

# ФЛЕШ- НАКОПИТЕЛЬ




## КАК НЕ КУПИТЬ «КОТА В МЕШКЕ»?

В ЭТОМ ВЫПУСКЕ ПОСТАВЩИКИ, ПРЕДСТАВИТЕЛИ СУВЕНИРНЫХ КОМПАНИЙ И КОРПОРАТИВНЫЕ ЗАКАЗЧИКИ ОБСУЖДАЮТ ОДИН ИЗ САМЫХ ПОПУЛЯРНЫХ ВИДОВ БИЗНЕС-СУВЕНИРОВ — USB-ФЛЕШ-НАКОПИТЕЛЬ. КАК ВЫБРАТЬ КАЧЕСТВЕННОЕ ИЗДЕЛИЕ, ИМЕЕТ ЛИ ЗНАЧЕНИЕ СТРАНА-ПРОИЗВОДИТЕЛЬ И КАКОЕ БУДУЩЕЕ ОЖИДАЕТ ВОСТРЕБОВАННЫЕ СЕГОДНЯ ЗАПОМИНАЮЩИЕ УСТРОЙСТВА? ОТВЕТЫ НА ЭТИ И ДРУГИЕ НЕ МЕНЕЕ ИНТЕРЕСНЫЕ ВОПРОСЫ — В НАШЕЙ ПОСТОЯННОЙ РУБРИКЕ «КРУГЛЫЙ СТОЛ».



Первые USB-флеш-накопители появились в 2000 году. Их изобрели сотрудники израильской компании M-Systems Амир Баном, Дов Моран и Оран Огдан. В апреле 1999 года в США был зарегистрирован патент на «флешку», а в сентябре 2000 года был представлен и сам накопитель. Изобретение назвали DiskOnKey. В США устройство продавалась совместно с IBM, и на его поверхности был изображен логотип американской корпорации. Первая «флешка» обладала памятью 8 МБ и стоила \$50. К концу года вышли модели на 16 МБ и 32 МБ, стоимостью по \$100.

## КРУГЛЫЙ СТОЛ МАПП

-  Основные поставщики
-  Сувенирные компании
-  Корпоративные заказчики



**Ринат Серажетдинов,**  
директор по маркетингу ООО  
«ФМ-Реклама», Москва



**Наталья Малова,**  
ведущий специалист  
LEDD Company, Москва



**Расселл Чаткис,**  
президент CustomUSB



**Леонид Розенблюм,**  
заместитель генерального  
директора ООО «Рантех»,  
Москва



**Денис Ткаченко,**  
коммерческий директор  
компании «Северный Дом»,  
Москва



**Дмитрий Андреев,**  
генеральный директор ООО  
«Флэш фор ю Компани»,  
Москва



**Андрей Назаров,**  
руководитель товарного  
маркетинга Happy Gifts Group,  
Москва



**Павел Гаврилов,**  
руководитель отдела регио-  
нальных проектов компании  
«Макрос», Самара



**Валентина Носова,**  
руководитель отдела продаж  
компании Bright Concept,  
Гуанчжоу, Китай



**Алексей Пушель,**  
генеральный директор  
компании ЗАО «Сувенирная  
компания «Дакор»,  
Санкт-Петербург



**Игорь Чижов,**  
генеральный директор ЗАО  
«Прагматика», Екатеринбург



**Татьяна Подгорнова,**  
директор по развитию Ка-  
талого рекламных сувениров  
«Престиж», Москва



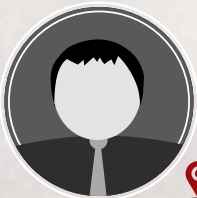
**Юлия Леонтьева,**  
директор ООО «Компания  
«Рекламные Сувениры»,  
Владивосток



**Наталья Ершова,**  
генеральный директор ООО  
«Сувенирные Технологии»  
«Синяя Птица Гифтс»,  
Ростов-на-Дону



**Мария Добринская,**  
маркетолог ОАО «Калини-  
градский тарный комбинат»,  
Калининград



**Алексей Масленников,**  
заместитель директора по  
маркетингу Мясокомбината,  
Москва



**Олег Лысяк,**  
помощник директора — специа-  
лист по связям с общественно-  
стью ОАО «Метровагонмаш»,  
Мытищи, Московская обл.

**МАПП: Уважаемые поставщики, первое слово — вам. Расскажите, пожалуйста, о вашей компании.**

**РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ:** Наша компания существует более семи лет. Как и многие, мы начинали с чистого листа, имея лишь большой опыт в дистрибуции брендированных «флешек», а также огромное желание принести что-то новое на рекламный рынок. Сейчас мы крепко стоим на ногах, занимая свою нишу, имея постоянных многолетних партнеров и постоянно расширяя наш спектр предложений и сервис. Наш ассортимент постоянно растет, а некоторые технологии недоступны никому из наших конкурентов.

**ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ:** Компания «Макрос» является одним из крупнейших российских поставщиков промподуции и бизнес-подарков. Главный офис, склад и парк по персонализации продукции находится в Самаре. А в Москве, Новосибирске и Ростове-на-Дону функционируют региональные офисы и склады. Мы являемся эксклюзивными представителями брендов промоодежды B&C, а также пишущих принадлежностей и USB-флеш-карт Klio Eterna.

**РАССЕЛЛ ЧАТКИС:** История CustomUSB началась более десяти лет назад в городе Чикаго, США. На данный момент компания успешно работает на международном рынке флеш-накопителей с индивидуальным дизайном. Помимо этого у компании есть и другие виды продукции: наушники, HDD-диски, SD-карты и инновационные продукты, которые активно внедряются в нашу повседневную жизнь. Уже много лет нашими клиентами являются крупные мировые компании: Google, Microsoft, Nike, McDonald's, Twitter и другие не менее известные бренды. Сейчас CustomUSB открыло представительство в России. Задача компании — показать российским клиентам преимущества нашей продукции.

**ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ:** Компания «Рантех» занимается разработкой и производством систем в области информационной безопасности под брендом Samurai. Среди ассортимента наших продуктов есть и защищенные флеш-накопители.

**ДЕНИС ТКАЧЕНКО:** «Северный Дом» видит своей целью поставку на российский рынок сувениров с «изюминкой». Мы предлагаем интересные, необычные продукты. Практичные, функциональные и обязательно с вау-эффектом. Если это флеш-карта, то обязательно оригинальной формы и материала, с дополнительным функционалом. Эмоциональный отклик получателя подарка двигает бренды наших клиентов.

**ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ:** «Флэш фор ю Компани» существует с 2008 года. Мы занимаемся поставкой и оптовой продажей флеш-карт под нанесение фирменной символики. Последние два года мы стали активно развивать прочую сувенирную продукцию. У нас внушительная складская программа. Также в нашей компании можно выбрать любой сувенир под заказ.

**АНДРЕЙ НАЗАРОВ:** Happy Gifts Group — это 16 лет успешной работы на рекламно-сувенирном рынке, широкий ассортимент продукции (более 5000 наименований), развитая система филиалов, обширная партнерская сеть по всей стране. Компания является оператором собственного ежегодно обновляемого каталога Happy Gifts. Наш каталог — это эффективный инструмент маркетинговых коммуникаций, надежное бизнес-решение в руках профессионалов рекламной индустрии. На его страницах представлены самые востребованные и качественные тренды отрасли, яркие и актуальные идеи, уникальные бренды, многие из которых известны во всем мире.

**НАТАЛЬЯ МАЛОВА:** Компания LEDD Company занимается поставками компьютерных аксессуаров и гаджетов под нанесение логотипа, в том числе и USB-флеш-накопителей, с 2006 года. Работая в тесном контакте с текущими партнерами-производителями из США, Кореи, Китая и с Тайваня, мы постоянно ведем переговоры с новыми зарубежными производителями на предмет новых и интересных товаров для рынка B2B.

**МАПП: Следующий вопрос адресован всем участникам круглого стола: считаете ли вы, что USB-флеш-накопитель является хорошим бизнес-сувениром?**

**РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ:** Это один из лучших бизнес-подарков. «Флешки» нужны всегда, но они часто теряются, дарятся, остаются у друзей и партнеров. Во многом это расходный материал. При этом количество информации, которую нужно донести до клиента (партнера) постоянно растет, она становится сложнее и визуальнее. И уже не все можно «положить» на бумагу печатного каталога, да и стоимость хорошего каталога вполне может перевалить за стоимость «флешки», на которую кроме этого каталога можно записать еще и массу другой полезной информации.

**ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ:** Было бы странно не считать его таковым. Учитывая имеющееся многообразие в плане форм и расцветок, клиенты всегда могут найти в нашем ассортименте «флешку», которая идеально подойдет в качестве корпоративного бизнес-сувенира. Не стоит сбрасывать со счетов и функциональную составляющую — для переноса и хранения информации без флеш-карты просто не обойтись. Добавив персонализацию, на выходе мы получаем полезный бизнес-сувенир, который обязательно будет использоваться.

**РАССЕЛЛ ЧАТКИС:** Да, безусловно, так как флеш-накопитель — универсальный продукт, удовлетворяющий потребности в современном мире компьютерных технологий.

**ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ:** Да, хороший флеш-накопитель — нужная вещь любому человеку, будь то студент, чиновник, собственник бизнеса или наемный сотрудник.

**ДЕНИС ТКАЧЕНКО:** Флеш-карта является хорошим бизнес-сувениром в своей нише. Ранее, когда они только появились на рынке, это был универсальный бизнес-подарок. Сейчас это уже нередкий сувенир, но ему рады в любом случае. Важно уметь точно определить целевую аудиторию.

**ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ:** Да, безусловно. Полезность — это главная отличительная особенность флеш-карты.

**АНДРЕЙ НАЗАРОВ:** Да, безусловно, USB-флеш является хорошим бизнес-сувениром. Это понятный с точки зрения функциональности продукт. USB-накопители вошли в нашу жизнь уже много лет назад, и необходимость наличия данного предмета не вызывает никаких вопросов.

**НАТАЛЬЯ МАЛОВА:** На данный момент это лучший корпоративный подарок на сувенирном рынке, ведь «флешками» пользуются практически все. Главное — хороший бизнес-сувенир должен быть хорошим, в смысле качества.

**ВАЛЕНТИНА НОСОВА:** Да, считаем. В настоящее время USB изготавливается из всевозможных материалов и может иметь любую форму, благодаря чему USB остается интересным и функциональным бизнес-сувениром для различных отраслей бизнеса.

**АЛЕКСЕЙ ПУШЕЛЬ:** Флеш-накопители, в самом деле, можно назвать хорошим бизнес-сувениром. Ведь они соединяют

виртуальный и реальный миры нашей жизни, иносказательно, просто находясь у нас в кармане. «Флешки» являются своего рода мостиком между беспрестанно взаимодействующими между собой всепоглощающим миром информации и действительностью.

**ИГОРЬ ЧИЖОВ:** Среди бизнес-сувениров в среднем ценовом сегменте USB-флеш-накопитель — хит последних двух лет.

**ТАТЬЯНА ПОДГОРНОВА:** Да, самое главное его отличие от множества других сувениров — функциональность. «Флешками» пользуются каждый день, и они нужны практически каждому. Их используют и в рабочих, и в личных целях, и они постоянно находятся в поле зрения своего обладателя.

**ЮЛИЯ ЛЕОНТЬЕВА:** Безусловно. Это функциональный сувенир, который, при грамотном подходе, будет работать на продвижение бренда, а не пылиться на полке.

**НАТАЛЬЯ ЕРШОВА:** Считаю не только хорошим, но одним из самых востребованных бизнес-сувениров в 2013 году во всех категориях подарков: промо, бизнес, VIP.

**МАРИЯ ДОБРИНСКАЯ:** Да, считаю. Маленький носитель удобен для записи большого количества информации. Наша компания часто участвует в выставках. Клиентам неудобно везти с собой каталоги, какие-то объемные сувениры. Мы закачиваем информацию, будь то презентация, фильм, видеоролик, на флеш-накопитель, и дарим такой вид сувенирной продукции. Подарок будет постоянным напоминанием о нас, потому что, в отличие от каталогов, используется не один раз.

**АЛЕКСЕЙ МАСЛЕННИКОВ:** Да, я так считаю. Флеш-накопитель — часто используемый в работе аксессуар с множеством вариантов брендинга.

**ОЛЕГ ЛЫСЯК:** Да. «Флешки» мы дарим часто. Люди остаются довольны: это полезный подарок. Не только напоминание о нашем заводе и нашей продукции, но и необходимая вещь.

**МАПП:** Серия вопросов к поставщикам: назовите пять основных преимуществ ваших USB-флеш-накопителей. За счет чего ваша продукция приобретает конкурентное превосходство?

**РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ:** 1. Качество. Брак есть всегда, но вопрос в его проценте. Мы гарантируем не более 1% от общего количества. А для пущего спокойствия клиента мы бесплатно отдаем этот процент сверх заказанного количества.

2. Надежность. Мы не боимся давать длительные сроки гарантии, если того требует клиент.

3. Широкий ассортимент и постоянное наличие на складе необходимых комплектующих. Такого количества моделей нет ни у одного нашего конкурента.

4. Гибкость. Мы можем собрать флеш-накопитель любой емкости любой модели из нашего ассортимента. При этом сроки и качество не пострадают.

5. Сложность и качество наших эксклюзивных моделей выше всех, имеющихся на рынке.

**ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ:** 1. Качественный, многократно протестированный чип, обеспечивающий использование USB-накопителя в течение продолжительного времени.

2. Уникальные корпуса «флешек», произведенные в Германии.

3. Многообразие цветовых решений каждого из элементов корпуса флеш-карты, а также возможность замены пластикового клипа «флешки» на металлический, опять же в разных исполнениях: матовый, глянцевый, золотистый, серебристый.

4. Наличие на нашем складе всех вариантов «флешек» с возможностью использования их в наборах, а также ручек с флеш-картами.

5. Обоснованная качеством цена.

**РАССЕЛЛ ЧАТКИС:** Основные преимущества наших флеш-карт состоят в следующем: гарантия на наши флеш-накопители, цена, уникальный подход к клиенту и, конечно, высокое качество нашей продукции.

Наши товары приобретают конкурентное превосходство за счет вышеназванных преимуществ в процессе производства, в связи с чем эта продукция индивидуального дизайна выпускается с гарантией настолько длительного действия, что можно назвать эту гарантию бессрочной.

**ЛЕОНИД РОЗЕНБЛУМ:** Достаточно двух: удобство и безопасность.

Удобство: компактные габариты и возможность всегда взять с собой необходимую информацию и иметь к ней доступ в любой момент времени, даже если под рукой нет Интернета.

Безопасность: в последнее время мировой тренд — это «облака» (сервисы для хранения информации — прим. ред.). Множество сервисов предлагает свои услуги в этой области. Однако лично я не



**Flash 4 you**

КОМПАНИЯ «FLASH4YOU» С 2008 ГОДА ЗАНИМАЕТСЯ ПРОИЗВОДСТВОМ И ПОСТАВКОЙ СУВЕНИРОВ И КОРПОРАТИВНЫХ ПОДАРКОВ.

ВСЕ СУВЕНИРЫ ОТЛИЧАЮТСЯ ВЫСОЧАЙШИМ КАЧЕСТВОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ И ОЧЕНЬ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОЙ СТОИМОСТЬЮ.

+7 (495) 979 07 07  
Office@flash4you.ru

[www.flash4you.ru](http://www.flash4you.ru)

готов доверить информацию (персональные данные, базы данных клиентов, партнеров, управленческий учет, договоры, контракты) на хранение посторонним компаниям, пусть даже они и декларируют конфиденциальность и безопасность.

**ДЕНИС ТКАЧЕНКО:** 1. Оригинальность и практичность форм.

2. Качество используемых материалов (тактильные ощущения очень важны).
3. Качество сборки.
4. Продуманная упаковка с широкими возможностями персонализации.

5. Мы максимально внимательны к клиенту. Как бы ни был прекрасен товар, продавец товара должен быть еще прекраснее.

**ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ:** 1. Высокое качество нашей продукции (подкреплено трехлетней гарантией).

2. В наличии всегда большой склад.
3. Действительно низкие цены.
4. В случае если какой-то модели нет в наличии на складе, мы в течение 2–3 недель можем выполнить любой, самый сложный заказ.
5. Мы любим своих клиентов.

**АНДРЕЙ НАЗАРОВ:** Наши несомненные преимущества по товарной группе USB-флеш:

1. Конкурентная цена.
2. Глубокие складские запасы, срок поставки день в день.
3. Широкий модельный и цветовой ряд.
4. Качественные чипы памяти.
5. Широкие возможности по нанесению.

Грамотно выстроенная политика компании по продвижению и эффективная работа с рекламными агентствами позволяют нам демонстрировать высокие темпы роста продаж.

**НАТАЛЬЯ МАЛОВА:** Наше преимущество — это честные продажи, где в приоритете качество продукции. Наше конкурентное превосходство — это работа с крупными вендорами и производителями, имеющими европейский или американский менеджмент.

**МАПП:** Современный технологический процесс сборки флеш-накопителей — каков он? Что является главным в производстве качественного запоминающего устройства?

**РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ:** Процесс, на первый взгляд, несложный, но есть нюансы, которые могут легко испортить результат. Главное — это соблюдение технологии и постоянный контроль качества на всех этапах. Ну и использование качественных комплектующих.

**ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ:** Как уже было отмечено, мы являемся полноправными представителями немецкого бренда Klio Eterna на российском рынке. Поэтому сегодня мы будем говорить о флеш-картах этой торговой марки.

В 2012 году компания Klio Eterna запустила производство новых продуктов — USB-флеш-карт, ручек с «флешками» и наборов ручка+«флешка». Основным элементом флеш-карты, ее сердцем, является сам накопитель информации. Во всех «флешках» Klio используются чипы производителей Toshiba и Samsung. При этом еще одним важным моментом в оценке качества накопителя является его многоступенчатое тестирование. Чем больше разных тестов пройдено, тем дольше будет служить «флешка» — и это самое главное.

**РАССЕЛЛ ЧАТКИС:** На заводах CustomUSB 90% сборки осуществляется роботизированной техникой. Важным моментом является экологически чистое производство, подтвержденное сертификатами качества. Продукция не содержит вредных химических добавок. Также очень важно выбрать надежного поставщика чипов. Компания CustomUSB работает с Samsung (75–80% всех чипов в мире), Toshiba, Micron, Hynix.

**ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ:** Это набор производственных операций, ничего необычного. Главным аспектом являются комплексующие, в первую очередь сам чип памяти.

**ДЕНИС ТКАЧЕНКО:** Главным считаю контроль закупки материала и сборки продукта, постпроизводственную проверку и метод отбора брака. Флеш-карта выступает в роли сейфа для информации, от ее надежности зависит многое. Поэтому, как бы ни был выстроен процесс сборки, самое главное — проверка продукта на выходе по нескольким критериям.

**ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ:** Самое главное — это оригинальные составляющие и руки (то есть фабрика-производитель), которые эти составляющие собирают.

**АНДРЕЙ НАЗАРОВ:** Процесс производства чипов памяти — а именно память является сердцем любой USB-флеш-карты — достаточно сложен и под силу только крупным производителям, таким как Toshiba, Samsung, Kingston, Silicon Power, TDK, Verbatim и др. Мы поставляем на рынок качественные флеш-накопители с чипами, произведенными Toshiba. Сроки производства одного чипа могут достигать одного месяца и занимать более 800 операций. Только на высокотехнологичном оборудовании можно добиться производства качественного чипа памяти, который будет удовлетворять всем требованиям по скорости передачи данных, емкости памяти и другим параметрам.

**НАТАЛЬЯ МАЛОВА:** Современный технологический процесс сборки флеш-накопителей можно посмотреть на YouTube. Описывать это словами нет смысла. Главным в производстве являются качественные комплектующие, в данном случае — качественные чипы памяти, ну и качественная сборка, конечно.

**МАПП:** Где и как собираются ваши флеш-драйвы? С какими странами вы работаете? Влияет ли страна-изготовитель на качество такой продукции?

**РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ:** Все зависит от модели. 99% нашей продукции собирается на нашем производстве в Москве. И всего несколько моделей требуют специального оборудования, и пока локализация их производства нерентабельна.

**ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ:** Корпусы «флешек» производятся непосредственно на фабрике Klio в Германии — из легкого и при этом прочного ABS-пластика, который поставляется от международного концерна BASF. При этом в качестве клипов флеш-карт могут быть использованы как пластиковые, так и металлические элементы. После этого USB-накопители комплектуются чипами необходимой емкости и поставляются заказчику. В настоящее время на наших складах представлены флеш-карты с объемами памяти 8 и 16 ГБ.

**РАССЕЛЛ ЧАТКИС:** CustomUSB имеет заводы в Китае и США. Мы работаем по всему миру: Австралия, Европа, Азия, Южная и Северная Америка. Страна-изготовитель, безусловно, влияет на качество. Компания следит за производством с помощью отдела контроля и качества.

**ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ:** Сейчас почти все подобные устройства собираются в Юго-Восточной Азии, в первую очередь, в Китае. В нашем случае мы занимаемся закупкой комплектующих и отдельных узлов, плат, а сама сборка и тестирование проходят в России.

**ДЕНИС ТКАЧЕНКО:** Наши флеш-карты собираются в Китае и на Тайване. На качество больше всего влияет грамотный управленческий и стратегический менеджмент, его понимание собственных задач.

**ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ:** За время нашей работы (а сейчас уже идет шестой год нашей деятельности) мы сменили довольно много фабрик по производству флеш-карт. Все наши производства всегда находились в Китае.

**АНДРЕЙ НАЗАРОВ:** Тайвань, Япония, Корея, США — это список стран, где производится основной объем чипов памяти. С одной стороны, с точки зрения главного свойства флешки «хранить и передавать данные», чип является важнейшим компонентом в устройстве. Но для рекламно-сувенирного рынка «флешка» интересна, прежде всего, как маркетинговый инструмент, способный решать поставленные задачи. В этом смысле сама оболочка чипа памяти играет важнейшую роль. Иными словами, это идея, выраженная в форме, материале и цветовых решениях. Производство оболочек нельзя сравнить с высокотехнологичным производством чипов памяти. И здесь огромный выбор производителей, львиная доля которых находится в азиатском регионе — в Китае, Корею, на Тайване.

**НАТАЛЬЯ МАЛОВА:** Работаем с Европой и Америкой. Сборка данной продукции производится в Китае, менеджмент в основном европейский или американский. Страна-изготовитель на качество, конечно же, не влияет. На качество может повлиять только производитель, который захочет сократить свои издержки за счет удешевления комплектующих и экономии на обновлении технологических линий.

**МАПП: Каковы ваши критерии отбора устройств у производителей?**

**РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ:** В первую очередь — качество. Металл должен блестеть и быть без царапин, кожа должна быть кожей, а не дерматином, ПВХ должен быть экологичным, а не «контейнером» для фенола, чипы должны быть быстрыми и надежными, а не одноразовой отбраковкой, пусть даже и крупного производителя.

**ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ:** Мы не находились в ситуации выбора производителя именно USB-устройств. Два года назад мы приняли решение о сотрудничестве с компанией Klio Eterna, которая за все время работы ни разу не подводила нас. Все продукты, поставляемые к нам в Россию, были превосходного качества. И это не только наше мнение. Огромная и, что немаловажно, постоянно растущая популярность этого бренда среди наших партнеров — вот истинная оценка качества продукции Klio Eterna.

**РАССЕЛЛ ЧАТКИС:** Опыт компании, высокая технологичность, экологичность — и уже на выходе вы получаете флеш-карту, соответствующую запросам клиента.

**ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ:** Специфика работы с восточными партнерами такова, что только в процессе работы узнаешь все их достоинства и недостатки. Тут тоже ничего необычного: заключение договоров, строгий контроль качества на всех этапах

(от производства до отгрузки) выполняется сторонней компанией, третьей стороной, по нашему заказу.

**ДЕНИС ТКАЧЕНКО:** Качество сборки и качество используемых материалов. Важно, чтобы устройство можно было продавать розничному покупателю: он более требователен к качеству и надежности продукта, чем оптовые покупатели бизнес-сувениров.

**ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ:** Оригинальные комплектующие, качество сборки, время исполнения заказа.

**АНДРЕЙ НАЗАРОВ:** Это качественный чип известного производителя, удовлетворяющий запросам рынка по таким параметрам, как скорость передачи данных, реальный объем памяти, программная часть и, конечно же, цена.

**НАТАЛЬЯ МАЛОВА:** Интересные, с нашей точки зрения, корпуса, которые практически не представлены на российском рынке, и, соответственно, репутация производителя, который использует качественные компоненты и современные технологические линии по сборке.

**МАПП: Вопрос к представителям сувенирных компаний: а каковы ваши критерии отбора USB-флеш-накопителей у основных поставщиков этого бизнес-сувенира? Что является для вас наибольшей проблемой при работе с основными поставщиками флеш-драйвов? Часто ли вы сталкиваетесь с некачественными изделиями?**

**ВАЛЕНТИНА НОСОВА:** Когда компания Bright Concept только начинала работу на сувенирном рынке, мы протестировали и проверили множество подрядчиков и выбрали всего три фабрики, которые работают по международным стандартам, используют каче-

**ИГОРЬ ЧИЖОВ: ОПЫТНЫЕ ДИЛЕРЫ БИЗНЕС-СУВЕНИРОВ «НА РАЗ» НАЗОВУТ РОССИЙСКИХ ПОСТАВЩИКОВ, КОТОРЫЕ ОЧЕНЬ ПЕКУТСЯ О КАЧЕСТВЕ СВОИХ USB-ФЛЕШ-НАКОПИТЕЛЕЙ (НЕКОТОРЫЕ ИЗ НИХ ГАРАНТИРУЮТ ЗАМЕНУ БРАКА ЧЕРЕЗ ЛЮБОЙ СРОК И ДАЖЕ (!) ПРИ НАЛИЧИИ ПЕРСОНИФИКАЦИИ). ЭТИ ПОСТАВЩИКИ ДАЖЕ НЕ УСПЕВАЮТ ЗАВОЗИТЬ «ХОДОВЫЕ» АРТИКУЛЫ. НУ А ДУРНАЯ СЛАВА БЫСТРО РАЗЛЕТАЕТСЯ ПО РЫНКУ.**

ственные японские чипы, а также имеют свой контроль качества на выходе. Таким образом, наши клиенты получают дважды проверенные USB-накопители. Нами была проделана колоссальная работа в начале пути, и теперь мы получаем результаты: наши поставщики поставляют нам только качественную продукцию, которая пользуется спросом у наших клиентов.

**АЛЕКСЕЙ ПУШЕЛЬ:** Наличие на складе и стабильность качества. Основная проблема — это нехватка ассортимента, что зачастую заставляет обращаться напрямую к производителям из Юго-Восточной Азии (что не всегда оправданно с точки зрения бизнеса).

**ИГОРЬ ЧИЖОВ:** Опытные дилеры бизнес-сувениров «на раз» назовут российских поставщиков, которые очень пекутся о качестве своих USB-флеш-накопителей (некоторые из них гарантируют замену брака через любой срок и даже (!) при наличии персонификации). Эти поставщики даже не успевают завозить «ходовые» артикулы. Ну а дурная слава быстро разлетается по рынку.

**ТАТЬЯНА ПОДГОРНОВА:** Мы работаем с китайскими поставщиками напрямую. Наши производители — известные и хорошо зарекомендовавшие себя на мировом рынке компании. Можно сказать, что проблем с поставками «флешек» у нас нет — все делается очень быстро и качественно.

**ЮЛИЯ ЛЕОНТЬЕВА:** По правде говоря, нам крайне редко приходится сталкиваться с некачественными флеш-картами. Поэтому и проблем при работе с поставщиками у нас нет.

**НАТАЛЬЯ ЕРШОВА:** Критерии отбора следующие:

1. Отсутствие сторонних нанесений.
2. Соотношение цены и качества: с одной стороны, мы ищем, где бы взять подешевле, с другой, стараемся сделать это не во вред качеству и функционалу.
3. Наличие на складе в России или быстрая поставка.
4. Объем USB не менее 8 ГБ.

В данный момент у нас нет проблем, так как работаем с проверенными поставщиками не один год. Ассортимент USB, привозимый в Россию различными поставщиками, достаточно однообразный и одинаковый почти у всех, за редким исключением. В год прибавляется пять-шесть моделей-новинок.

**МАПП:** Вопрос к поставщикам: какие технологии в нанесении на флеш-накопители вы применяете? Какие новые технологии вы хотели бы освоить, если бы представилась возможность?

**РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ:** Применяем все доступные технологии (гравировка, тампопечать, полноцветная УФ-печать, деколь и т.д.). Но некоторые технологии пока невозможно реализовать в России (и ни у кого здесь их тоже нет). Именно такие модели и входят в тот 1%, о котором я говорил выше. Хотелось бы освоить их здесь.

**ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ:** В зависимости от материала, из которого выполнен корпус флеш-карты (пластик или металл), мы можем сделать тампопечать, полноцветное нанесение, гравировку.

**РАССЕЛ ЧАТКИС:** Мы используем все известные технологии нанесения (лазерная гравировка, печать и другие). В компании есть отдел, который исследует и изучает все новейшие технологии производства.

**ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ:** Во всех современных накопителях информации на базе флеш-памяти существуют скрытые служебные области данных, доступ к которым невозможен через USB-интерфейс. В данных областях, объем которых может достигать до 20% от полной емкости носителя, при перезаписи/форматировании с помощью традиционных программных средств информация не уничтожается и впоследствии может быть восстановлена.

Проведенные исследования показали, что даже при многократной (более тридцати циклов) перезаписи существует возможность восстановления информации из скрытых областей. Это создает угрозу утечки конфиденциальной информации, хранимой или переносимой на современных флеш-накопителях.

В устройствах Samurai Flash Drive реализована технология аппаратного уничтожения данных в полном объеме накопителя, включая скрытые служебные области.

Данная функция стала возможной благодаря разработке компании «Рантех», которая включает в себя аппаратно-программный комплекс, размещаемый непосредственно на USB-носителе Samurai. Технология защищена патентом РФ.

**ДЕНИС ТКАЧЕНКО:** Мы используем шелкографию, круговую печать, зеркальную гравировку, нанесение светящегося логотипа. Помимо этого, мы можем заменить стандартный цвет наших флеш-карт на любой другой по шкале Pantone, чтобы точно соответствовать требованиям бренд-буков наших клиентов.

**ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ:** Мы применяем все возможные виды нанесения в зависимости от материала флеш-карты.

**АНДРЕЙ НАЗАРОВ:** Наиболее популярны тампонная печать, лазерная гравировка. Возможно, в перспективе — 3D-гравировка.

**НАТАЛЬЯ МАЛОВА:** Наша компания делает практически все существующие на данный момент и распространенные методы нанесения: тампопечать, лазерную гравировку, полноцветную печать, доуминг и фотогравировку.

**МАПП:** Следующие несколько вопросов адресованы как поставщикам, так и представителям сувенирных компаний: на российском рынке часто встречаются изделия, цена которых ниже закупочных цен у производителей. Знакома ли эта ситуация вам? Как бы вы объяснили это?

**РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ:** Регулярно сталкиваемся с такой ситуацией на крупных тендерах. Китайские «мастера» сошьют вам семь шапок из одной шкуры. То же самое и с «флешками». Берем 128 МБ, «перешиваем» контроллер на 4 ГБ и продаем значительно ниже рынка. Подделка обнаружится только в процессе записи на носитель информации, размер которой превышает его емкость. Чудес не бывает.

**ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ:** Если на какой-то фабрике чип был собран из непротестированных компонентов, вставлен в дешевый, не отвечающий никаким экологическим нормам корпус и в огромном количестве поставлен на рынок страны, то, конечно же, его себестоимость будет гораздо ниже, чем аналогичного, но качественного носителя. Никто не будет торговать в минус, но всегда найдутся люди/компании, которые захотят заработать на низкосортной продукции.

**РАССЕЛ ЧАТКИС:** Продукция по очень низкой цене не соответствует нормам и стандартам качества и зачастую небезопасна.

**ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ:** Да, знакомая ситуация. Постараюсь ответить подробнее в другой раз, если представится такая возможность.

**ДЕНИС ТКАЧЕНКО:** Причины такого явления могут быть разные. Хорошо если они стратегические и экономические. Чаще встречается обычная недобросовестность продавца. В таких случаях, как правило, невозможно определить происхождение товара и проконтролировать его качество. Всегда нужно тщательно проверять подобные предложения.

**ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ:** Да, такое случается. Нас периодически упрекают в высоких ценах, мол, у «соседа» цена ниже нашей чуть ли не в два раза. Но зачастую так говорят люди, которые

просто не понимают, сколько должна стоить такая продукция. Наши постоянные клиенты знают, что такое флеш-накопитель и сколько он должен стоить.

**АНДРЕЙ НАЗАРОВ:** Чудес не бывает. Или они могут только показаться чудесами, на первый взгляд. Сталкиваясь с такой ситуацией, всегда следует быть готовым к разным «сюрпризам», начиная от качества, заканчивая выполнением сроков поставки.

**НАТАЛЬЯ МАЛОВА:** Знакомая ситуация...Чаще всего это продукция низкого качества с высоким процентом брака, как правило, с чипами самого низкого класса, которые в процессе отбраковки подлежат утилизации. Такая продукция либо не будет работать, либо срок службы будет достаточно недолгим.

**ВАЛЕНТИНА НОСОВА:** Да, действительно, иногда мы сталкиваемся с этим фактом. Я могу объяснить его тем, что «флешки» изготавливаются из дешевого сырья (например, некачественные чипы китайского производства), а также ввозятся в Россию большими тиражами контрабандой, что дает низкую цену. И тогда даже наша цена становится неконкурентоспособной, так как мы хоть и производим «флешки» в Китае, НО используем качественные корейские чипы в своих «флешках», благодаря чему можем предоставить нашим клиентам гарантию полгода.

**АЛЕКСЕЙ ПУШЕЛЬ:** Я ни разу не сталкивался с таким. Допускаю, что выходящие из ассортимента объемы памяти могут продаваться с огромным дисконтом.

**ИГОРЬ ЧИЖОВ:** Вопрос сформулирован непонятно — как минимум. Я с таким ни разу не сталкивался. Другое дело, что «сувенирные» поставщики не могут конкурировать со специализированными «компьютерными» поставщиками, которые продают USB-флеш-накопители сотнями тысяч (как «сувенирные» поставщики продают ручки). Но и это решаемо — отличие по внешнему виду.

**ТАТЬЯНА ПОДГОРНОВА:** Наша компания с такой ситуацией не сталкивалась, поскольку мы работаем только с надежными и проверенными китайскими производителями. Но известно, что в Китае есть недобросовестные производители, изготавливающие «флешки» с заниженной емкостью, у которых заявленный объем памяти не соответствует реальному. На первый взгляд такой накопитель ведет себя вполне корректно: записывает и считывает файлы, в его свойствах на компьютере также отображается заявленный объем, но записать на «флешку» удастся гораздо меньше информации, чем полагается. Например, флеш-драйв может быть заявлен как 8 ГБ, а реально туда поместится только 1 ГБ информации. И стоимость таких «раздутых» «флешек» гораздо меньше, чем у нормальных полноценных USB-флеш-накопителей.

**ЮЛИЯ ЛЕОНТЬЕВА:** Да, флеш-карты можно купить в любом магазине компьютерной техники, но не всегда их можно забронировать. И не всегда в магазинах будет достаточное количество одинаковых моделей. Нашим клиентам удобнее получить готовый заказ флеш-карт с нанесением немного дороже, чем в магазине, но без дополнительных рисков.

**НАТАЛЬЯ ЕРШОВА:** Такая ситуация нам знакома. Иногда конечный заказчик недоволен нашими ценами, ищет замену в магазинах, или на рынках, где стоимость бывает меньше, и привозит уже купленные USB к нам для нанесения. Мы не отказываем, но предупреждаем, что гарантировать качественное нанесение не можем. В основном, эти изделия уже имеют нанесения бренда производителя USB.

Information safety Innovation ■  
**samurai**

## ФЛЕШКИ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ

**SAMURAI NANO DRIVE** не только хранит, но и охраняет информацию от незаконного копирования, а также делает ее недоступной при утере или краже.



- Металлический корпус с защитой от пыли и влаги
- Ввод пароля на корпусе устройства
- Шифрование информации
- Уничтожение информации при попытке взлома
- Многократное использование устройства
- Не требует установки ПО
- Совместимость Windows, Mac OS, Linux

**ООО «РАНТЕХ»**

г. Москва,  
ул. Твардовского, д. 8, стр. 1

+7 (495) 646-70-72

8 (800) 333-70-55

info@samurai24.ru

www.samurai24.ru





Поэтому сама идея бизнес-подарка и цели, которые ставятся перед подарком, теряют смысл. К счастью это не правило, а исключение из правил.

**МАПП:** Главное свойство электронного носителя информации — надёжность, или это заблуждение? Как мотивировать заказчика покупать качественные флеш-накопители, когда рынок наводнён более дешёвыми изделиями неопределённого качества?

**РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ:** Конечно, надёжность. Ведь это информация, зачастую крайне важная или даже бесценная (вы готовы потерять первые фото ребенка или доклад, над которым работали полгода?). Низкое качество поставляемых «флешек» — это главная проблема рекламного рынка. В силу специфики, рекламные агентства «отжимают» низкую цену, но при этом редко проверяют качество поставляемого товара, если внешне все нормально. Как говорится, дареному коню в зубы не смотрят, и неисправную или быстро отказавшую «флешку», скорее всего, просто выбросят. Редко кто возвращает некачественные подарки. Это в рознице можно устроить скандал и написать плохой отзыв про Интернет-магазин. На рекламном рынке все проще. Ситуация меняется, но крайне медленно.

**ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ:** На рынке промподукции качество играет если не доминирующую роль, то уверенно держится на второй позиции, пропуская вперед стоимость бизнес-сувенира. Но, если говорить о USB-накопителях, то здесь без оценки надежности (а именно это мы подразумеваем под качеством флеш-карт) не обойтись.

Во многих случаях заказчик выбирает сувенирку не для собственного использования, а для того, чтобы преподнести ее в подарок, либо сделать частью промоакции. Соответственно, такой продукт получит или бизнес-партнер, или целевая аудитория компании. В этом случае не избежать четкого прямого отождествления компании/бренда с качеством полученного продукта. Именно эту мысль должны донести представители рекламных агентств и грамотно мотивировать заказчика сделать правильный выбор.

**РАССЕЛЛ ЧАТКИС:** Надежность — это самый главный критерий выбора устройств. Клиент должен увидеть все преимущества качественной продукции. Например, бессрочную гарантию на флеш-накопители индивидуального дизайна.

**ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ:** Честно говоря, да, заблуждение. Любой внешний накопитель подвержен сбоям в работе, что может привести к потере данных. Не зря же на рынке представлена услуга восстановления данных с электронных носителей. Поэтому внешний накопитель лучше использовать лишь как средство переноса/доставки информации из точки А в точку В. Хранить же данные лучше на стационарных, проверенных и хорошо защищенных машинах.

Мотивация покупки качественных (читай дорогих) носителей — вопрос сложный. Мы его решением занимаемся уже не один год. Вопрос рынка и позиционирования. Очень часто «флешки» используются как расходный материал. То есть записали что-то — и отдали. Фактически, одноразовый вариант. В этом случае важна минимальная цена, а качество, безопасность, дизайн уходят на второй план.

**ДЕНИС ТКАЧЕНКО:** Однажды заказав партию бракованных флеш-накопителей, клиент начинает главным критерием считать качество и надежность (перепроверять образцы, проверять

поштучно всю партию и т.д.), потому что информация — это всегда ценность, и за ее сохранность отвечает флеш-карта. К сожалению, в последнее время участились случаи бракованных флеш-карт, когда реальный ее объем не соответствует заявленному. Иногда расхождения доходят до 4–5 раз, и это даже не брак, это мошенничество. Такие действия имеют двойственное значение для рынка флеш-карт: с одной стороны, они подрывают репутацию продукта, а с другой мотивируют и заказчика, и поставщика больше внимания уделять качеству.

**ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ:** Да, безусловно, надежность — это все-таки основное свойство для флеш-карты. Какой бы сильной ни была радость от покупки дешевой «флешки», осадок, допустим, от пропавших документов будет куда сильнее.

**АНДРЕЙ НАЗАРОВ:** Основной мотивацией для заказчика является эффективность. Срок жизни некачественного продукта, а соответственно, и время работы его рекламного послания в разы меньше. Мало того, что некачественная «флешка» выйдет из строя в кратчайшие сроки или вообще не будет работать (что, безусловно, является проблемой). Главное — размещая свой рекламный message на некачественном изделии, компания собственноручно создает в сознании потребителя рекламного продукта устойчивое мнение о себе, как о поставщике некачественной услуги или товара. Закрепив данное суждение о компании единожды, очень сложно вернуть обратно свои позиции. Скупой платит дважды.

**ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ:** МОТИВАЦИЯ ПОКУПКИ КАЧЕСТВЕННЫХ (ЧИТАЙ ДОРОГИХ) НОСИТЕЛЕЙ — ВОПРОС СЛОЖНЫЙ. МЫ ЕГО РЕШЕНИЕМ ЗАНИМАЕМСЯ УЖЕ НЕ ОДИН ГОД. ВОПРОС РЫНКА И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ. ОЧЕНЬ ЧАСТО «ФЛЕШКИ» ИСПОЛЬЗУЮТСЯ КАК РАСХОДНЫЙ МАТЕРИАЛ. ТО ЕСТЬ ЗАПИСАЛИ ЧТО-ТО — И ОТДАЛИ. ФАКТИЧЕСКИ, ОДНОРАЗОВЫЙ ВАРИАНТ. В ЭТОМ СЛУЧАЕ ВАЖНА МИНИМАЛЬНАЯ ЦЕНА, А КАЧЕСТВО, БЕЗОПАСНОСТЬ, ДИЗАЙН УХОДЯТ НА ВТОРОЙ ПЛАН.

**НАТАЛЬЯ МАЛОВА:** Надежность — прежде всего в USB-флеш-накопителе, ведь потеря важной информации, записанной на некачественную «флешку» может не только испортить настроение, но и изрядно усложнить вашу работу. Мотивировать заказчика на покупку качественного товара по более высокой цене очень сложно, особенно когда уже есть утвержденный бюджет. Здесь только собственный негативный опыт покупателей может сыграть в пользу качественной продукции.

**ВАЛЕНТИНА НОСОВА:** Конечно же. Надежность — это важнейший критерий для USB-носителя. Я думаю, российские клиенты, уже уставшие от некачественных товаров прошлого десятилетия, готовы платить за качество покупаемых продуктов. Своим клиентам мы стараемся объяснить, что наши цены на USB-носители

обоснованны и, покупая «флешку» у нас, они получают качественного помощника в работе, надежность которого мы гарантируем. Мы имеем дело с думающим поколением, которое понимает, что скупой платит дважды.

**АЛЕКСЕЙ ПУШЕЛЬ:** На мой взгляд, главное достоинство флеш-накопителя как бизнес-сувенира — это возможность создавать собственный, абсолютно эксклюзивный дизайн. А эксклюзив в наше время и есть главный сейлз-аргумент в работе с заказчиком.

**ИГОРЬ ЧИЖОВ:** Все заказчики понимают влияние надёжности на цену, и объяснять им ничего не нужно. Мне не приходится объяснять данный постулат нашим заказчикам уже более трёх лет.

**ТАТЬЯНА ПОДГОРНОВА:** Да, несомненно, надежность «флешки» — это ее главное свойство. Все знают, как неприятно потерять важные данные, хранящиеся на флеш-накопителе. Но надо иметь в виду, что все портативные носители имеют одно нехорошее свойство: их использование сопряжено с повышенным риском их потери, поэтому необходимо периодически делать резервные копии на компьютер, какой бы надежной «флешка» ни была. А заказчику нужно рассказывать, какие «левые» «флешки» бывают и как негатив от потери информации на сломавшемся устройстве может быть спроецирован на компанию, ее подарившую.

**ЮЛИЯ ЛЕОНТЬЕВА:** Надежность — ключевое свойство. Другое дело, какое значение оно имеет для заказчика. Конечно, потребителю будет неприятно, если «флешка» быстро сломается, но, если это произойдет еще и в ответственный момент, скажем, когда на нее будут записаны важные файлы, это может привести к разочарованию не самим носителем, а брендом, который не думает о своих клиентах и просто «отдаривается» от них. Поэтому, если заказчик нацелен на получение положительного эффекта от подобной коммуникации со своим клиентом, то мотивация для него будет очевидна. Если же перед заказчиком стоит цель любым способом уложиться в «кרוхи», оставшиеся от рекламного бюджета, то мотивировать его на покупку качественных флеш-накопителей будет крайне сложно.

**НАТАЛЬЯ ЕРШОВА:** Надежность — это необходимое качество. Заблуждение и ошибка — дарить бизнес-подарок заведомо плохого качества, то есть ставить под удар свой бренд и имя — по сути, свой актив. Так как USB находится в ценовой категории от 300 рублей и в большей степени является бизнес-подарком, наши клиенты это хорошо понимают.

**МА П П:** Вопрос к поставщикам: что является для вас наибольшей проблемой при работе с сувенирными компаниями и корпоративными клиентами? Интересует ли вашего клиента страна производства флеш-накопителя?

**РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ:** Главная проблема — желание клиента получить много качества за малое количество денег. И его трудно убедить, что за относительно высокой ценой стоит качество продукции и во многом репутация клиента, отвечающего перед своими клиентами или партнерами. Но в силу того, что на рынке все-таки появляется информация о некачественной продукции, все больше клиентов интересуются не только «родословной» «флеша», но и скоростью и другими параметрами. И это вселяет оптимизм.

**ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ:** Собственно, продавая флеш-носители под маркой Klio Eterna, у нас не возникало никаких проблем в работе с клиентами. Получив информацию о том, что данные USB-флеш-карты произведены в Германии и комплектуются только надежными чипами, заказчик делает свой выбор в пользу качества.

**РАССЕЛЛ ЧАТКИС:** Проблемы возникают крайне редко и обычно связаны с тем, что клиент хочет получить свой заказ раньше назначенного срока. Но мы оперативно решаем такие ситуации. Да, страна-производитель интересует, но на качество нашей продукции это не влияет.

**ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ:** Мы пока имеем очень маленький опыт работы в сувенирном бизнесе. Зато хорошо работаем с крупными корпоративными клиентами. Основная проблема — наладить нужный контакт: надо общаться с теми, кто принимает решения. Да, часто факт отечественной сборки наших устройств играет решающую роль в принятии решения.



USM6212GL

## USB флеш-карта CHAIN USB LEATHER

*«Имеет уникальную форму и практичное применение в виде брелока для ключей, т.е. флеш-карта (равно как и реклама на ней) всегда с вами, ее не потеряешь, это удобно»*

Северный Дом

+7 (495) 644-46-21  
www.severd.ru

Официальный поставщик продукции PGL, Design в России



**НАТАЛЬЯ МАЛОВА:** БЫЛА ИНТЕРЕСНАЯ ИСТОРИЯ. РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО ЗАКАЗАЛО У НАС «ФЛЕШКИ», ДОВОЛЬНЫЕ ПОЛУЧИЛИ ИХ, А ЧЕРЕЗ КАКОЕ-ТО ВРЕМЯ ПОЗВОНИЛИ И СТАЛИ РАССПРАШИВАТЬ, КАК ИМИ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ... ПРИШЛОСЬ СНИМАТЬ ВИДЕО С ПОДРОБНЫМИ КОММЕНТАРИЯМИ ПО ПОЛЬЗОВАНИЮ ДАННЫМ ПРОДУКТОМ. ЧАСТО ВСПОМИНАЕМ ЭТОТ СЛУЧАЙ.

**ДЕНИС ТКАЧЕНКО:** Наибольшая проблема была описана в ответе на вопрос о том, как мотивировать заказчика покупать качественные флеш-накопители, когда рынок полон дешевых изделий. Все остальное — рабочие моменты. Клиент привык, что основное производство находится в Китае, сейчас его это не пугает.

**ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ:** Как ни странно, каких-то серьезных проблем у нас никогда не бывает. Скорее всего, сказывается особый подход и условия работы с каждым клиентом.

**АНДРЕЙ НАЗАРОВ:** Проблем нет, есть рабочие вопросы, с которыми сталкиваемся ежедневно и успешно их решаем. Конечно, большинство покупателей интересуется, в первую очередь, соотношение стоимости и объем памяти, и это нормально, поскольку подобные вопросы — ключевой критерий оценки в условиях высокой конкуренции. Но также без внимания не остаются и технические параметры.

**НАТАЛЬЯ МАЛОВА:** Наибольшая проблема для нас при работе с сувенирными компаниями и корпоративными клиентами заключается в том, что многие из них ищут самую низкую цену, не обращая внимания на качество.

**МАПП:** Были ли в вашей практике абсурдные случаи при работе с клиентами по флеш-накопителям?

**РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ:** Самое абсурдное на моей памяти — это проигранный тендер на 80000 «флешек» в виде клубнички. Мы тогда проиграли по цене. Когда «флешки» появились в промоакции, я, выполнив все условия, пошел в пункт выдачи призов. Получив «подарок», я понял, в чем мы проиграли — реальная память накопителя была в восемь раз ниже заявленной, а запах — такой, что «флешка» проветривалась на улице несколько дней.

**ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ:** Слава Богу, нет.

**РАССЕЛЛ ЧАТКИС:** Однажды клиент решил сам заказать флеш-накопители напрямую в Китае за очень низкую цену. Он перевел деньги и в итоге не получил ни флеш-карт, ни своих денег обратно.

**ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ:** Нет, таких примеров не было.

**ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ:** В нашей работе бывали самые разные случаи. В основном что-то смешное связано с перепиской. Но абсурдного, честно сказать, не припомню.

**АНДРЕЙ НАЗАРОВ:** В нашей практике подобных случаев не было.

**НАТАЛЬЯ МАЛОВА:** Была интересная история. Рекламное агентство заказало у нас «флешки», довольные получили их, а

через какое-то время позвонили и стали расспрашивать, как ими пользоваться... Пришлось снимать видео с подробными комментариями по пользованию данным продуктом. Часто вспоминаем этот случай.

**МАПП:** Вопрос к сувенирным компаниям: кто сейчас является основными заказчиками флеш-накопителей? С какой наибольшей проблемой при работе с корпоративными заказчиками вы сталкивались? Волнует ли вашего клиента страна-производитель изделия?

**ВАЛЕНТИНА НОСОВА:** Основными заказчиками на сегодняшний день являются крупные компании, такие как банки, логистические компании, а также производители. Как правило, сувенир рассчитан на сотрудников компании либо преподносится как новогодний подарок клиенту.

Наибольшая сложность при работе с корпоративными заказчиками — это выбрать нужный дизайн USB из огромного множества различных дизайнов. Волнует ли нашего клиента страна-производитель изделия? Конечно, у многих жителей планеты Китай стойко ассоциируется с низким качеством. Но к счастью, мы умеем развеивать мифы. Наша работа и благодарность наших клиентов — лучшее тому подтверждение.

**АЛЕКСЕЙ ПУШЕЛЬ:** Компании в сфере B2B самого разного профиля. Для крупных компаний это раздаточный материал на выставках, конференциях и тому подобных мероприятиях. При ограниченном бюджете идут более дорогие «флешки» для VIP-клиентов. Основная проблема — сильный разброс цен на одну и ту же модель у разных поставщиков. Если есть хорошая цена, но при этом товар отсутствует на складе, трудно убедить клиента заплатить больше, чем раньше, ведь для него поставщик один — это мы. Страна-производитель не волнует, но многих интересуют технические характеристики изделий, которые зачастую проигрывают в сравнении с такими брендами, как Transcend, Kingmax и другими.

**ИГОРЬ ЧИЖОВ:** Данную продукцию заказывают все группы клиентов, так как она общеупотребительна в деловом обиходе. А насчет страны-производителя — разве их больше двух-трех? Есть из чего выбирать?

**ТАТЬЯНА ПОДГОРНОВА:** Заказчиками «флешек» являются компании из совершенно разных отраслей. По-моему, уже все корпоративные клиенты включают в свой сувенирный «портфель» такую позицию как флеш-накопитель. Страна-производитель у наших клиентов вопросов не вызывает. Наверное, уже все знают, что все делается в Китае, неважно, где вы это купили — в Европе или Америке. Другое дело, что все китайские фабрики разные. Продукция некоторых мелких фабрик действительно не выдерживает никакой критики. Однако по соседству с таким кустарным цехом может располагаться производственный комплекс, обслуживающий сразу несколько брендов, известных своим качеством.

**ЮЛИЯ ЛЕОНТЬЕВА:** Флеш-карта является настолько универсальным продуктом, что выделить основного потребителя сложно. Если пару лет назад интерес к ним проявляли в основном IT-компании, то сегодня их заказывают совершенно разные предприятия, работающие B2B и B2G.

Как правило, для наших заказчиков страна-производитель не имеет принципиального значения, главный критерий — цена. Пожалуй, основной проблемой можно назвать стремление к тотальной экономии. Некоторые наши заказчики продолжают искать

«флешки» объемом 1 ГБ, были случаи, что и 512 МБ спрашивали. Приходится объяснять, что подобные объемы давно в прошлом из-за своей минимальной производительности.

**НАТАЛЬЯ ЕРШОВА:** Основные заказчики — в той или иной степени, практически все категории. За исключением предприятий, производящих товары, нацеленные на младшую/детскую категорию, старшую/ пенсионную и товары для дома.

Страна-производитель в отношении USB вообще не имеет значения. В данном случае страна-производитель всем понятна. Если конечный заказчик еще спрашивает, кто является производителем, к примеру, ручек, ежедневников, текстиля, часов и т.д., то в отношении USB таких вопросов не возникает.

**МАПП:** Далее — вопросы к корпоративным клиентам: **С какими проблемами ваша компания сталкивается при заказе устройств? Как их решаете, или как их решает поставщик?**

**МАРИЯ ДОБРИНСКАЯ:** Пару раз случалось, что носитель не читался. Поставщик делал замену.

**АЛЕКСЕЙ МАСЛЕННИКОВ:** Все проблемы решает поставщик. Единственная сложность, которую я вижу, — это срок поставки.

**ОЛЕГ ЛЫСЯК:** С трудностями не сталкиваемся. Мы давно работаем по договору, и подрядчики знают, что именно мы хотим.

**МАПП:** По каким критериям вы выбираете флеш-накопитель в качестве бизнес-сувенира? Важна ли для вашей компании страна-производитель устройства?

**МАРИЯ ДОБРИНСКАЯ:** Надежность — обязательный показатель. Мы должны быть уверены в том, что клиенты из дальних регионов России доведут информацию и впоследствии долго будут пользоваться нашим подарком. Второй критерий — объем памяти: не меньше 4 ГБ. В последнее время покупаем изделия на 8 ГБ. Страна-производитель не имеет абсолютно никакого значения.

**АЛЕКСЕЙ МАСЛЕННИКОВ:** Эксклюзивность и внешний вид. Страна-производитель совершенно не важна.

**ОЛЕГ ЛЫСЯК:** Цена и вместительность. Страна-производитель не важна.

**МАПП:** Серия общих вопросов к поставщикам и представителям сувенирных компаний: **как вы считаете, возможно ли производство флеш-накопителей в России и есть ли в этом необходимость?**

**РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ:** Мы же производим. И качество не хуже, чем у зарубежных производителей. Необходимость есть не только в том, чтобы производить в России для России, но и делать флеш-накопители на экспорт. Чем мы хуже Китая?

**ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ:** Организовать производство, в принципе, возможно. Но, в первую очередь, надо понимать, есть ли в этом необходимость и выгодно ли это экономически? Думаю, что произвести основной компонент флеш-носителя — чип — по той же цене и такого же качества, как это получается на специализированных фабриках в Японии и Китае, не представляется возможным. И в обозримом будущем таких производств в России не появится.

**РАССЕЛЛ ЧАТКИС:** Да, ведь у российского рынка большой потенциал. В Америке флеш-накопители проникли во все сфе-

ры жизни, от выпуска нового музыкального альбома на флеш-карте до использования таких карт в профессиональной медицине.

**ЛЕОНИД РОЗЕНБЛУМ:** Эмм, да, и мы это уже делаем. Не уверен, что российская сборка важна для сувенирного рынка, а вот для корпоративного рынка и для государственного сектора — точно да. Как я указывал выше, почти всегда у крупных компаний есть своя служба безопасности, которая предъявляет высокие и очень специфичные требования к внешним накопителям.

**ДЕНИС ТКАЧЕНКО:** Производство возможно. Необходимости в этом я не вижу.

**ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ:** Мы не раз просчитывали такую возможность, но все-таки производство в Китае перебить пока что сложно.

**АНДРЕЙ НАЗАРОВ:** Возможно все. Многие компании в России уже активно занимаются сборкой «флешек», производством индивидуальных оболочек для чипов памяти. Это дает потребителю выбор интересных предложений.

**НАТАЛЬЯ МАЛОВА:** Производство возможно на уровне сборки, а необходимость производства в России будет вызвана только очень высоким спросом на такую продукцию.

**ВАЛЕНТИНА НОСОВА:** Возможности производства есть, а вот необходимости в этом нет. Высокие затраты на производство и дорогая рабочая сила сделают данную продукцию, произведенную в России, неконкурентоспособной.

**АЛЕКСЕЙ ПУШЕЛЬ:** Отрицать возможность как минимум глупо. Необходимость данного продукта диктует свободный рынок в свободной стране.

**ИГОРЬ ЧИЖОВ:** Сборка из комплектующих точно может быть востребованна: опять же повторюсь — сроки, дробление заказов... Плюс возможность кастомизации «под бренд-бук» заказчика.

Татьяна Подгорнова: Если российские производители предложат лучшие условия в соотношении цены и качества, чем китайские, то почему бы и нет? Но пока острой необходимости в этом, честно говоря, не вижу.

**ЮЛИЯ ЛЕОНТЬЕВА:** В нашем мире возможно все, но встает вопрос качества и себестоимости.

**НАТАЛЬЯ ЕРШОВА:** Производить чипы в России — это из области фантастики. А внешнюю оболочку, дизайнерскую, вполне можно делать здесь, чего очень бы и хотелось.

**МАПП:** Какой объем от продаж занимают USB-флеш-накопители в вашей компании? Есть ли наиболее популярные модели в России и в чем причина этой популярности? Самая популярная модель 2013 года в вашей компании?

**РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ:** 80% продаж — это флешки. Остальное — другая электронная и не только электронная сувенирка. Есть несколько популярных моделей, но самым наибольшим спросом пользуется, наверное, классическая модель (у нас она называется А2.18). Причина проста: классический дизайн, прочный корпус в разных цветах и удобство для нанесения логотипа разными способами.

**ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ:** Продажи бренда Klio Eterna показывают стабильную положительную динамику. В общем объеме товарооборота USB-накопителей Klio занимает лидирующую позицию. Особенной популярностью пользуются модель ручки с флеш-картой на 4 или 8 ГБ Genius и, конечно же, наборы, в состав

которых входит ручка и флеш-карта (4/8 ГБ). Наиболее востребованными являются стандартные цвета и их сочетания — белый, синий, бело-синий, серебристый.

**РАССЕЛ ЧАТКИС:** Доля флеш-накопителей в компании CustomUSB составляет около 85%. В основном мы специализируемся на индивидуальном дизайне, поэтому каждый наш продукт неповторим, но, если говорить о наших стандартных моделях, то наиболее популярным флеш-накопителем за 2013 год был робот.

**ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ:** По объему продаж не скажу — конфиденциальная информация. Но наиболее популярная модель — Samurai Flash Drive Nano.

**ДЕНИС ТКАЧЕНКО:** Флеш-карты занимают 20–30% от общего объема продаж компании «Северный Дом». Популярные в России — пластиковые промофлешки. Их закупают тысячами для массовых промоакций. Наиболее популярные модели в нашей компании — «Торнадо» и брелок для ключей CHAINUSB. Первая производит тот самый вау-эффект, когда раскручивается на столе и встает на ножку (а-ля юла). Вторая выпускается в нескольких вариантах (натуральная кожа или силикон), имеет уникальную форму и практичное применение в виде брелока для ключей, то есть флеш-карта (равно как и реклама на ней) всегда с вами, ее не потеряешь, и это удобно.

**ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ:** Несмотря на то, что «Флеш фор ю Компани» занимается поставкой всей сувенирной продукцией, флеш-карты все равно являются для нас наиболее приоритетным направлением. Есть неизменные модели, которые уже не первый год пользуются наибольшим спросом — в основном это самые простые промофлешки.

**АНДРЕЙ АЗАРОВ:** Динамика продаж USB-флеш-карт в Harry Gifts Group имеет положительный тренд. И это, на наш взгляд, главное. Мы развиваем данный сегмент, постоянно изучаем опыт зарубежных коллег, отслеживаем тенденции и новые веяния, направления, регулярно посещаем мировые выставочные площадки. Мы ежегодно привносим в наш каталог что-то новое и надеемся порадовать наших клиентов в 2014 году. Могу назвать три популярные в 2013 году модели: Assorti (артикул в каталоге — 19301), Pull (артикул в каталоге — 19311), Swing (артикул в каталоге — 19308). Эти «флешки» показали наиболее высокие результаты продаж.

**НАТАЛЬЯ МАЛОВА:** Объем продаж USB-флеш-накопители в LEDD Company составляет 90%. Наиболее популярные модели в России — это USB-флеш-накопители в форме кредитной карты. Причина популярности, конечно же, в площади для нанесения, которая позволяет разместить максимально большое количество информации, да еще и с двух сторон. Самой популярной моделью в 2013 году в нашей компании была изящная ручка со встроенной «флешкой» NaNo Pen в стильном пластиковом корпусе с металлическими деталями. Единое умное решение — авторучка и USB-карта.

**ВАЛЕНТИНА НОСОВА:** Поскольку Bright Concept занимается комплексной разработкой сувениров, производство и продажа USB-накопителей не являются нашим основополагающим профилем. Тем не менее, продажи в прошлом году составили 9% от общего объема. В России пользуются спросом USB-носители из PVC. Данный материал позволяет воплотить в жизнь практически любую задумку клиента, а сами носители получают дешевле своих пластиковых и металлических аналогов. Сроки производства USB-накопителей из PVC, как правило, на 7–15 дней короче.

**АЛЕКСЕЙ ПУШЕЛЬ:** 7%. Наиболее популярная модель — «флешка» Twist — идеальное соотношение цены и качества, широкий выбор цветовых решений, отсутствие колпачка, который зачастую теряется, наличие карабина, что делает «флешку» брелоком.

**ТАТЬЯНА ПОДГОРНОВА:** В общем объеме продаж флеш-накопители занимают 10–15%. Наиболее популярная модель в этом году — «флешка» из стекла и металла, с объемным 3D-логотипом внутри кристалла, который подсвечивается при работе флеш-карты синим, красным, зеленым, желтым или белым светом. Очень красиво смотрится!

**ЮЛИЯ ЛЕОНТЬЕВА:** В 2013 году самой продаваемой нами моделью был флеш-накопитель в виде банковской карты. Причины его популярности просты: доступная цена, обширное поле для брендинга, возможность печати сложных полноцветных изображений, а значит, отсутствие каких-либо ограничений для дизайна. Благодаря этому создается впечатление, что «флешка» не стандартная, а сделанная на заказ, а такие продукты всегда вызывают уважение к компании. Флеш-карты используют не только банки, стилизуя их под фирменные банковские карты, но и любые компании, которые не боятся экспериментировать. Часто такие флешки выполняют функцию визитки — на них достаточно места, чтобы разместить не только контактную информацию, но и информацию о деятельности компании.

**НАТАЛЬЯ ЕРШОВА:** Продажи USB составляют 15–20% от общего объема продаж в 2013 году. Наиболее популярная модель — 8 ГБ, пластик + металл, на кольце, широкий выбор цветов.

**МАПП:** Каков сегодня спрос на индивидуальный дизайн USB-флеш-накопителей? Беретесь ли вы за такие заказы? Сколько времени уходит на изготовление? Какова стоимость (в процентном соотношении) по сравнению с обычной «флешкой»?

**РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ:** Спрос большой, так как классика уже начинает надоедать, а индивидуальный дизайн становится все ближе к стандартным моделям в плане цены и сроков производства. Если три года назад было сложно представить металлическую «флешку» по индивидуальному дизайну тиражом меньше 1000 штук и ценой ниже 1000 рублей (причем за 4 ГБ), то сейчас мы можем предложить клиентам изготовление заказа от 500 штук и по очень привлекательной цене.

**ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ:** Цветовые комбинации элементов корпуса «флешки» (а он состоит из четырех деталей) и материала позволяют удовлетворить практически любой запрос наших заказчиков. При этом большое количество сочетаний является нашим складским предложением, что, как следствие, минимизирует спрос на продукцию «под заказ». Если все-таки возникает такая потребность, то срок производства и поставки из Европы занимает около семи-восьми недель. Стоит отметить, что цена на небольшие тиражи вырастет незначительно по сравнению с прайсовой стоимостью на аналогичный носитель с нашего склада в России. А если тиражи исчисляются тысячами штук, то цена будет даже ниже.

**РАССЕЛ ЧАТКИС:** На сегодняшний день флеш-накопители индивидуального дизайна очень востребованы и являются основным нашим направлением. Срок изготовления три-четыре недели на создание флеш-карты в 3D-варианте.

**ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ:** Как я уже указывал выше, мы не имеем большого опыта работы в плане сувенирной продукции. Максимум что мы можем предложить клиенту, — это логотип и

особый порядковый номер на корпусе устройства. Цена гравировки/печати настолько ничтожна, что даже упоминания не стоит. Мы просто не включаем ее в стоимость «флешки». То есть цена будет одинаковой что с логотипом, что без него.

**ДЕНИС ТКАЧЕНКО:** Флеш-карты с индивидуальным дизайном составляют половину всех заказов в нашей компании. Это могут быть флеш-карты из ПВХ, а также пластика и металла. В среднем заказ выполняется месяц-полтора, более сложные проекты — два месяца. Их стоимость выше на 15–30% по сравнению с обычной.

**ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ:** Спрос на флеш-карты по индивидуальному дизайну растет с каждым годом. Мы за такие заказы беремся и выполняем их с удовольствием. В среднем на производство и доставку уходит не более трех-четырех недель. По сравнению со стандартными моделями, предпочтение флеш-картам по индивидуальному дизайну отдает от 10 до 15% заказчиков.

**РАССЕЛЛ ЧАТКИС:** НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ ФЛЕШ-НАКОПИТЕЛИ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ДИЗАЙНА ОЧЕНЬ ВОСТРЕБОВАННЫ И ЯВЛЯЮТСЯ ОСНОВНЫМ НАШИМ НАПРАВЛЕНИЕМ. СРОК ИЗГОТОВЛЕНИЯ ТРИ-ЧЕТЫРЕ НЕДЕЛИ НА СОЗДАНИЕ ФЛЕШ-КАРТЫ В 3D-ВАРИАНТЕ.

**АНДРЕЙ НАЗАРОВ:** Безусловно, спрос на индивидуальность есть всегда. Для нас работа с ассортиментом — это, в первую очередь, творчество и здравый расчет. Мы стремимся предложить своему клиенту оригинальные решения и поэтому не беремся за все подряд. Стараемся трезво оценить свои возможности, так как это всегда жесткие обязательства по срокам поставки, и нарушать их не в наших правилах. Производство индивидуальных продуктов — это вопрос, который всегда сопряжен со сложностью изготовления самого изделия, его количеством и сроком выполнения заказа. В данном случае здесь все индивидуально.

**НАТАЛЬЯ МАЛОВА:** Индивидуальные корпуса — очень интересная и востребованная тема. Спрос на изготовление таких изделий есть всегда. За подобные заказы беремся с удовольствием. Иногда убеждаем клиентов сделать именно индивидуальные корпуса. Если сравнивать со стоимостью готовых моделей «флешек», здесь важную роль играет тираж. По сравнению с обычной «флешкой», стоимость при тираже в 100 штук увеличивается на 10–15% в зависимости от сложности макета и исполнения, а при тиражах от 300 штук практически сравнивается со стандартными моделями.

**ВАЛЕНТИНА НОСОВА:** Спрос на «флешки» по индивидуальному дизайну очень велик. За прошедший год большая часть заказов выпала именно на USB-носители по индивидуальному дизайну. Мы с радостью берем такие заказы, если, конечно же, задумка клиента совпадает с технологической мощностью фабрики. В среднем на изготовление образца по

индивидуальному дизайну уходит от пяти до пятнадцати дней. Все зависит от технологии производства и материала будущей «флешки». После согласования образца производство партии занимает от пяти до двадцати пяти дней, в зависимости, опять же, от материала и требуемого тиража. Стоимость «флешки» по индивидуальному дизайну, как правило, на 7–10% выше стоимости стандартной, именно этим обусловлен повышенный спрос на USB по индивидуальному дизайну.

**АЛЕКСЕЙ ПУШЕЛЬ:** Спрос достаточно велик, и мы с удовольствием беремся за такие заказы. На изготовление уходит от полутора до двух с половиной месяцев. Стоимость выше в полтора-два раза при малых тиражах, от трех тысяч — уже сравнима.

**ИГОРЬ ЧИЖОВ:** Да, у нас есть такие заказы. Но в связи с общей тенденцией для «текущих заказов» на снижение требуемых сроков поставки и дробления бюджетов (под каждое текущее у заказчика мероприятие) их доля уменьшается.

**ТАТЬЯНА ПОДГОРНОВА:** В 2013 году спрос на индивидуальные флеш-накопители заметно вырос, и, по сравнению с 2012 годом, у нас произошло существенное увеличение количества заказов в этом сегменте. Мы такие заказы очень любим за их креативность. На изготовление фирменных «флешек» обычно требуется три-четыре недели. По стоимости они ненамного дороже стандартных, а смотрятся гораздо эффектнее.



**ЮЛИЯ ЛЕОНТЬЕВА:** Запросы на изготовление флеш-карт по индивидуальному дизайну к нам поступают редко, и дальше просчетов дело не идет. Это связано со сроками изготовления, тиражами и стоимостью. Чтобы выйти на уровень цены стандартной флешки, нужно заказывать тысячные тиражи. Местные клиенты не могут себе этого позволить. А те, кто могут, как правило, имеют головной офис в Москве, откуда вместе с другими региональными представительствами получают подобную продукцию.

При тираже в 300–500 «флешек» цена выходит примерно в 2–2,5 раза дороже каталожной модели, и заказчик, конечно, выбирает стандартную. К счастью, на сегодняшний день выбор стандартных моделей достаточно широк для того, чтобы удовлетворить потребности любого заказчика.

**НАТАЛЬЯ ЕРШОВА:** Спрос на индивидуальные носители — в пропорции примерно 20 к 1. То есть двадцать стандартных заказов на один индивидуальный дизайн. К индивидуальному дизайну из выполненных нами заказов мы относим USB из PVC, а сами конечные клиенты — полноцветную печать на USB-визитках или полноцветную печать на белых кожаных «флешках». В среднем на изготовление USB из PVC в 2-3-D мы даем три недели, так как производство полностью находится в Ростове-на-Дону. Московские производители по срокам дают четыре-пять недель.

**МАПП: Вопрос к корпоративным клиентам: заказывала ли когда-нибудь ваша компания USB-флеш-накопители по индивидуальному дизайну? Что для вас более важно — большой ассортимент или наличие на складе?**

**МАРИЯ ДОБРИНСКАЯ:** Не заказывали, но думаем об этом. Для нас важнее наличие на складе.

**АЛЕКСЕЙ МАСЛЕННИКОВ:** Да, компания заказывала «флешки» с элементами брендинга. Хороший вопрос. Важны оба условия. Бизнес-подарки мы заказываем заранее, минимум за два месяца, поэтому важен широкий выбор. В критической ситуации — наличие на складе.

**ОЛЕГ ЛЫСЯК:** Нет, заказываем только готовые. Важнее большой ассортимент, поскольку покупаем заранее.

**МАПП: Вопрос к поставщикам и сувенирным компаниям: как вы считаете, будет ли в дальнейшем расти спрос на USB-флеш-накопители и почему?**

**РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ:** В связи с появлением и развитием «облачных» технологий трудно сказать, будет ли расти рынок флеш-накопителей. Появился стандарт USB 3.0, который дает надежду на продолжение их жизни. Но сувениры будут жить и развиваться, поэтому шанс у «флешек» есть. Не будете же вы дарить кусочек «облака» своему клиенту?

**ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ:** Без сомнений, спрос на флеш-носители немецкого бренда Klio Etaga будет увеличиваться. Этот рост обусловлен высоким качеством, адекватной стоимостью и широкими возможностями удовлетворения спроса заказчиков на промпродукцию. В глобальном смысле всегда существует потребность в портативном устройстве для хранения и переноса информации. А это значит, что выбор «флешки» в качестве рекламного носителя является выигрышным вариантом. Поэтому на рынке промпродукции в России снижения спроса на данный бизнес-сувенир не предвидится.

**РАССЕЛЛ ЧАТКИС:** Спрос будет только расти, так как технологии постоянно совершенствуются, и скоро флеш-накопители

смогут заменить большинство привычных нам вещей. Например, HD-флеш-карта скоро заменит Blu-ray-диски.

**ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ:** Однозначно! Только по официальным данным Федеральной Таможенной Службы РФ в 2012 году в Россию было ввезено 32,7 млн. единиц внешних накопителей («флешки» и диски всех мастей) на сумму около 18 млрд. рублей. Продажи наших изделий уверенно растут, и это дает мне такую уверенность.

**ДЕНИС ТКАЧЕНКО:** Спрос еще какое-то время будет расти вслед за ростом объема памяти, скорости работы и технологичный производства и до тех пор, пока другие технологии передачи и хранения информации (беспроводные) не наберут большую популярность и доступность.

**ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ:** Рост, безусловно, будет. До тех пор, пока не будет изобретено более совершенное устройство, аналогичное по применению.

**АНДРЕЙ НАЗАРОВ:** Сложный вопрос, и дать на него однозначный ответ вряд ли кто-то сможет. «Облачный» сервис активно развивается и становится все более понятным и доступным для людей. Я думаю, в ближайшие три-пять лет флеш-накопители будут актуальны.

**НАТАЛЬЯ МАЛОВА:** Спрос на данную продукцию будет, и рост возможен, если сегменту сувенирного рынка удастся избежать стагнации.

**ВАЛЕНТИНА НОСОВА:** Интересный вопрос, на который нельзя ответить однозначно. С одной стороны, с развитием «облачных» сервисов часть пользователей отдадут предпочтение хранению информации не на носителях, которые можно потерять, забыть или сломать, а в сети. Но пока что в России эти технологии нешироко развиты, поэтому ближайшие лет пять «флешки» все еще будут пользоваться спросом. С другой же стороны, мы с вами знаем о новых разработках защиты информации на USB, как, например, у Kingston DataTraveler. Если на вашей «флешке» какая-то ценная информация, то утечка точно не произойдет, так как информация будет закодирована. Широкое использование данных технологий в будущем сможет продлить популярность USB-носителей еще на многие годы.

**АЛЕКСЕЙ ПУШЕЛЬ:** Данному продукту на рынке бизнес-сувениров лет 10. И пик роста популярности, безусловно, уже пройден. Рост объема продаж будет соответствовать росту рынка.

**ИГОРЬ ЧИЖОВ:** Да, будут. Причину повторю: очень мало предметов, недорогих, общеупотребительных в деловом обиходе, да еще и унисекс (сотовый телефон, ручка, записная книжка... что еще я забыл?).

**ТАТЬЯНА ПОДГОРНОВА:** Спрос на флеш-накопители будет существовать и дальше, так как «флешка» — небольшое и удобнее средство для хранения информации, которому пока нет замены. Но спросом будут пользоваться «флешки» большего объема — от 8, 16 ГБ и выше. 2 и 4 ГБ постепенно уходят в прошлое.

**ЮЛИЯ ЛЕОНТЬЕВА:** Флеш-карты сейчас перестали быть чем-то особенным. У большинства людей есть по несколько «флешек», которые теряются, отдаются вместе с информацией. Пока на рынок не выпустили новый носитель, спрос не уменьшится.

**НАТАЛЬЯ ЕРШОВА:** Спрос расти будет. Необходимая, функциональная вещь фактически для всех категорий.

Возможность персонализации и индивидуальных решений, а также дополнительной записи информации о компании. С USB ситуация такая же, какая ранее произошла с ежедневниками и ручками:

флеш-накопители переходят в позицию, когда их не покупают в магазинах, а получают в подарок.

**МАПП:** **Общий вопрос: каким флеш-накопителем пользуетесь вы?**

**РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ:** Пять лет беспрерывно пользуюсь «флешкой» из нашего ассортимента A2.23. Прочный герметичный стальной корпус и надежный чип памяти — вот залог такого долголетия.

**ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ:** А вы как думаете? Только качественным! И в этом вопросе я отдаю предпочтение «флешкам» Klio Eterna.

**РАССЕЛЛ ЧАТКИС:** У меня обычная деревянная флеш-карта.

**ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ:** Я пользуюсь Samurai Flash Drive Nano 32 ГБ.

**ДЕНИС ТКАЧЕНКО:** Тем, что висит у меня на связке с ключами. Не постоянно, но время от времени.

**ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ:** Самая простая пластиковая «флешка» на 1 ГБ :)

**АНДРЕЙ НАЗАРОВ:** У меня просто огромное количество «флешек». Они попадают ко мне из разных источников: это и выставки, где я получаю их, как потребитель, и продукция, которая есть в нашем каталоге. Для меня важно, чтобы «флешка» была качественной. Достаточно на секунду представить себя в ситуации, когда ты теряешь важную информацию... меня тут же посещают чувства отчаяния, разочарования и даже злости. Если вы не хотите закрепить в сознании вашего потребителя схожие эмоции о ваших продуктах или услугах — работайте с компаниями, которым вы можете доверять.

**НАТАЛЬЯ МАЛОВА:** Использую несколько накопителей с разными объемами. Это известные мировые бренды Adata, Kingston.

**ВАЛЕНТИНА НОСОВА:** Я пользуюсь флеш-накопителями нашего производства. В моем арсенале как металлические, так и PVC-«флешки». И дело не в корпоративной этике. Просто мне нравится, что и как мы делаем.

**АЛЕКСЕЙ ПУШЕЛЬ:** К сожалению, лично у меня нет необходимости в использовании флеш-накопителя.

**ИГОРЬ ЧИЖОВ:** KlioEterna из подаренного на Новый год набора (пока не потерял...).

**ТАТЬЯНА ПОГОРНОВА:** Kingston HyperX Predator, 1 ГБ.

**ЮЛИЯ ЛЕОНТЬЕВА:** У меня их много, и они разные. Я отдаю предпочтение компактным, которые занимают минимум пространства в маленькой женской сумочке.

**НАТАЛЬЯ ЕРШОВА:** Для меня самое главное — объем USB и скорость передачи данных, так как часто использую в работе Portable Soft. И еще чтобы колпачок не было, потому что теряю его.

**МАПП:** **Тот же вопрос к корпоративным клиентам, но с небольшим дополнением: возможно, устройство, которым пользуетесь вы, как раз является бизнес-сувениром вашей компании?**

**МАРИЯ ДОБРИНСКАЯ:** Является. Как раз сейчас, перед выставкой — «Продэкспо» — мы заказали новые «флешки».

**АЛЕКСЕЙ МАСЛЕННИКОВ:** Пользуюсь купленной «флешкой» и «флешкой», подаренной другой компанией.

**ОЛЕГ ЛЫСЯК:** Нет, я пользуюсь своим устройством.

**МАПП:** **Наш заключительный вопрос обращен к поставщикам: посоветуйте, как правильно выбрать USB-флеш-накопитель в качестве бизнес-сувенира.**

**РИНАТ СЕРАЖЕТДИНОВ:** Прежде всего, необходимо понять, что нужно клиенту: дизайн, стиль, бюджет, количество — и выбирать модель, исходя из этого. Наш ассортимент закрывает все ниши — от самых недорогих моделей «под раздачу» до VIP-серий, включая штучную ручную работу.

**ПАВЕЛ ГАВРИЛОВ:** Заказать у нас.)

**РАССЕЛЛ ЧАТКИС:** Если вы хотите, чтобы ваш сувенир прослужил долго, обратите внимание на опыт компании, ее портфолио и цену, ведь цена на качественный продукт не может быть очень низкой.

**ЛЕОНИД РОЗЕНБЛЮМ:** Покупайте у проверенных поставщиков. Не верьте заявленным характеристикам, по возможности проведите тесты.

**ДЕНИС ТКАЧЕНКО:** Как и с любым другим сувениром, нужно правильно определить целевую аудиторию и от этого уже двигаться далее.

**ДМИТРИЙ АНДРЕЕВ:** Зачастую все определяет дизайн либо сфера деятельности компании (как второй вариант). Если это банк, то, скорее всего, будет выбрана флеш-карта в виде банковской карточки.

**АНДРЕЙ НАЗАРОВ:** Главное — понять, какова цель того, кто заказчик хочет видеть в качестве бизнес-сувенира «флешку». Когда цель и задачи ясны, сделать правильный выбор — дело техники, которая зависит, конечно, от квалификации продавца.

**НАТАЛЬЯ МАЛОВА:** Прежде всего, надо знать, где и у кого вы покупаете продукцию. Репутация и надежность поставщика будут залогом качества поставляемого товара. Если вы не уверены в поставщике, то не поленитесь и потратьте время на проверку купленной партии накопителей на заявленные характеристики, если тираж позволяет это сделать. Большие тиражи можно оттестировать выборочно. В Интернете достаточно много бесплатных программ для тестирования флеш-накопителей.



**Редакция МАПП благодарит всех участников круглого стола за ответы. Надеемся, что они будут полезны как профессионалам, так и новичкам сувенирного бизнеса.**



#### THE ROUND TABLE FLASH DRIVE: HOW TO AVOID BUYING A PIG IN A POKER?

This time suppliers, representatives of souvenir companies and corporate customers discuss one of the most popular types of business souvenirs – USB flash drive. How to choose a quality product? Does country-of-origin matter? What future awaits storage device so popular today? Answers to these and other interesting questions are published in our regular column The Round Table.