровню оказываемого клиенту сервиса.

Мне нравится учиться, узнавать новые для меня технологии, возможности производства, способы обработки различных материалов.

Мне нравится получать письма от клиентов, начинающиеся словами — «нам очень нужно», «помогите, пожалуйста». Это означает, что мы завоевали самое главное — доверие клиента.

Мне нравится учиться у моих коллег качествам, которыми я обладаю в меньшей степени, — выдержке, самообладанию, сдержанности.

Мне нравится расти и развиваться вместе с компанией, осваивать новые направления нашего бизнеса.

Мне нравится, что на работе я чувствую себя в своей тарелке. Спасибо, ЛБК!

ДЕНЬ ЗАЩИТНИКА ОТЕЧЕСТВА



ЛВКоины и вкусный стол в виде русалки: как отметили 23 Февраля сотрудники LBK Marketing Pro.

19 февраля женская половина коллектива феерично поздравила мужчин с «Днем защитника Отечества». Для виновников торжества подготовили по-настоящему праздничное оформление офиса: воздушные шары, тематические наклейки на ступенях лестницы, креативный военный плакат с фотографиями представителей мужского коллектива компании.

Но визуальная сторона праздника не стала единственным сюрпризом. На протяжении всего дня мужчины зарабатывали ЛВКоины, демонстрируя владение боевыми техниками и свои интеллектуальные способности: участники события метко стреляли из игрушечных пистолетов по мишеням, выполняли задания и решали головоломки! И все это ради того, чтобы потратить заработанные честной игрой коины на покупку бутербродов и напитков в импровизированных магазинах, оплатить массаж и посетить другие приятные активности, не выходя из офиса. А в конце рабочего дня весь коллектив ожидало праздничное угощение, оставившее одно из самых ярких впечатлений за этот и так насыщенный день: фуршетная нарезка в виде русалки!

Праздник действительно удался: поздравления, подарки и даже исполненная женским коллективом песня-гимн компании — все для самых надежных, сильных, воодушевляющих мужчин LBK Marketing Pro.



8 МАРТА ~ ДЕНЬ СЮРПРИЗОВ

Милые и нежные, отважные и сильные, умные и красивые — каждая девушка прекрасна и неповторима. Для того чтобы ценить это, праздника не нужно.

Международный женский день для нас — это только предлог, чтобы еще раз выразить свое отношение в теплых словах, приятных подарках и искренних улыбках. В этом году мы постарались сделать так, чтобы уровень радостных эмоций зашкаливал. И превратили канун праздничных выходных в день сюрпризов и поздравлений.

Женщины вдохновляют мужчин на подвиги, а женщины-клиенты ЛБК Маркетинг Про вдохновляют всех нас стремиться к совершенству в каждой детали. Всю благодарность за это мы вложили в наши корпоративные презенты для женской половины наших заказчиков.



А сотрудниц нашей компании 5 марта целый день ждали приятные сюрпризы от коллег-мужчин. С 7 утра мы организовали welcome-зону, где девушек встречали поздравлениями, шампанским и угощениями. Приятная музыка, воздушные шары, фотозоны и плакат с изображением девушек в виде принцесс создавали особую атмосферу. А цветы на рабочем месте стали дополнительным поводом для улыбки.

В качестве подарка прекрасные сотрудницы ЛБК получили сертификаты на услуги по созданию праздничной укладки и макияжа, а также — на сеанс расслабляющего массажа от приглашенных в офис мастеров.

Главным событием дня стало выступление зажигательного танцора Нельсона в главном холле офиса ЛБК. За представлением последовал традиционный праздничный фуршет в кругу коллег.

Мы верим, что корпоративные праздники еще больше укрепляют команду и ведут нас к новым победам в отрасли POSM. Именно поэтому каждый из нас стремится принять активное участие в организации и проведении корпоративных событий. Так мы становимся ближе друг к другу и сильнее как команда!

НАШ НОВЫЙ ДОМ

НОВЫЙ ОФИС — НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Переезд часто сравнивают с небольшим пожаром. Но благодаря нашим надежным коллегам нам удалось этого избежать. Теперь у команды ЛБК появилось новое пространство для реализации всех творческих задумок, креатива и технических задач. А еще — много места для новых сотрудников. Ведь мы продолжаем расти. И комфортное размещение сотрудников — один из главных приоритетов кадровой политики нашей компании.

А началось все в первые месяцы 2021 года, когда мы узнали, что на месте нашего офисного здания на улице Верейская скоро появится электродепо «Аминьевское» для нужд новой линии метро — БКЛ. Времени печалиться по этому поводу не было. Пришлось в срочном порядке искать новое помещение. И вскоре оно нашлось. Да какое! Еще лучше прежнего — прямо у станции метро «Кутузовская». Правда, в нем в срочном порядке нужно было сделать ремонт. И все силы бросили на это, чтобы уже на майских праздниках освободить старое здание и переехать. Тогда все заботы по срочному ремонту и перепланировке помещения взял на себя инженер по эксплуатации Евгений Соколов и с блеском справился с поставленной задачей, за что ему — огромная благодарность.

Затем эстафету по переезду от Евгения переняла менеджер по персоналу Юлия Игонина. Ей предстояло всего за 4 дня перевести всех сотрудников на новые места. Юлия взялась за работу с энтузиазмом: контролировала грузчиков и водителей, помогала упаковывать оргтехнику и мебель, а еще — помыла все цветы и подготовила их для переезда в новый дом. Самим сотрудникам целыми отделами нужно было всего за один день обосноваться в новом офисе, расставить там свою мебель, оргтехнику и рабочие принадлежности.

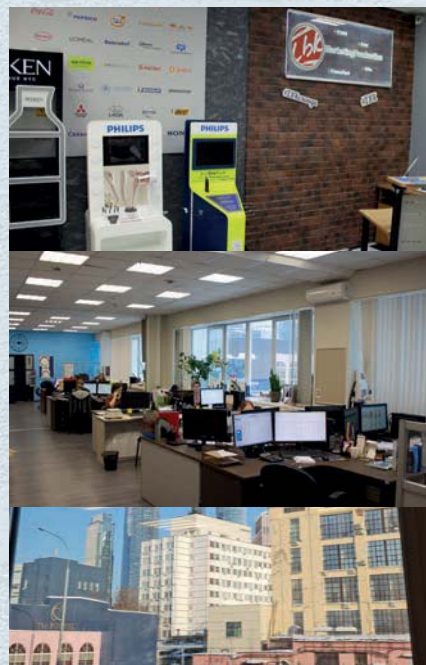
Сложнее ситуация обстояла с макетным отделом. На их территории располагается много тяжелой техники, для перевоза которой требовалось найти такелажников и большую машину с бортом. Но в итоге и они с успехом справились!

В процессе переезда, наверное, наибольшая ответственность лежала на сотрудниках бухгалтерии. Ведь в их распоряжении находится святая святых нашей компании — финансовые документы. Но мы несколько не сомневались в их скрупулезности. В итоге, ни одной важной бумаги потеряно не было.

Нельзя не отметить слаженную работу наших инженера и менеджера по персоналу — Евгения Соколова и Юлию Игонию. В дни переезда они с утра и до позднего вечера отправляли машины, а потом помогали их разгружать. Это огромный труд, который по достоинству оценили все сотрудники, уютно разместившись в новом офисе.

12 мая мы смогли уверенно сказать: компания ЛБК Маркетинг Про обрела новый дом. И этот дом находится по адресу: Кутузовский проспект, д. 36, стр. 4.

Теперь на новом месте мы продолжим движение вперед, расширяя горизонты нашего дела!



Комментарий
руководителя
проекта «Переезд
офиса», инженера
по эксплуатации
Евгения Соколова:



«Силами проектного и дизайнерского отдела при личной поддержке Генерального директора Кондратьева Ю.В. было сформировано концептуально новое решение для удобного офисного пространства. В процессе производства работ были решены задачи по вентиляции, водоснабжению, электроснабжению и слаботочным сетям.

Несомненно, данная работа не могла быть проведена без должной поддержки бухгалтерии в лице финансового директора Юнусовой Т.И., так как оплата счетов в преддверии майских праздников была затруднена подготовкой к переезду.

Но, несмотря на трудности, мы все справились!»

И Н Н О В А Ц И И НА МАКЕТНОМ УЧАСТКЕ

В октябре 2021 года компания ЛБК Маркетинг Про приобрела новый мощный планшетный раскройщик — iECHO BK.

Нельзя быть лидером на рынке, используя устаревшее оборудование. Пришло время обновить оснащение на макетном участке. Ведь это — то место, где воплощаются в жизнь наши передовые идеи. Новый агрегат поможет усовершенствовать производство, предлагать клиентам самые трендовые решения в мире POSM и — что не менее важно — существенно сократить издержки реализации проектов.

Представляем вам нашего инновационного помощника — планшетный раскройщик iECHO серии BK. Это идеальный инструмент и отличное решение для производства лекал, раскроя пленок, резины, меха, ковровина, подкладочных и нетканых материалов, сотового поликарбоната, картона, акрила, пластика, гофрокартона, различных тканей, кожи, кожзама и других материалов.

Он способен наносить контуры изображения, чертить, кроить, перфорировать, выдавливать линии сгиба с высокой степенью точности и на большой скорости. Применение планшетного раскройщика iECHO серии BK существенно снижает себестоимость рабочей силы в единице продукции и оптимизирует расход материалов. А максимальная скорость перемещения каретки при работе аппарата составляет целых 1,5 м/с!

Программное обеспечение, поставляемое вместе с планшетным раскройщиком iECHO BK, предоставляет впечатляющие возможности пользователям по выбору подходящего инструмента,

оптимальному размещению деталей на материале, что, в конечном счете, ведет к снижению себестоимости продукции.

Комментарий технолога по макетному участку Юрия Новикова:

«К приезду нового плоттера наша команда готовилась очень тщательно: сняли несколько окон в макетном участке, который расположен на втором этаже. Нашли машину и такелажников, сделали дополнительные розетки, освободили место под новый агрегат.

И вот в назначенный день приехала машина и четыре крепких специалиста-такелажника. Они свою работу знают! Сначала нужно было со второго этажа спустить старый плоттер — наш ZUND швейцарского производства. Его погрузили в машину с помощью крана. И только потом принялись за разгрузку нового аппарата — iECHO BK.

Первым делом разгрузчики вытащили его на специальном кране на площадку. Иначе было нельзя: машина весит целых 800 кг! А затем стали заносить его через окно на второй этаж в макетный участок. Для этого они соорудили из паллет помост на уровне окна и перемещали плоттер на рохле. Потом, следуя всем инструкциям, такелажники с помощью домкрата и паллет очень аккуратно установили новый раскройщик на предназначенное ему место.

После этого инженер в течение трех дней производил наладку оборудования, тестировал его и обучал макетчиков работать на новом планшете. Работа была полностью завершена, только когда станок был приведен в идеальное состояние и сотрудники макетного участка научились правильно с ним обращаться».



НОВОСТИ POSM-ИНДУСТРИИ

МЫ В ПЕРВОЙ ПЯТЕРКЕ ОТРАСЛИ

В 2021 году компания ЛБК Маркетинг Про вошла в первую пятерку лидеров по итогам исследования «Рынок рекламных материалов в точках продаж России: итоги 2020, перспективы развития в 2021–2022 годах», ежегодно проводимого Ассоциацией «Маркетинг в ритейле» POPAI Россия и агентством INFOLine.



Основной задачей данного ежегодного исследования является комплексное изучение российского рынка рекламных материалов в точках продаж (POSM), его структуры, тенденций, перспектив развития для повышения привлекательности отрасли POSM. Финальные результаты могут быть использованы участниками рынка в качестве инструмента для повышения эффективности текущей работы и стратегического планирования бизнеса.

В ходе исследования было проведено анкетирование более 200 крупнейших производителей и поставщиков POSM и услуг технического мерчандайзинга, более 400 ведущих заказчиков POSM — владельцев брендов и 200 розничных торговых сетей. На основании проведенного анкетирования и под-

робного анализа показателей участников рынка POSM был выстроен рейтинг поставщиков POSM и услуг техмерчандайзинга в целом по России, а также по сегментам POSM и рынка.

ЛБК Маркетинг Про из года в год укрепляет свои позиции в рейтинге данного исследования, поднявшись в этом году на 5 место. Стартовав с малого в самом начале своего пути, команда компании ставит большие цели на будущее, стремительно развиваясь в настоящем, и растущие показатели рейтинга лишний раз это подтверждают. Мы благодарим всех респондентов, принявших участие в данном исследовании, за доверие и оценки и стремимся быть лучшими во всем и в первую очередь для своих клиентов, поэтому дальше — только выше! Только вперед!

Интегральный рейтинг поставщиков POSM и услуг технического мерчандайзинга

Место и название компании в интегральном рейтинге	Место в сегменте краткосрочных POSM	Место в сегменте долгосрочных POSM	Место в сегменте постоянного оборудования	Место в сегменте технического мерчандайзинга
1 PUBLIC TOTEM Паблик Тотем (Public Totem) →	1 ↑	1 ↑	2 ↑	1 ↑
2 PVG ПиВиДжи (Посмотека, PVG) →	2 ↑	2 ↑	1 ↑	5 ↓
3 VIRTU Вирту (VIRTU) →	8 ↓	10 ↓	3 ↓	6 ↓
4 TTG Ти Ти Джи (TTG) →	6 ↑	14 ↓	-	3 ↓
5 ЛБК Маркетинг Продакшн (ЛБК Marketing Production) ↑3	5 ↑	5 ↑	-	-
6 НАМИ (NAMI) ↓1	-	6 ↓	5 ↓	10 ↑
7 Лазерстиль (LazerStyle) ↓1	-	9 ↓	4 ↓	7 ↑
8 ДидиЭй (DDA) ↑1	7 ↑	4 ↑	-	-
9 Эль Пако (El Paco) ↓2	11 ↓	11 ↓	7 new	-
10 Аква-Арт (AquaArt) ↑4	10 ↓	7 ↑	-	-

TOP11 – TOP20: INELDISPLAY PRIDE 3ddisplay svetofor VA EPGK ION RETAILOR RBGATEP

* компания не заполнила анкету в 2020 г.

Подготовлено в апреле 2021 года информационным агентством INFOLine

И СНОВА — КОНКУРС!

Конкурс POPAI RUSSIA AWARDS становится все более престижным и популярным в рекламной отрасли. Конкурс, который проходит в России, крупнейший в мире по количеству представленных работ.



Победа на этом конкурсе — это международное признание лучших достижений индустрии маркетинга в ритейле. Проекты и дисплеи, поданные на конкурс, представляются оценке профессионального жюри, составленного из признанных экспертов — представителей бренд-компаний и ритейла.

17-я выставка-конкурс POPAI RUSSIA AWARDS 2021 состоялась с 30 июня по 2 июля в выставочном зале Amber Plaza. Особенностью выставки в этом году стало то, что практически все работы, представленные там, были произведены во время после пандемии и локдауна. Вторая интересная деталь прошедшего конкурса — специальная номинация Сонсерт, которая была представлена в этом году двумя спонсорами, предоставившими свои брифы на разработку оригинальных дизайнов: один для напольных хард-стоек для вина марки Chateau Tamagne, другой для мультибрендового эко-препака из картона для продуктов брендов Zewa, Libresse и TENA. Наша компания презентовала свои варианты по обоим брифам. Размах дизайнерской мысли и ис-

полнения в рамках данной номинации действительно поразил жюри конкурса и посетителей выставки.

В рамках конкурса было представлено 250 работ от более чем 50 компаний в разных номинациях и для различных сегментов рынка. Команда ЛБК в этом году представила на суд жюри 14 работ и попала в число номинантов конкурса.

Церемония награждения состоялась 2 сентября, где была прекрасная возможность не только получить призы, но и пообщаться с коллегами, конкурентами и клиентами, обсудить конкурсные проекты.



НОВЫЕ ВЕРШИНЫ

НАШЕ ПРОИЗВОДСТВО

С ноября 2020 года началась деятельность нашего производственного филиала ОП (обособленное подразделение) Ногинск. Современное техническое оснащение производства - это часть наших амбициозных планов.

На производстве площадью более 1500 м² производятся работы по сборке и склейке полиграфической продукции, промоупаковки, копакинг подарочных наборов, склейка и сборка всевозможных изделий гофро-POSM, стикеровка продукции и многое другое.

Инвестиционным комитетом нашей компании было принято решение инвестировать в реконструкцию и благоустройство производственных и бытовых помещений.

Был произведен ремонт и перепланировка цеха копакинга с выделением зоны копакинга. Все производственные помещения преобразились для удобства и комфорта людей на рабочих местах.

Новая комната отдыха и зоны раздевалок оборудованы всем необходимым для пользования.

Установлена современная система видеофиксации 24/7. Смонтированы потолочные системы климат-контроля для поддержания температуры согласно требованиям клиентов для обработки продукции. В складских зонах установлены дополнительные стеллажные системы, позволяющие более рационально использовать площадь.





За год с небольшим производство отгрузило более 9 млн изделий готовой продукции.

В штате производственной площадки 65 опытных квалифицированных сотрудников, с возможностью дальнейшего роста их количества и перехода, при необходимости, на работу в 2 смены. Это позволяет нашей службе продаж строить новые амбициозные планы, открывая горизонты к новым интересным задачам и большим объемам производства рекламной продукции.



**Никешин
Дмитрий**

**начальник
производства**



**Бабушкин
Павел**

**руководитель
производственного
филиала**



**Илюхина
Наталья**

**заведующая
складом**



**КТО
ЕСТЬ
КТО?**

ХОББИ НАШИХ КОЛЛЕГ

В нашей команде работают не только большие профессионалы своего дела, но и очень интересные разносторонние личности. Одни всерьёз увлекаются восточными единоборствами, другие стремятся к балансу с помощью йоги, а третьи выбрали для себя зрелищный чирлидинг. Хобби помогает перезарядиться, снять стресс, наполниться позитивом для дальнейшего движения вперёд. Как и почему коллеги выбрали именно такие увлечения — читайте в этой статье.

КОНДРАТЬЕВ ЮРИЙ ВЛАДИМИРОВИЧ

Сегодня я радостью расскажу коллегам по ЛБ-Команде о своем многолетнем увлечении, которое я с годами люблю все сильнее, и стараюсь все более регулярно практиковать.

Речь идет о занятиях йогой.

Знания о йоге пришло к нам из древнейшей индийской культуры и насчитывает более 5 тысяч лет.

Слово «**йога**» (санскр. योग, англ. *yoga*) имеет множество переводов, наиболее правильный из которых, в контексте самого учения йоги, как древнейшего комплекса физических и духовных практик, означает «связывать, соединять, стягивать, укреплять».

В своем самом широком смысле йога была создана как совокупность различных практик, не только физических и дыхательных упражнений (а'сан), но так-

же и психических и духовных методик, направленных на управление функциями организма, с целью достижения возвышенного духовного и психического состояния и вхождения человека в состояние полной гармонии с Вселенной.

Сегодня в России и западных странах йога чаще всего понимается в более узком смысле — как система физических, дыхательных и ментальных упражнений, направленных на оздоровление и гармонизацию человека.

В наше время популярность йоги стремительно растет. И тому есть множество причин. Бешеный ритм современной городской жизни, избыток информации, нарастающая многозадачность приводят к постоянным стрессам на работе и дома.

Мы катастрофически мало двигаемся физически, переедаем, не умеем расслабляться без алкоголя и табака, не можем взбодриться без крепкого кофе.

Такой образ жизни приводит к эмоциональному и физическому перенапряжению, создает зажимы и блоки в теле, что в свою очередь провоцирует множество разных болезней.

Йога — это легкодоступный и мощный инструмент для самостоятельного и эффективного оздоровления человека и улучшения саморегуляции организма.

Занятия йогой дают современному городскому жителю

множество чудодейственных эффектов:

- улучшают концентрацию внимания, развивают стрессоустойчивость, помогают выработать навыки осмысленного замедления ритма жизни;
- восстанавливают эмоциональный фон, успокаивают психику;
- обновляют и оздоравливают организм, балансируют гормональный фон;
- улучшают качество сна;
- укрепляют физическое здоровье: силу, гибкость, баланс.

Йога уникальна в своей универсальности. Она действительно подходит всем — вне зависимости от возраста, пола, физической подготовки, уровня материального достатка, политических взглядов или даже вероисповедания.

При этом конечная цель занятий йогой может быть для каждого человека своей: от простого улучшения физического здоровья и избавления от хронических «неизлечимых» болезней до достижения полного просветления.

Помимо заметного улучшения физического и эмоционального самочувствия, практикующий йогу обретает возможность более полного раскрытия своего личного потенциала, расширения и углубления своего сознания, принятия ответственности за свою жизнь и здоровье и, как следствие — переход на более высокий уровень (физический, ментальный, психический) всего своего существования.

Среди целей йоги — помочь человеку устранить имеющиеся внутри себя конфликты, достичь состояния гармонии с самим собой и окружающим миром, продвигаться на пути духовного развития.

При этом она дает мощный терапевтический эффект для организма в целом, укрепляет здоровье, повышает гибкость, силу и выносливость.

Однако йога — это не спорт и не фитнес в их привычном понимании. Здесь нет необходимости



ставить жесткие цели и сроки, нет соревновательности. Это глубоко личная практика, даже если вы занимаетесь в группе.

Практика йоги дает бесценную возможность быстро восстановить физические и душевные силы, набраться энергии, укрепить здоровье и улучшить свое тело. Это работает в любом возрасте, с любым уровнем физподготовки.

Причем, что немаловажно, для этого не нужны затраты на дорогой инвентарь, т. к. вам будет нужен как минимум твердый пол площадью 2×2 метра и желательно — коврик.

Можно начать заниматься дома — по видеоурокам, которых в интернете огромное множество, в том числе бесплатных.

**НАЧНИТЕ В ЛЮБОЙ ДЕНЬ!
И БУДЬТЕ ЗДОРОВЫ И СЧАСТЛИВЫ!**

Главное для начала занятий — ваше твердое намерение улучшить свою жизнь, повысить ее качество на физическом, эмоциональном и психическом уровнях, увеличить количество радости и здоровья для себя и своих близких.

БАРЫШНИКОВА ВАЛЕРИЯ



Из всего разнообразия увлечений я выбрала своим хобби **черлидинг**. Хотя, наверное, сложно назвать просто хобби ту деятельность, которой ты отдаешься с огромной силой и энтузиазмом.

Многие считают, что черлидинг — это просто хорошее зрелище, подготовка которого не требует каких-либо серьезных усилий, но это далеко не так. Чтобы сделать качественное шоу, спортсменам нужно много тренироваться, поскольку выступление группы

поддержки включает элементы спортивной гимнастики, акробатики и спортивного танца. Еще одно заблуждение, которое часто встречается по отношению к черлидингу, это то, что данный вид спорта является исключительно женским. На самом деле первым черлидером в мире был мужчина — американский студент Джонни Кэмпбелл, который придумал так называемые спортивные кричалки. Затем многие представители сильного пола ушли на фронт, и в черлидинге их заменили женщины.

В моей команде «Full Drive» также выступает смешанный состав. Для меня ребята — это моя полноценная вторая семья, которая за почти четыре года совместной работы многому меня научила. Благодаря танцевальным



связкам я могу чувствовать себя более уверенно и раскрепощенно, акробатические элементы дают возможность осознавать свою силу и невероятный физический потенциал, скрытый внутри, а высокие выбросы со стантов дают ощущения свободы и полета.

КАРПЕНКО ДМИТРИЙ

Хобби — это занятие, которым человек обычно увлекается с детства. Меня с раннего возраста тянуло к спорту, а именно к единоборствам. В СССР было очень развито самбо и дзюдо, куда я и ходил с большой радостью. В начале 90-х появились зарубежные фильмы про боевые искусства с актерами, виртуозно владеющими ударной техникой. Моим кумиром стал Жан-Клод Ван Дамм. Тогда я и влюбился в боевые искусства, где преобладает техника ударов ногами и ру-

ками. И по счастливой случайности, в 1995 г. я увидел объявление о наборе в секцию тхэквондо ИТФ. С этого момента я не представляю своей жизни без спорта и боевого искусства. Сейчас я тренируюсь сам и провожу занятия для детей от 3,5 лет и старше. Мое хобби выросло в одну из значимых жизненных целей. **Это привлечение детей к спорту, здоровому образу жизни и открытие детям и взрослым удивительного мира боевых искусств и тхэквондо, в частности.**



МЫ — КОМАНДА!

В ЛБК Маркетинг Про прошел традиционный выездной тимбилдинг.

Мы уверены: для успешной работы мало быть просто профессионалами, важно быть командой во всех смыслах этого слова — сильной и сплоченной, чтобы уверенно идти вперед к новым целям. А это возможно только в поддерживающей атмосфере доверия и взаимопонимания. В сентябре всей компанией вместе со вторыми половинками и детьми мы отправились в городской пансионат, чтобы как следует прокачать навыки работы в команде и проработать отдельные элементы эмоционального интеллекта.

Мероприятие проходило 25 сентября в уже любимейшем нам пансионате «Светлана». С погодой очень повезло, была по-осеннему комфортная температура.

В этот раз к сотрудникам из Москвы присоединились специалисты из нашего офиса в культурной столице — Санкт-Петербурге.

Пока родители были погружены в программу тренинга, дети не скучали. Менеджер по персоналу ЛБК Маркетинг Про Юлия Игонина пригласила для ребят опытного аниматора в роли Симки — забавной геро-

ини любимого мультфильма «Фиксики». Симка целый день занималась с детьми: проводила мастер-классы, активные игры, желающим наносила веселый аквагрим, а еще — вместе с ребятами мастерила из воздушных шариков разные фигурки. Дети были в восторге!

У взрослых была не менее интересная программа. Первая часть тренинга проходила на улице в игровом спортивном формате, где коллеги могли познакомиться ближе и лучше узнать друг друга, проходя различные испытания.

Обучающая часть тренинга прошла в конференц-зале. Участники погрузились в важную тему — «Эмоциональный интеллект и коммуникация». Коллеги научились лучше определять эмоции, получили навыки управления ими, узнали, какими бывают роли человека по классификации Берна, а также рассмотрели модель поведения команды по Аллану Дрекслеру и Дэвиду Сиббету.

В завершении насыщенного дня всех участников ждал праздничный ужин. Сотрудники ЛБК Маркетинг Про обменивались впечатлениями и просто с удовольствием проводили время вместе со своими близкими и коллегами. Кульминацией вечера стал праздничный ужин и дегустация корпоративного торта.





ТЕХНИЧЕСКИЙ МЕРЧАНДАЙЗИНГ — НОВЫЙ ОРИЕНТИР

В 2020 и 2021 году наша компания начала активно развивать новое направление: услуги технического мерчандайзинга. Руководителем направления стал Дмитрий Краснов.

— **Дмитрий, что такое техмерчандайзинг?**

— Технический мерчандайзинг — это услуга, состоящая из комплекса задач по логистике, обработке, подборке, рассылке и установке рекламных материалов непосредственно в точках розничных продаж. Как правило, финальная стадия — стадия установки, происходит в точках продаж, хотя бывают исключения.

Другими словами, техмерчандайзинг — это когда нашему клиенту нужно что-либо где-либо разместить. Например, если клиент заказывает у нас тираж какой-либо продукции, в его интересах получить услугу “под ключ”. Отдавая производство и установку материалов в одни руки, клиент страхует себя от возможных несостыковок на этапах передачи готовых материалов, их распределения и логистики, и тем самым он получает гарантии размещения материалов непосредственно силами производителя точно в установленный срок.

— **Каким образом в нашей компании появляются проекты техмерчандайзинга?**

— Как правило, это происходит на этапе согласования заказа на производство материалов с клиентом. В данном случае очень большая роль отводится менеджеру по продажам, т. к. ему нужно вовремя продать клиенту не только товар, но и услугу по его размещению.

— **Что происходит после того, как клиент заинтересовался в размещении?**

— Мы получаем заявку на расчет себестоимости проекта по техмерчандайзингу, после чего проводим конкурсный отбор среди исполнителей. При этом мы задействуем в конкурсе как крупных федеральных подрядчиков, так и локальных исполнителей в регионах.

— **Как вы предоставляете тайминг реализации проекта на этапе расчетов?**

— На этапе расчетов мы предоставляем плановый тайминг реализации, исходя из сроков логистики и монтажа, которые нам предоставляют поставщики. Естественно, мы всегда ориентированы на оптимальное сочетание сроков и стоимости, которое отвечает требованиям нашего клиента и критериям эффективности, установленным в компании. По факту запуска проекта мы актуализируем сроки его исполнения и согласовываем их с клиентом.

— **В какие сроки вы предоставляете расчеты стоимости и сроков заказчику?**

— Поскольку для нас каждый клиент и проект уникален, с момента предоставления всех вводных, в зависимости от сложности проекта, нам требуется от 2 до 5 дней на расчёты сроков логистики и монтажей. В случае одновременного запуска больших проектов дополнительное время занимает приоритизация и распределение ресурсов.



Мы не можем подвести клиента и стремимся предоставить максимально достоверную информацию, для этого нашим подрядчикам требуется время на расчеты. Если клиент требует срочно и сегодня — мы предоставляем прогнозный тайминг, с обязательной оговоркой, что это прогноз.

— **Как вы охарактеризуете развитие вашего направления за последний год?**

— Когда я пришёл в компанию в 2020 году, техмерчандайзинг был уже значительно развит. У компании в активе было несколько крупных реализованных проектов ребрендинга сетей. Недостатком являлось то, что по некоторым проектам нашу работу приходилось переделывать, порой неоднократно. Моими усилиями мы значительно повысили уровень исполнения SLA (Service Level Agreement). Т. е. теперь мы выполняем нашу работу с первого раза и с минимальным количеством претензий со стороны клиента.

— **Как вы оцениваете наш офис, рабочую атмосферу?**

— В нашем новом офисе очень комфортно работать.

Для меня остается проблемой тот факт, что в течение рабочего дня некоторые из моих коллег не выключают рингтоны своих мобильных телефонов. Это доставляет жуткое неудобство и мешает концентрироваться на задачах. Во всех уважаемых и уважающих себя компаниях действует правило переводить телефоны в беззвучный режим внутри общего офисного помещения. К сожалению, в нашей компании это правило не работает.

— **Всё-таки мерчАндайзинг или мерчАндайзинг?**

— В оригинале у слова merchandise (товар), по сути, два ударения: на первый слог, и на последний. При этом в английском произношении, вторая гласная звучит скорее как Е/И, либо вообще не звучит. Российские маркетологи трактовали это слово, как мерчАндайзинг, именно так, как оно пишется. И, хотя данное произношение претит мне как лингвисту (в душе), я не вижу смысла в дискуссии. Давайте следовать тренду индустрии. Главное, быть в этом лучшими!

— **Какие интересные проекты были осуществлены в 2021 году?**

— В 2021 году было много интересных проектов: размещение фотозоны и дисплеев L'Oreal в «Ашане», доставка и установка интерактивных дисплеев Philips в «М-Видео», большая программа по размещению шелфтоке-ров Xiaomi (2500 салонов связи).

И конечно, уже ставшие для нас регулярными программы ребрендинга (замены имиджей на рекламных носителях) в сетях электроники для брендов Huawei и Honor.

ПРАЗДНИК, КОТОРЫЙ ВСЕГДА С ТОБОЙ

Сувенирная продукция — новая возможность для роста продаж

Есть такой вид рекламной продукции, который нравится всем и всегда. Это — корпоративные сувениры. Ну кто откажется от стильного брелока или красочного календаря в подарок от компании-партнера? Получателям таких подарков — приятно, а дарителям — полезно. Ведь сувенирка всегда на виду у потенциальных клиентов. В общем, пришло время, и мы выделили специалистов по созданию и продажам сувенирной продукции в отдельную группу продаж в рамках Клиентской службы.

Слово **групп-лидеру по продажам сувенирной и текстильной продукции Анастасии Мосиной:**

«Дорогие друзья!

Мы рады сообщить вам о создании в нашей компании группы продаж сувенирной продукции.

Сувенирная продукция — это тот вид рекламы, за который говорят «спасибо». Это — подарок, который согреет сердце, вызовет улыбку, поднимет настроение, подготовит благоприятную атмосферу для общения, привлечет внимание и напомнит о нужном контакте.

Наши сотрудники с опытом работы более 20 лет в данном направлении вместе с дизайнерами готовят для клиентов индивидуальные концепции подарков, буклетов, каталогов, годовых отчетов и многое другое.

Нашу работу отличает оперативность, качество и креативность. Всё это уже оценили такие компании, как Nissan, Renault Россия, Mitsubishi Motors, РН Банк, Hikvision, Боржоми, Новотранс, РН-Карт (Роснефть), Агроимпорт, Киностудия им. Горького, Цифровое телевидение, Сахалин Энерджи, Вертолеты России, Алроса, Театр Наций.

В заключение хочу добавить, что безусловным приоритетом нашей работы является клиентоориентированность в режиме 24/7 и, конечно, стремление обеспечить потребности заказчиков в качественной и запоминающейся сувенирной продукции».



ОТДЕЛ НОВЫХ ПРОДАЖ - В ДЕЛЕ

Обновленная команда Новых Продаж — в авангарде клиентской работы!

Пробиться сквозь стену из бюрократии, внушить доверие и, наконец, заключить первый контракт — из таких непростых составляющих состоит работа этих ребят. Упорство и ежедневный труд помогли им уже за первые месяцы привлечь 12 новых заказчиков для нашей компании. А цели у них — такие, что позавидует любой первооткрыватель! Новые клиенты — это будущее нашей компании. Без них «кровоснабжение» компании замедляется. Но выстроить доверительные отношения бывает очень нелегко. На это, как правило, уходит много времени: от двух месяцев до двух-трех лет. Нам повезло: на должность руководителя группы новых продаж пришла сильный лидер и опытный продавец — Елена Дудина. Она сформировала мощную команду из двух менеджеров: перспективного специалиста по продажам Виктории Бриль, и опытного профессионала в производстве

ПОСМ Дмитрия Кириченко. Вот такой боевой тройкой они выстраивают стратегии по продвижению ЛБК Маркетинг Про на рынке, участвуют в тендерах, завоевывают новых клиентов и подписывают договоры. А помогают им в этом коллеги из других отделов — дизайнеры, конструкторы, менеджеры по производству. Ещё одна специфика работы в группе новых продаж состоит в том, что «продвиженцы» должны одинаково хорошо разбираться во всех направлениях деятельности компании — и в сувенирной продукции, и в POSM из гофро-картона, и также в долгосрочных POSM из металла, пластика и дерева. И, судя по результатам, им это отлично удается. За короткий срок ребята смогли привлечь в ЛБК Маркетинг Про в качестве новых клиентов такие компании, как **Арвитекс, Боржоми, Ritter Sport, Орими, Perfetti Van Melle Russia, Lindt, Сплат Глобал, ГЛОБАЛ ФАНКШНЛ ДРИНКС РУС, Colgate-Palmolive, Холланд, Сады Придонья, ГК НМЖК.**

А в перспективе — завоевание и других крупных международных корпораций. Желаем успеха команде отдела новых продаж!














Lindt — швейцарская компания, производитель шоколада и прочих кондитерских изделий, а также фирменная сеть магазинов и кафе по реализации этой продукции. Полное наименование — **Lindt & Sprüngli AG**. История компании начинается с 1845 года, с небольшого семейного кондитерского магазина в Цюрихе. В настоящее время бренды **Lindt & Sprüngli** создают мир уникальной продукции, насчитывающий более 2500 наименований. Высококачественные продукты производятся на 11 производственных площадках в Швейцарии, Европе, США и распространяются через 28 дочерних компаний, 500 собственных розничных магазинов и сетевые магазины из более чем 100 дистрибьюторов в более чем 120 странах мира. Ежегодные продажи составляют около 3 млрд CHF.

Colgate-Palmolive Company — название, которое носит компания с 1953 года. История развития компании — это история маркетингового успеха и развития массового производства из одного скромного магазинчика, открытого более двух веков тому назад.

В данное время корпорация **Colgate-Palmolive** продает продукцию по уходу за ротовой полостью, уходу за телом, бытовую химию, а также корма для животных. **Colgate-Palmolive** имеет филиалы и отделения в более чем 200 странах мира, компании принадлежат права на известнейшие торговые марки, такие как **Colgate**, **Palmolive**, **Mennen**, **Lady Speed Stick**, **Softsoap**, **Protex**, **Sorriso**, **Kolynos**, **Ajax**, **Axion**, **Soupline**, **Suavitel** и **Fab**, а также корма для животных **Hill's**. Подразделение **Colgate-Palmolive** в России было открыто в 1992 году. Выручка в 2021 году составила более 16 млрд дол. США.

Perfetti Van Melle — итальянско-нидерландская компания по производству кондитерских изделий и жевательной резинки, образована в 2001 году в результате слияния итальянской фирмы **Perfetti** и нидерландской **Van Melle**. В 2006 году поглотила испанскую компанию — производителя леденцов **Chupa Chups**. Включает 30 производственных предприятий, сбыт — в 150 стран мира. Годовая выручка — €2,45 млрд (2017). Три основных торговых марки — **Alpenliebe**, **Chupa Chups**, **Mentos**, среди популярных торговых марок, используемых в ограниченном количестве стран, — **Fruittella**, **Meller**, **SULA**. Выручка в 2021 году составила более 11 млрд рублей.

Ritter Sport — известная немецкая марка шоколада. Каждая плитка имеет форму квадрата и разделена на 16 меньших по размеру квадратов весом в 100 грамм (имеются также плитки в 250 грамм и подарочные наборы с маленькими шоколадками-пробниками). Изобретение рукавной упаковки с революционным элементом **Knick-Pack** — упаковки, которую легко открыть, надломив плитку, а также ее удобный карманный формат — полностью отличает **Ritter Sport** от традиционного плиточного шоколада, делает его уникальным. С оборотом в €482 млн **Ritter Sport** не входит в число самых крупных производственных компаний Европы или даже родной для бизнеса Риттеров Германии, однако бренд узнаваем практически во всем мире.

Группа компаний «Орими» — лидер российского рынка натуральных горячих напитков по объемам выпуска продукции, технологиям, дистрибуции, крупнейший российский импортер чайно-кофейного сырья, один из пяти ведущих операторов на мировом рынке. С 1999 года является устойчивым лидером российского рынка чая. На российском рын-



ке кофе ГК «Орими» занимает третье место, уступая только транснациональным корпорациям и лидируя в сегменте натурального обжаренного кофе. Торговые марки чая и кофе — чай **Greenfield**, **TESS**, «Принцесса Нури», «Принцесса Ява», «Принцесса Канди», «Гита», «Шах», «Жемчужина Нила», кофе «Жокей» и **Jardin**. Выручка за 2020 год: 35 млрд руб. — второе место среди 371 предприятия в отрасли.

ГЛОБАЛ ФАНКШНЛ ДРИНКС — молодая компания по производству безалкогольных газированных напитков. Объем инвестиций третьей на российском рынке напитков компании (после **PepsiCo** и «Балтики») составляет 3,5 млрд рублей. Выпускает такие напитки, как **E-ON**, **Fresh Bar**, **Tornado Energy**, **Ilyinskie limonades**. В 2020 году выручка составила 3,3 млрд руб.

Компания «Арвитекс» — это торговая компания, предлагающая широкий ассортимент товаров для дома и косметических средств высокого качества по доступной цене. Специализируется на производстве продукции собственных брендов: **Master FRESH**, **EXXE**, **Emily Style**, **Fresh idea**, **PARLO**, а также производит товары под частными торговыми марками федеральных («АШАН», «О'кей») и региональных сетей. Выручка за 2020 год составила 832 млн руб.

О ДОБЛЕСТЯХ, О ПОДВИГАХ, О СЛАВЕ...

НАГРАЖДАЕМ ЛУЧШИХ

По итогам каждого квартала и всего календарного года, мы традиционно награждаем лучших специалистов по каждой профессии и победителей в своих категориях.

Коллектив ЛБК Маркетинг Про — это коллектив профессионалов, постоянно повышающих свое мастерство, стремящихся к лидерству, покорению новых вершин и приобретению новых знаний и навыков. Благодаря упорной и самоотверженной работе каждого из членов команды, компания стремительно идет к достижению стратегических целей, каждый раз повышая планку. Мы уверенно удерживаем свою лидерскую позицию в нашей конкурентной и сложной отрасли. Именно поэтому очень

важно отметить тех, кто сумел наряду с остальными членами команды вложиться еще немного больше и стать примером для других. По доброй традиции, мы ежеквартально подводим итоги работы компании, отмечаем лучших коллег, показавших наиболее высокие достижения в своей профессии.

В дополнение к награждению лучших в профессиональных достижениях, по доброй традиции нашей компании, мы каждый квартал отмечаем специальными призами коллег, отработавших в нашей команде



определенное количество времени. Каждый из них удостоивается определенно-го «звания за выслугу лет».

ПО ИТОГАМ 1-ГО КВАРТАЛА

Номинация «Лучший менеджер по продажам»:

- 1 место — Забродина Юлия
- 2 место — Зацепина Наталья
- 3 место — Михин Александр, Колмыкова Олеся, Карпенко Дмитрий, Варакина Марина

Номинация «Лучший менеджер по производству»:

- 1 место — Медведева Вера и Гальцов Евгений
- 2 место — Федченко Роман
- 3 место — Андреева Александра

Почетных званий «за выслугу лет» удостоились:

- Шаталова Вероника — 3 года работы в ЛБК, звание «Супермен» и
- Гнутов Сергей — 1 год работы в ЛБК, звание «Крепкий орешек».





Номинация «Лучший менеджер по продажам»:

- 1 место — Врублевская Елена
- 2 место — Забродина Юлия и Колмыкова Олеся
- 3 место — Михин Александр и Зацепина Наталья

Номинация «Лучший менеджер по производству»:

- 1 место — Гальцов Евгений и Медведева Вера
- 2 место — Андреева Александра
- 3 место — Федченко Роман и Иноземцев Сергей

Почетных званий удостоились:

- Иванов Олег — более 5 лет работы в ЛБК, звание «Золотой Будда»
- Андреева Александра и Клычмамедов Ата — 3 года работы в ЛБК, звание «Супермен»
- Некрасова Евгения, Никешин Дмитрий и Белкин Олег — 1 год работы в ЛБК, звание «Крепкий орешек»

Номинация «Лучший менеджер по продажам»:

- 1 место — Забродина Юлия и Врублевская Елена
- 2 место — Карпенко Дмитрий и Варакина Марина
- 3 место — Колмыкова Олеся, Зацепина Наталья

Номинация «Лучший менеджер по производству»:

- 1 место — Медведева Вера и Андреева Александра
- 2 место — Иноземцев Сергей и Савина Елена
- 3 место — Федченко Роман и Гальцов Евгений

Почетных званий удостоились:

- Исполнительный директор Горностаева Наталия — 15 лет работы в ЛБК, звание «Корпоративный Атлант»
- Иванова Марина — 3 года работы в ЛБК, звание «Супермен»
- Земскова Наталия, Медведева Вера, Дрожжина Марина, Жухлистов Борис, Саенкова Ирина, Бриль Виктория, Краснов Дмитрий — 1 год работы в ЛБК, звание «Крепкий орешек»

Дополнительных наград удостоились:

- Ассистент клиентского отдела — Дрожжина Юлия
- Группа новых продаж в составе — Дудиной Елены, Бриль Виктории и Кириченко Дмитрия
- Коллектив макетного участка — Захаров Александр, Новиков Артем, Новиков Юрий и Ермаков Станислав.



О ДОБЛЕСТЯХ, О ПОДВИГАХ, О СЛАВЕ...

ПО ИТОГАМ 4-ГО КВАРТАЛА



1 МЕСТО



2 МЕСТО



3 МЕСТО



3 МЕСТО

**Номинация
«Лучший менеджер по продажам»:**

- 1 место — Забродина Юлия
- 2 место — Врублевская Елена и Колмыкова Олеся
- 3 место — Варакина Марина

**Номинация
«Лучшая Клиентская группа»:**

Группа Z

**Номинация
«Лучший менеджер по производству»:**

- 1 место — Медведева Вера
- 2 место — Григорович Светлана
- 3 место — Андреева Александра и Иноземцев Сергей

Почетных званий удостоились:

Заместитель главного бухгалтера — Звягина Наталья — 10 лет работы в ЛБК, звание «Алмазный Фонд»

Руководитель отдела верстки и дизайна — Юнусов Роман — 5 лет работы в ЛБК, звание «Золотой Будда»

Старший менеджер по работе с клиентами — Михин Александр — 3 года работы в ЛБК, звание «Супермен»

Барышникова Валерия и Харлампьев Вячеслав — 1 год работы в ЛБК, звание «Крепкий орешек»

**Номинация
«Лучший менеджер по продажам»:**

- 1 место — Забродина Юлия
- 2 место — Врублевская Елена
- 3 место — Колмыкова Олеся и Варакина Марина

**Номинация
«Лучшая Клиентская группа»:**

Группа Z

**Номинация
«Лучший менеджер по производству ПРМ-1»:**

- 1 место — Андреева Александра
- 2 место — Гальцов Евгений
- 3 место — Иноземцев Сергей

**Номинация
«Лучший менеджер по производству ПРМ-2»:**

- 1 место — Медведева Вера
- 2 место — Федченко Роман

Дополнительных наград удостоились:

Лучший конструктор промоупаковки — Иванова Марина

Лучший конструктор Гофро-POSM — Шилина Александра

Лучший дизайнер — Костенич Ольга

Лучший верстальщик — Жухлистов Борис

Лучший макетчик — Захаров Александр

ПО ИТОГАМ 2021 ГОДА

СПАСИБО ВСЕМ ПРИЗЕРАМ И В ЦЕЛОМ КОЛЛЕКТИВУ ЛБК МАРКЕТИНГ ПРО. ВЫ — ЛУЧШИЕ!

Дорогие коллеги!

Позади очередной замечательный год жизни нашей компании, который ушел в историю. Эту историю пишем мы с вами, вкладывая свой упорный труд и свои разнообразные таланты в общую Миссию нашей Компании — создавать лучшие решения в сфере POSM и рекламных материалов для наших клиентов!

Вместе мы идем по этому пути уже более 10 лет, и пусть наш совместный и успешный путь продлится еще многие годы и десятилетия!



*Ю. В. Кондратьев,
Основатель и Генеральный
директор ЛБК Маркетинг Про*





КОРПОРАТИВНОЕ ПЕРИОДИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ
WWW.LBK-MPRO.RU