



ДЕЛОВОЙ

Н О В О Р О С С И Й С К

#13-14 [136-137], 18/09/12, ВТОРНИК

ntpp.biz

в этом номере:

Критерии надёжности банка

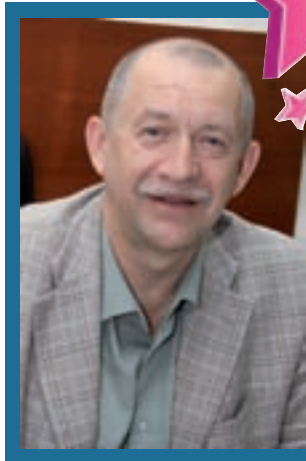
Об этом - директор
дополнительного офиса
Райффайзенбанк
в г. Новороссийске ЛЕБЕДИНЕЦ
Алексей.

2 стр.

Поэзия

от творческого
объединения «Русское слово»

4 стр.



**ИГОРЬ
ЖАРИНОВ,**
Президент
Новороссийской
торгово-промыш-
ленной палаты

Интернет-адрес:
www.ntpp.biz

*Уважаемые Новоросийцы!
От имени Правления, коллектива Новороссийской торгово-промышленной палаты и от меня лично примите поздравления с Днем города! В эти праздничные дни будут звучать только самые теплые слова о нашем городе и его жителях - трудолюбивых, отзывчивых и энергичных новоросийцах. Каждый из нас ежедневно создает историю и будущее Новоросийска.
Уже многое сделано для обеспечения благоприятного экономического климата, чтобы помочь активным и инициативным горожанам открыть свое дело. Сегодня предприниматели создают надежную основу для развития города: участвуют в реализации социально-значимых проектов, производят новые товары и совершенствуют услуги, делают жизнь горожан комфортнее и надежнее.
Желаем и впредь не останавливаться на достигнутом и покорять самые дерзкие вершины! Здоровья, счастья, добра и оптимизма на долгие годы! Пусть жизнь каждой семьи будет наполнена теплом и взаимопониманием!
Успешный бизнес! Процветающий город! Счастливые люди!*

55 Это не просто юбилей! Это - символ!

Уважаемый Игорь Геннадьевич!
От имени правления, коллектива и всех руководителей предприятий-членов Новороссийской торгово-промышленной палаты примите сердечные поздравления с юбилеем!

55 лет - не просто юбилей, это символическая дата, высокий балл за прекрасно прожитые годы. Ваша большая и плодотворная работа в Палате на благо бизнеса - это реальный и значимый вклад в развитие экономики нашего города! Вы пользуетесь заслуженным авторитетом как ответственный, компетентный руководитель и талантливый организатор.



Искренне желаем Вам доброго здоровья, прекрасного настроения и благополучия! Пусть никакие преграды не встанут на пути, ведь еще так много необходимо сделать! Пусть каждый миг в жизни несет в себе только счастье, а накопленный жизненный опыт и мудрость помогут достичь Вам новых высот!!!

обращение

В продолжение разговора о необходимости создания и поддержания в масштабах страны положительного имиджа предпринимателя, как главной созидательной силы общества, Новороссийская ТПП предлагает вашему вниманию статью, посвященную одной из телевизионных передач на центральном телевидении, которая во многих своих выпусках рисует крайне нелицеприятный обобщающий образ российского предпринимателя.

Имидж - ничто. «Жадность» - всё!

Социальная ответственность бизнеса, создание положительного имиджа предпринимательства, верное слово купеческое, кодекс чести российского предпринимателя - это не пустые слова.

Даже на самом высоком уровне сейчас говорится о возрождении уважения к людям, которые занимаются бизнесом, тем более - бизнесом в России, стране, где почти сто лет внахалось, что предпринимательская деятельность - это уголовное преступление.

Государство, в лице федеральных и местных органов власти, утверждает программы поддержки предпринимательства, официально финансируя мероприятия, направленные на развенчание прочно укрепившегося в сознании своих граждан мифа о том, что все предприниматели - воры и халуги. Наверное, несколько поколений должно смениться, прежде чем слово «бизнесмен» утратит ругательный оттенок...

И вот очередное подтверждение - передача «Жадность» на канале Рен-ТВ. Знаменательно все, начиная с названия! Если о бизнесе, то - конечно - о жадности, корысти, стяжательстве, обмане, воровстве. В общем - усущка, утруска, разбавленный оливиной мочой бензин, «кто пуговницы к гильфику пришил?» и так далее.

Эмоциональный ведущий Влад Дорохов в течение всей передачи нагнетает атмосферу ненависти к бизнесу, прямо заявляя: «Это необъявленная война. Производители против потребителей!», и использует обезличенные выражения типа «нас обманывают; нас подсаживают; здоровье ваших детей не волнует владельцев яхт; за их желание заработать мы платим собственным здоровьем; они не спешат раскрывать страшную правду; они просто нас медленно травят; они за нас все решили» и все в таком духе.

И ведь цель передачи - самая благая: ориентирование потребителей в мутном потоке подозрительных товаров и услуг. Кто из нас не сталкивался с некачественными продуктами и скверным

обслуживанием! И кто будет разбираться в истинных причинах этих явлений, выбрасывая в мусор испорченный йогурт, купленный в ближайшем частном супермаркете - очень жалко впустую потраченных денег и вконец испорченного настроения!

Российскому легальному предпринимательству недавно исполнилось чуть более 20 лет - это еще юность! Большинство руководителей коммерческих предприятий - выходцы из советского уклада жизни, в котором вообще не предусматривалось места потребителю. Страшно вспомнить сервис «по-советски», главное в котором было - выжить!

Однако интересы государства играли и до сих пор играют ведущую роль в организации нашего существования, интересы отдельного человека по-прежнему задвинуты на «задний план», и бизнес - это всего лишь примитивное отражение этой модели. Если предприниматель думает только о том, как оформить разрешение на пристройку, сколько «дать» пожарному инспектору за возможность не ломать уже построенное помещение, которое вдруг перестало соответствовать очередному техрегламенту, где найти порядочного продавца и как выбить свои деньги с нечестного делового партнера, имея на руках решение суда в свою пользу, то о какой поддержке бизнеса и качественном сервисе может идти речь...

Конечно, это не оправдывает недобросовестных и не порядочных предпринимателей. Необходимо рассказывать людям о том, как бороться с нарушением прав потребителей, и клеймить позором тех, кто действительно травит и обманывает нас.

Справедливости ради необходимо отметить, что «Жадность» сделана профессионально и убедительно, смотрится на одном дыхании и выступает в защиту не только покупателей, но и бизнеса, раскрывая, например, такое явление как «потребительский экстремизм». Однако общий тон большинства передач все-таки носит крайне негативный оттенок по от-



ношению к предпринимательскому сообществу, которое проходит под обобщающим местоимением «они».

А «они» - это, между прочим, главная созидательная сила общества и основа успешной экономики любой страны. Это - налоги и рабочие места, товары и услуги, которые мы ежедневно потребляем, и абсолютное большинство из которых нас полностью удовлетворяет. Это люди, работающие без выходных и праздников и отвечающие за качество работы своей головой и всем своим имуществом. «Они» строят бизнес не благодаря, а вопреки, ежедневно сражаясь с государственной машиной, которая рассматривает их в качестве «дойных коров» и источник поборов и взяток. «Они» без лишней помпы оказывают посильную благотворительную и спонсорскую помощь, содержат семьи, учат детей и думают, как обойти конкурента, устроив свое дело с максимальной отдачей и выгодой для потребителя и - конечно! - для себя.

Об этом наши СМИ почему-то рассказывают крайне редко. Видимо, подать положительный материал сложнее, ведь придется приложить к этому больше усилий и даже (!) талант...

В Новоросийске под эгидой Новоросийской ТПП в июне этого года состоялось любопытное мероприятие -

Деловой завтрак со СМИ, посвященный вопросу освещения имиджа предпринимателя средствами массовой информации. И почему скандальная ситуация с обиженным потребителем рассматривается нашей прессой в качестве повода к созданию материала, а положительный опыт работы предпринимателя - только как реклама. Диалог получился содержательным и интересным. Представители СМИ вполне резонно подчеркнули, что тоже являются хозяйствующими субъектами (то есть бизнесом), которые ежедневно решают вопрос выживания в жесткой конкурентной среде. Однако при этом они испытывают острую нехватку интересного положительного материала о роли бизнеса в обществе и конкретных примерах. И нам даже удалось договориться о совместной работе в этом направлении! Старая истина: наши страхи являются всего лишь отражением наших представлений.

Как вы яхту назовете, так она и поплывет... Если упорно и настойчиво твердить, что предприниматели - воры и халуги, если не менять сложившуюся у населения установку на то, что единственная цель бизнеса - обогащение наименее потребителей, то в итоге мы получим общество извержившихся и недовольных жизнью людей, которые в принципе не смогут создать ничего конструктивного.

Хорошая передача «Жадность»: удачный формат, злободневная подача материала, грамотно расставленные акценты. Однако недобросовестность конкретного предпринимателя не является поводом к глобальным обобщениям, граничащим с оскорблением, когда с экрана телевизора вам прямо заявляют: «И запомните, предприниматели чаще всего интересуют только одно - обогатить Вас до нитки!»

Уважаемые создатели передачи «Жадность»! Мы обращаемся к вам от

имени делового сообщества Новоросийска (и полагаем, что нас поддержат и другие регионы) с конкретным предложением: необходимо изменить негативную тональность передачи в отношении российского предпринимательства в целом, убрав из речевых оборотов ведущего оскорбительные обобщения, которые можно расценить как направленные на возбуждение ненависти либо вражды к социальной группе (а предпринимательство, безусловно, является отдельной социальной группой), совершенные с использованием средств массовой информации.

Выявленные в Вашей передаче конкретные факты недобросовестного ведения бизнеса должны иметь конкретных виновников, а не настраивать население страны против всех бизнесменов.

Новоросийская торгово-промышленная палата объединяет около полутора тысяч предпринимателей города. А в системе торгово-промышленных палат России - около 50 000 предприятий и предпринимателей.

Плодотворное сотрудничество средств массовой информации и торгово-промышленных палат сможет повысить уровень объективной информированности граждан страны о ведущей роли бизнеса и уровень доверия к предпринимательству. Это даст новый импульс предпринимателям для стремления к новым достижениям - улучшению качества товаров и услуг, а населению - для понимания, что бизнес - это тяжелый, но всегда сверхприбыльный ежедневный труд.

Члены наших палат - это Команда лучших. Это те, кто желает успешно вести свой бизнес и старается развиваться и идти вперед. И мы уверены, именно так выглядит обобщенный портрет современного предпринимателя России.

В радуге - целых семь цветов, а еще есть оттенки...

Поменяйте палитру красок! И от этого выиграют все - и предприниматели, и потребители, и общество, и Россия!



Шагал по карьерной лестнице

55



ФОТОЖИЗНЬ



Достойному труду – достойная награда

Это не просто юбилей! Это - символ!



Под Андреевским флагом



5-летие НТПП



Е.М. Примаков в гостях у НТПП



На первомайской демонстрации



Наши дети



Поющий руководитель



Счастье в руках (с супругой и дочкой)



В футбол играют настоящие мужчины



Всегда в центре внимания



Коллектив НТПП

С Президентом ТПП РФ С.Н. Катыриным



2 Газета Новороссийской торгово-промышленной палаты



Ш

И

ДЕЛОВОЙ

НОВОРОССИЙСК

#13-14 [136-137], 18/09/12



специальный проект

Существуют законы восприятия информации, которые часто нарушаются. И для того, чтобы их соблюсти, есть ряд важных правил. Чтобы они Вам лучше запомнились, воспользуемся методом "от противного".

Как написать рекламную листовку, которую сразу выкинут в мусорную корзину?

Чтобы без дохода не прошло и дня, выбери хорошего рекламного коня!

http://www.eso-online.ru/priemy_effektivnosti_reklamy_antireklama/vrednye_sovety/



5

Если Вы будете отправлять листовку по факсу, очень желательно, чтобы там была фотография какого-нибудь дружелюбного лица. После прохождения факса по нашим телефонным линиям с высоким уровнем шума, это лицо станет еще дружелюбнее и весьма украсит Ваше предложение товара или услуги.

6

Если Вы только начинаете бизнес, ничего нет слаще заголовка: "Фирма (ваше название, придуманное вчера) представляет". Мысль, что найдется человек, который еще НЕ ЗНАЕТ!!! название Вашей чудесной фирмы просто не должна приходиться Вам в голову.

7

Когда мы читаем, то "проговариваем текст внутри себя". Поэтому чем больше шрифт - тем громче. С каждой фразой, словом увеличивайте размер шрифта, выделяйте главное, а поскольку главное - все - все и выделяйте. Кричите! Адресату приятно заложит уши. Не уместилось на один лист - отправьте два, три. В конечном счете, зачем у адресата стоит факс.

9

Поучайте адресата: "Вам конечно неизвестно, что... или "Вы, безусловно, не догадываетесь зачем...". Пусть знает: до него снизошел корифей.

8

Ваш бизнес - самая важная вещь на свете, кто так не считает, Вы с ним не хотите иметь дело, и Вам не нужны его деньги! Поэтому не опускайтесь до объяснений. Больше технических терминов и непонятных слов. Пусть адресат мучается комплексом неполноценности.

ИНТЕРВЬЮ

Даешь красивую вывеску?!

Будь то яркая картинка или скучное серое название, вывеска встречает посетителей и привлекает внимание к организации. О том, что мешает сегодня рекламным агентствам проявлять творчество и воплощать свои яркие идеи, рассказал «ДН» руководитель ООО «Сапфир» Александр ГУЛИН.

- Александр Сергеевич, как обстоит дело с рекламными вывесками в Новороссийске?

- Несмотря на то, что благодаря своей привлекательности и размещению вывески всегда были наиболее действенным видом рекламы, сегодня я заметил значительное падение спроса на данный вид рекламы. Связано это с общей политикой администрации и ситуацией на рынке рекламы в нашем городе.

- Как политика властей мешает развитию рекламной индустрии?

- Приведу в пример Краснодар, где схема гораздо проще:

повесил вывеску - получил разрешение. Власти не требуют, чтобы она чему-то соответствовала и укладывалась в определенные рамки. Разумеется, вывеска должна соответствовать цензуре, а остальное допустимо. Еще один пример - Анапа, там и вовсе отсутствует система разрешений; и предприниматели, и рекламный бизнес могут проявлять свое творчество, поэтому на город приятно посмотреть.

В Новороссийске за 10 лет сменилось семь главных архитекторов, каждый из которых придумывает свой шаблон для соответствия. Как можно сделать красивую и оригинальную вывеску, если ее нужно подгонять под определенную картинку? Новороссийск должен быть удобным для жизни, это касается и вывесок, и

бизнеса в целом.

- Как, по-вашему, люди воспринимают рекламу сегодня?

- У человека наблюдается общая усталость от нее. В первую очередь, это касается телевидения, вслед за ним стали «напрягать» видеоэкраны, скроллеры. Людей раздражает мелькающее изображение, от него хочется отвести взгляд. Парадокс! Ведь с точки зрения теории наши глаза в первую очередь реагируют на изменения, и такое изображение должно наоборот привлекать.

- Какие основные ошибки допускают заказчики при выборе места размещения рекламы?

- Не вижу смысла, когда размещают рекламу на щитах вдоль дорог. Такие щиты приносят результат только там, где машины останавливаются. Но, тем не менее, заказчики тратят рекламный бюджет впустую и ждут хороших результатов, оплачивая размещение на щитах, которые находятся преимущественно в местах активного движения автомобилей.

- Ваше отношение к рекламе?

Было время, когда я рассматривал все попадающиеся мне вывески, делая определенные выводы, отмечая ошибки и запоминая понравившееся. На сегодняшний день я уже одиннадцатый год работаю в рекламе и в том подходе, который есть к большому количеству вывесок, не вижу смысла:

ла: все можно сделать гораздо проще и интереснее.

- В чем заключается отсутствие смысла?

- Основная проблема в том, что нас ограничивает не только администрация, но и заказчики. Мы не можем проявить себя и воплотить задуманное, а лишь подстраиваемся под них.

Только один из тысячи может сказать «сделайте красиво, вы лучше знаете».

Я общаюсь с коллегами из Анапы, Геленджика, Краснодара и такая ситуация характерна именно для рекламного рынка Новороссийска, своего рода местная традиция. Давайте сделаем наш город красивым! Просто начните доверять специалистам!

«Реклама всегда пытается совместить несовместимое...»

О своей работе и о том, каким должен быть корпоративный подарок, нашим читателям рассказала руководитель рекламного агентства «Резонанс» САВИНСКАЯ Лариса.

- Лариса Михайловна, что главное в вашей работе? - Творчество и ответственность. Наша организация небольшая, именно поэтому мы стараемся брать за любые заказы, слово «нет» - не для нас.

- Обязательно ли тратить большие суммы на рекламу? - Предприниматели, занятые торговлей, всегда стараются снизить затраты на рекламу, но при этом выполнить свою главную задачу - продать товар.

Так, например, в наружной рекламе существует довольно большой разброс по стоимости изготовления вывески - в зависимости от применяемых материалов и технологий.

- Как желание клиентов выделиться поместить в ложе единообразия архитектуры города? - Это как раз - одна из самых главных проблем и рекламистов, занятых в области наружной рекламы, и наших клиентов.

- Во всех областях рекламы существуют такие сложности в получении разрешения на рекламу? - Нет. Наша организация занимается многими видами рекламы, но больше всего мы любим ту область, где нет таких жестких разрешительных регламентов - это сувениры, личные и корпоративные подарки.

- Какой оригинальный сувенир посоветуете? - Привнеси корпоративные подарки типа еженедельников и обычных ручек уже наскучили, и мы стараемся придумать что-то необычное, запоминающееся и смешное.

- А что дарите сами? - Стараемся не повторяться, одним из последних сувениров была игрушка - менеджер, который говорил фразу: «Нет больше сраму, чем жмотиться на рекламу!»

- На что обратить внимание при заказе сувениров? - Иногда, желая заказать какие-то очень необычные подарки или сувениры, наши клиенты обращаются в самые последние дни перед событием, и нам бывает трудно им помочь...



Как грамотно рекламировать свою компанию в сети Интернет, рассказал нашим предпринимателям руководитель веб-студии «Аванзет» Игорь ТРАПЕЗНИКОВ

задумайтесь!

Каждый день миллионы рублей переходят из карманов пользователей Интернета в карманы прогрессивных предпринимателей. Это уже происходит - независимо от того, делаете ли вы что-нибудь в этом направлении или нет.

Для заказа продающих текстов на сайт и организации рекламных кампаний в Интернет, обращайтесь в веб-студию «Аванзет» по телефону: 8-903-455-3830 или оформите заказ на нашем сайте yandrek.ru

ликбез

Реклама в Интернете. Будь первым!

- Как оказаться на первом месте в поисковых системах за 1 день?

- Просто! Заказать контекстную рекламу! В Яндекске - найдется все! Этот лозунг работает, и большинство россиян пользуются поиском.

Контекстная реклама гарантированно и быстро увеличит количество заказов и звонков в ваш офис. Статистика показывает, что около 80% целевых клиентов заходят на сайт из поисковых систем.

Контекстная реклама - это точное попадание в зону внимания ваших клиентов!

- Кому и для чего нужна контекстная реклама в Интернете?

Контекстная реклама нужна тем предпринимателям, которые хотят увеличить свои продажи, получая все больше новых клиентов из сети Интернет при помощи своего веб-сайта.

- 1. Молодые кампании, которые начинают активно развивать свой бизнес - для того, чтобы о них как можно скорее узнало максимальное количество потенциальных клиентов. 2. Компании, которые имеют сравнительно небольшой рекламный бюджет - рекламная кампания оптимизируется под фиксированный, заранее оговоренный рекламный бюджет. 3. В сферах деятельности с высокой конкуренцией - рекламное объявление со ссылкой на ваш сайт будет на первом месте - выше конкурентов. 4. При проведении рекламных и сезонных акций - при помощи контекстной рекламы об акциях быстро узнают все.

Сравнительный анализ Традиционной рекламы и рекламы в Интернете?

Цель любого бизнеса - это получение прибыли, значит, коммерческая составляющая в принятии решения: стоит или не стоит рекламировать свои товары/услуги через Интернет - играет первостепенную роль.

- 1. Охват аудитории - т.е. количество людей, контактировавших с Вашей рекламной информацией. 2. Качество аудитории. Показатель насколько аудитория может заинтересоваться Вашим рекламным предложением 3. Стоимость рекламной кампании

Почему потенциальные клиенты не всегда становятся вашими реальными клиентами?

Если у вас есть сайт, но он не способствует увеличению прибыли компании, задумайтесь, почему это происходит. Скорее всего, дело в текстах и их качестве.

- 1. Тексты не отвечают на вопрос посетителя - Зачем мне это надо? 2. Не дают ответ на вопрос - Сколько это стоит? 3. Не дают понимания - Почему я должен покупать здесь?

Три шага к решению проблемы увеличения заказов с сайта

- 1. Заказать написание продающих текстов. Разместить их на сайте 2. Заказать контекстную рекламу в Яндекс и Google. Настроить рекламную кампанию на продающие рекламные тексты сайта 3. Проинформировать существующих клиентов о проводимой акции. Продавать новым и существующим клиентам

Table comparing Traditional Advertising and Advertising on the Internet across categories: Audience Reach, Quality of Audience, and Cost of Advertising.

реклама: все детали важны

Вы можете себе представить хоть одну компанию, которая обходится без визиток, полиграфической продукции или даже ручек с нанесенной символической организацией? Думаю, большинство согласится с тем, что сегодня таких компаний просто не существует.

ГРАФИКА о полиграфии...

- Олеся Юрьевна, самый первый заказ помните? - Конечно! Наносили логотип Новороссийского лесного порта на спецдежду.

- Вспоминается какой-нибудь форс-мажорный случай. Когда нужно было выполнить заказ в короткие сроки? - В самом начале нашего пути «Новофарм» заказал нам нанести рисунок из трех цветов на шесть тысяч ручек, а технические возможности позволяли нам тогда печатать только одним цветом.

- В чем ее специфические особенности? - Шелкотрафаретной печати. Шелкография - родоначальник полиграфии и из всех видов полиграфических услуг представляет собой самый трудоемкий вид деятельности.

К сожалению, сегодня он постепенно себя исчерпывает: заказчики переходят на цифровую печать. И это логично, ведь она и дешевле, и быстрее. Шелкография же подразумевает большие затраты и временных, и материальных, но это оправдывает ее: шелкотрафаретная печать - продукция вилки класса.

- Нанесение рисунка представляет собой кропотливую ручную работу: от изготовления матрицы, которое занимает около восьми часов, до печати, когда каждый цвет на рисунок наносится отдельно и через определенное время.

Нанесение любых изображений на любую поверхность - огромное преимущество шелкографии. В отличие от цифровой печати, которую используют только на бумаге, здесь рисунок наносится на ткань, металл, дерево, пластик, на все виды поверхностей без ограничений.

Нанесение логотипа на одежду - та же шелкография, ручная работа. Кстати, 70% нашей деятельности занимает нанесение

символики на спецдежду. - От чего зависит цена на продукцию? - В первую очередь, от цветности, а также от дополнительных возможностей: термоподъем, блестящие или имитирующие шелкографии очень много.

- Какой, по Вашему мнению, самый эффективный вид рекламной продукции? - Наиболее результативный вид рекламной продукции - это листовки и визитки, которые всегда приходят на помощь, как крупным компаниям, так и организациям с небольшим бюджетом.

поэтому заказчики стараются делать полиграфическую продукцию как можно интересней. - Выходит, нужно делать продукцию броской? Идеальная визитка. Какая она должна быть? - Нет, для деловой полиграфии броскость применять не стоит!

позтому заказчики стараются делать полиграфическую продукцию как можно интересней.

- Выходит, нужно делать продукцию броской? Идеальная визитка. Какая она должна быть? - Нет, для деловой полиграфии броскость применять не стоит!

- А Новороссийск? - Те компании, чей головной офис в Москве, также перешли на минимализм, а остальные продолжают «пестрить». Но мы стараемся советовать заказчикам именно деловой стиль.

