

«ПРОФЕССИОНАЛ
рекламно-сувенирного бизнеса»
№5, 2003 г.

Президент МАПП:
Пео Костылев
(info@finndesign.ru)

Редактор журнала:
Александра Софту
(info@iapp-spb.org)

Литературный редактор:
Андрей Костылев

Сотрудники МАПП:
Валерия Чижова,
Татьяна Улисова

Дизайн, верстка:
чачин chachin
(chachin@mail.ru)

Web-дизайн:
Юрий Солоницын

Адрес редакции: 192007, Россия,
С-Петербург, ул. Днепропетровская, 65
Тел. +7 (812) 166-09-66, 166-68-90
Факс +7 (812) 166-09-77
E-mail: info@iapp-spb.org
www.iapp-spb.org

Распространение: курьерская доставка
по собственной базе данных.

Журнал в розничную продажу не поступает.
Подписка оформляется через редакцию

Информационная поддержка:
Радио «Эхо Москвы»

Печать:
Типография Группа М
наб. р. Карповки, 5, к. 3, тел. 325 24 26
Уст. тираж : 3000 экз.
Журнал выходит под эгидой МАПП

Издание зарегистрировано Северо-Западным окружным
межрегиональным территориальным управлением
Министерства РФ по делам печати, телерадиовещания
и средств массовых коммуникаций.
Свидетельство ПИ №2-6267 от 29 ноября 2002 г.

Журнал распространяется всем членам МАПП бесплатно во все
время членства в Ассоциации;

Журнал участвует и распространяется на выставках в России:
Москва: IPSA, РАППС, Экспопарк, Экспоцентр
Санкт-Петербург – Пенэкспо, Респэк, Принтэкс, Евразия
Пермь, Сочи, Казань, Красноярск, Архангельск, Ростов-на-Дону
и др.

Журнал распространяется на выставках за пределами России –
в Дюссельдорфе, Париже, Скандинавии;

Журнал рассыпается по фирмам России, заявившим рекламно-
сувенирную деятельность единственным или одним из родов
своей деятельности;

Журнал будут получать также производственные фирмы, ко-
торые производят нанесения на рекламно-сувенирную продукцию,
а также ассоциации и другие некоммерческие организации в сфе-
ре рекламно-сувенирного бизнеса и фирмы-организаторы выста-
вок рекламно-сувенирной продукции;

Поставщиком базы данных рассылки является "Рекламный гиз
России".



Лео Костылев,
президент МАИП
info@iapp-spb.org

ЛЮБОВЬ СПАСЕТ МИР

Во всяком случае, так считал Достоевский. Что приведет мир к той грани, когда его нужно будет спасти любовью, он не уточнил. Поэтому нам приходится самим додумывать.

Дарвинисты считали, под громкие аплодисменты российских коммунистов, что труд сгепал из обезьяны человека. Какая чушь! Человек и сейчас (в лучшем случае) отличается от обезьяны только более совершенным мозговым аппаратом и способностью воспроизводить речь. Никакой труд не способен развить или спровоцировать в обезьяне способность говорить. Поэтому, я смело могу утверждать, что человека из обезьяны (если действительно такая метаморфоза возможна и имела место, в чем я лично очень сомневаюсь) могла "сгепать" только информация. А точнее, жгучее желание поделиться накопленными навыками и передать их своим потомкам. Если же придерживаться строго противоположного мнения о происхождении вселенной и человека и предположить божественное начало, все равно от роли информации никуда не деться. Даже всемогущий должен был обладать достаточным конкретным объемом знаний, чтобы за короткие семь дней сотворить мир и человека. Не говоря уже о массовой рекламной кампании своих деяний в течение многих тысячелетий, благодаря которой нас до сих пор трудно заставить работать по воскресеньям.

Информация гавно влияет на нашу жизнь и является одной из важнейших ее частей, как мы уже отметили, однако, в наше время влияние ее стало еще более значимым. Жизнь попросту превратилась в сплошной информационный поток, напоминающий экраны мониторов из фильма "Матрица". Тот, кто умеет управлять или хотя бы читать и использовать информацию, пользуется благами наилучшим

образом, кто не умеет – тонет в потоке информации как выпивший купальщик в Иванов день.

Российские коммунисты совсем не были опухами, создавая экономическую модель социализма. Может быть, она сильно уступала капиталистической модели в эффективности, мобильности, продуктивности, однако, она идеально защищала создателей от социальных катаклизмов. Экономика была построена так, что любые социальные волнения приводили ее в состояние полной остановки, связи рушились вместе с государственными институтами правления, в чем весь мир и убеждается вот уже второе десятилетие после развала СССР. Гениально прогуманная модель, когда все информационные потоки стекались в Москву, и лишь одно учреждение контролировало всю экономическую информацию, и привело к тому, что промышленность потеряла вместе с разрушением Союза связи с производителями и поставщиками, покупателями и продавцами. Кто-то мог выпускать что-то, но не знал, кому это раньше продавалось, а другой мог бы продать что-то, но не знал, откуда это взять. Именно поэтому, первыми богатыми людами новой России стали люди, тесно связанные с информационными потоками в экономической сфере.

Или вспомнить начало 90-х. Тогда деньги делал тот, кто знал, где взять какой-либо товар. Продавать было легко, потому что товаров не было вообще. Наличие информации делало многих людей богатыми в это время. И сейчас, делая бизнес, мы ошибочно представляем себе наши проблемы. Часто нам кажется, что мы смогли бы больше заработать, если бы вовремя закупили товар на склад. И мы виним логистику. Или у нас не хватило денег на закупку необходимого количества изделий, и мы смотрим сурово на финансовую службу. Бывает, что склад двигается слишком медленно, и мы обвиняем нерасторопных продавцов и думаем, как решить проблему с персоналом. На самом же деле, все дело не в логистике или деньгах – все дело в информации. Ее количестве и качестве. Если у вас на складе имеется товар, то необходимо, чтобы ваши клиенты, и потенциальные в том числе, знали об этом и были вовремя и в полном объеме проинформированы об этом. Сколько на складе товара, опять же, определяет информация о том, сколько вы его продавали за предыдущий период, и каковы общие тенденции в экономике на данный период, и не надо хмуриться! Если склад стоит на месте, то и это означает, что информационный поток о вашем товаре недостаточен, и из этого надо делать выводы. Где-то на коврике для мыши я прочитал фразу: "Тот, кто владеет информацией – владеет миром". Громко сказано (в особенности для мышинной подстилки), однако,

трудно с этим спорить. Ученые обнаружили супермелкие частицы, в сотни раз более мелкие, чем атомы, и предполагают, что именно они являются мельчайшими частицами материи. Движение материи в этих сверхмалых частицах происходит при помощи информации, ибо это не требует большого количества энергии. Поэтому информацию уже сейчас можно смело назвать формой движения материи, а значит тем, на чем держится мир, спасать который собиралась любовь (которая, в свою очередь, тоже на большой процент состоит из информации). Мир соткан из информации, и мы с вами, дорогой читатель, являемся частью информационного потока, несущего нас по жизни.

Тем с большим удивлением я смотрю на людей, которые намеренно сдерживают информационные потоки, ограничивая себя и свои сферы влияния. Люди устанавливают фильтры на программы электронной почты, чтобы получать только ту почту, которую они хотят. Заявляют, что не рекламирую т

деятельность своей фирмы из принципа (какого?). И еще более удивительно, когда это происходит в фирмах, деятельность которых связана с рекламой, то есть с информацией. В нашем журнале, который мы распространяем по всей России, и который по этой причине вы сейчас читаете, мы предлагаем проекты, доступные по цене любому предпринимателю и полезные ему однозначно. Есть даже возможность размещения бесплатной информации о себе, но, рассылая почту по трем тысячам адресов, отклик получаем только от сорока-пятидесяти! Почему? Люди задумались посыпать в космос информацию о человечестве на многих языках с помощью радиоволн, в расчете на то, что кто-нибудь где-нибудь их услышит и откликнется, и не жалуют денег на это, а рядом с ними сосуществуют другие, которые не считают нужным распространять о себе информацию внутри своей контактной группы.

Может быть, именно этих людей надо спасать любовью? Что ж, попробуем! Я вас всех люблю и приглашаю на страницы нашего журнала. Не за деньги, а по любви. ■

Лео Костылев