



ЛЕО КОСТЫЛЕВ,  
Президент МАПП



# ГОД НОВЫЙ – ДЕЛА СТАРЫЕ

В начале года принято строить планы. На год, на перспективу, на ближайшее время. И несмотря на то, что год уже набирает свои обороты, в первом выпуске 2015 года нашего журнала я хочу поделиться планами нашей ассоциации МАПП. Тем более, что год обещает быть непростым, интересным и, надеюсь, наполненным неординарными решениями в масштабах всей страны, не исключая, естественно, и нашей отрасли.

Традиционным для нашей ассоциации является то, что мы не ставим перед собой больших амбициозных задач, типа расчёта оборотов отрасли, ибо понимаем, что в условиях российского бизнеса цифра будет, так или иначе, надуманной и не отражающей никакой реальности. Тратить время и ресурсы на «мартышкин труд» - не наш метод.

Мы также не претендуем на роль источника корпоративных ценностей, поэтому вряд ли станем разрабатывать декларации или другие документы от имени всей отрасли до тех пор, пока она не уполномочит нас на такие действия. Зачем тратить энергию на создание правил, соблюдение которых не может быть обязательным. Правил, которые никто и не будет соблюдать, уже хотя бы в силу этого.

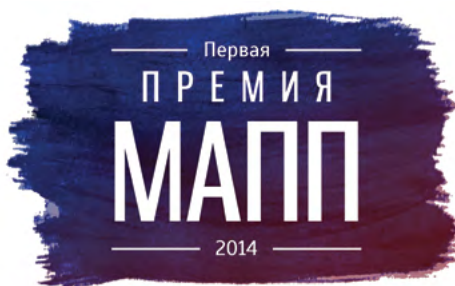
Мы даже не собираемся бороться за то, чтобы нашу отрасль признали на государственном уровне и присвоили ей соответствующие этому коды, ибо, во-первых, это выше наших сил и возможностей, а во-вторых, у нас нет такого поручения от отрасли. Зачем же заниматься тем, что не вполне очевидно принесёт выгоду её участникам.

Пожалуй, хватит о том, чего мы делать не собираемся. Теперь самое время изложить те задачи, решением которых мы будем заниматься. Понимая и принимая во внимание то, что год начался и будет продолжаться нелегко, в особенности для участников нашей отрасли, мы решили направить все наши усилия на дальнейшее совершенствование тех проектов, которые уже зарекомендовали себя с положительной стороны в предыдущие годы. Экономическая нестабильность предполагает ограничение некоторых действий в компаниях, и, как правило, слишком

часто расходы на цели маркетинга и рекламы в этой ситуации сокращаются. С другой стороны, именно эти инструменты становятся в такое время чрезвычайно важными. Возникает парадокс, из которого немногие могут найти достойные выходы. Поэтому мы решили напомнить вам о том, какими возможностями обладает наша ассоциация, и какие потребности вашей компании могут быть решены с нашей помощью.

**Мы даже не собираемся бороться за то, чтобы нашу отрасль признали на государственном уровне и присвоили ей соответствующие этому коды, ибо, во-первых, это выше наших сил и возможностей, а во-вторых, у нас нет такого поручения от отрасли. Зачем же заниматься тем, что не вполне очевидно принесёт выгоду её участникам.**

Наш сайт уже давно является качественным источником информации о происходящем в отрасли. При этом, поскольку мы не ставим задачи рентабельности каждого из наших проектов (достоинства некоммерческой структуры), сайт является именно информационным ресурсом, а не коммерческим. По новостям, акциям и специальным предложениям, публикуемым на нашем сайте, делается периодическая почтовая рассылка. Ассоциацией создана уникальная база данных профессионалов сувенирной отрасли и лиц, ответственных в компаниях за закупку бизнес-сувенирной продукции. С базой ведётся постоянная работа, поэтому её актуальность, практически, стопроцентна. Наша рассылка – нежелательное почтовое сообщение, а качественный



инструмент маркетинга, полезный как предоставившим свои материалы для неё, так и её получателям.

Наши журналы выходят вот уже вторую декаду и по праву являются популярными и полезными изданиями, содержащими не только актуальную отраслевую информацию (насколько это возможно для квартального издания), но и обучающие и демонстрационные материалы, а также, что немаловажно, качественную полигра-

фическую рекламу. В отрасли, к сожалению, не осталось других полиграфических изданий, а ведь графические образы наших изделий воздействуют на заказчиков не менее, а иногда и более, чем даже «живые» их образцы. Мы наладили такую систему распространения наших журналов, что, с одной стороны, ни один журнал не попадает в случайные руки, а с другой – каждый получатель журнала достоверно нуждается в нём. Это позволяет, не тратя ресурсов попусту, извлекать максимальную пользу из возможностей полиграфического издания.

Уже несколько лет в рамках нашей ассоциации действует «Клуб скидок МАПП». Участники ассоциации имеют возможность приобретения товаров друг у друга по сниженным ценам и на льготных



**Ассоциация МАПП является партнёром многих выставочных проектов по всему миру. Актуальность зарубежных поездок с целью поиска новой продукции и поставщиков в трудные годы лишь возрастает. У нас есть специальные предложения по посещению самых интересных отраслевых выставок. Участники МАПП уже несколько лет пользуются льготами, которые мы можем предоставить для посетителей выставок, и экономят собственные ресурсы.**

условиях. Нам кажется, что значение подобных проектов в сложные годы только возрастает. Количество участников МАПП растёт с каждым днём, и, соответственно, растёт число участников «Клуба». Любой проект должен дорасти до определённой «критической массы», после чего отдача от него становится не просто заметна, но приобретает самостоятельную коммерческую роль при минимальных затратах усилий. «Клуб скидок МАПП» - это не просто акция или специальное предложение одной, хоть и большой компании-поставщика, а целая система, охватывающая большой отраслевой сегмент и не имеющая такой большой зависимости от воли или каприза конкретного предпринимателя.

В прошлом году состоялась «Первая премия МАПП» для отечественных производителей сувенирной продукции. Опыт, полученный нами в прошлом году, свидетельствует о том, что созданный нами проект является своевременным и актуальным, а количество участников и результаты конкурса удивили и нас самих. В этом году состоится «Вторая премия МАПП», и мы приглашаем всех отечественных производителей сувенирной продукции и дизайна принять в нём участие. Об отечественном производстве говорили в конце прошлого года с самых высоких трибун. Не будем в рамках этой статьи пытаться оценить шансы российского производителя в целом, но в нашей отрасли, мы уверены, возможностей для

возникновения новых производств и товаров достаточно. И главное препятствие не лежит в сфере коммерческой, а, скорее, психологической. МАПП ведёт большую работу как в рамках «Премии», так и при помощи других своих информационных ресурсов, по разъяснению важности отечественного производства и популяризации российских товаров и производителей. Мы считаем эту работу наиважнейшим из наших проектов, способствующим повышению благосостояния не какой-либо отдельной компании или группы компаний, но всей страны и каждого россиянина.

Ассоциация МАПП является партнёром многих выставочных проектов по всему миру. Актуальность зарубежных поездок с целью поиска новой продукции и поставщиков в трудные годы лишь возрастает. У нас есть специальные предложения по посещению самых интересных отраслевых выставок. Участники МАПП уже несколько лет пользуются льготами, которые мы можем предоставить для посетителей выставок, и экономят собственные ресурсы.

Объём информационных услуг, предоставляемых нашей ассоциацией, настолько значителен, что не считается с практической пользой, которую это может принести любой компании, может только человек, не желающий смотреть правде в глаза. Конечно, всё, что мы делаем, может быть осуществлено в рамках одной коммерческой структуры, но никогда за такую скромную стоимость.

Мы привели лишь основные наши возможности, весь их перечень больше, к тому же мы постоянно работаем над дальнейшим расширением их списка. На этот год, например, мы намечаем подключение дополнительных медийных каналов распространения информации о нашей отрасли и её участниках. Что это - медийный канал? Вы узнаете позже и уж точно услышите о нём.



*In contrast to other industry organizations, the International Association of Promotional Products doesn't set unrealistic or meaningless tasks. Taking into account all the difficulties of the upcoming year and challenging future of promotional market the Association president Leo Kostylev promises to focus organization's efforts on further improvement of its projects as they have already positively proven themselves during previous years. Since the main purpose of IAPP is to support its members and the Russian promotional products business.*