

Все под рукой!



Вертикальный накопитель
Attache



- Для хранения каталогов, журналов формата А4.
- Изготовлен из полистирола.
- Имеет удобное окошко для маркировки.
- Ширина – 95 мм.

attache

• office magazine •

№ 9 (26) СЕНТЯБРЬ 2008

журнал о жизни в офисе и за его пределами

Office
www.officemagazine.ru

журнал о жизни в офисе и за его пределами
Magazine

ДИРЕКТ-МЕЙЛ

Реклама с адресной
доставкой



№ 9 (сентябрь) 2008

ВНИМАНИЕ, РОЗЫСК!
Как работают HR-агентства

КАСКО С ГАРАНТИЕЙ
Кому помогает страховка

МОКРОЕ ДЕЛО
Все виды водного фитнеса

РИСОВАТЬ И СТРОИТЬ
Курсы интерьерного дизайна

УМНЫЕ БОНУСЫ – ТОЛЬКО В «КОМУСЕ»!



А сейчас розничная сеть магазинов «Комус» ищет своего 100-тысячного Постоянного Покупателя!



Внимание! Изменился график работы магазинов «Комус»!

МЕТРО	АДРЕС	ТЕЛЕФОНЫ	ГРАФИК РАБОТЫ
Авиамоторная	Боровая, 20	360-59-15	Пн. - пт. 9 ⁰⁰ -20 ⁰⁰ ; сб. 10 ⁰⁰ -18 ⁰⁰ ; вс - вых.
★ Академическая	Новочерёмушкинская, 1/14, к. 3	8-499-126-03-68	Пн. - пт. 9 ⁰⁰ -21 ⁰⁰ ; сб. 10 ⁰⁰ -19 ⁰⁰ ; вс - вых.
Аэропорт	Часовая, 16	152-91-44	Пн. - пт. 9 ⁰⁰ -20 ⁰⁰ ; сб. 10 ⁰⁰ -18 ⁰⁰ ; вс - вых.
Багратионовская	Барклай, 7/1	142-42-62	Пн. - пт. 9 ⁰⁰ -20 ⁰⁰ ; сб. 10 ⁰⁰ -18 ⁰⁰ ; вс - вых.
★ Белорусская	Лесная, 4	251-29-11	Пн. - пт. 9 ⁰⁰ -21 ⁰⁰ ; сб. 10 ⁰⁰ -19 ⁰⁰ ; вс - вых.
Варшавская	Варшавское ш., 75/1	8-499-619-48-00	Пн. - пт. 9 ⁰⁰ -20 ⁰⁰ ; сб. 10 ⁰⁰ -18 ⁰⁰ ; вс - вых.
ВДНХ	Космонавтов, 12	682-00-45	Пн. - пт. 9 ⁰⁰ -20 ⁰⁰ ; сб. 10 ⁰⁰ -18 ⁰⁰ ; вс - вых.
Коломенская	Пр. Андропова, 26	8-499-612-40-23	Пн. - пт. 9 ⁰⁰ -20 ⁰⁰ ; сб. 10 ⁰⁰ -18 ⁰⁰ ; вс - вых.
Молодежная	Ярцевская, 34	8-499-140-95-79	Пн. - пт. 9 ⁰⁰ -20 ⁰⁰ ; сб. 10 ⁰⁰ -18 ⁰⁰ ; вс - вых.
Новогиреево	Зеленый пр-т, 66, к. 1	301-22-22	Пн. - пт. 9 ⁰⁰ -20 ⁰⁰ ; сб. 10 ⁰⁰ -18 ⁰⁰ ; вс - вых.
Отрадное	Декабристов, 2, к. 2	904-10-64	Пн. - пт. 9 ⁰⁰ -20 ⁰⁰ ; сб. 10 ⁰⁰ -18 ⁰⁰ ; вс - вых.
Павелецкая	Дубининская, 11/17	995-00-83	Пн. - пт. 9 ⁰⁰ -20 ⁰⁰ ; сб. 10 ⁰⁰ -18 ⁰⁰ ; вс - вых.
Первомайская	Первомайская, 100	465-37-37	Пн. - пт. 9 ⁰⁰ -20 ⁰⁰ ; сб. 10 ⁰⁰ -18 ⁰⁰ ; вс - вых.
Перово	3-я Владимирская, 31/33	305-37-62	Пн. - пт. 9 ⁰⁰ -20 ⁰⁰ ; сб. 10 ⁰⁰ -18 ⁰⁰ ; вс - вых.
Полежаевская	Куусинена, 5	8-499-943-11-97	Пн. - пт. 9 ⁰⁰ -20 ⁰⁰ ; сб. 10 ⁰⁰ -18 ⁰⁰ ; вс - вых.
★ Пр. Вернадского	Ленинский пр-т, 99	935-50-80	Пн. - пт. 9 ⁰⁰ -21 ⁰⁰ ; сб. 10 ⁰⁰ -19 ⁰⁰ ; вс - вых.
Проспект Мира	Проспект Мира, 61/8, стр. 3	600-63-00	Пн. - пт. 9 ⁰⁰ -20 ⁰⁰ ; сб. 10 ⁰⁰ -18 ⁰⁰ ; вс - вых.
Савеловская	Бутырская, 7	685-29-18	Пн. - пт. 9 ⁰⁰ -20 ⁰⁰ ; сб. 10 ⁰⁰ -18 ⁰⁰ ; вс - вых.
Семеновская	Щербаковская, 55/35	8-499-166-86-06	Пн. - пт. 9 ⁰⁰ -20 ⁰⁰ ; сб. 10 ⁰⁰ -18 ⁰⁰ ; вс - вых.
Сокольники	Стромынка, 5	268-26-19	Пн. - пт. 9 ⁰⁰ -20 ⁰⁰ ; сб. 10 ⁰⁰ -18 ⁰⁰ ; вс - вых.
Сходненская	Б-р Яна Райниса, 14, к. 1	949-59-89	Пн. - пт. 9 ⁰⁰ -20 ⁰⁰ ; сб. 10 ⁰⁰ -18 ⁰⁰ ; вс - вых.
Таганская	Новоспаский пер., 3/2	911-78-95	Пн. - пт. 9 ⁰⁰ -20 ⁰⁰ ; сб. 10 ⁰⁰ -18 ⁰⁰ ; вс - вых.
Тулльская	Малая Тульская, 25	952-34-11	Пн. - пт. 9 ⁰⁰ -20 ⁰⁰ ; сб. 10 ⁰⁰ -18 ⁰⁰ ; вс - вых.
г. Зеленоград	Корпус 1818	363-56-08	Пн. - пт. 9 ⁰⁰ -20 ⁰⁰ ; сб. 10 ⁰⁰ -18 ⁰⁰ ; вс - вых.
г. Мытищи	Вокзальная площадь, 2	363-56-10	Пн. - пт. 9 ⁰⁰ -20 ⁰⁰ ; сб. 10 ⁰⁰ -18 ⁰⁰ ; вс - вых.

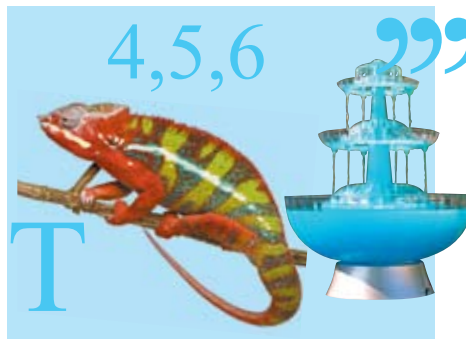


Журнал Office Magazine и компания «Комус» представляют интеллектуальный проект для наших читателей
Проверь свой IQ

САМЫЙ НАХОДЧИВЫЙ И СООБРАЗИТЕЛЬНЫЙ

ИСПЫТАЙТЕ СВОЮ УДАЧУ!
УЧАСТВУЙТЕ
И ВЫИГРЫВАЙТЕ!

Устали на работе?
Сделайте 5-минутный перерыв!
Первые 10 участников, разгадавшие зашифрованные в ребусах слова и приславшие правильные ответы, получат приятный подарок!



Ответы присылайте по адресу writer@bony.komus.net (Наталии Рогожиной), с пометкой «Викторина».
Внимание! Не забудьте указать свои данные: Ф.И.О., телефон, название и фактический адрес компании, должность.
Список победителей и правильные ответы будут опубликованы в следующем номере журнала.

Победители августовской викторины:

1. Прохорова Екатерина Александровна, ООО «Уолд билдинг контракт», менеджер.

2. Воронина Ольга Владимировна, ООО «ИТКОЛ-сервеинг», секретарь-референт.

3. Трофимова Екатерина Александровна, ООО «Логистика-Сервис», экономист.

4. Михайлова Татьяна, ЗАО «Управление Проектами», управляющий музыкального клуба «Караоке Бум».

5. Мелехова Наталия, ФЗАО НПК «КАТРЕН», руководитель отдела персонала.
6. Жарикова Ольга Вячеславовна, ООО «Деловые Линии», менеджер по подготовке персонала.

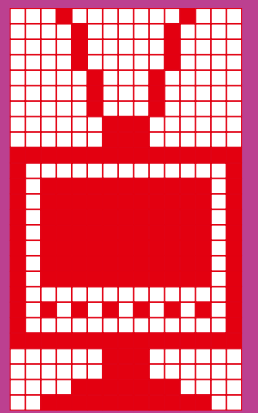
7. Таранина Маргарита Юрьевна, ООО «Манометр», офис-менеджер.

8. Почиталкина Ольга Валентиновна, ООО «ТРЭК», экономист.

9. Мартынова Екатерина Владимировна, ООО «Пирот Вин Интернэженел», секретарь.

10. Бородина Анна Алексеевна, ТД «Крона», офис-менеджер.

Правильный ответ на кроссворд из предыдущего номера: ТЕЛЕВИЗОР



ежемесячный журнал

Office Magazine

№ 9 (26) сентябрь 2008

СОДЕРЖАНИЕ

10 ПОСТ №1



Оборудование для зоны ресепшен

52 НЕ ТОЛЬКО ШЕРБУРГСКИЕ ЗОНТИКИ



Главный аксессуар дождливого сезона

72 УЧЕБНАЯ ЭМИГРАЦИЯ



Высшее образование за границей

6

ПИСЬМЕЦО В КОНВЕРТЕ ПОВОДИ, НЕ РВИ...

Директ - мейл - еще один способ реализовать бизнес-идею

ЧТО НОВОГО

2. **НОВОСТИ**
События, факты, комментарии
4. **ВИТРИНА**
Интересные и практичные товары

ПО ДЕЛУ

6. **КРУПНЫМ ПЛАНом ПИСЬМЕЦО В КОНВЕРТЕ ПОВОДИ, НЕ РВИ...**
Директ - мейл - еще один способ реализовать бизнес-идею
10. **ХОРОШО СИДИМ ПОСТ №1**
Оборудование для зоны ресепшен
14. **ВАЖНЫЕ МЕЛОЧИ ВЫСШЕГО КЛАССА!**
Канцелярские наборы для уважаемых людей
15. **ОРГВОПРОСЫ ЧУДО-ЮДО ДИВО-ПЕЧЬ**
Какую микроволновку купить для офиса?
22. **АТМОСФЕРА ОФИСНАЯ ДЕДОВЩИНА**
Что делать, если вас не любят на работе?
26. **РАБОЧИЙ ПОЛДНИК БИЗНЕС-УЖИН**
Где поесть и поговорить о деле
30. **СФЕРА УСЛУГ ВНИМАНИЕ, РОЗЫСКИ!**
Как работают кадровые агентства?
34. **ТЕСТ OFFICE MAGAZINE ПОЗВОНИ МНЕ, ПОЗВОНИ**
Выбираем банк по телефону

ДЛЯ УМА

38. **КНИЖНЫЙ КЛУБ ЖИЗНЬ+КАРЬЕРА**
Что почитать?
40. **ЛИЧНЫЙ ИНТЕРЕС КАСКО С ГАРАНТИЕЙ**
Кому помогает автомобильная страховка?
43. **В КОПИЛКУ «ЧЕРНЫЙ СПИСОК» АЗС МОСКВЫ**
По мнению столичного департамента природопользования и охраны окружающей среды
46. **ОЧЕВИДНОЕ-НЕВЕРОЯТНОЕ ДРУГАЯ РЕАЛЬНОСТЬ**
Законы и жители виртуального мира
49. **ШКОЛА РОСТА АХО: ЧТОБЫ ВСЕ РАБОТАЛО**
Курсы для профессиональных хозяев

СТИЛЬ

52. ДРЕСС-КОД

НЕ ТОЛЬКО ШЕРБУРГСКИЕ ЗОНТИКИ

Главный аксессуар дождливого сезона

56. САЛОН КРАСОТЫ

А НЕ ПОРА ЛИ НА ПАРАФАНО?

Популярная процедура для всех и каждого

59. КОСМЕТИКА

ВСЕ КРАСКИ ЖИЗНИ В ГОСТИ К НАМ

А что мы знаем о красках для волос?

ЗДОРОВЬЕ

64. ФИЗКУЛЬТПРИВЕТ

МОКРОЕ ДЕЛО

Все виды водного фитнеса

69. 36,6

ВЕРНИТЕ ЛЮДЯМ FERRUM

Как бороться с анемией?

ДЛЯ ДУШИ

72. ЖЕНСКОЕ СЧАСТЬЕ

УЧЕБНАЯ ЭМИГРАЦИЯ

Высшее образование за границей

76. ПОТЕХЕ ЧАС

РАБОТА - GO OUT!

Ночь с музыкой

80. ПЕРСОНА

ОБЫКНОВЕННАЯ ИСТОРИЯ

Необыкновенного начальника АХО

84. ХОББИ

РИСОВАТЬ И СТРОИТЬ

Курсы интерьерного дизайна

88. ОТДЫХАЕМ

Читать, смотреть, слушать

ТОРГОВЫЙ РЯД

90. СПРАВОЧНАЯ

Услуги, информация, предложения

92. КАТАЛОГ

РЕШЕНИЯ ДЛЯ ШКОЛЫ И ОФИСА

Калькуляторы Casio

94. ВСЕ ДЛЯ РЕКЛАМЫ

ТОВАРЫ ОТ КОМПАНИИ VRT

Шеф-редактор: Алексей Ищенко • Главный редактор: Оксана Королева • Обозреватель: Евгения Стышнёва •
 Дизайн, верстка, препресс: Инна Недосекина • Обложка - Антон Батов • Художник: Евгений Кран • Менеджер по распространению: Наталья Серегина •
 Руководитель отдела рекламы: Елена Карцева • Менеджеры по рекламе: Елена Виноградова • Ольга Смирнова
 Телефон/факс: (495) 623-23-24 (отдел рекламы), (495) 917-90-18 (редакция) • E-mail: vev45@komus.net, som035@komus.net (отдел рекламы), ok@officemagazine.ru (редакция).
 Адрес редакции: 119017 г. Москва, Старомонетный пер., д. 9, стр. 1 • Адрес для писем и курьерской доставки: 105062, Москва, Лялин пер., д. 10/14.
 Тираж 60 000 экз. Распространяется в офисах г. Москвы. • Свидетельство о регистрации ПИ №ФС77-25368 • ООО «ТС Кому» 119017 г. Москва, Старомонетный пер., д. 9, стр. 1.
 Перепечатка материалов, опубликованных в журнале Office Magazine, только с разрешения редакции журнала. Мнение авторов может не совпадать с мнением редакции.

ЭЛЕКТРОННУЮ ПОДПИСЬ В СЧЕТАХ-ФАКТУРАХ ИСПОЛЬЗОВАТЬ НЕЛЬЗЯ



Как сообщил Минфин в Письме от 21/08/2008 № 03-03-06/1/478, счета-фактуры не являются первичными документами, а служат основанием для принятия предъявленных сумм налога к вычету или возмещению. Кроме того, Правилами ведения журналов учета полученных и выставленных счетов-фактур, книг покупок и книг продаж при расчетах по НДС, утвержденными постановлением Правительства РФ также не предусмотрен порядок, позволяющий использовать электронно-цифровые подписи руководителя и главного бухгалтера организации. ■

ДАВАЙТЕ ДОГОВОРИСЯ!

От чего зависит благополучный исход любого конфликта — будь то ссора соседей, разногласия между государствами или военно-политический кризис? Эксперимент психолога Дэвида Уинтера (David Winter) из Мичиганского университета (США) подтвердил: шансы на позитивный результат выше, когда участники готовы разбираться в сложных взаимоотношениях и нацелены на конструктивный результат, а стремление доказать свое превосходство к добру не приводит. Также повышенное чувство ответственности усугубляет ситуацию. Объясняется это, тем, что разрешить конфликт невозможно односторонними усилиями: необходимы взаимодействие и гибкий баланс обоюдной ответственности. ■

РЕШЕНА ПРОБЛЕМА СЛАБОГО ПРИЕМА СОТОВОГО СИГНАЛА!

Проблема недостаточного приема сотового сигнала GSM в офисе теперь может быть решена с установкой репитера Shyam HB-20 производства индийской компании Shyam Telecom. Этот надежный и компактный, экологически безопасный усилитель обеспечивает покрытие качественной связью GSM до 500 м2. Использование простого в применении репитера GSM с автоматической настройкой параметров и полным набором для самостоятельной установки полностью избавит вас от любых погрешностей, связанных со слабым сигналом оператора сотовой связи. ■

ГОСДУМА РАССМОТРИТ ЗАКОНОПРОЕКТ О ЗАПРЕТЕ РЕКЛАМНЫХ ПАУЗ В ФИЛЬМАХ

В Госдуму внесен законопроект, согласно которому телеканалы будут обязаны транслировать художественные фильмы без рекламных пауз. Законопроект внес в нижнюю палату парламента спикер Совета Федерации Сергей Миронов. «Постоянное прерывание художественного фильма назойливой рекламой мешает его восприятию как творческого произведения и ущемляет права телезрителя», - заявил он.

В настоящее время прерывать рекламными паузами, равно как снабжать «бегущей строкой», запрещено передачи длиной до 15 минут и религиозные программы. Если внесенный Мироновым законопроект примут, художественные фильмы станут третьим пунктом данного перечня. ■

ПОТЕРЯЛИ? НЕ БЕДА!

Если вы потеряли или нашли паспорт, права, зонтик, перчатки, собаку или кошку, вам нужно оставить бесплатное объявление в базе «Бюро Находок» на сайте www.buronahodok.info. Там собирается информация как от частных лиц, так и от различных региональных бюро находок, столов находок, бюро находок транспортных компаний, метрополитена, а также вокзалов и станций. Все объявления, которые публикуются на портале, проходят проверку модераторами. Также работает функция «Расширенный поиск», которая позволит искать объявления по точным запросам с полным указанием характеристик потерянного или найденного предмета. ■

ПРИСТУПИМ К ЗАВТРАКУ

Убежать на работу без завтрака, избавившись от лишних калорий? Эксперимент британского доктора Хамида Р. Фарши (Hamid R. Farshchi) из Ноттингемского университета подтверждает: утренний прием пищи особенно важен. Ученый оставлял без завтрака здоровых стройных женщин от 19 до 38 лет и через две недели отметил у них повышение уровня общего и «плохого» холестерина и снижение чувствительности тканей к действию инсулина, регулятора уровня сахара в крови. Вдобавок проголодавшиеся дамы начали переедать в обед и ужин. Полноценный же завтрак на основе продуктов из цельного зерна восстанавливает упавший за ночь сахар, стабилизирует выработку инсулина, укрощает голод и помогает выстроить здоровый (с точки зрения питания) день. ■



МОСКОВСКИМ ШКОЛЬНИКАМ ВЫДАДУТ КАРТЫ УЧАЩИХСЯ

Московским школьникам выдадут карты учащихся. С помощью них они смогут оплачивать питание. Новая технология, внедрение которой началось с 1 сентября, до конца текущего года будет доступна в 194 школах Москвы, а в перспективе – более чем в 1500 московских школах. Первоначально карта учащегося использовалась как проездной билет на метро и пропуск в школу. В ближайшей перспективе функционал карты учащегося будет расширяться и совершенствоваться, обещают столичные власти. ■

ОФИСНАЯ СТАТИСТИКА

Как выяснили сотрудники рекрутинговой компании Office Angels, за годы своей карьеры, которая по длительности приравнивается к 60 тыс. часам, работники выпивают около 32 тыс. чашек чая или кофе и делают около 110 тыс. телефонных звонков. В течение своей трудовой жизни они составляют около 50 тыс. списков срочных дел, получают около 320 тыс. электронных писем. Любопытно, что всю эту рутину сотрудники разбавляют как могут, например, завязывают интрижки на рабочем месте. Любители служебных романов составляют 40% всех сотрудников. Остальные развлекают себя простым рассматриванием коллег, на что уходит в среднем 600 часов от всей карьеры. ■

В ВЕЛИКОБРИТАНИИ ПРОДАЮТ ОЧКИ С ФОТОКАМЕРОЙ

В торговую сеть Великобритании поступило очередное приспособление для современных последователей Джеймса Бонда – темные очки со встроенной в них фотокамерой. Как сообщает газета «Таймс», очки-шпионы способны сделать до 15 тысяч цветных цифровых фотографий. Стоимость очков – 165 долларов. Приобрести их может каждый – ограничений на продажу нет. Фотоаппарат, объектив которого спрятан во фронтальную часть оправы, приводится в действие специальной кнопкой дистанционного управления. Последнюю можно прятать либо в кармане, либо в рукаве. Аккумуляторная батарея рассчитана на 2 часа непрерывной работы. Сделанные фотографии записываются на микрочип. Помимо последователей Джеймса Бонда такие очки обязательно пригодятся в работе, например, во время работы на выставках, презентациях и прочих деловых мероприятиях. ■



Анна Пензева

8 (910) 483-66-29 МОСКВА

Бухгалтерское обслуживание
Ваши личные бухгалтеры

Большой опыт работы

Постоянная доступность
(экономия времени и нервов)

Работа лично со мной
(ни менеджеров, ни "заместителей")

Мобильность

Со мной приятно и комфортно работать.

Я всегда на связи, я приезжаю к вам в офис подписывать документы, я всегда готова дать консультацию по бухгалтерским и смежным вопросам.

Позвоните. Возможно, вы искали именно меня.

www.penzeva.ru



Создать красивый рекламный плакат – полдела. Важно еще суметь правильно и прочно закрепить его в нужном месте.

И ПУСТЬ ВСЕ СМОТРЯТ!

Компания BPT представляет новую тросовую систему подвеса рекламно-информационных носителей MEGA. Система представляет собой разнообразные крепежные элементы из анодированного алюминия и позволяет конструировать информационные стойки и стенды, разрабатывать оригинальные системы визуальной коммуникации или указателей, размещать в интерьере фотографии, отказавшись от банальных рамок, оформлять витрины.

Система Мега удерживает любой вес, хорошо сочетается с акрилом и другими пластиками и является идеальным решением при размещении информационных носителей в пространстве без привязки к стенам. Легкость восприятия, прозрачность конструкции, дизайн в стиле минимализм позволяет использовать систему в различных помещениях, адаптируя ее под конкретные цели, создавая единое рекламно-информационное пространство.

ГДЕ КУПИТЬ: Компания BPT
тел. (495) 786-36-46
www.vrt-katalog.ru



Если выражение «привязан к телефону» в вашем случае не образ, а суровая правда бытия – значит, эта новинка наверняка окажется вам чрезвычайно полезной.

120 МЕТРОВ СВОБОДЫ

Теперь у вас нет необходимости постоянно сидеть за рабочим столом. Можно вполне пройтись по кабинету или даже выйти в коридор, без риска пропустить важный звонок. Свободу перемещений вам подарит новая гарнитура Jabra GN9330e от компании GN Netcom. Устройства серии GN9300e можно напрямую присоединить к стационарному телефону или IP-софтфону. Они обеспечивают качественный звук на расстоянии до 120 метров и оснащены новым выносным микрофоном boom-arm, который обеспечивает совершенную защиту от фоновых шумов и полный комфорт при пользовании на протяжении всего рабочего дня.

ГДЕ КУПИТЬ: сеть магазинов «Эльдорадо»
Тел. (495) 8-800-555-11-11
www.eldorado.ru



После душа не хочется брать в руки полотенце? Сухая кожа требует «глотка воды»? Все понятно – солнце, ветер и сомнительный городской воздух сделали свое черное дело.

МАЛО КРЕМА? ДОБАВЬТЕ СЛИВОК!

Вашему телу срочно нужен уход! Причем, походы по салонам красоты совсем не обязательны. Вполне достаточно хорошего средства по уходу за телом. Качественного, экологичного, безопасного для здоровья и красоты, а также эффективного и просто красивого. Все эти характеристики полностью совпадают с новинкой от марки Boots. Крем-сливки Mediterranean – без преувеличения воздушный крем для интенсивного ухода за кожей тела. Помимо восхитительной консистенции и манящей отдушки, он к тому же богат на крайне полезные для кожи компонентами: масла сладкого миндаля и бергамота, фисташки и лимон, авокадо и апельсин, мед и абрикос – эти аппетитные ингредиенты способны не только подарить коже необходимую влагу, но и насытить ее полезными витаминами.

ГДЕ КУПИТЬ: сеть аптек 36,6
тел. (495) 797-63-66
www.366.ru



Осеннее увядание и унылый монохром не коснутся вашего офиса, если вы заранее позаботитесь о зеленых собратях – цветах.

«ОТЦВЕЛИ УЖ ДАВНО ХРИЗАНТЕМЫ В САДУ...»

С цветочницами из ассортимента специализированного каталога делать это совсем просто. Освободите подоконники и поверхности рабочих столов от многочисленных горшков! Гораздо эффективнее они будут смотреться в многосекционных цветочницах, создавая впечатление вечнозеленого дерева, или на специальных, облицованных шпоном из ценных пород дерева, столиках.

Некоторые цветочницы содержат выдвижные ящики, которые могут стать хранилищем небольшого «садового инвентаря». Выполненные из металла или прочной и неприхотливой в уходе МДФ, цветочницы не только привнесут уют в интерьер, но и создадут удобные условия для ухода за растениями. Ваш сад будет цвести круглый год, радуя посетителей красками лета, а сотрудников – постоянным притоком кислорода в офисе!

ГДЕ КУПИТЬ: компания «Комус»
тел. (495) 258-258-8
www.komus.ru



В любом офисе должны быть: электрочайник, микроволновка и... холодильник. А чтобы морозильный агрегат вписался в офисные кухни, нужен подходящий размер.

МАЛЕНЬКИЙ ДА УДАЛЕНЬКИЙ

Например такой, как у однокамерного мини-холодильника FR-061A от DAEWOO Electronics с объемом 59 литров. В этой модели нет ничего лишнего, зато есть масса неоспоримых преимуществ: компактные размеры, оптимальная эргономика, элегантный дизайн. Этот малыш отлично впишется в интерьер любого помещения: его можно убрать в шкаф или поставить на тумбочку. Несмотря на свои небольшие габариты, холодильник FR-061A очень эргономичен. Удобный дизайн отсеков позволяет максимально эффективно использовать внутреннее пространство. В устройстве предусмотрена возможность регулировки температурного режима, а значит летом вы вполне сможете побаловать себя мороженым или холодным морсом, а в другие времена года сохранить свои фруктовые и овощные салаты в самом что ни на есть свежем виде.

ГДЕ КУПИТЬ: сеть магазинов «Техносила»
Тел. (495) 777-8-777
www.tehnosila.ru



Один из самых популярных и стильных канцелярских брендов в России, японская марка Pilot приготовила для своих поклонников приятный сюрприз.

СТОЙКИЙ, НО НЕ ОЛОВЯННЫЙ

Речь идет о перманентных маркерах, которые без сомнения станут такими же любимыми и незаменимыми, какими стали уже ручки Pilot. Новые маркеры легко и качественно пишут на любых поверхностях и снабжены удобным картриджем, который заменяется подобно картриджам для перьевых ручек. Прозрачный корпус маркеров позволяет контролировать расход чернил, что весьма удобно в пользовании. Помимо одиночных маркеров, марка Pilot представляет также набор маркеров из пяти насыщенных цветов для эмалевых досок. И еще одно приятное дополнение: пластик корпуса изготовлен на 92% из переработанного пластика, что только подчеркивает бережное отношение корпорации PILOT к ресурсам Земли.

ГДЕ КУПИТЬ: компания «Комус»
тел. (495) 258-258-8
www.komus.ru



Шоколад – отличный допинг в течение всего рабочего дня. Сладкий кусочек и стресс нейтрализует, и на трудовой подвиг вдохновит.

МОЙ СЛАДКИЙ!

Настоящие любители шоколада прекрасно знают, что под одним и тем же названием кроется самый разный продукт: от дешевых соевых плиток до настоящего элитного шоколада. Одним из таковых являются продукты швейцарской шоколадной компании Lindt. Девиз этих шоколадных творений – качество и изысканность. А секрет успеха – в сочетании самых лучших ингредиентов с самыми современными технологиями. Процесс приготовления шоколадного шедевра от Lindt достаточно кропотлив: отбор специальных какао-бобов, обжаривание зерен до появления особенного аромата, отделение оболочки обжаренных бобов и дальнейшее перемалывание их на специальной мельнице и, наконец, кронширование (смешивание) образовавшегося порошка какао с другими ингредиентами, такими как масло какао, сахар, молоко, орехи и ваниль. Такая вот хитрая технология. Зато и результат соответственный: вкус этого шоколада воистину вдохновляет к жизни.

ГДЕ КУПИТЬ: сеть магазинов «Стокманн»
Тел. 495 980 82 82
www.stockmann.ru



Универсальные, модные и стильные вещи обязательно должны быть в гардеробе любой модной девушки, независимо от того, кем и где она работает.

И В ПИР, И В МИР, И В ДОБРЫЕ ЛЮДИ!

Идеальный вариант такой одежды предлагает модная марка s.Oliver Casual, в осенней коллекции которой представлено много интересных решений, в том числе и эта очаровательная дутая безрукавка с меховой оторочкой и отстегивающимся капюшоном. Безрукавка отлично подойдет для тех, кто предпочитает уличный стиль или стиль кантри. В ней удобно, тепло и очень уютно. Носить эту безрукавку рекомендуется либо в сочетании с джинсами и стильной футболкой, либо в комплекте с классической блузкой и узкими джинсами-скини. Внимание! Классические брюки с этой озорной и оригинальной моделью «не дружат».

ГДЕ КУПИТЬ: ТЦ «Атриум»
тел. (495) 970-15-55
www atrium.su

Письмецо в конверте погоди, не рви!

Директ-мейл - еще один способ реализовать бизнес-идею



текст:
Оксана КОРОЛЕВА

Любите ли вы получать письма? Ответ на этот вопрос уже давно неочевиден. Чем популярнее становится электронная почта и прочие виртуальные контакты, тем меньше желания заглядывать в почтовый ящик. В лучшем случае там может обнаружиться счет за коммунальные услуги. А в худшем? Правильно – бесплатная реклама.

На языке профессионалов прямая адресная рассылка рекламных вложений называется директ-мейлом (ДМ) и является одним из наиболее мощных маркетинговых инструментов в мире. Учебники по маркетингу утверждают, что прямая почтовая рассылка – уникальное соединение рекламы и продажи. И хотя хорошая реклама обязательно должна привести к продаже, прямая почтовая рассылка позволяет вам одновременно представить товар или услугу, сделать предложение и завершить сделку! К сожалению, обещания теоретиков не всегда сбываются в жизни, оттого и отношение к директ-мейлу неоднозначное. В чем же дело? Почему одним адресные рассылки помогают в бизнесе, а другие только зря тратят свои бюджеты?

Идем на рынок

По мнению экспертов, всех игроков на рынке директ-мейла можно разделить на три большие группы.

■ 1. Отделение федеральной почтовой связи

Услугами почты пользуются небольшие фирмы, желающие сэкономить денежные средства, или компании с небольшим количеством отправок.

- Преимущества: возможность сэкономить на НДС.

- Недостатки: низкая пропускная способность, неприветливое отношение обсуживающего персонала, потеря товарного вида отправок при сортировке, в итоге – непрезентабельный вид отправок при получении адресатом.

■ 2. ГЦМПП, Главпочтамт, международный почтамт

Это основной конкурент почтовых агентств, который работает с крупными заказчиками и предоставляет весь спектр почтовых услуг (только почтовых).

- Преимущества: доступная стоимость услуг, возможность обработки большого количества отправок.

- Недостатки: более низкое качество обслуживания по сравнению с почтовым агентством, отсутствие в предложении дополнительных услуг, к которым относятся тиражирование, изготовление фирменных конвертов, предоставление адресов целевых групп и др.

■ 3. Почтовое агентство – коммерческая организация

Занимает основную часть рынка почтовых услуг, в первую очередь, за счет улучшения качества обслуживания, сокращения сроков доставки, предоставления сопутствующих услуг и др. Появление

подобных компаний на рынке было обусловлено стремительным ростом экономической грамотности большинства организаций. Однако некоторые компании перешли в этот сегмент рынка из торговли по каталогам, в основном, книгами («Мир Книги», «Книга – почтой»).

- Преимущества: высокая мобильность, большой спектр предоставляемых услуг, высокое качество оказываемых услуг, минимальные потери времени при обработке рассылки, невысокие расценки (обусловлено жесткой конкуренцией на данном рынке).

- Недостатки: отсутствие федеральной поддержки в виде предоставления льготных тарифов для организаций почтовой индустрии. Отсюда – более высокие расценки на услуги.

ДМ решит все проблемы?

Директ-мейл, как и любой другой рекламный инструмент, имеет свои преимущества и недостатки. Среди первых можно назвать избирательное воздействие на аудиторию, возможность четко измерить эффективность послания, уйти от конкуренции с рекламой других компаний, что невозможно при использовании массовых носителей.

«Самое главное, что контакт с содержанием писем происходит подготовленно. Человек устраивается поудобнее, чтобы вскрыть конверт и прочесть письмо. Он подсознательно готовит мозг к восприятию информации. Это огромный плюс по сравнению с тем, как происходит воздействие на потенциального клиента в рекламном блоке на ТВ или радио», – поясняет Денис Михайлин.

Кстати, чем больше будет появляться различных предложений на рынке, тем больше надежд рекламисты возлагают на личное общение с потребителем. И пока такой способ практикуют немногие, он, по мнению специалистов, весьма эффективен. Естественно, по мере увеличения количества писем в почтовом ящике интерес покупателя к рекламной корреспонденции будет уменьшаться.

«Директ-мейл сосредотачивает на себе все внимание получателя в момент прочтения. Влияние «рекламного шума» на изучение и понимание человеком предложения минимизировано и сведено к нулю. Ничто не мешает адресату спокойно вникнуть в содержание письма, – перечисляет преимущества ДМ Денис Михайлин. – Для некоторых видов продукции важно дать потребителю попробовать товар для того, чтобы ему легче было принять решение о покупке. Директ-мейл решает эту



задачу через рассылку так называемых пробников».

И еще один плюс директ-мейла – формы обратной связи. Вложенные в конверт дисконтные карты, анкеты клиента на почтовых карточках, специальные пропуска, например, в ночной клуб не только помогают оценить эффективность рассылки с минимальными затратами, но и увеличивают эту самую эффективность, поскольку содержат призыв к действию. И рассылка форм обратной связи возможна только с помощью директ-мейла.

Недостатки ДМ

Недостатки ДМ, как это нередко бывает, вытекают из преимуществ. «Мы создаем личный, эмоциональный контакт, который важно и дальше удерживать на таком же уровне, что очень сложно. Чаще всего сбои происходят на этапе обработки отклика: компания оказывается просто не готовой продолжать длительные отношения с клиентами. Между тем ДМ-программа – не разовая рассылка, а проект на годы. Его резкое прерывание вызывает такую же реакцию, как, например, ушедший посреди разговора собеседник», – утверждает менеджер по работе с клиентами агентства Media Expert Татьяна Попова.

И в самом деле, директ-мейл – очень нежный инструмент: даже самые незначительные оплошности, которые в массовых коммуникациях никто и не заметит, могут свести на нет все усилия компании. «Поэтому, если есть возможность, лучше пользоваться другими, менее капризными

Мнение эксперта



Денис Михайлин,
директор по развитию
ДМ-агентства

– Ваши советы тем, кто планирует использовать в маркетинговой стратегии бизнеса адресную рассылку?

– Важно понимать, что ДМ-кампания – это очень сложная и многоэлементная акция. Я думаю, чтобы снять и запустить ролик на ТВ, нужно совершить раза в два меньше действий и шагов. Отсюда следует необходимость серьезного подхода и продумывания каждого шага при проведении почтовой рассылки. Рассылка должна быть:

а) встроенной в текущую рекламную кампанию,
б) продуманной и подготовленной как ОСНОВНОЙ элемент воздействия на потребителя.

Также следует иметь в виду, что сердце рассылочной рекламы – это база данных. Я бы настоятельно рекомендовал заказчику готовить базу данных для первичной рассылки самостоятельно, и только в случае полной неосуществимости этого заказывать эту часть ДМ-кампании на стороне, не забыв потом очень серьезно проконтролировать процесс.



способами общения с потребителем», – советуют специалисты.

Какие еще минусы у директ-мейла? В первую очередь, это необходимость каждый раз искать новый способ воздействия на потребителя: даже если рассылка сработала идеально для продажи одного товара, гарантии повторения успеха при продвижении другого вовсе нет. К тому же никогда нельзя поручиться, что письмо будет прочитано потребителем и не вызовет у него негативной реакции. А нередко письма и вовсе остаются невоскрытыми.

Кому и когда нужен ДМ?
По большому счету, директ-мейл – это «последняя миля» любой нормальной рекламной кампании, если следовать принципу медиапланирования AIDA (Attraction – Interest – Desire – Action). Директ-мейл – это побуждение потенциального потребителя к совершению действия (сделки) после того, как его мозг уже достаточно подготовлен к этому шагу средствами традиционной

рекламы. Директ-мейл – удобный и недорогой инструмент оповещения клиентов о событиях: открытии филиала, отдела, запуске нового продукта, распродаже и т.д.

Несмотря на безусловные достоинства директ-мейла, этот маркетинговый инструмент нужен не всем. По мнению наших экспертов, его необходимо использовать в условиях очень жесткой конкуренции, невозможности пробиться к покупателю через массовые носители и ограниченности потребительской аудитории. Как показывает практика, директ-маркетинг вообще и директ-мейл в частности лучше использовать при продвижении не массовых товаров, а, скажем, предметов роскоши, дорогих квартир, автомобилей или же продукции B2B.

Впрочем, прямая почтовая рассылка используется не только для того, чтобы увеличить объем продаж, но и с другими целями. Например, чтобы расширить географию рынка сбыта вашего товара. Можно также использовать прямую почтовую рассылку как способ проверить новые рынки на предмет размещения там ваших магазинов. ДМ – отличный способ выявить потенциальных клиентов, с которыми вы намерены работать в будущем.

Как оценить эффективность?
ДМ-агентствам, которые обещают клиентам сделать их рассылку максимально эффективной, редко верят. Как происходит контроль рассылки? Как отследить судьбу письма, проверить, дошло ли оно до адресата? А если дошло, прочел ли его адресат? А если прочел, то вдохновился ли рекламным предложением? Отвечаем. Существует несколько инструментов контроля на разных этапах рассылки. Серьезные ДМ-агентства могут (и должны!) предоставлять своим клиентам все эти инструменты в комплексе. Специальное оборудование оснащается средствами контроля (счетчиками). По

их показаниям можно следить за скоростью исполнения заказа. После того, как тираж готов к отправке, его экспедируют на почту для последующей адресной рассылки. Служащий почты выписывает официальные документы (накладные), которые исполнитель предоставляет заказчику. Таким образом, клиенты всегда уверены в том, что подрядчик упаковал и передал на почту тот тираж писем, который был заказан и оплачен.

Что же касается контроля эффективности, то он происходит по-разному. Я бы очень рекомендовал использовать для проведения мониторинга эффективности формы обратной связи, потому что это очень надежный способ, – делится опытом Денис Михайлин. – Например, заказчик – чайная компания. Тираж рассылки – 10 000 писем. В конверт вложены буклет, пробный пакет чая и дисконтная карта, которая может быть активирована при первом посещении торговой точки сети в течение 3 месяцев. После этого срока оцениваем количество активированных карт и видим, что 859 человек совершили покупку и стали постоянными клиентами. Эффективность этой ДМ-кампании равна 8,6%».

Сложить цену
В среднем один контакт с адресатом при помощи директ-мейла обойдется фирме в 10-12 рублей. В эту цену входят: почтовый тариф (основная составляющая), стоимость конверта, нанесение на него логотипа и обратного адреса, тиражирование (распечатка) вложений, адресация конвертов и прочие расходные материалы, транспорт, маркировка, сортировка тиража и, если необходимо, дополнительные услуги. Как видите, в стоимость не входят составление и оформление текста обращения, дизайн конвертов, стоимость вложений (сэмплинг) и т. д. ■

ТОП-6 ДМ-агентств Москвы

Название	Услуги	Контакты
«Д-Март»	Адресная почтовая рассылка писем, печать и персонализация, упаковка, обработка данных	www.dmart.ru
«Директ Принт»	Организация и ведение директ-мейл-кампаний, работа с базами данных, ввод данных, изготовление писем, полиграфия, почтовая отправка корреспонденции	www.dprint.ru
«ДМ-Клуб»	Почтовая рассылка рекламных материалов, отправка писем и бандеролей, доставка почты, адресная рассылка, директ-мейл, распространение листовок по почтовым ящикам, почтовые услуги, курьерская доставка	www.dmclub.ru
«ФорПост»	Предпочтовая подготовка и почтовая рассылка писем в промышленных масштабах.	www.4post.org
BS-Post	Отправка информационных и рекламных материалов, призов, персонафикация, рассылка каталогов, массовая рассылка, адресная почтовая рассылка, безадресная рассылка, прямая адресная рассылка, отправка заказных писем, директ-мейл, директ-маркетинг	www.bspost.ru
Mr. PostMan	Адресная почтовая рассылка (информационно-рекламная), безадресная рассылка, курьерская доставка, полиграфия, дизайн и верстка, базы данных, call-центр (телемаркетинг), рассылка карточных каталогов, поддержка программ «собери и выиграй»	www.direct-mailers.ru

по данным журнала Office Magazine

CASIO
www.casio.ru



СТИЛЬ ВО ВСЕМ



Калькуляторы новой серии

- очень большой дисплей
- компактный размер
- металлический корпус
- пластиковые клавиши
- двойное питание
- клавиша плюс/минус
- функция переката по клавишам (key rollover)
- расчет налогов

Настольные
калькуляторы
JW-200TV



Цвета

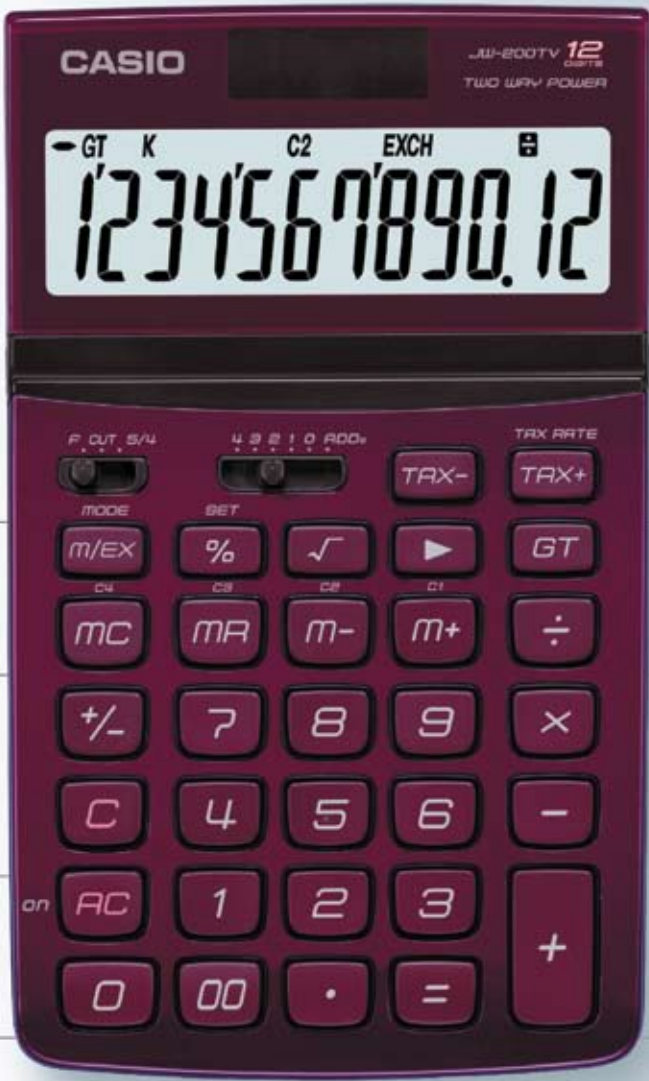
Черный насыщенный Красный «бордо» Ярко-белый

Карманные
калькуляторы
SL-1100TV



Цвета

Синий насыщенный Красный «бордо» Ярко-белый



Модель	Тип	Разрядность	Пересчет курсов валют	Расчет налогов	Независимая память	GT	%	Рентабельность, %	±/÷	Округление 5/4	Округление вниз	Режим ADD	Наклон дисплея	Питание	Переключатель разрядов после запятой	Габариты (ВхШхД), мм	Примерный вес, г	Расчет времени
JW-200TV	Настольный	12	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	Двойное питание	0, 1, 2, 3, 4	26,1 x 107 x 178,5	170	•
SL-1100TV	Карманный	10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Двойное питание	-	8,5 x 70 x 118,5	60	•

Данный товар присутствует в ассортименте компании «КОМУС». Тел.: (495) 258-258-8

www.casio.ru

Пост номер 1

Оборудование для зоны ресепшен

текст:
Мария АНТОНОВА

Психологи считают, что впечатление о человеке формируется в течение пяти первых секунд визуального контакта. Еще около сорока секунд уходит на то, чтобы впечатление закрепилось. Подсознательное отношение клиентов к вашей компании формируется по тому же принципу. То есть, «подружиться» с людьми, которые приходят в офис, нужно в течение первой минуты. Это означает, что серьезную роль в ваших будущих отношениях сыграет ресепшен.



Зону ресепшен можно оформить с абсолютно любым уровнем тщательности, изобретательности и затрат. С одной стороны, можно вообще на эту тему не размышлять и обзавестись самой простой стойкой, которая монтируется прямо на фасад обыкновенного рабочего стола. Правда, выглядеть это будет соответствующе – простенько и дешево, а такая экономия на собственной приемной для фирмы – дурной тон. С другой стороны, тенденция «делать богато» и оснащать зону ресепшен натуральным итальянским мрамором и буйволиной кожей, тоже, слава богу, сошла на нет. Сейчас разумным считается потратить на

ресепшен примерно 20% от всех средств на отделку офиса.

Для того, чтобы помещение ресепшен оптимально выполняло свои функции и производило достойное впечатление, всю его площадь лучше разделить на две части: зону ожидания для гостей и саму стойку ресепшен, которая фасадом будет развернута к посетителям.

Зал ожидания

Гостям офиса должно быть комфортно. Это ощущение будет складываться из массы мелких деталей. Например, мебель в зоне ожидания: удобная, но не слишком низкая и мягкая, чтобы садящийся

не «проваливался» и мог при необходимости быстро и без усилий выбраться из кресла. Журнальный столик здесь тоже будет кстати, только прессу, которую найдут на нем посетители, придется специально подбирать (особенно уместна будет профессиональная периодика) и часто менять – ворох потрепанных

серия «стратегия»
-10%

TSM

Мебель для
ОФИСОВ, БАНКОВ
И ГОСТИНИЦ

Отличное качество +
приятные цены

Тел.: 180 6401, 180 9934,
912 9704, 912 9237, 417 1535

www.tsm.ru

Полный комплект

Для нормальной работы персонала ресепшен одной только стойки мало. В российских компаниях эти сотрудники часто совмещают свои непосредственные обязанности по приему и распределению визитеров с функциями секретаря и оператора офисной АТС. Поэтому стоит с большим вниманием отнестись к оборудованию их рабочего места.

- Телефоны. Аппаратов должно быть несколько – по одному у каждого работника ресепшен, плюс один (при необходимости – несколько) для клиентов. «Гостевой» обычно ставится на верхнюю столешницу. Тогда секретарям не приходится каждый раз, обрывая провода, вытаскивать свои аппараты наверх, а клиентам не нужно обращаться к персоналу с дополнительными просьбами.
- Ксерокс. У сотрудников ресепшен периодически возникает необходимость в копировании каких-либо бумаг: документов, которые приносят клиенты, или прайсов, которые посетители хотели бы унести с собой. Ксерокс на ресепшен не должен быть большим, да и огромное количество функций этому аппарату не нужно. Вполне подойдет самый простой и, главное, небольшой по размеру прибор, работающий с форматом А4.
- Принтер. Нужда в нем возникает даже чаще, чем в ксероксе. Это должен быть также небольшой по размеру аппарат, но с хорошим качеством печати – сделанные на нем документы посетители забирают с собой, и от того, как будут выглядеть эти бумаги, тоже в какой-то степени зависит имидж компании.
- Лампы. Настольные лампы персоналу ресепшен нужны обязательно, поскольку передняя панель стойки действительно лишает их заметной части естественного освещения. Желательно выбирать такие по размеру и конструкции модели ламп, чтобы с внешней стороны стойки их не было видно.
- Канцелярские товары. Что касается настольных мелочей от скрепок и ножниц до папок и лотков для бумаг, то специалисту ресепшен пригодится тот же набор «инструментов», что и секретарю. Правда придется обзавестись большим количеством запасных ручек и блоков с бумагой для записок (самоклеющейся и обыкновенной) – ими будут пользоваться клиенты. В идеале, посетителям для записей хорошо бы выдавать фирменные ручки и бумагу с логотипом и контактной информацией вашей компании.