

SUMMA L SERIES.

Лазерный раскройный комплекс для текстиля



Summa L осуществляет раскрой текстиля не только быстро, но и очень точно. Особый алгоритм компенсирует деформацию изображения, вызванную печатью. Summa L серии сама подстроит макет под имеющиеся искажения и правильным образом раскроит даже тянущийся и легко мнущийся материал. Поставщик: компания «ВИНК»

В РАМКАХ МОСКОВСКОГО
ФЕСТИВАЛЯ ДИЗАЙНА

РЕКЛАМА 12+

ДИЗАЙН И РЕКЛАМА – СУПЕР МАРКЕТИНГ

26-я ВЫСТАВКА
МАРКЕТИНГОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ

13-15 МАЯ 2020
ГОСТИНЫЙ ДВОР, ИЛЬИНКА, 4



ПРЕМЬЕР ЛИГА

В РАМКАХ ВЫСТАВКИ:

- POPAI RUSSIA AWARDS
- ВЫСТАВКА-БУТИК «ПРЕМЬЕР-ЛИГА»

ВЫСТАВОЧНЫЕ ПРОЕКТЫ
EXPO-PARK

WWW.DESIGN-REKLAMA.RU

ОПРЕДЕЛЯЕМ ОРИЕНТИРЫ НА 2020-Й ВМЕСТЕ

В конце прошлого года редакция журнала обратилась к читательской аудитории в социальных сетях с вопросом: «О чем хотите почитать в 2020-м?» Судя по полученным ответам, наибольший интерес для российских рекламно-производственных компаний представляют нестандартные и инновационные проекты, реализованные в наружной и интерьерной рекламе, опыт коллег по цеху и истории успеха других сайнмейкеров как стимул для развития и дополнительный источник вдохновения. Если ознакомиться с содержанием первого в наступившем году выпуска журнала «НАРУЖКА», можно заметить, что пожелания читателей не только были услышаны и приняты нами во внимание, но и стали буквально руководством к действию при подготовке некоторых публикаций. Убеден, что в результате продолжения нашего диалога с вами, дорогие читатели, издание станет еще интереснее и полезнее!



*Валентин Сучков,
редактор журнала «Наружка»
Издание для производителей рекламы»*

Ваши пожелания и идеи о том, как сделать журнал лучше, ждем по электронной почте, указанной в разделе «Контакты» на сайте naruzhka.rf.

РЕКЛАМА В НОМЕРЕ

- VINK** – многофункциональные режущие плоттеры Summa – 1-я обл.
- 3A Composites** – материалы для брендинга в местах продаж — 9
- Prizmix** – оборудование и расходные материалы для печати – 13
- «Интермикро»** — планшетные режущие плоттеры iECHO – 15
- TUPLEX** – материалы для наружной рекламы и строительства – 18, 19, 4-я обл.
- WRS** — инновационные светодиодные модули ELF SOL – 23

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

Издатель ООО «Ар энд Ди Коммуникейшнз»

Главный редактор Олег Вахитов

Редактор Валентин Сучков

Отдел рекламы Екатерина Бобкова

Распространение Михаил Максотов

E-mail: info@RiDcom.ru

Верстка Елена Пряхина

Адрес редакции

123308, г. Москва, ул. Зорге, д. 7Г

Телефон/факс+7 (495) 234-7494,

Тираж 3.000 экз.

Печать ООО «Юнион Принт», 603022, Нижегородская обл., г.Н.Новгород, ул.Окский Съезд, д.2 Тел. 416-01-68, 439-44-99, 430-71-22

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и охраны культурного наследия как рекламное издание. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС 77-31288 от 05 марта 2008 г.

При перепечатке материалов ссылка на издание обязательна. Ответственность за коммерческие материалы несут рекламодатели.

Бесплатный журнал в офисах партнеров:

«LRT — Лаборатория Рекламных Технологий»

Москва, Лихоборская набережная, д.6 /

We R.SIGNS Москва, Барабанный пер., д.4, стр.4 /

Компания ПИТОН Москва, Варшавское ш. 148,

офис 512, Бизнес-центр РТС /

РУССКОМ Москва, Рубцовская набережная, д.2.,

к.5 / **«Техно-Графика»** Москва, Павелецкая

набережная, д. 8, стр. 6, оф. 106 /

Арт-Бюро / Ставрополь, ул. Ломоносова, 25, «Дом

Водников», 0-й этаж **«СМАРТ-Т»** Москва,

ул.Шарикоподшипниковская, д.13, стр.46 / **Экспо**

Графика Москва, ул. Академика Королева, д.13, 5

подъезд, 9 этаж, офис 952

Еще больше информации:

www.ridcom.ru

Электронный архив журнала

Подписка на журнал

Цены на рекламу в журнале

www.signbusiness.ru

Отраслевой портал о технологиях
визуальной рекламы

Instagram  @signbusiness



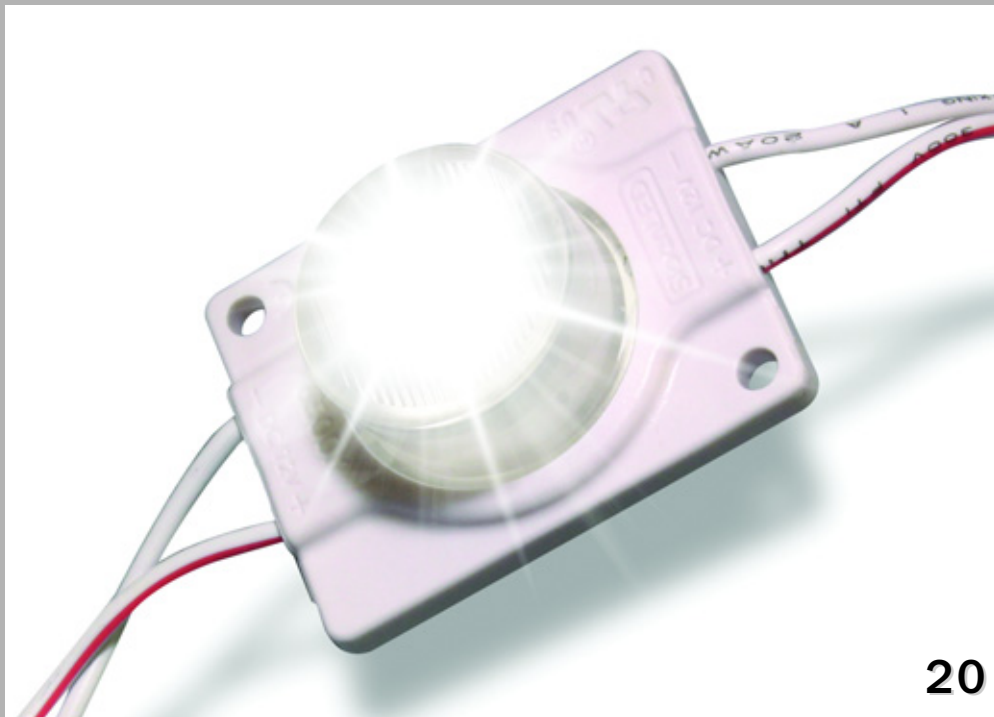
мы на facebook



бесплатная
подписка



отраслевой
портал



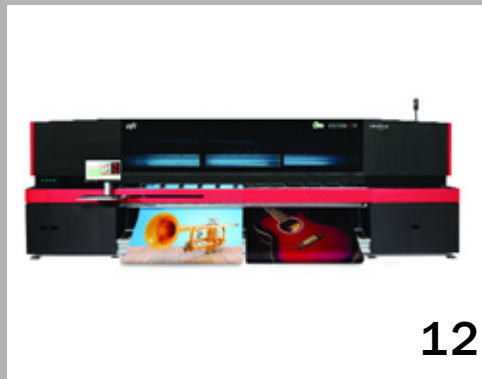
20

ЧЕСТНО О СВЕТОДИОДНЫХ МОДУЛЯХ

Действительно ли с «линзованными» светодиодными модулями гораздо проще и выгоднее работать, чем с модулями без линз? На какие уловки идут производители и поставщики светодиодов, чтобы увеличить продажи? О чем зачастую умалчивается в их каталогах и рекламных брошюрах? Что наиболее важно при расстановке светодиодных модулей внутри вывески? Эти вопросы детально рассматриваются в экспертной статье, посвященной проблематике профессионального подхода к подсветке в объемных буквах и световых коробах.



8



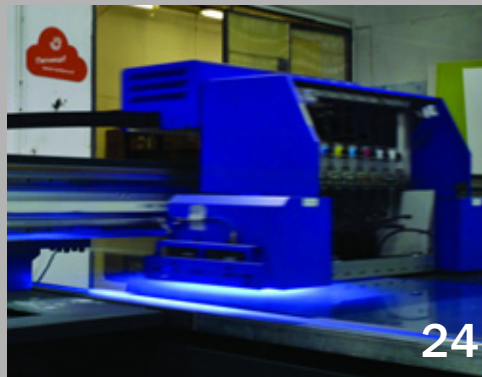
12

События

- 5 Календарь мероприятий на март
- 6 Новости
- 16 Конкурс SwissQprint Creative Challenge



18



24

Персоны и компании

- 18 TUPLEX

Теория

- 20 Оптимизация светодиодной подсветки в вывесках

Персоны и компании

- 24 РПК Intelligence (Москва)



28



32

Развитие бизнеса

- 30 Выстраивание диалога с клиентом

Индустриальное чтение

- 32 Web-дайджест

Где купить

- 35 Список компаний

Специализированные мероприятия в марте 2020 года

Ведущие отраслевые выставки,
представляющие особый интерес для sign-индустрии

04.03.20 — 07.03.20

28-я Международная выставка технологий и оборудования для производства рекламы и вывесок Shanghai International Ad & Sign Expo 2020 (APPPEX-PO)

Китай, Шанхай, Шанхайский национальный выставочный центр NECC.

За прошедшие годы выставка Shanghai Int'l Ad & Sign Expo завоевала репутацию отраслевого шоу, которое охватывает все сегменты производства рекламы и предоставляет огромные возможности для развития бизнеса как участникам, так и посетителям выставки.

Особое внимание на мероприятии будет уделено технологиям широкоформатной УФ-печати, системам выставочных стендов, экологически безвредным и энергосберегающим решениям, а также сегменту цифровых рекламодателей (Digital Signage).

Shanghai International Ad & Sign Expo пройдет одновременно вместе с другими специализированными выставками, которые также представляют интерес для производителей рекламы. Это, в частности, светотехническая выставка Shanghai International Lighting Expo, выставка решений в области Digital Signage и сфер применения «цифровой рекламы» Shanghai Int'l Digital Signage System & Application Exhibition, а также выставка технологий для цифровой печати по ткани Shanghai Int'l Digital Textile Printing Expo.

Официальный сайт: www.apppexpo.com

24.03.20 — 27.03.20

Выставка технологий для производства вывесок и визуальной рекламы European Sign Expo 2020

Испания, Мадрид, выставочный комплекс Fiera de Madrid.

European Sign Expo — специализированная выставка, посвященная технологиям производства вывесок и других средств визуальной рекламы. Начиная с 2013 года, мероприятие ежегодно проводится Международной федерацией национальных ассоциаций печатников FESPA совместно с Европейской федерацией национальных ассоциаций рекламно-производственных компаний ESF. Выставка с каждым разом увеличивается в объемах, причем из года в год возрастает не только количество ее участников, но и число посетителей мероприятия.

Среди тематических разделов European Sign Expo — светодиодные системы для внутренней подсветки вывесок и тонких световых коробов, инструменты и оборудование для раскроя и обработки листовых пластиков и самоклеящихся пленок, крепежные системы для вывесок и рекламных дисплеев, программное обеспечение, системы для натяжения визуальной рекламы, напечатанной на текстильных носителях, и другие направления.

Официальный сайт выставки:
<https://ese.fespa.com>

24.03.20 — 27.03.20

Международная выставка технологий печати FESPA Global Print Expo 2020

Испания, Мадрид, выставочный комплекс Fiera de Madrid.

FESPA Global Print Expo — одна из крупнейших на территории Европы специализированных выставок, посвященных всем видам широкоформатной печати: от шелкотрафаретной печати до цифровой струйной печати и печати по ткани.

В ходе выставки FESPA Global Print Expo 2020 новейшие технологические разработки из разных стран мира. Многие производители оборудования для широкоформатной печати готовят премьеры новых моделей широкоформатных принтеров именно к этому мероприятию.

Официальный сайт:
www.fespaglobalprintexpo.com

Определены темы деловой программы на выставке Drupa

Посетителей главного print-шоу года ждет 11-дневный цикл докладов и выступлений экспертов

Организаторы выставки Drupa 2020 определили ключевые тематические разделы, которым будут посвящены выступления экспертов индустрии в рамках деловой программы мероприятия, именуемой Drupa Cube. Стоит напомнить, что выставка Drupa в этом году пройдет с 16 по 26 июня в Дюссельдорфе (Германия).

Деловая программа пройдет под тем же слоганом, что и во время проведения предыдущей выставки Drupa: «Обучать. Вовлекать. Развлекать». В рамках Drupa Cube выступят всемирно известные спикеры, включая автора бестселлеров Майкла Гейла и дизайнера Джеймса Соммервилля, пользующегося мировой славой.

Выступления, практические занятия и семинары, которые пройдут в рамках Drupa Cube, условно сгруппированы организаторами в пять тематических групп. Во-первых, это «Презентации ключевых спикеров», в ходе которых

выступят эксперты отрасли с мировой известностью. Во-вторых — это раздел «Эволюция бизнеса», в который объединены фокус-сессии, посвященные международным трендам, технологиям продаж и маркетинга и инновационным бизнес-моделям. В свою очередь, доклады в группе «Варианты будущего печати» будут посвящены трендам в технологиях печати и производства упаковки. Четвертый раздел, «Истории от брендов» позволит аудитории ознакомиться с успешными кейсами из практики владельцев брендов и рекламных агентств. Пятый раздел деловой программы, названный «Мозговые центры руководителей», предоставит возможность лидерам печатного бизнеса обменяться своими идеями с главными спикерами деловой программы Drupa Cube.

Официальный сайт выставки:
www.drupa.com

Canon Production Printing объявила о сотрудничестве с OneVision

Программное обеспечение OneVision позволит повысить эффективность широкоформатных принтеров Canon Colorado и Canon Arizona

Компания Canon Production Printing (ранее известная как Ose), входящая в группу Canon, заключила партнерское соглашение с OneVision, одним из ведущих разработчиков программных решений для допечатной подготовки. В рамках достигнутых договоренностей пользователям оборудования Canon Colorado и Canon Arizona для широкоформатной цифровой печати будет предоставлена возможность повысить эффективность своих производств и автоматизировать рабочие процессы с помощью новейшего программного пакета OneVision Wide Format Automation Suite.

Программа включается в работу в тот момент, когда в печатающую компанию поступает заказ. Программа автоматически принимает файл в работу, подготавливает задания для печати в считанные секунды и анализирует их на предмет наличия ошибок с помощью 130 различных

критериев проверки, причем обнаруженные ошибки исправляются автоматически. Программа также позволяет оптимизировать управление цветом при печати. «Нашим пользователям необходимо выполнять заказы быстрее, чтобы удовлетворять потребности своих клиентов, и в то же время минимизировать использование расходных материалов, — отмечает Микеле Тускано, вице-президент компании Canon по решениям для широкоформатной графики в странах Европы, Ближнего Востока и Африки. — Производительность наших широкоформатных принтеров возрастает, и потому их владельцам необходимо решение, позволяющее работать в одном темпе с этими возросшими скоростями без ущерба для качества выполняемых заказов. Таким решением и является программный пакет Wide Format Automation Suite, разработанный компанией OneVision».

Промышленная печать как фундамент для надежного будущего индустрии

Согласно результатам исследования, проведенного консалтинговым агентством FM Future вместе с компанией Ricoh Europe, более 95% респондентов уверены, что в ближайшие годы промышленную печать ожидает стабильное развитие и процветание

Консалтинговое агентство FM Future опубликовало результаты исследования ситуации на рынке промышленной печати, которое проводилось в сотрудничестве с компанией Ricoh Europe при поддержке Ассоциации производителей специализированной графики SGIA и компаний IMI Europe, GIS и Sun Chemical. В ходе опроса 129 респондентам предлагалось назвать причины и тенденции перехода с аналоговых технологий печати на струйную цифровую печать в промышленности. Как показало исследование, более 95% опрошенных уверены, что промышленную струйную печать ожидает благоприятное будущее. 40% из респондентов прогнозируют, что объемы этого рынка возрастут более чем на 10% в ближайшие 12 месяцев. Между тем участники исследования также выделили и нюансы, сдерживающие рост индустрии. Так, 76% из них

считают, что на рынке работает слишком мало компаний, способных должным образом интегрировать струйную печать в свои производственные линии. Около 50% респондентов считают, что промышленные предприятия сдержанно относятся к потенциальным возможностям струйной печати из-за особенностей технологии и связанных с ними сложностей. Оценивая наиболее перспективные сегменты рынка для дальнейшего развития промышленной струйной печати, участники исследования чаще всего называли рынок производства упаковки из картона и гофрокартона (56%). Второе место занял сегмент печати по предметам одежды (46%). Кроме того, по мнению 44% респондентов изготовление обоев и других видов настенных покрытий является столь же благоприятным сегментом для развития промышленной струйной печати.

Поставками принтеров OKI ColorPainter будет заниматься Mimaki

Соответствующее соглашение было заключено между компаниями Mimaki Engineering Co., Ltd и OKI Data Corporation 6 января 2020 года

Компании Mimaki Engineering Co., Ltd. и OKI Data Corporation, входящая в состав OKI Group, заключили эксклюзивное международное соглашение о продаже широкоформатных струйных принтеров OKI Data. В соответствии с условиями этого соглашения обе японские компании расширят свой торговый союз, заключенный в марте 2019 года, чтобы выйти на зарубежные рынки. Согласно достигнутым договоренностям между сторонами, с 1 апреля 2020 года компания Mimaki Engineering будет продавать широкоформатные струйные принтеры OKI Data, чернила и другие расходные материалы, а также детали для технического обслуживания принтеров на зарубежных для Японии рынках через надежную международную дистрибуторскую сеть Mimaki Engineering. Ключевыми моделями оборудования OKI Data являются два широкоформатных

струйных принтера, которые рассчитаны на высокоскоростную печать с высокой плотностью: ColorPainter H3-104s и ColorPainter M-64s. Компания Mimaki Engineering разрабатывает, производит, продает и обслуживает коммерческие струйные принтеры и режущие плоттеры, а также чернила и программное обеспечение, используемое с данными устройствами. Располагая международной дилерской сетью в 150 странах мира, компания Mimaki Engineering не только поставляет качественную продукцию, но и поддерживает комплексную инфраструктуру, гарантирующую высокое качество обслуживания на местах. Выбор в пользу Mimaki Engineering как главного партнера по продажам для OKI Data обусловлен отличной технологической оснащенностью Mimaki и ее богатым опытом продаж и обслуживания широкоформатных струйных принтеров.

Премьеры от 3A Composites на EuroShop 2020

На главной международной выставке технологий для розничных сетей будут представлены новые разновидности панелей Dibond, и не только



На выставке EuroShop 2020, которая пройдет в этом году с 16 по 20 февраля в Дюссельдорфе (Германия), 3A Composites Display Europe, производитель материалов для создания уникальной атмосферы в местах розничной торговли, представит новые разновидности оригинальных алюминиевых композитных панелей Dibond, выпускаемых на заводе компании в Зингене уже почти 30 лет.

На этот раз линейка материалов BUTLERFINISH пополнилась модными оттенками «BUTLERFINISH антрацит» и «BUTLERFINISH rose». Уникальный эффект царапанного (шлифованного) алюминия придает изделиям, изготовленным из этих алюминиевых композитных панелей, эксклюзивность и индивидуальность. АКП Dibond можно обрабатывать самыми разнообразными способами, в том числе — и подвергать их трехмерному формованию. Благодаря этому обес-

печивается возможность эффективно реализовывать креативные проекты. Кроме того, в семействе АКП Dibond Structure также появился новый представитель: панели с лицевой поверхностью черного и серебристого цветов дополнил композит с поверхностью белого цвета. Уникальный внешний вид Dibond Structure достигается с помощью специальной системы покрытия, которая придает панели текстурную поверхность.

Помимо упомянутых выше новых разновидностей АКП Dibond, на выставке EuroShop 2020 компания 3A Composites Display Europe также представит широкий ассортимент цветных листов акрилового стекла известных брендов Perspex и Crylux. Особое внимание в ходе мероприятия будет уделено концептуальному взаимодействию материалов с различными источниками света, которое заставляет торговые объекты буквально сиять.

Экологичных пленок становится больше

Разработанные компанией Innovia Films материалы для печати позиционируются как достойная альтернатива каландрированным ПВХ-пленкам



Компания Innovia Films представила новые разновидности пленок для цифровой печати, в составе которых не содержится ПВХ. Новинки, толщина которых составляет всего 60 мкм, на 33% тоньше, чем их предшественники.

Пленки, получившие название Rayoart BOPP, уже успешно протестированы в режиме реальной эксплуатации. Один из партнеров компании использовал их в качестве основы для печати настенной графики, разработанной для оформления стенда на выставке Labelxpo Europe.

Инновационные пленки Rayoart BOPP позиционируются как достойная альтернатива каландрированному ПВХ, поскольку их можно использовать и для оформления интерьеров, и в наружной рекламе. Вне помещений срок службы новых материалов, отличающихся высокой стойкостью к воздействию ультра-

фиолетового излучения, может достигать двух лет.

Пленки Rayoart BOPP можно запечатывать по технологии цифровой струйной широкоформатной печати с помощью УФ-отверждаемых и низкотемпературных латексных чернил. Носители рассчитаны на декорирование плоских и слегка изогнутых поверхностей. Их также можно использовать в качестве наклеек и стикеров, рассчитанных на длительное использование вне помещений.

«Пленки BOPP совместимы с целым рядом клеевых систем, а после того, как они отслужат свой срок, их можно с легкостью удалить с поверхности, — отметил Ричард Саутворд, продакт-менеджер компании Innovia Films. — Что немаловажно, новинки уже прошли сертификацию как не содержащие в своем составе ПВХ основы для широкоформатной печати по технологии HP Latex».

Лаки для защиты коммерческой графики от Marabu

Прозрачные покрытия на водной основе рассчитаны на применение в повседневной работе компаний, которые специализируются на широкоформатной печати



Компания Marabu выпустила новую серию инновационных жидких защитных покрытий на водной основе для лакирования отпечатков, полученных по технологии широкоформатной цифровой печати: ClearShield Select. В их составе содержатся УФ-стабилизаторы, которые способствуют увеличению срока службы отпечатков. Благодаря особым свойствам новых лаков также облегчается монтаж покрытой ими графики и очистка изображений от внешних загрязнений.

В новой серии объединены три лака: ClearShield Select, ClearShield Select for StarLam и ClearShield Professional Transit. Каждое из этих покрытий обеспечивает отпечаткам надежную защиту от внешних воздействий, высокую стойкость к химическим веществам и повреждениям и совместимо с широким спектром носителей для цифровой печати.

Лак ClearShield Select выпускается в глянцевом, полуглянцевом и матовом вариантах для ручного и автоматизированного нанесения на широкий спектр печатной продукции, включая винил, баннеры и листовые основы. В свою очередь, ClearShield Select for StarLam специально разработан для нанесения защитного покрытия на запечатанный самоклеящийся винил, баннеры и графику для оформления автотранспортных средств с помощью рулонных жидкостных ламинаторов (к примеру, таких, как StarLam 1600R). Наконец, двухкомпонентная система ClearShield Professional Transit, предназначенная для применения в самых требовательных к длительной сохранности графики проектах, обеспечивает максимальную устойчивость к царапинам и истиранию и потому позиционируется как оптимальное решение для лакирования грузовых брезентов и надувных лодок.

LEADING-BRANDS-FOR-PRINTING.COM

ЦИФРОВАЯ ПРЯМАЯ ПЕЧАТЬ
ТРАФАРЕТНАЯ ПЕЧАТЬ
НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА
ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОДУКТОВ
НАВИГАЦИЯ
ВЫВЕСКИ
ОФОРМЛЕНИЕ ВИТРИН
ДИСПЛЕИ (POS/POP)
ОФОРМЛЕНИЕ ТОРГОВЫХ ПОМЕЩЕНИЙ
КОРПОРАТИВНЫЙ ДИЗАЙН

DIBOND®
FOREX®
SMART-X®
KAPA®
DISPA®
LUMEX®
FOAMALITE®
CRYLUX®
CRYLON®
HIPEX®

COMPOSITES

EuroShop

Düsseldorf
16. – 20. February 2020
Hall 11 | Stand 11D44

FESPA
PRINTING
MADRID

Madrid
24. – 27. March 2020
Hall 7 | Stand 7-B20

Drytac ReTac приобретает глянец

В ассортименте Drytac появились две новые самоклеящиеся пленки ReTac Smooth 75 и ReTac Smooth 150 с блестящей поверхностью.



Компания Drytac расширила семейство самоклеящихся пленок ReTac, дополнив его двумя новыми материалами: ReTac Smooth 75 и ReTac Smooth 150.

ReTac Smooth 150 Gloss (толщиной 150 мкм) и ReTac Smooth 75 Gloss (75 мкм) — это полимерные ПВХ-пленки для цифровой печати. С обратной стороны они покрыты инновационным клеем DryTac ReTac. Благодаря его особому составу значительно упрощается монтаж и позиционирование пленок на оклеиваемых гладких плоских поверхностях. При демонтаже аппликаций после их использования не остается никаких следов и остатков клея. Благодаря высокой эластичности новые пленки можно успешно использовать для декорирования изогнутых, фактурных или угловых поверхностей. Глянцевые самоклейки семейства ReTac Smooth имеют сертификаты соответствия нескольким стандартам пожаро-

безопасности. Это означает, что их можно размещать в общественных местах, включая аэропорты, отели и больницы. «ReTac Smooth — это отличное решение для самых разнообразных форм и видов наружной и интерьерной рекламы и коммерческой графики, — отмечает Шон Холдом, продакт-менеджер компании Drytac. — Появление в этом семействе пленок с глянцевой поверхностью предоставляет нашим клиентам еще более широкий выбор при создании невероятных панно, настенной графики, наклеек и многого другого».

Обе пленки сертифицированы для печати чернилами HP Latex, а также совместимы с УФ-отверждаемыми, сольвентными и экосольвентными чернилами. Материалы выпускаются в рулонах шириной до 1370 мм и рассчитаны на пятилетний срок службы (при эксплуатации как внутри, так и вне помещений).

Dyna Drum SO: динамика цвета для фасадов и пространств

Высокомощные прожекторы Acclaim Lighting новой серии рассчитаны на эксплуатацию вне помещений в качестве систем архитектурного освещения



Компания Acclaim Lighting представила новую серию прожекторов Dyna Drum SO, которые предназначены для использования в освещении фасадов и в зонном освещении. В серии объединены устройства, излучающие белый, четырехцветный или многоцветный свет. Все устройства оснащены блоком питания переменного тока, который можно подключать к сети от 100 до 278 В, встроенным драйвером, поддерживающим протоколы управления DMX+RDM, а также беспроводной технологией управления Aria DMX. Прожекторы серии Dyna Drum SO выпускаются в белом, одноцветном и многоцветных вариантах. Первый из них (белый светильник) по умолчанию поставляется в варианте с углом рассеивания светового потока в 5 градусов. Опционально его можно укомплектовать линзами для раскрытия луча засветки на 10, 20, 40, 60 и 10 x 60 градусов. Прожек-

тор стабильно генерирует световой поток в 7 591 люмен при цветовой температуре 4000 К.

В числе цветных разновидностей новых прожекторов — модели с конфигурацией RGBW, RGBA и RGBAW, а также версии, генерирующие регулируемый по оттенку свечения белый свет в диапазоне от 2400 К до 5500 К. По умолчанию угол рассеивания светового потока в них составляет 8 градусов. При желании их можно дополнить линзами, рассеивающими излучаемый свет на 20, 40 и 10 x 60 градусов.

Прожекторы серии Dyna Drum SO с классом защиты IP66 имеют корпус из литого алюминия со стеклянной линзой, что делает его пригодным для эксплуатации в самых суровых атмосферных условиях, от -40 до +51 градусов Цельсия. Устройства сопровождаются гарантией компании-производителя в течение пяти лет.

Новое качество света от Nichia

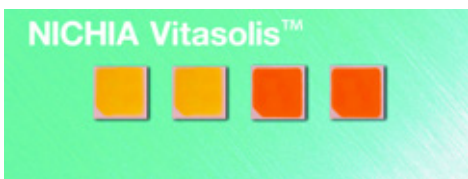
Представленные в январе 2020 года новые светодиоды позволяют создавать системы освещения, работающие в биодинамическом режиме и/или имитирующие естественный свет

Корпорация Nichia объявила о выпуске новых серий светодиодов, которые призваны установить новые стандарты качества в индустрии света. Это, в частности, твердотельные источники света серий Vitasolis и Optisolis. Премьера новинок состоится на выставке Light + Building, которая пройдет с 8 по 14 марта во Франкфурте-на-Майне (Германия).

В серии Vitasolis представлены светодиоды, в которых используется специальная смесь люминофоров, позволяющая увеличить голубой компонент. В результате получается белый свет, который по спектру предельно схож с естественным освещением. Такое освещение, в значительно большей степени гармонирующее с природой человека, способствует повышению его мотивации и производительности. Диоды Vitasolis можно легко и быстро использовать в существую-

щих установках в качестве замены для других светодиодов, без необходимости в изменениях мощности и замене блоков питания.

На выставке Light + Building 2020 компания Nichia также планирует продемонстрировать семейство светодиодов Optisolis. Это первая в мире серия светодиодов, которая точно имитирует источники естественного света, не генерируя вредного ультрафиолетового излучения. При освещении светодиодами Optisolis предметы и изделия не только воспринимаются человеческим глазом ярче и эффективнее, но и в значительно меньшей степени подвержены деградации, что особенно важно для изобразительного искусства, печатной коммерческой графики, рекламных постеров и печати на текстиле. Индекс цветопередачи у светодиодов Optisolis превышает 94.



Eos LightPaper: система подсветки на основе бумаги

Тонкий, легкий и гибкий материал предназначен для создания световых акцентов на самых разнообразных плоских и изогнутых поверхностях

Компания eos Light представила свою новейшую разработку: светящиеся бумажные листы LightPaper. Это тонкие, легкие, гибкие и легко режущиеся материалы. Благодаря возможности устанавливать их на самые разнообразные поверхности, листы LightPaper можно использовать в подсветке ниш, потолков, колонн и стен практически с любым покрытием.

В настоящее время листы eos LightPaper выпускаются в 24-вольтовой разновидности, которая рассчитана на применение в местах с повышенной влажностью. Производителем предусмотрены четыре варианта световой бумаги, различаемых по цветовой температуре свечения белого света: 2700 К, 3000 К, 4000 К и 6000 К. Материалы предназначены для установки на глубину до 3,8 см. На заказ поставляются листы eos LightPaper в конфигурации RGB+White. Все разновидности

можно подвергать диммированию в диапазоне от 0 до 10 вольт.

Белая бумага LightPaper для статического свечения имеет индекс цветопередачи 95. У ее RGB-разновидностей он превышает 80. Все варианты демонстрируют высокую светоотдачу: к примеру, стандартная белая бумага LightPaper выдает более 1100 лм на квадратный фут (30,48 x 30,48 см).

Немаловажное достоинство бумаг LightPaper заключается в том, что их можно с легкостью резать непосредственно на объекте. Другое преимущество — их малый вес. В результате все возникающие на предполагаемом месте монтажа трудности можно решить при использовании стандартной бумаги, без необходимости в размещении заказа на изготовление светового материала под конкретный проект и дополнительных затратах времени на ожидание доставки.



«Лампы накаливания» образца 2020 года

Светодиодные лампы
Keystone
серии Essential на 80%
энергоэффективнее,
чем традиционные
аналоги,
и служат дольше



Компания Keystone Technologies объявила о выпуске новой серии светодиодных ламп Essential. Эти ввинчиваемые в стандартные цоколи для ламп накаливания светодиодные лампы общего назначения, с помощью которых можно с легкостью разработать новые и модернизировать существующие системы освещения во многих типовых зданиях, включая апартаменты, торговые комплексы, музеи, гостиницы, рестораны и многоквартирные дома.

Серия светодиодных ламп Essential Series, разработанная для решения самых разнообразных задач в индустрии света, включает в себя лампы типа PAR, зеркальные лампы, прожекторные лампы, а также декоративные светодиодные лампы с имитацией спирали (нити накаливания). Индекс цветопередачи у этих источников света оценивается в 90.

Как заявляет компания-производитель, светодиодные лампы серии Essential позволяют сокращать затраты на электроэнергию на 80% и значительно меньше выделяют тепла, чем традиционные аналоги. Благодаря их долговечности также минимизируются затраты на замену и обслуживание систем освещения. Для повышенного комфорта в освещаемых помещениях в лампах серии Essential поддерживается функция плавного диммирования.

«На протяжении 75 лет наши клиенты доверяли нам, поскольку все эти годы мы выполняли свое обещание — «делать свет простым в использовании», — подчеркнула Ира Гринберг, генеральный директор компании Keystone Technologies. — Светодиодные лампы серии Essential являются продолжением этой традиции, сочетая в себе исключительные качества с простотой в эксплуатации».

Новые УФ-принтеры EFI VUTEK: ставка на креатив

Оборудование позволяет
реализовывать самые
оригинальные проекты
дизайнеров с высоким
качеством и скоростью



Корпорация Electronics For Imaging, Inc. (EFI) представила новую серию рулонных диодных УФ-принтеров сверхкрупного формата, которая призвана обеспечить рост рекламно-производственным компаниям за счет возможности изготавливать высококачественные отпечатки для применения в самых разнообразных сферах. Серия включает в себя две печатные машины: EFI VUTEK D3r и EFI VUTEK D5r. Принтеры унаследовали множество прогрессивных технологических решений, реализованных в завоевавших широкую популярность принтерах EFI VUTEK 3r+ и 5r+.

VUTEK D3r, первая из новых печатных машин, развивает производительность до 204 кв. м/ч. Второй принтер, VUTEK D5r способен выдавать полноцветные изображения со скоростью до 244 кв. м/ч. Каждая из систем обеспечивает высококачествен-

ное воспроизведение теней, градиентов и переходов в цветах благодаря технологии печати UltraDrop, четко позиционируемой чернильной капле объемом 3 пл и реальному разрешению печати 1200 dpi. Светодиодная система отверждения чернил не только позволяет сокращать затраты на печать, но и является более дружелюбным по отношению к окружающей среде решением, потребляющим меньше электроэнергии, чем стандартные ртутные ультрафиолетовые лампы.

УФ-принтеры серии D оснащены дополнительными печатающими головками, благодаря чему поддерживают функции печати белой краской и нанесения прозрачного лака. Сферы применения оборудования — производство настенных панно, витринной рекламы, напольной графики, изображений для декорирования транспортных средств и др.

Дебют SureColor F3070

На январской выставке Impressions Expo в США компания Epson представила новый принтер для прямой печати по текстилю промышленного класса.



Компания Epson объявила о выпуске первого в своей истории промышленного принтера для печати по текстилю: SureColor F3070. Система разработана с целью обеспечить низкую суммарную себестоимость владения оборудованием и высокую надежность в печатающих компаниях с большими объемами загрузки. Премьера оборудования состоялась на выставке Impressions Expo, которая проходила с 17 по 19 января в Лонг-Биче (штат Калифорния, США).

«Рынок печати по текстилю переживает период бурного роста, который стимулируют инновации в технологиях печати, — отметил Тим Чек, старший продакт-менеджер по решениям в области профессиональной графики компании Epson America, Inc. — Наш новый принтер создан для компаний среднего и крупного масштаба, которые находятся в поиске высокопроизводительного и экономичес-

ки выгодного оборудования. Аппарат способен запечатать полноразмерную футболку всего за минуту, что дает возможность печатающим компаниям изготавливать сотни футболок с индивидуальным дизайном в день».

Текстильный принтер SureColor F3070 предназначен для печати по предметам одежды из различных видов ткани, включая хлопок, лен и искусственный шелк. Система оснащена новой двойной десятиканальной печатающей головкой PrecisionCore с 16 000 дюз, благодаря которой обеспечивается высокое качество печати на высоких скоростях. Печать осуществляется долговечными и безопасными для человека чернилами Epson UltraChrome DG, которые отличаются высокой насыщенностью и стабильностью цветопередачи. Первые поставки нового оборудования на мировом рынке запланированы на июль 2020 года.



УНИВЕРСАЛЬНЫЕ ГИБРИДНЫЕ УФ-ПРИНТЕРЫ для ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМЫ и POSM

- 8 красочная конфигурация плюс белый цвет;
- Ширина материала 3,2 м, толщина 5,08 см;
- Производительность до 273 м²/ч / 74 лист/ч;
- Белый цвет с технологией EFI Multilayer™ с печатью до 5 слоев за один проход;
- Мощная мультizonная система вакуума на конвейере с программным обеспечением;
- LED-отверждение без нагрева материалов.



EFI VUTEk h3

+7 495 956 1115
www.prizmix.ru



Флагманская серия каттеров от Graphtec

Новые режущие плоттеры FC9000 приходят на смену аппаратам предшествующей серии FC8600



Компания Graphtec анонсировала выпуск режущих плоттеров новой серии FC9000. Устройства заменят собой каттеры флагманской серии FC8600, славящиеся по всему миру своей эффективностью и многофункциональностью.

В серии FC9000 представлены четыре модели (75, 100, 140 и 160) с шириной резки до 762 мм, 1067 мм, 1372 мм и 1626 мм соответственно. Максимальная сила давления на нож в режущих плоттерах — 600 г, при этом максимальная скорость резки в аппаратах увеличена до 1485 мм/сек. В результате, как заявляет компания-производитель, новые режущие плоттеры устанавливают новые стандарты в премиальной плоттерной резке и значительно расширяют спектр пригодных для обработки материалов, используемых в производстве вывесок, коммерческой графики и широкоформатной цифровой печати. Устройства

оснащены усовершенствованной системой распознавания приводных меток, благодаря чему удалось значительно улучшить точность выполнения заданий. В плоттерах также появилась функция автоматического деления заданий на небольшие секции, которая обеспечивает высокоточные результаты резки при работе с материалами большой протяженности.

Среди основных сфер применения новых каттеров — изготовление дорожных знаков и раскрой светоотражающих пленок, сквозная резка плотных материалов (включая магнитный винил толщиной до 0,5 мм), резка самоклеящихся пленок для оклеивания транспортных средств, контурная резка отпечатков, полученных на самоклеящихся пленках и бумагах, и т. д. Режущие плоттеры Graphtec серии FC9000 уже поставляются на территорию России.

Mutoh расширяет ассортимент компактных планшетных УФ-принтеров

В новых аппаратах реализована инновационная технология Local Dimming Control



Компания Mutoh Europe nv, европейское подразделение корпорации Mutoh Industries Co. Ltd (Япония) представила на рынке два новых компактных шестицветных диодных УФ-принтера: XpertJet 461UF и XpertJet 661UF. Новые аппараты дополняют собой линейку принтеров Mutoh для прямой печати по предметам, в которую входят популярные модели ValueJet 426UF и ValueJet 626UF.

Каждый из принтеров можно настроить для работы в конфигурации CMYK или же в конфигурации CMYK+White+Varnish. Специальная утилита Mutoh Status Monitor позволяет удаленно отслеживать работу оборудования с помощью смартфона или планшета.

Аппараты разработаны и собираются на производственном предприятии Mutoh в Японии. В них реализованы многочисленные улучшения, включая интуитивный интерфейс на базе OLED-дисплея и увели-

ченную рабочую зону, а также инновационную технологию Local Dimming Control. В ее основе — ультрафиолетовая лампа шириной 5 см, разделенная на 6 секций, каждой из которых можно управлять индивидуально. Благодаря этому на одной и той же заготовке можно создавать одновременно различные эффекты лакировки и получать на тех или иных отдельных участках изделия глянцевое, сатинированное или же матовое покрытие. Технология Local Dimming Control обеспечивает значительный прирост в производительности и нивелирует риск попадания пыли под глянцевое покрытие.

Основные сферы применения принтеров — изготовление персонализированной и рекламно-сувенирной продукции, будь то декорирование чехлов для смартфонов, производство именных подарков, фотопечать или нанесение логотипов на ручки, зажигалки и USB-накопители.

Компания WRS начала поставки систем световых объемных элементов ABCMIX

WRS заключила партнерское соглашение о сотрудничестве с компанией Shenzhen Foguang Lighting, основавшей всемирно известный бренд ABCMIX.



Постоянно растущая потребность рынка рекламы в световых объемных буквах небольшого размера подтолкнула компанию WRS к поиску новых решений. В результате проведенного мониторинга различных технологий изготовления световых букв было принято решение остановиться на элементах ABCMIX. Продукция ABCMIX представляет собой систему световых объемных элементов и комплектующих, необходимых для монтажа. Благодаря разнообразию вариантов креплений можно просто и быстро разместить вывеску, рекламное объявление или надпись где угодно: в витринах, зоне ресепшн, на торговых полках, окнах, стенах и т.д. Обладая рядом преимуществ, система ABCMIX ворвалась на мировой рынок наружной рекламы в конце прошлого года, а с января 2020 г. стартовали первые продажи в России от лица эксклюзивного дистрибьютора — компании WRS.

Договор о сотрудничестве предусматривает развитие партнерской сети и продвижение продукции ABCMIX на территории России и стран СНГ. На первом этапе были изготовлены буквы русского алфавита. В настоящее время, продукция ABCMIX хранится на складе и готова к отгрузке.

Условия размещения публикаций
в журнале смотрите на сайте
наружка.рф

ИНТЕР МИКРО

Планшетные режущие плоттеры IECHO*
расширят круг ваших клиентов



IECHO BK
от 2 млн руб.



IECHO PK
от 1,7 млн руб.

+ 7 958 100 16 48 intermicro.ru

*IECHO - номер 1 в России по продажам среди профессиональных планшетных плоттеров

IECHO TK3S в компании INS!GHT

Интермикро сообщает о заключении контракта на поставку режущего плоттера IECHO TK3S в компанию INS!GHT, Москва.



INS!GHT оказывает профессиональные услуги в сфере производства POS материалов и рекламной продукции с 2008 года. Это динамичная, развивающаяся компания, применяющая в своей работе наиболее современные решения.

По итогам выбора промышленного режущего плоттера победителем стал IECHO TK3S — топовая модель популярного в РФ производителя.

Ультрафиолет на службе креатива

Во второй половине 2019 года компания SwissQprint, всемирно известный швейцарский производитель широкоформатных УФ-принтеров премиум-класса, обратилась к пользователям выпускаемого ею оборудования с призывом принять участие в международном состязании печатников SwissQprint Creative Challenge. В январе имена победителей были оглашены. Разнообразие работ, предоставленных участниками на конкурс SwissQprint Creative Challenge, позволяет по-новому взглянуть на функциональные возможности и способы применения цифровой широкоформатной печати УФ-отверждаемыми чернилами.

«Разыскиваются самые оригинальные, самые сложные, самые поразительные и самые притягательные работы, выполненные с помощью оборудования SwissQprint». Именно такое сообщение получили владельцы широкоформатных УФ-принтеров швейцарского производителя в третьем квартале прошлого года. Свои проекты на конкурс предоставили печатники из 20 стран мира, расположенных в Северной Америке, Европе и Азии. Из 65 отобранных заявок конкурсантов шесть проектов, выставленных участниками на конкурс SwissQprint Creative Challenge, были признаны лучшими по итогам 2019 года.

Многоэтапный процесс оценки работ

Проекты, предоставленные печатающими компаниями на конкурс SwissQprint Creative Challenge, оценивало жюри из пяти экспертов индустрии согласно целому перечню различных критериев. Свои оценки работам конкурсантов также могли дать сотрудники компании SwissQprint. Наконец, возможность проголосовать за наиболее понравившиеся проекты была предос-

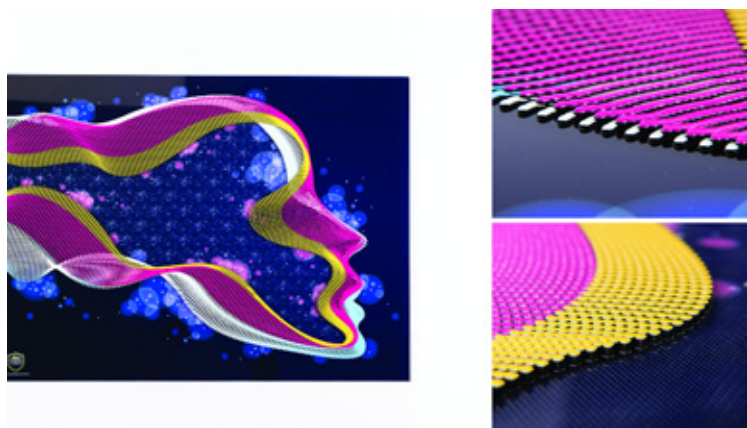
тавлена профессиональной аудитории: компаниям, которые специализируются на широкоформатной УФ-печати. Их представители могли оставить свои голоса и внести свой вклад в итоги конкурса на специальной онлайн-площадке конкурса SwissQprint Creative Challenge.

Результаты

Первое место присуждено проекту «3D-Kopf», реализованному компанией Haas Werbetechnik (Австрия). Это прецизионно выполненное изделие, в котором сочетаются 3D-эффекты с рельефной печатью. Второе место заняло широкоформатное произведение искусства с необычными эффектами лакировки под названием «PrivatHaus M», созданное компанией Erwin Huttl Ges.m.b.H. (Австрия). На третьем месте — небольшое рекламно-сувенирное изделие, используемое в промо-целях его создателем, еще одной компанией из Австрии Raunjakintermedias GmbH. Несмотря на компактные габариты, подарочная флешка и ее упаковка демонстрируют практически все возможности цифровой УФ-печати, включая печать белой краской, выборочную

лакировку и создание рельефной поверхности на отпечатке.

Четвертое место на конкурсе SwissQprint Creative Challenge завоевала работа под названием «Копия мозаики», изготовленная Выставочным центром Ассоциации деятелей науки, культуры и искусства Biksad (Турция). Это искусная репродукция музейного экспоната, воспроизведенная по технологии цифровой печати на бумаге, изготовленной вручную. Пятое место поделили между собой проект «Постеры клуба Bio» компании Shoei (Япония), представляющий собой оригинально выполненную печать на голографической бумаге, и работа «Natur», созданная компанией Schilder Systeme GmbH (Австрия), которую условно можно назвать эффектной комбинацией натуральных и искусственных материалов и полученных с помощью цифровой печати текстур. Наградой для главного победителя конкурса SwissQprint Creative Challenge, компании Haas Werbetechnik, станет путешествие в Швейцарию на двоих. Лауреаты конкурса, проекты которых заняли места со второго по пятое, получают ценные призы от компании SwissQprint.



Проект «3D-Корф» (в переводе с немецкого — «Трехмерная голова») — это удачная комбинация рельефной печати УФ-отверждаемыми чернилами и технологии SwissQprint Droptix, которая позволяет создавать на поверхности отпечатка сферические линзы, имитирующие ленткулярный пластик и придающие графике так называемые эффекты «стерео/варио».



Второе место на конкурсе SwissQprint Creative Challenge присуждено крупноформатному произведению искусства, созданному компанией Erwin Huttl Ges.m.b.H.



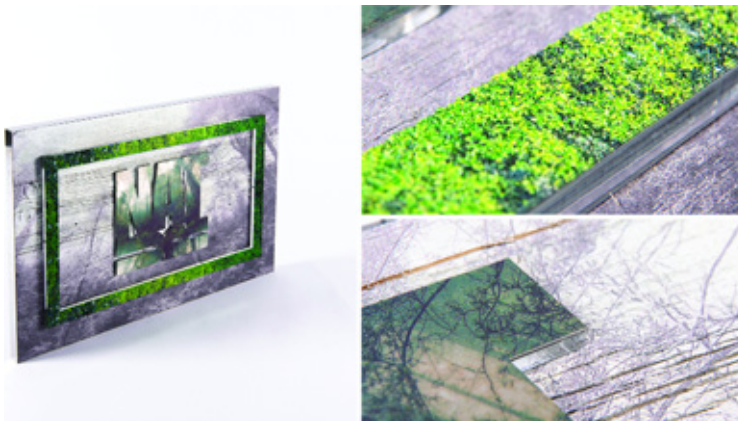
Рекламно-сувенирное изделие от компании Raunjakintermedias GmbH и его упаковка демонстрируют все возможности цифровой УФ-печати, включая печать белым цветом на темных поверхностях, выборочную лакировку и рельефную печать.



На четвертом месте — репродукция мозаики, выполненная Выставочным центром Ассоциации деятелей науки, культуры и искусства Viksad (Турция) путем УФ-печати на бумаге, изготовленной вручную.



Оригинальная комбинация полноцветной УФ-печати и голографической бумаги, воплощенная в жизнь компанией Shoeni (Япония).



Художественная композиция, изготовленная компанией Schilder Systeme GmbH из натуральных и искусственных материалов, которые дополнены рельефными фактурами, полученными с помощью цифровой УФ-печати на оборудовании SwissQprint.

На «Формулу-1» вместе с TUPLEX!

Компания «Туплекс» является одним из лидеров в поставке материалов для наружной рекламы, промышленности и строительства.

Свой путь TUPLEX начал в 1990 году в Польше. Изначально был взят курс на качество материалов, оперативность поставок и близость к клиенту. Поэтому за несколько лет компания разрастается в крупную дистрибьюторскую сеть по всей Европе, а затем приходит и в Россию. В 2004 году в Москве открывается первый филиал, а на сегодняшний день TUPLEX присутствует уже в 9 городах России.

Компания сфокусирована на работу с фабриками производителями, и все достигнутые договоренности по условиям сотрудничества распространяются на всю группу компаний TUPLEX, за счет этого производители получают крупного клиента с рынком сбыта в Европе и России, а TUPLEX — выгодные условия на поставку материалов.

Портфолио компании очень широкое, включает в себя более 5000 наименований и постоянно пополняется и расширяется. Более половины ассортимента поставляется под собственными торговыми марками. К этим продуктам предъявляются особые жесткие требования по качеству. Только после лабораторных испытаний, которые проводятся непосредственно в головном офисе в Варшаве под чутким надзором технологов, материал может получить звание собственной торговой марки.

Одним из таких продуктов в ассортименте является вспененный ПВХ. Он поставляется из Европы и Азии. На сегодняшний день внимание клиентов приковано преимущественно к одной европейской торговой марке — XFOAM, которая про-

изводится в том числе венгерской фабрикой ONGROPACK.

Партнерские отношения TUPLEX и ONGROPACK наверно по праву можно назвать эталонными. Сотрудничество началось сразу после открытия первого филиала в России и уже продолжается более 15 лет. За этот долгий период компании тщательно изучили стиль работы друг друга, постарались отладить все процессы и наладить бесперебойные поставки материала.

Неоднократно проводились совместные стимулирующие акции для менеджеров компании и лучшие из лучших посетили фабрику, знакомились с производством и безусловно наслаждались прекрасными видами Будапешта.

ПРИМИ УЧАСТИЕ В АКЦИИ «ФОРМУЛА УСПЕХА»

ВЫИГРАЙ ПЕЕЗДКУ НА ФОРМУЛУ-1




1 место — поездка для двоих в Будапешт на Формулу-1 (5 призеров)
 2 место — ноутбук Lenovo Yoga (5 призеров)
 3 место — паллета материала ПВХ (10 призеров)

В этом году TUPLEX совместно с ONGROPACK решили запустить уникальную акцию для клиентов компании. Это новый опыт в проведении такого рода мероприятий, но результаты января говорят о том, что завершится она невероятным успехом.

Акция «Формула Успеха» достаточно проста. Её суть заключается в том, что победит тот клиент, который купит наибольшее количество вспененного ПВХ за период с января до конца июня 2020 года. Главный приз — это поездка на двоих в Будапешт на 3 ночи, а также билеты на Формулу-1. Все расходы берет на себя компания организаторы. За второе призовое место вручается ноутбук Lenovo Yoga, а за третье — целая паллета материала ПВХ.

Уникальность акции заключается в том, что ранее никто ничего подобного на рынке не предлагал, особенно учитывая количество призовых мест. Двадцать клиентов могут претендовать на получение ценных призов, просто продолжая сотрудничать со своим поставщиком.

Безусловно, присутствует нацеленность и на привлечение новых клиентов, кото-

рые смогут по достоинству оценить качество вспененного ПВХ XFOAM. В прошлом году была усовершенствована химическая формула, которая позволила сделать материал более эластичным, белым, а также улучшить печатные свойства. Кроме того, завод полностью модернизировал, заменил существующее оборудование и теперь можно с гордостью заявить, что это один из лучших материалов, представленных на российском рынке.

TUPLEX в цифрах:

- 16 лет присутствия на российском рынке,
- 9 филиалов,
- 70 сотрудников,
- более 6 млн. кг материалов продается ежегодно,
- более 5 тыс. постоянных клиентов,
- более 1 миллиарда ежегодный оборот.

Туплекс

Тел.: +7 (495) 363-9030

E-mail: info@tuplex.ru



Генеральный директор ООО «Туплекс» Цомбер Рафал: «Мы уверены, что эта акция сможет приблизить нас к клиентам и переведет наши взаимоотношения с постоянными партнёрами на другой уровень, а с новыми заказчиками позволит заключить взаимовыгодные контракты. Смело могу заявить, что это только начало. Мы имеем много интересных идей в запасе, и будем стараться их воплотить в жизнь. У нас очень амбициозные планы по развитию на текущий год, и я верю, что совместно с нашими клиентами мы достигнем больше, чем ожидаем».

реклама

www.tuplex.ru

КОМПАНИЯ TUPLEX СОВМЕСТНО С КОМПАНИЕЙ ONGROPACK ОБЪЯВЛЯЕТ О СТАРТЕ АКЦИИ «ФОРМУЛА УСПЕХА»!



Принять участие в акции могут все клиенты, совершившие покупку вспененного ПВХ производства компании Ongropack в период с 1 января 2020 года по 30 июня 2020 года.

АССОРТИМЕНТ, УЧАСТВУЮЩИЙ В АКЦИИ: вспененный ПВХ торговых марок XFOAM (Венгрия), TUFOAM (Венгрия), ONGROFOAM (Венгрия)

СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ: 1 января 2020 года – 30 июня 2020 года

ВЫДАЧА ПРИЗОВ: 6 июля 2020 года – 12 июля 2020 года

ОЗНАКОМИТЬСЯ С ПОДРОБНЫМИ УСЛОВИЯМИ АКЦИИ ВЫ МОЖЕТЕ НА САЙТЕ WWW.TUPLEX.RU, А ТАКЖЕ В ОФИСАХ КОМПАНИИ TUPLEX

ПРИЗОВОЙ ФОНД:

1 место – поездка для двоих в Будапешт на Формулу-1 в 2020 году (5 призов)*

2 место – ноутбук Lenovo Yoga (5 призов)**

3 место – паллета вспененного ПВХ XFOAM (10 призов)***



* В стоимость тура включено: авиаперелет Москва – Будапешт – Москва, посещение завода Ongropack (г. Мишкольц), проживание в г. Мишкольц (1 ночь), проживание в отеле в г. Будапешт (3 ночи), билеты на Формулу-1 категории Super Gold, трансферы на территории Венгрии по маршруту: аэропорт - г. Мишкольц - г. Будапешт - аэропорт

** Ноутбуки Lenovo Yoga: Windows 10 Home, 14", 8 gb, SSD 128 gb, Intel Core i5

*** 50 листов вспененного ПВХ XFOAM 3 мм 2,05*3,05 м белый АУТУ 11117-926 в паллете
Основным показателем для определения победителей акции станет объем закупки по тоннажу

Пространственные размышления о светодиодной подсветке

Существует два варианта подсветки вывесок: правильный и неправильный. Стоит позаботиться о том, чтобы вы сделали правильный выбор.

Фриц Мейне-младший, вице-президент по продажам компании Vitro Group, Inc. (США)

Перевод статьи публикуется с разрешения автора.

ОБ АВТОРЕ:

Фриц Мейне-младший — широко известный в sign-индустрии эксперт по использованию светодиодов в подсветке вывесок и комплексном оформлении фасадов коммерческих объектов. Его опыт в сфере изготовления световой рекламы превышает 40 лет. Автор статьи многократно проводил семинары по вопросам изготовления онингов с подсветкой, выступал с докладами об использовании светодиодов и оптоволоконных источников света. В настоящее время Фриц Мейне-младший занимает пост вице-президента по продажам в компании Vitro Group, Inc. (США).

После своего появления на мировом рынке светодиодные модули, оснащенные светорассеивающими линзами, получили почти повсеместное признание, и можно было бы с легкостью вообразить, что всё станет «легко и просто». Но это не так!

На самом деле есть основания полагать, что всё произошло ровным счетом наоборот. Светодиодные модули ранних образцов, не оснащенные оптикой, обеспечивали угол рассеивания светового потока в 90 — 120 градусов. И в сочетании со стандартной глубиной буквы в 12,5 см толщина штриха буквы в те же 12,5 см в большинстве случаев была максимальной. Раскладку модулей можно было осуществлять достаточно просто. Если же буква действительно имела толщину штриха в 12,5 см, над расстановкой источников света в изделии почти (или даже совсем) не приходилось думать. Угол рассеивания светового потока примерно в 120 градусов ограничивал величину интервала между рядами светодиодных модулей, что обеспечивало возможность выполнения этой операции почти на уровне искус-

ственного интеллекта. Вдобавок такая изначальная раскладка соответствовала расстановке в вывесках неоновых трубок, которые давали в среднем примерно 558 люменов на погонный метр каждая.

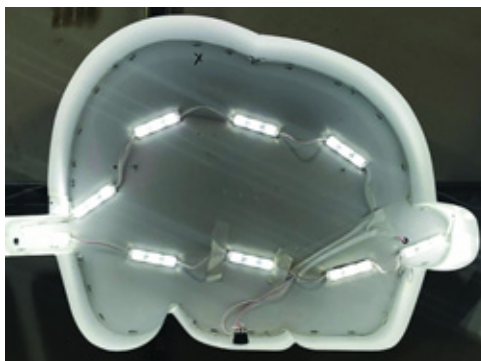
В условиях непрекращающегося научно-технического прогресса на рынке светотехники появилась оптика. И речь идет не о новостях, в которых рассказывается о последних достижениях в оптике. В данном случае мы рассматриваем светорассеивающие линзы, которые используются для того, чтобы увеличить распространение света. Один из первых поставщиков «линзованных» модулей с именитой торговой маркой рекламировал их как «гениальное решение для использования в буквах с увеличенной толщиной штриха, если вы можете допустить уменьшение уровня освещенности вывески в целом» (цитата недословная)... Этот комментарий очень красноречив. Однако, по всей видимости, в те годы ему почти никто не придавал значения, и, судя по всему, о смысле этих слов не задумываются и сейчас?

Приведу очень простой наглядный пример, который я использую уже несколько лет: «У вас есть контейнер емкостью 1 галлон, который заполнен светом объемом 1 галлон. Теперь вы перемещаете этот галлон света в контейнер емкостью 2 галлона, который в результате заполняется только на половину, при этом объем света остается неизменным». Суть в том, что если светорассеивающая линза позволяет увеличить рассеивание света, на увеличенное по площади пространство распространяется то же количество света, что и прежде, без использования линзы. Складывается ощущение, что, используя в вывесках «линзованные» светодиодные модули, это упускали из виду очень долгое время. И так, компенсировать снижение яркости можно двумя способами. Первый предполагает установку большего количества модулей, что позволит увеличить имеющуюся освещенность лицевой поверхности вывески. Второй заключается в использовании более мощных светодиодов на этапе производства модулей со светорассеивающими линзами. Третий вариант — перенагружать модули — значительно менее предпочтителен, чем первые два

Правильным решением для увеличения площади засветки было использование более мощных светодиодов. Однако оптика в «линзованных» модулях предполагает их установку в буквы с толщиной штриха от 30 до 38 см. И, похоже, наша отрасль не приняла во внимание тот факт, что для тонких (соединительных) штрихов букв и их толстых «ножек» необходимо использовать разные источники света, с разными показателями рассеивания светового потока, чтобы обеспечивать равномерную засветку всей лицевой поверхности буквы в целом. Если тонкие штрихи светятся чрезмерно ярко, а более толстые излучают свет типичного для среднестатистических вывесок уровня яркости, можно определенно сказать, что такая подсветка никуда не годится. Один размер подходит не всем!

Достаточно только взглянуть на инсталляции из объемных букв наших дней, чтобы понять: у нас в отрасли есть проблемы. И хотя для этих проблем может существовать масса причин, цель этой статьи — предоставить пользователям светодиодных модулей необходимые знания, с помощью которых они поймут, как вернуть вывескам былое величие.

Давайте посмотрим на картинки:



Стандартная раскладка светодиодов светового потока.



Должным образом продуманная внутренняя подсветка обеспечивает равномерную заливку светом всей лицевой поверхности вывески.



Слева: расположение светодиодных модулей с правильными интервалами в тонких и толстых штрихах, благодаря чему визуально обеспечивается равномерное освещение буквы.

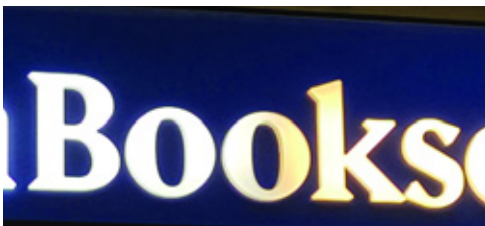
Справа: расстановка светодиодных модулей со стандартным интервалом, из-за чего тонкие штрихи буквы засвечиваются более ярко.



Слева: правильная раскладка светодиодных модулей, обеспечивающая равномерное свечение «лица» буквы.

Справа: типичная «линейная» раскладка светодиодных модулей.

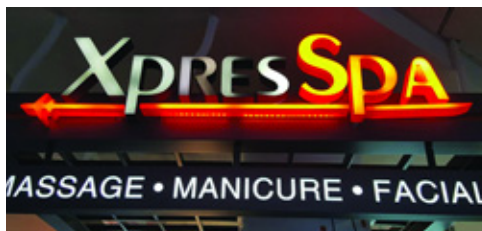
В некоторой степени стандартная раскладка для каждого из выше изображенных символов, что называется, «сгодится». Именно такой метод расстановки модулей характерен для вывесок, которые мы можем видеть сегодня по всей Америке и которые мы называем «стандартными» или даже «минималистскими». И все же правильная раскладка позволяет получить равномерную освещенность по всей лицевой поверхности буквы или вывески. Если честно, правильный подход к внутренней подсветке чаще наблюдается в вывесках федеральных рекламодателей. Когда же мы переводим взгляд на вывески региональных, а затем и локальных заказчиков, охарактеризованное выше неправильное понимание роли, которую играют светорассеивающие линзы в светодиодных модулях, становится все более и более очевидным.



Простое решение этой проблемы — показать, как правильно нужно устанавливать модули в вывесках, должен был бы ваш поставщик источников света. Такое ощущение, будто убеждение в том, что всё решает цена светодиодов, а светодиоды все одинаковы, вытеснило из сознания сайнмейкеров умение изготавливать вывески с корректно проработанной и равномерной засветкой. Но это убеждение в корне своем неверно!

Кстати, возможно, вы не знаете о том, что в нашей индустрии нет стандартов тестирования модулей для объемных букв, если говорить об оценке качества света, их световой отдаче (в люменах на ватт) и долговечности по методике LM80. Вы можете возразить, что существуют отчеты о про-

ведении тестов LM79 и LM80, но их должны предоставлять независимые исследовательские лаборатории! Да, они могут быть достоверными, но о чем именно такой отчет нам скажет, и кто на самом деле понимает содержащуюся в таких отчетах информацию? По всей видимости, совсем не многие. К примеру, недавно я видел отчет о проведении тестов LM80 светодиодных модулей одного импортируемого бренда, в котором отмечается, что изделие выйдет из строя через 20 тыс. часов. И при этом импортер сопровождает свою продукцию пятилетней гарантией на комплектующие и рабочую силу. Ничего себе! Тем не менее, когда дни такой подсветки будут сочтены, кто будет оплачивать возмещение ущерба, обусловленного использованием источников света с малым ресурсом? Эти убытки понесет ваш клиент, который может просто не знать, что такое допустимый уровень яркости, а что такое выход светодиодного модуля из строя. К сожалению, это более правдоподобно, чем кажется многим. Если вы не в курсе, испытания светодиодов на предмет их долговечности по методике LM осуществляются независимыми исследовательскими лабораториями, а не поставщиками. Почему? А вы бы хотели, чтобы курятник охраняла лисица?



Если в вашем сознании главным приоритетом является минимально возможная цена, и при этом вы намереваетесь изготовить вывеску с качественной пространственной и равномерной засветкой, рано или поздно проиграют все. Давайте будем реалистами: допустим, среднестатистическая вывеска состоит из 13 букв высотой 38 см каждая и теоретически нет необходимости в дополнительном блоке питания, не так ли? Представим, что мы используем 50 модулей стоимостью 1,5 долларов США каждый. Это в общей сложности составит 75 долларов США. Теперь возьмем привозные модули малоизвестного поставщика стоимостью 0,75 долларов США. В этом

случае затраты на подсветку составят 37,50 долларов США. В действительности премиальные светодиодные модули известного бренда стоят в два раза дороже, чем модули «no-name», которые можно будет назвать только средними по качеству в лучшем случае.

Вы продаете и монтируете эту вывеску за 1500,00 долларов США. И, неужели, чтобы сделать цену ниже, вы будете экономить 37,50 долларов США на подсветке и подвергать репутацию вашей компании очень большому риску? То же самое можно сказать и о правильном подходе к проработке раскладки светодиодных модулей в вывеске: когда мы пытаемся решить эту задачу должным образом, нам может потребоваться в два раза больше светодиодных модулей. Не правда ли, такая аналогия вполне справедлива?



Остается только удивляться, откуда берет свое начало это стремление «экономить абсолютно на всем». Скажем, если при раскладке более мощных модулей потребуются использовать не один, а два блока питания, все равно речь будет идти только о разнице величиной всего 75 долларов США. А как же правильная политика по отношению и к вашей собственной репутации, и к имиджу вашего клиента? Получается, что больше о вас этого сказать нельзя, и в результате имиджу всей нашей индустрии наносится ущерб!

Проблематичным является и покупка светотехники у недобропорядочных поставщиков, которые сопровождают продукцию пятилетней гарантией, тогда как рекламно-производственные компании могут рассчитывать только на то, что эти светодиодные модули нормально прослужат не более года. Похоже, ход мыслей покупателя таких источников света следующий: «Давайте используем самый дешевый товар, пусть клиент заплатит за сервис, когда потребуется, а наша репутация останется чистой». Я всегда опасался, что

конечный пользователь может очнуться и обнаружить, что вы получали светодиодные модули от поставщика бесплатно, и при этом выставляли ему за них счет. Что вы будете делать в этом случае? По моим оценкам, неправильный подход к пространственной засветке лицевой поверхности вывески будет иметь такие же последствия. У вас будут все шансы потерять заказ, если другая компания, ваш конкурент, проработает расстановку модулей в вывеске должным образом!



В заключение стоит заметить: светодиоды разработаны таким образом, чтобы с ними было легко и просто работать, и это замечательно. Значительно большее значение имеет понимание технологий производства светодиодов и отличий между их

производителями, как и понимание методики тестов на долговечность типа LM79, LM80 и более нового вида испытаний 85/85. Все это и даст понимание того, что не все светодиоды одинаковы. Если к этому добавить способность разобраться в том,

как правильно расставлять модули в вывесках для получения пространственной и равномерной засветки, в особенности в буквах с толстым/тонким штрихом, вы сможете выйти в лидеры, в обратном случае — продолжайте рисковать!

SOL+ МОДУЛИ

ПОДСВЕТКА НА 25% ДЕШЕВЛЕ ВМЕСТЕ С МОДУЛЯМИ ELF SOL+

Люксметр в подарок!

elf_led
8-800-700-3457
www.elf-light.ru

Условия размещения публикаций в журнале смотрите на сайте

наружка.рф

РПК Intelligence: «Команда — это 90% успеха»

С этого номера журнал «НАРУЖКА» начинает публиковать цикл материалов об отечественных рекламно-производственных компаниях, которые вошли в избранный круг лауреатов конкурса визуальной рекламы «ЗНАК-2019». Герой первой публикации — рекламно-производственная компания Intelligence (Москва). Ее проекты завоевали сразу две золотые награды: в номинациях «Оформление магазинов розничной торговли» и «Предприятия розницы малой формы».

От рекламного агентства к полноценной фабрике средств визуальной рекламы

В настоящее время рекламно-производственная компания Intelligence позиционирует себя как полносервисное рекламное агентство с собственной производственной базой. Однако, чтобы стать независимым от субподрядчиков предприятием, компании пришлось пройти путь длиною в несколько лет. «Как только в процесс реализации проекта включается субподрядчик, сразу создается почва для возникновения проблем в дальнейшем, — отмечает Сергей Донников, генеральный директор РПК Intelligence. — Если субподрядчиков несколько, контролировать качество их работ становится очень сложно, не говоря уже о соблюдении сроков. Поэтому мы на протяжении первых лет работы целенаправленно шли к тому, чтобы перестать зависеть от третьих сторон».

В настоящее время все производственные задачи решаются компанией Intelligence своими силами. Это и обработ-



За 2019 год на производстве РПК Intelligence было изготовлено около 1500 вывесок. Иными словами, производственные мощности позволяют компании отгружать заказчикам по четыре готовые вывески в день. Эта цифра не включает множество других видов рекламных конструкций и изделий для декорирования торговых объектов и продвижения брендов категории «люкс». При этом Intelligence делает ставку не на количество, а на качество своих работ.



Производство компании Intelligence расположено в Зеленограде в промышленной зоне по адресу: проспект генерала Алексеева, 42, стр. 1. На территории общей площадью 2000 кв. м в изготовлении вывесок и других видов фасадного и интерьерного оснащения торговых объектов ежедневно заняты 50 человек. В этом же здании на собственных складах Intelligence в постоянном наличии поддерживаются все необходимые материалы и комплектующие в объеме, позволяющем обеспечить бесперебойную работу производства в течение двух недель.

Работы ведутся одновременно в нескольких цехах. Это: цех обработки древесины; цех металлообработки; участок покраски изделий; цех по фрезерно-гравировальной и лазерной обработке материалов; участок автоматизированного изготовления объемных букв, оснащенный бортогибами и станком для работы с жидким акрилом; цех допечатной подготовки; цех широкоформатной печати; цех ламинирования отпечатков; цех постпечатной обработки; цех по сборке вывесок и цех по сборке светодиодных экранов. На фото: автоматический бортогиб для изготовления боковин объемных букв.

ка древесины и панелей из ДСП, и раскрой и сварка металла, и покраска элементов будущих рекламных конструкций. Изготовление классических световых вывесок из объемных букв осуществляется с помощью автоматизированной производственной линии, оснащенной бортогибами, станком для работы с жидким акрилом и фрезерно-гравировальными станками. В цеху широкоформатной печати РПК Intelligence функционируют более пяти печатных машин, включая широкоформатные экосольвентные принтеры японских производителей, а также гибридный и планшетный УФ-принтеры.

Парк оборудования РПК Intelligence постоянно расширяется и модернизируется. Так, в 2019 году, благодаря приобретению новых плазменных станков для резки металла и ленточных пил компании удалось увеличить вдвое, если не втрое, производительность цеха по обработке изделий из стали и других металлов. Появля-

ются на производственной базе компании в Зеленограде и инновационные технологии: к примеру, сегодня в изготовлении эксклюзивных POS-материалов нередко используется 3D-принтер с рабочей зоной 400 x 300 x 300 мм.

Умение выступать на стороне заказчика

«Мы привыкли решать проблемы наших клиентов, — рассказывает Сергей Донников. — Если у кого-то из российских рекламно-производственных компаний возникают сложности в работе с отечественными розничными сетями, могу заметить, что у зарубежных заказчиков из стран Запада сотрудничество с РПК строится еще сложнее и предполагает значительно больше согласований, прежде чем реализованный проект будет оплачен. Мы считаем, что оформить все эти документы и избавить клиента от головной боли по подготовке бумаг, — тоже наша задача, поскольку

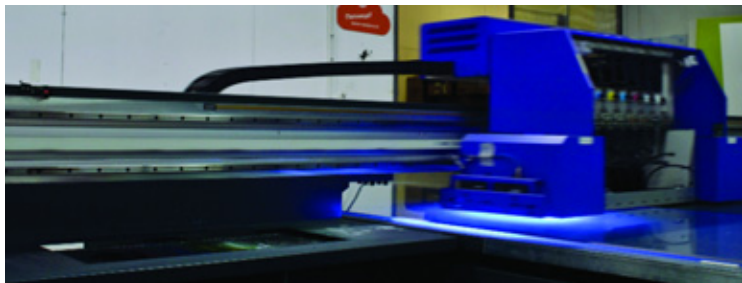
ку проект реализован нами, и мы сами заинтересованы в получении вознаграждения за него. Менеджеры Intelligence умеют подготавливать все необходимые документы, акты и фотоотчеты по отгрузке продукции для оформления магазинов и ее монтажу на объектах. И такие услуги действительно востребованы на рынке: у нас есть ряд заказчиков, которые сотрудничают с нами именно благодаря тому, что наша компания предоставляет им такой сервис».

Круг работ

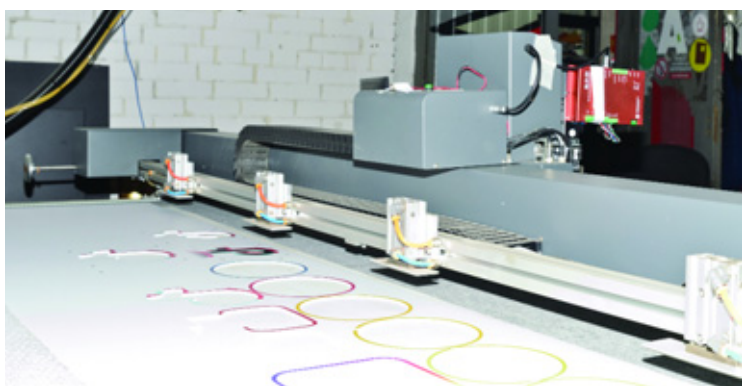
Intelligence не только тесно сотрудничает с владельцами транснациональных и европейских брендов, но и реализует масштабные проекты по оформлению новых точек российских розничных сетей. Только за 2019 год Intelligence изготовила около 1500 классических уличных световых вывесок. Определенную долю в портфолио компании также составляют единичные и малотиражные заказы от небольших ком-



Стаж сотрудников Intelligence в среднем — пять лет. Впрочем, в штате есть и те, кто работает в компании с 2010 года. Подбор новых работников, как и их обучение, ведется регулярно. Вопросы по улучшению условий труда и совершенствованию организации рабочих процессов решает руководитель отдела хозяйственного обеспечения производства, человек с большим опытом работы в разных РПК, в прошлом — начальник производства компании Intelligence. На фото: участок плоттерной резки.



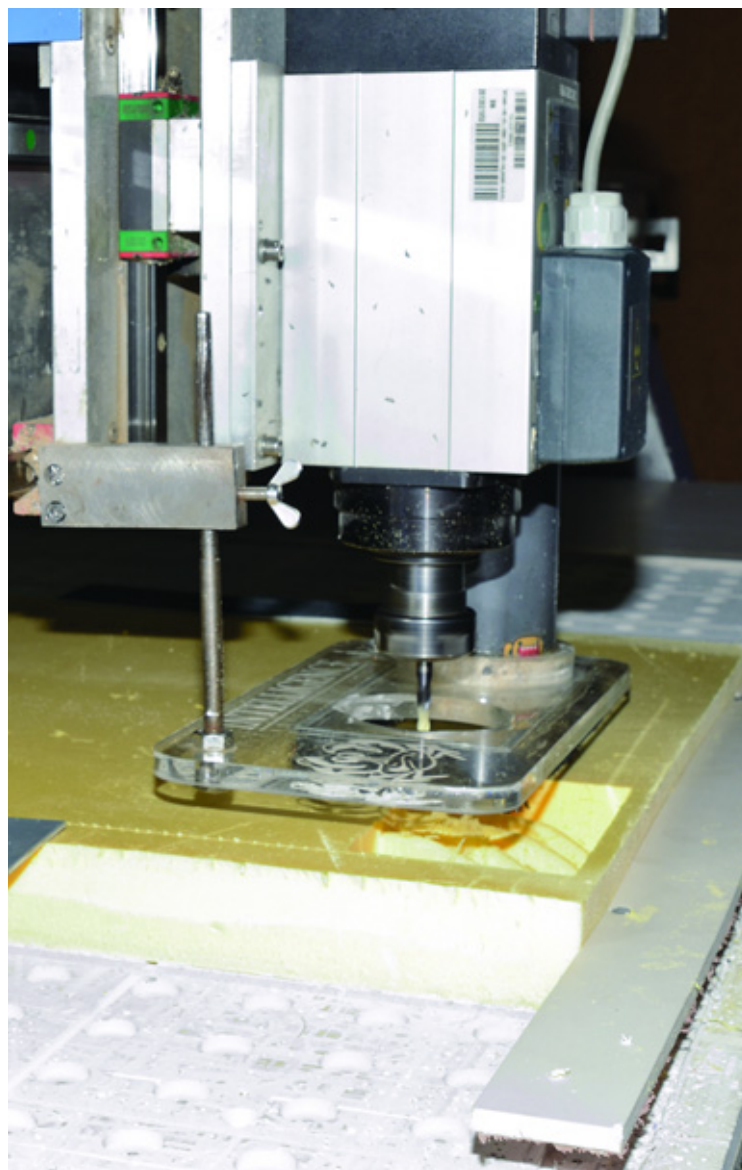
Планишетная УФ-печать по листовому акриловому стеклу.



Цех постпечатной обработки, оснащенный цифровым планшетным режущим плоттером. Что примечательно, наладкой, обслуживанием и ремонтом струйных экосольвентных и УФ-принтеров, а также режущих плоттеров, ламинаторов, фрезерно-гравировальных станков и других машин из парка оборудования компании занимается инженер, который является штатным сотрудником Intelligence.



Цех цифровой печати. Все широкоформатные принтеры, которыми располагает компания, используются исключительно в решении собственных производственных задач.



Обработка панели из пенополистирола на фрезерно-гравировальном станке с ЧПУ.



Слева — коробки с готовыми к отгрузке конструкциями со светодиодной подсветкой, которые изготовлены для одной из трансграничных сетей ресторанов быстрого питания.

Справа — непосредственно элементы этих конструкций на стадии упаковки. К слову, рекламно-производственная компания Intelligence располагает собственным парком автотранспортных средств. Это и микроавтобусы, и несколько автофургонов с гидробортом, которые способны доставить рекламные конструкции практически в любую точку России.

мерческих предприятий. Такие работы в совокупности обеспечивают в среднем 20% от общей величины прибыли.

Проекты, реализованные РПК Intelligence, можно увидеть не только в Москве, но и в Санкт-Петербурге, и в Екатеринбурге, а также в других городах центральной России, Северо-Западного региона страны и Урала. Монтаж рекламных конструкций осуществляется компанией самостоятельно, для чего сформированы восемь штатных монтажных бригад. Каждая из них способна полностью оформить торговую точку площадью 400 — 500 кв. м за восьмичасовой рабочий день.

И все же реализацию эксклюзивных проектов для брендов премиум-класса (таких, как Dior или Tommy Hilfiger) можно назвать главным «козырем» компании Intelligence. «Удивить кого-то яркими, насыщенными цветами вывески или подсветкой из RGB-диодов уже невозможно, — рассказывает Сергей Донников. — При этом, чтобы показать продукт наилучшим образом, его нужно выделить на фоне окружающих его предметов, продумать и создать особую для него атмосферу. Мы тесно общаемся с заказчиками, которые заинтересованы именно в таком осмысленном, интеллектуальном подходе к продвижению своей продукции. В свое

время мы вложили немало усилий в формирование собственной команды дизайнеров. Это очень талантливые специалисты, окончившие Британскую школу дизайна и прошедшие практику в европейских рекламных агентствах. Благодаря этому мы уверенно беремся за реализацию смелых, нестандартных проектов и за освоение новых для нас направлений, к примеру, таких, как изготовление дизайнерской мебели. Мы не ожидали, что именно сегмент дизайнерской мебели может быть действительно настолько интересным и в разработке, и реализации, при этом маржинальность таких работ ограничивается только границами фантазии».

Ставка на постоянное развитие

На вопрос о том, что ждет российскую индустрию вывесок, Сергей Донников ответил: выживут только быстрые компании, способные адаптироваться к рынку и потребностям заказчика. «Компания Intelligence строит работу с клиентом таким образом, что наш менеджер знает больше про его бизнес, чем менеджер, выступающий со стороны клиента, — заметил он. — Мы знаем и умеем на основе его планogramмы составлять техническое задание, которое не нужно согласовывать с заказчиком. На следующем этапе мы просто открываем очередную магазин, в котором в день приемки уже есть все необходимое. Да, выйти на такой уровень партнерских отношений изначально непросто, но в результате это дает тебе очень хорошую фору перед другими, поскольку твоя компания действует не извне, как подрядчик, а как отдельное звено в структуре бизнеса заказчика».

«Работа с клиентами из категории «люкс» для нас является приоритетным направлением на ближайшую перспективу, — продолжает Сергей Донников. — Мы закупает высококачественное оборудование, необходимое в реализации проектов для этих брендов, отправляем персонал на стажировку в страны Западной Европы и продолжаем еще глубже осваивать мастерство изготовления эксклюзивных конструкций, где чаще всего требуется уметь работать руками с натуральными материалами, будь то древесина, металл, бетон, гипс или ткань».

Немаловажным вкладом в будущее компании Сергей Донников считает инвестиции в подбор, тренировку и обучение персонала. «Команда — это 90% успеха», — подчеркивает он.

В своей стратегии РПК Intelligence придерживается правила: развиваться каждый год по меньшей мере на 15% — 20%. В 2020 году компания намерена обеспечить себе рост в 20% — 30%. Это касается и парка оборудования, и портфеля заказов, и объемов прибыли. Что примечательно, значительные шаги на пути к достижению таких показателей роста сделаны благодаря освоению новых направлений деятельности и реализации эксклюзивных проектов. Некоторые из этих работ можно будет увидеть на улицах Москвы и других городов России уже в марте этого года.



«Золото» на конкурсе «ЗНАК-2019»

Проект, реализованный РПК Intelligence для зонтичного бренда одежды Tommy Sport, принес компании главную награду в номинации «Предприятия розницы малой формы» на конкурсе визуальной рекламы «ЗНАК» в 2019 году. Условно задача, поставленная заказчиком перед рекламно-производственным предприятием, предполагала разработку дизайн-проекта и 3D-визуализации мобильного торгового пространства (иными словами, быстро возводимого временного магазина), а также изготовление всех необходимых элементов будущей торговой точки и их монтаж к городскому фестивалю «Ласточка», который проводился в июле прошлого года в Лужниках (Москва). На этапе творческого конкурса компания Intelligence предоставила на рассмотрение заказчика несколько дизайн-проектов, один из которых и был утвержден клиентом.

Уникальность концепции и технического задания проекта заключалась в

том, что в конструкции быстровозводимого магазина следовало использовать экологичные материалы в максимально возможном объеме. Эту задачу удалось решить путем применения панелей из ЛДСП и ОСП в сборке подиума, стен и декоративных элементов торгового объекта, а также в изготовлении POS-материалов и торгового оборудования для него. В оформлении пространства были также использованы зеркальные панели с аппликацией и полноцветные изображения, напечатанные на ткани и ориентированные на стружечных плитах по технологии планшетной широкоформатной печати УФ-отверждаемыми чернилами. На работы по возведению мобильного магазина «Tommy Sport» и его оформление штатной бригаде РПК Intelligence потребовалось менее суток.

Объемы продаж продукции Tommy в дни фестиваля «Ласточка» превзошли самые смелые ожидания заказчика, основанные на опыте реализации товаров в схожих быстровозводимых торговых точках в странах Европы.

Каждый заказ — в плюс!



Программа Bon Sens позволяет точно рассчитывать себестоимость любого изделия, учитывая все прямые и косвенные расходы. Вы больше не будете выполнять заказы, которые не приносят прибыли! Пусть в убыток работают ваши конкуренты!



индустриальный стандарт

быстрая калькуляция заказов
учет расхода материалов
учет сдельной заработной платы
шаблоны готовых изделий
возможность работы "на удалёнке" и др.



Эксклюзивный представитель в России:
ООО "Ар энд Ди Коммуникейшнз"
+7 (495) 234-7494
maksutov@ridcom.ru
bonsens.ru

Для чего нужны открытые вопросы

Узнать причины возросшего градуса общения, выявить потребности на стадии продажи, понять, о чем спорит клиент на переговорах, расшевелить слушателей во время презентации — это все требует иметь навык «Задавать открытые вопросы».



Ольга Баринава, бизнес-тренер

Как показала практика, не у каждого продавца он есть. Удивительно! Но это так. По статистике один из трех продавцов оперирует исключительно закрытыми вопросами, а есть команды, где процент людей, не владеющих этим навыком, достигает 80% (закрытые вопросы — это вопросы, требующие ответа только «да» или «нет»). Казалось бы, чего проще — задавать открытые вопросы и получать на них ответы. Спрашивай, да анализируй полученную информацию. Но не всё так просто, как кажется.

Что такое открытый вопрос?

Открытые вопросы, как правило, начинаются с вопросительных слов кто, когда, где, сколько, почему, зачем, как и т.д. Они дают получить развернутый ответ. Получить информацию!

А что же используют продавцы?

Очень часто в арсенале продавцов исключительно закрытые вопросы. Почему? Потому что не задумываются, потому что привыкли, потому что закрытые вопросы задавать легче. Еще в командах встречаются люди, которые вообще вопрос сформулировать не могут. Они оперируют утвердительными предложениями и в конце ждут реакции клиента, который не всегда сообразит, как реагировать на утверждение, произнесенное вместо вопроса. Таких не так много, наверное, один на 10-15 человек, но они тоже встречаются именно в командах продавцов.

Проблема невозможности произнести открытый вопрос корнями уходит в глубокое детство. Помните период у ребенка, когда он начинает проявлять особую любознательность — период «Почему? Как? Зачем?». В это время ребенок, как приклеенный ходит за взрослыми и задает уйму невероятных вопросов. Так вот, это и есть важный момент рождения навыка задавать открытые вопросы. И как видите, у ребенка проблем с этим нет. Он не боится, он любознателен, он еще не знает о неуместности многих вопросов. Он открыт к познанию мира и всего, что происходит вокруг.

Мать, как правило, так устает от ребенка и от его вопросов, что начинает просто игнорировать его и стараться отвязаться, демонстрируя таким образом полное безразличие к его интересу и давая понятие, что его вопросы неуместны. Развитие навыка подавляется в самом его корне.

Второй жизненный этап, который подавляет способность и навык задавать вопросы — это школа. Педагоги часто не стесняются в оценке качеств детей и их способностей, транслируя в нелицеприятных выражениях свое мнение о тех или иных способностях маленького человечка. У ребенка возникает страх спрашивать — «Молчи, за умного сойдешь».

Так и выходит человек в жизнь с неразвитым навыком задавать вопросы и с установкой «Кто я такой, чтобы спрашивать».

Можно ли с этим что-то сделать?

Конечно! Нарботать навык заново, заставить речевой аппарат проговорить, произнести вопросы. Один раз возможно, прочтя по бумажке, второй раз самостоятельно из головы, третий раз, четвертый. Так, проговаривая, человек разрешает себе владеть этим навыком, он готовит мышцы речевого аппарата к будущей работе.

В отработке навыка важно не только проговорить, а еще и иметь партнера слушающего, наличие которого отправит в мозг сообщение, что то, что я говорю интересно его, меня слышат. Таким образом ломается еще и убеждение «Никого не интересуют мои вопросы». У человека формируется и закладывается под корку убеждение, что то, что я говорю — значимо.

Именно для таких задач и разработаны системы и функционал специализированных тренингов — создать атмосферу для отработки навыка, предварительно смоделировав ситуацию, где человек осознает существующую проблему и вызовет в себе желание и потребность ее решить.

Этим материалом мы открываем цикл статей, посвященных навыкам продаж в рекламном бизнесе. Окунуться в тему глубже и проработать этот и другие навыки продаж можно на корпоративном тренинге для команды вашей компании.

Подробнее на тренинг.наружка.рф.

ВЫБЕРИ ТРЕНИНГ ДЛЯ СВОЕЙ КОМАНДЫ



Журнал НАРУЖКА представляет
конструктор корпоративных тренингов
**«НАВЫКИ ПРОДАЖ
В РЕКЛАМНОМ БИЗНЕСЕ»**

Наши тренинги собираются из блоков. Каждый блок — отдельная компетенция, в совокупности все блоки покрывают основные необходимые навыки для успешных продаж. Соответственно, вы можете сосредоточиться на слабых сторонах в своей компании и заказать тренинг из тех навыков, которые желаете подтянуть. Формируйте свои корпоративные тренинги из актуальных тем!



Автор программы — Ольга Баринова — много лет проработала в индустрии визуальной рекламы, ежедневно общаясь как с производителями рекламы, так и с корпоративными клиентами. Ольга отлично знает нашу отрасль изнутри и хорошо понимает, как продавать качественную продукцию и услуги, не прибегая к демпингу.

Подробности:
тренинг.наружка.рф

НАРУЖКА >
издание для производителей рекламы



Цифровой нестандарт: рекорд за рекордом

Крупномасштабные проекты мировой значимости
в области Digital Signage

Дополненная реальность на площади Пикадилли

В конце прошлого года Департамент культуры и туризма Абу-Даби установил новый мировой рекорд по масштабности системы, использованной в создании дополненной реальности. Проект является частью масштабной рекламной кампании, призванной укрепить славу столицы Объединенных Арабских Эмиратов как одного из самых популярных в мире курортов для проведения рождественских и новогодних каникул.

В кампании был задействован широко известный экран Piccadilly Lights на площади Пикадилли в центре Лондона. Согласно задумке разработчиков, цифровой дисплей использовался в создании интерактивного ощущения дополненной реальности, демонстрируя самые знаковые достопримечательности Абу-Даби.

Рекламная кампания продолжалась до 8 декабря 2019 года. Что немаловажно, виды Абу-Даби транслировались на экране необычным образом. Каждого прохожего, подходившего к фонтану в центре площа-

ди Пикадилли, снимала уникальная высокотехнологичная камера, впервые в мире использованная в рекламных целях. Запечатленные образы пешеходов затем переносились в какое-нибудь одно из самых известных мест Абу-Даби, будь то семейный тематический парк Ferrari World Abu Dhabi, сафари-парк Sir Bani Yas Island или грандиозная мечеть шейха Зайда, отображаемое на крупноформатном цифровом экране. «При разработке концепции кампании мы знали, что мы хотим сделать больше, чем просто оживить знаковые пейзажи Абу-Даби на рекламном дисплее, расположенном на одной из самых известных площадей Лондона, — отметил Али Аль Шаиба, исполнительный директор по туризму и маркетингу Департамента культуры и туризма Абу-Даби. — Мы также хотели извлечь максимальную выгоду из предоставленной нам возможности получить титул рекордсмена в номинации «Крупнейший экран для создания дополненной реальности» Книги рекордов Гиннесса.

Интерактивная кампания транслировалась на экране в течение десяти минут каждый час. Публике также предоставлялся шанс выиграть путешествие в Абу-Даби от туристической компании Etihad Holidays. Для этого участникам следовало сделать селфи в дополненной реальности, отправить его на специальный сайт конкурса и попросить друзей проголосовать за фотографию. Главный приз завоевало селфи, которое получило больше всего голосов.



Время проведения кампании — с конца ноября по начало декабря — было стратегическим шагом, поскольку на экране отображалась бегущая строка с текстовыми сообщениями о погоде. «В это время года в Лондоне обычно холодно, а в Абу-Даби — очень комфортно. Наша кампания призвала аудиторию сменить дождливые и ветреные дни на радостную солнечную погоду в Абу-Даби», — заметил Аль Шаиба.

Цветомузыка на медиафасаде высотой 122 м

В ноябре прошлого года компания RealMotion, разработчик оборудования и программного обеспечения для создания и управления видеоконтентом, представила всему миру свой новый уникальный проект — размещение на всей площади фасада гостинично-развлекательного комплекса Seminole Hard Rock Hotel & Casino в Голливуде (штат Флорида, США) цифрового дисплея, способного воспроизводить бесчисленное множество различных визуальных эффектов, видео- и анимационных роликов. Так же, как и фасад отеля, дисплей выполнен в форме гитары. Высота конструкции составляет 122 м. Дисплей управляется с помощью сервера RealMotion 4 Karat Gold. В воспроизведении разнообразных световых эффектов на фасаде гостиницы используются около 2 млн 300 тыс. светодиодных источников света, а также 3D-проекторы для видеомэппинга и лазерные светильники. Проект был реализован под управлением компа-

нии Design Communications LTD, которая является поставщиком интегрированных цифровых медиа, систем для архитектурного освещения и средств визуальной рекламы.

«Главный фасад отеля представляет собой одновременно и систему для отображения рекламы и информации, и светодинамическую конструкцию, — отметил Джеффри Платт, директор компании RealMotion. — Оснащенный светодиодными устройствами и блоками питания, фасад функционирует в качестве экрана и сцены для ежедневных музыкальных шоу. Эти представления свидетельствуют о том, насколько важную роль сыграла музыка в формировании имиджа отелей, ресторанов и развлекательных заведений под общим названием Hard Rock по всему миру».

В день открытия нового светодиодного дисплея красочные визуальные эффекты дополнялись мощным звуковым сопровождением на протяжении нескольких часов. В ходе торжественной церемонии запуска дисплея в работу светодинамическая конструкция демонстрировала практически все аудиовизуальные возможности «гитары», формируя в сознании аудитории образ гостинично-развлекательного комплекса Seminole Hard Rock Hotel & Casino как грандиозной архитектурной достопримечательности. Представление началось с барабанного соло, сочетавшегося с мощными визуальными эффектами на фасаде отеля. Затем на цифровом экране стали сменять друг друга десятилетия, музыкальные стили и направления, что



включало соответствующее звуковое сопровождение с изощренными музыкальными композициями. Каскады света и энергии на дисплее дополнялись направленными в небо лучами лазерных проекторов, которые имитировали гитарные струны.

«Сервер 4 Karat Gold Series сыграл огромную роль в техническом управлении шоу, — отметил Джеффри Платт. — Мы разработали систему на базе интегрированной платформы планирования и автоматизации (ISAAC), созданной компанией Smart Monkeys, чтобы передавать данные на сервер, управлять контентом и синхронизировать миллионы различных визуальных элементов шоу. Надежность разработок RealMotion служит гарантией того, что зрелищные представления на главном фасаде гостиничного комплекса Seminole Hard Rock Hotel & Casino будут идти очень долго».

Первоочередная цель проекта, реализованного компанией RealMotion, — сконструировать рассчитанную на длительное использование цифровую конструкцию, которая способна транслировать контент и разнообразные тематические видеопрограммы в соответствии с предпочтениями владельцев комплекса.

Особое внимание специалисты RealMotion уделили разработке системы управления контентом, которая бы позволяла сотрудникам Seminole Hard Rock Hotel & Casino оперативно вносить необходимые коррективы в трансляцию видеозаписей на цифровом медиафасаде гостиницы.

В обновленном фасаде здания предусмотрены пять ключевых элементов, каждый из которых можно использовать для создания особых эффектов. Фронтальная и тыловая секции служат для видеомэппинга динамического контента. Контур обозначает силуэт гитары, что учитывается при трансляции основного контента (в





зависимости от его содержания в ту или иную минуту контуры гитары подчеркиваются или же, наоборот, маскируются). Боковые поверхности усиливают иллюзию глубины визуальных эффектов. В свою очередь, секция «Струны», состоящая из лазерных проектов, а не светодиодов, воспроизводит движение по вертикали и такие зрительные образы, как струи воды в фонтанах, смена аккордов на грифе и струнный перебор.

«Американская мечта» отдает предпочтение Digital Signage

К весне 2020 года в самом крупном по площади торговом-развлекательном комплексе на территории США, American Dream Meadowlands, будут установлены новые цифровые крупноформатные дисплеи общей площадью свыше 3715 кв. м. Главным подрядчиком по реализации этого грандиозного проекта и поставщиком светодиодных экранов стала компания SNA Displays.

Расположенный в Ист-Ратерфорде (штат Нью-Джерси) торговый комплекс American Dream — это не только свыше 500 розничных магазинов и ресторанов, но и каток, аквапарк DreamWorks, кинотеатр, первый в США горнолыжный склон в закрытом помещении, скалодром, аквариум, парк детский центр открытий LEGOLAND и парк аттракционов Nickelodeon Universe. Огромный комплекс, готовящийся к открытию в марте 2020 года, раскинулся более чем на 278 700 кв. м.

На первоначальном этапе в новом ТРЦ будут установлены 39 светодиодных диспле-

леев, изготовленных компанией SNA Displays. Среди них — экраны для парка аттракционов Nickelodeon Universe, для семейного развлекательного центра KidZania, а также многочисленные уличные дисплеи, смотрящие на трассы I-95, 120 и 3, известные своими плотными автомобильными потоками.

«ТРЦ American Dream — это, без всяких сомнений, один из наиболее важных для нас проектов, в силу его широчайшей известности в Нью-Йорке и Нью-Джерси, — отметил Джейсон Хелтон, исполнительный вице-президент компании SNA Displays. — Учитывая, что проект предполагает изготовление и монтаж десятков различных цифровых дисплеев общей площадью свыше 3700 кв. м., координация работ и управление этим проектом — настоящий вызов для нас, который в то же время можно назвать настоящей наградой».



Помимо цифровых дисплеев, в торговом-развлекательном комплексе American Dream появятся десятки отдельно стоящих цифровых жидкокристаллических дисплеев, которые также будут установлены SNA Displays. Работой всех цифровых рекламных носителей на территории комплекса будет управлять команда опытных сервис-инженеров и технологов компании.

За продажи рекламных возможностей на системах Digital Signage в ТРЦ American Dream будет отвечать агентство BOLD SITE Media. «От входа в торговый комплекс и до выхода из него интегрированная сеть цифровых дисплеев, разработанных специально для American Dream, предоставит потрясающие возможности по охвату аудитории и будет способна производить на публику неизгладимое впечатление, — отметил Боб Джонс, президент агентства BOLD SITE. — Мы с восторгом предвосхищаем сотрудничество с компанией SNA Displays в реализации столь уникального проекта».

Наиболее эффектным цифровым рекламным носителем на территории комплекса American Dream является изогнутый светодиодный дисплей на поверхности колонны, которая встречает посетителей на входе в парк аттракционов Nickelodeon Universe. Над его созданием в сотрудничестве с SNA Displays работала компания Diversified, один из ведущих поставщиков технологических решений для цифровых рекламных носителей. В экране высотой около 8 м предусмотрено более 3 млн 200 тыс. пикселей, установленных с шагом в 4 мм. В ближайшем будущем эти же две компании установят еще два крупноформатных дисплея в аквапарке DreamWorks на территории ТРЦ American Dream.

МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМЫ**Prizmix**

+7 (495) 956-1115

www.prizmix.ru

Продажа расходных материалов EFI VUTEk и EFI Wide Format, чернила для широкоформатных принтеров торговой марки Triangle, инновационные материалы для дизайна и рекламы компании 3M.

ВИНК

8 800 550 7 888

vink.ru

Самоклящиеся пленки, баннер, листовые пластики, ПВХ, акрил, пенокартон, клеи, бумага для широкоформатной печати, пэт-бэклит, холст, обои, магнитный винил, текстиль для печати, мобильные конструкции.

ДЕСТЕК

+7 (495) 517-9332

www.destek.ru

www.plexiglas.net

Производство и продажа органического (акрилового) стекла Plexiglas (r). Более 50 цветов. толщины от 1.5 до 160 мм. Большой ассортимент листов, блоков, труб и стержней Plexiglas (r). Оперативное производство нестандартных размеров и цветов «под заказ».

Конфлекс, ТД

+7 (495) 662-9640

Konflex.ru

Широкий спектр материалов для производства рекламы и широкоформатной печати по выгодным ценам: листовые и рулонные материалы, пленки, чернила, профили, химия, инструменты.

Туплекс

Тел.: + 7 495 363 90 30

www.tuplex.ru

Вспененный ПВХ, акрил, баннеры, самоклеящиеся пленки, жесткие пленки ПВХ, сэндвич-панели, АКП, монолитный поликарбонат, полистирол, ПЭТ, кровельный ПВХ ONDEX, тентовая ПВХ ткань.

Экспо Графика

+7 (495) 729-5309

www.wideprint.ru

www.expoglyphica.ru

Для сольвентной, латексной и пигментной печати: холсты, фотобумаги, пленки для лайтбоксов, Roll-Up, Pop-Up, ткани, фотообои, ферромагнитные пленки, самоклейка, ламинат.

ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМЫ**Prizmix**

+7 (495) 956-1115

www.prizmix.ru

Широкоформатное оборудование и расходные материалы EFI VUTEk и EFI Wide Format, растровые процессоры EFI Fiery XF, широкоформатные принтеры Canon серии IPF, режущие плоттеры Esko Kongsberg серии XN, XP-auto и i-XE10 и ПО Esko.

ВИНК

8 800 550 7 888

vink.ru

Режущие рулонные и планшетные плоттеры, экосольвентные широкоформатные принтеры, ламинаторы, принтеры для печати на ткани и на футболках, каландеры, термопрессы, лазерные раскроенные комплексы.

ИНТЕРМИКРО

Телефон: +7 (958) 100-16-48

Сайт: intermicro.ru

Перечень продукции:

Промышленные планшетные режущие плоттеры IESHO, струйные принтеры FUJIFILM.

ОктоПринт Сервис

+7 (495) 789-8081

www.oktoprint.ru

www.zuend.ru

Цифровые планшетные режущие плоттеры Zund.

РуссКом

8 (495) 785-5805

russcom.ru

Широкоформатные и сувенирные принтеры Mimaki (сольвент и УФ), ламинаторы GMP, режущие плоттеры Graphtec, термопрессы, автоматический этикеточный комплекс, картпринтеры.

Экспо Графика

+7 (495) 729-5309

www.wideprint.ru

www.expoglyphica.ru

Высокоточные резаки Keencut: для пластика, пенокартона, композитных панелей, ткани, баннера, фотообоев, пленки, бумаги, паспарту. Мобильные стенды всех типов.

СВЕТОТЕХНИКА**WRS**

+7 (495) 363-9339

www.wrs.ru

Производство и поставка светодиодной продукции, реализуемой под маркой ELF. Все для неона.



ПРИМИ УЧАСТИЕ В АКЦИИ «ФОРМУЛА УСПЕХА»

ВЫИГРАЙ Поездку на ФОРМУЛУ-1



www.tuplex.ru
+7 (495) 363-90-30

1 место – поездка для двоих в Будапешт на Формулу-1 (5 призёров)
2 место – ноутбук Lenovo Yoga (5 призёров)
3 место – паллета материала ПВХ (10 призёров)

www.tuplex.ru/about/news/23-special-offer-success-formula