



# 2019/2020



**Тимбилдинг LBK**  
Загородный дом «Сенеж»  
5 стр.

## КОРПОРАТИВНОЕ ПЕРИОДИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ LBK MARKETING PRODAKШEN



**Новогодний корпоратив LBK**  
Ресторан «Павлин Мавлин»  
стр. 20

# TOPLINE №3

Запоминающиеся проекты 2019 года  
Интервью с Генеральным Директором  
И другие интересные материалы

3 ИНТЕРВЬЮ С ГЕНЕРАЛЬНЫМ  
ДИРЕКТОРОМ ПО ИТОГАМ 2019 ГОДА

5 **ТИМБИЛДИНГ**

9 КОНФЕРЕНЦИЯ RETAIL EXPERIENCE

10 **КАДРОВОЕ ДЕЛО ИЛИ ПОСТРОЕНИЕ  
КОМАНДЫ**

13 Я ЛЮБЛЮ СВОЮ РАБОТУ

14 **БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ**

16 БЛАГОУСТРОЙСТВО ТЕРРИТОРИИ

17 **САМЫЕ ИНТЕРЕСНЫЕ  
РЕАЛИЗОВАННЫЕ ПРОЕКТЫ**

20 НОВОГОДНИЙ КОРПОРАТИВ

22 **СОБРАНИЕ ПО ИТОГАМ 2019 ГОДА**



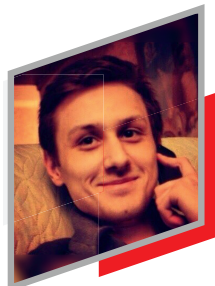
Кондратьев Юрий Владимирович  
/ Хайрулина Виктория / Игонина Юлия  
Подбор информации и фотографий



Квашнина Наталья  
Верстка



Бабкова Инга  
Текст



Юнусов Роман / Носырев Антон  
Дизайн



Дорогие друзья,

Перед Вами третий номер корпоративного журнала TOPLINE. В этом номере мы напомним о самых ярких и важных событиях, которые произошли в нашей компании в конце 2019 и начале 2020 годов. Вы сможете еще ближе познакомиться с жизнью нашей компании и нашими прекрасными сотрудниками. Вспоминая все то, что произошло за последнее время - веселые мероприятия, интересные проекты – мы еще раз вместе улыбнемся и порадуемся за себя и друг за друга, ведь мы - большая дружная семья, где вклад каждого в общее дело является весомым и ценным.

## ОЖИДАНИЯ VS РЕАЛЬНОСТЬ

Генеральный директор ЛБК Маркетинг ПРО Юрий Владимирович Кондратьев подвёл итоги 2019 года. Каждый год – это важная ступень в жизни компании. Ведь от того, каких результатов удалось добиться за последние 12 месяцев, во многом зависит вектор дальнейшего развития бизнеса. В интервью журналу **TOPLINE** Генеральный директор ЛБК Маркетинг ПРО дал оценку событиям 2019 года и проанализировал работу каждого отдела компании.



**И.Б.: Подводя итоги 2019 года, расскажите, каким стал этот год для компании ЛБК Маркетинг ПРО?**

Ю.В.: 2019 год был достаточно успешным для нашей компании: вырос объём продаж, выросло количество заказов и число наших клиентов, увеличилась численность команды. Уже шестой год подряд компания демонстрирует уверенный рост, опережающий общий прирост рекламного рынка России. По предварительным отчётам мы выросли почти на 20% по отношению к 2018 году и достигли плановых показателей по росту продаж. Это происходит благодаря усилиям всей команды, сплочённости всех отделов в равной степени, а также сильной философии ЛБК Маркетинг ПРО, которую мы все разделяем. Чем устойчивее фундамент, тем прочнее здание, которое стоит на нём. Наш фундамент – это «5 ценностей» и «3 принципа». На этом фундаменте мы строим «здание» нашей компании. В результате каждый год это «здание» становится выше, красивее и лучше!

**И.Б.: Как изменилось техническое оснащение ЛБК Маркетинг ПРО в 2019 году?**

Ю.В.: В прошедшем году были приобретены несколько единиц нового оборудования, такие как ролевой принтер Mimaki JV 300-160, принтер Mimaki JV 150-160, салон оперативной цифровой печати в полном комплекте. Кроме того, в 2019 году мы начали готовиться к переходу на новую IT-платформу – 1С8 УНФ (Управление нашей фирмой – ред.). Это – важнейший этап в развитии компании, к которому мы готовились несколько лет. Новая IT-платформа ускорит коммуникацию по рабочим вопросам и бизнес-процессам между отделами, минимизирует количество ошибок, улучшит конверсию

проектов в заказы. В современных реалиях конкурентной борьбы такой инструмент позволит нам быть в авангарде IT-технологий.

**И.Б.: А что, по Вашему мнению, в большей степени обеспечило такой впечатляющий прирост заказов в 2019 году?**

Ю.В.: Это – командная работа. ЛБК Маркетинг ПРО постоянно активно участвует в значимых событиях нашей индустрии. В апреле 2019 года наша компания была представлена на выставке «Дизайн и реклама», а осенью – на конференции POPAI Russia (Международная ассоциация маркетинга в ритейле – ред.). Помимо этого, в прошлом году наш маркетинговый отдел, усиленный Викторией Хайрулиной, активно занимался поддержанием и развитием имиджа нашей компании в глазах клиентов. Для привлечения новых заказов был задействован e-mail маркетинг. Мы запустили электронные рассылки, которые принесли хороший результат. В дополнение к этим активностям, мы прилагаем большие усилия для роста лояльности заказчиков. В частности, радуем их креативными подарками, проводим ежегодные опросы клиентов с их оценкой деятельности нашей КС (клиентской службы – ред.) по основным параметрам удовлетворённости работы с нами.

Отдельно хочу отметить, что в 2019 году в полную силу заработал отдел АКМ-2 (второй клиентский отдел – ред.), который продемонстрировал уверенный старт и задал хорошую планку своим новым сотрудникам для достижения высоких результатов в продажах. В результате цель была достигнута, и в компанию пришли несколько очень перспективных клиентов, объём продаж по которым будет постоянно расти.

### **И.Б.: Как вам удаётся удивлять клиентов новизной креативных решений при большом объёме заказов?**

Ю.В.: Наш макетный отдел в 2019 году дополнился ещё одним сотрудником и в расширенном составе перешёл на удлинённый график работы (с 8:00 до 20:00 – ред.). Это позволило ускорить сроки изготовления образцов продукции и повысить их качество. Конструкторско-технологический отдел отличился в этом году множеством креативных разработок, многие из которых были одобрены клиентами и пошли в тираж. Состав дизайн-студии также существенно изменился. В результате прихода в команду сильных дизайнеров было создано множество интересных решений. Как результат – большинство клиентов обратило внимание на значительный рост уровня наших креативных идей и 3Д-дизайнерских разработок.

### **И.Б.: А какие направления производственной деятельности стали приоритетными в 2019 году?**

Работа производственного отдела в основном была сконцентрирована на новых разработках, таких как Gofro POSM и Permanent POSM. Перед производством стояла непростая задача: обеспечить развитие этих направлений опережающими темпами по сравнению с другими направлениями бизнеса. Могу с уверенностью сказать, что эта цель во многом была достигнута.

### **И.Б.: Как в ЛБК Маркетинг ПРО решаются вопросы логистики?**

В 2019 году у нас появился выделенный отдел логистики в лице логист-диспетчера Эрнеста Цоя. Это – давно ожидаемое решение, которое вполне себя оправдало, обеспечило компании значительную экономию бюджета на транспортно-логистических затратах, а также ускорение доставок и повышение качества других логистических услуг для наших дорогих клиентов.

### **И.Б.: Очевидно, рекрутинг сыграл важную роль в таком стремительном росте компании...**

Ю.В.: Отдел HR сработал очень активно. Было привлечено 29 новых сотрудников в команду. Рекрутинг был осуществлён очень успешно. Кроме того, была внедрена двухступенчатая система оценки персонала – Ассесмент. Такая

процедура проводится в конце испытательного срока нового сотрудника и по итогам года. Это – важнейший элемент для развития компании, повышения качества работы команды, роста уровня осознанности сотрудников, увеличения их нацеленности на результат. Помимо этого, в 2019 году HR-отдел регулярно проводил корпоративные праздники, тренинги и стратегические сессии. Таким образом, служба персонала внесла большой вклад в результат всей компании.

### **И.Б.: Такая активная деятельность наверняка сказалась на объёме работы бухгалтеров и финансистов...**

Конечно! И я хочу выразить особую благодарность нашей финансово-бухгалтерской службе, которая вела тщательный подсчёт денежных средств, привлекала кредитные ресурсы, своевременно сдавала бухгалтерскую, налоговую и управленческую отчётности... В общем, трудилась, не покладая рук и счётов!

### **И.Б.: Результаты сотрудников в немалой степени зависят от условий работы. Судя по всему, административно-хозяйственный отдел ЛБК Маркетинг ПРО тоже хорошо потрудились в 2019 году?**

АХО (административно-хозяйственный отдел – ред.) достиг очень хороших результатов. В 2019 году сотрудники этой службы продолжали благоустройство нашего офисного здания, оборудовали новые рабочие места, отремонтировали полы, занимались укладкой асфальта! На прилегающей территории была создана прекрасная парковка на 25 машиномест по евро-стандартам: с бордюрами, газонами и размеченными парковочными местами.

### **И.Б.: Что бы Вы улучшили в работе компании в 2019 году, если бы такая возможность появилась?**

2019 год не только оправдал наши ожидания, но и во многом их превзошёл, оказавшись более удачным и успешным, чем мы ожидали. А когда реальность превосходит ожидания, то человек объективно себя чувствует счастливым. Однако, улучшать всегда что-то нужно, ибо **Ценность №1 нашей компании – Постоянное совершенствование.** Уверен, такие чувства испытывает вся команда ЛБК Маркетинг ПРО!

## ЕСЛИ ОБУЧАТЬСЯ, ТО ВМЕСТЕ!

В ЛБК Маркетинг ПРО удачно совместили корпоративный тренинг по командообразованию и праздник для сотрудников и их семей. Усилить командный дух внутри коллектива, весело провести время с семьёй и узнать свой истинный потенциал, и всё это – всего лишь за один день? 28 сентября 2019 года мы доказали, что это возможно! На корпоративном мероприятии ЛБК Маркетинг ПРО в Доме художников «Сенеж» было всё: спорт, обучение, отдых, а также развлечения для сотрудников, их вторых половинок и детей! Как нам это удалось? Читайте далее...



На одном из совещаний Генеральный директор ЛБК Маркетинг ПРО Кондратьев Юрий Владимирович предложил устроить не просто выездное обучение, а большое праздничное мероприятие с командными играми, обучением и отдыхом для сотрудников и их семей. Идея всем очень понравилась. Местом проведения мероприятия выбрали «Дом художников «Сенеж». Большая территория на берегу живописного озера, крытые и открытые площадки, а также удобная инфраструктура позволяли реализовать всё задуманное в одном месте, при любой возможной погоде.

Разработку обучающей программы мы, по традиции, доверили известному бизнес-тренеру – Нелли Шумиловой ([www.nellyshumilova.ru](http://www.nellyshumilova.ru) – ред.). Нелли – не просто тренер, а часть нашей команды. Она уже давно занимается развитием потенциала сотрудников ЛБК Маркетинг ПРО и делает это с большой самоотдачей и любовью! Заботу о детях взяла на себя опытный аниматор Лидия. Всё мероприятие состояло из трёх частей. Расскажем подробнее о каждой из них.

### Часть первая – Командообразующая

Сплочённая команда – залог успеха ЛБК Маркетинг ПРО. За короткий период мы смогли выйти на новый уровень, в компанию пришли знаковые клиенты, а штат увеличился почти вдвое. Именно поэтому основной темой корпоративного мероприятия этой осенью было решено сделать командообразование. Специально под эту задачу бизнес-тренер Нелли Шумилова разработала захватывающую программу, первая часть которой состояла из весёлых эстафет и соревнований на открытом воздухе. Необычные задания включали в себя игру «Паук», забавную интерпретацию пляжного волейбола с большим мячом и увлекательный квест «Путеводная нить». По итогам соревнований победители получили памятные призы и подарки. Оригинальный формат сделал отдых динамичным, веселым и полезным!





### **Часть вторая – От стресса избавляющая**

Не секрет, что в заботе о наших клиентах мы часто испытываем стресс. Ведь так хочется пре-  
зойти все ожидания, уложиться в срок и вы-  
полнить проект с максимальной отдачей. А что  
делать, когда эмоции берут верх, и кажется, что  
силы на исходе? Ответы на эти вопросы дали  
специалисты команды Нелли Шумиловой во  
второй части тренинга. Практикум «Достижение  
новых результатов в условиях стресса» состоял  
из теоретической и практической частей. Во  
время лекции и упражнений участники узнали,  
как мотивировать себя на достижение новых  
результатов и управлять эмоциями. На практи-  
ческой части сотрудники отточили полученные  
знания. Теперь у нас есть все инструменты для  
командной работы без негативных эмоций!

### **Часть третья – Энергией наполняющая**

После насыщенного дня всем хотелось об-  
меняться впечатлениями и просто хорошо про-  
вести время на природе в непринуждённой  
обстановке. Такая возможность была! Вечером  
всех ждало совместное приготовление шашлы-  
ка, ужин и общение.

Счастливые лица людей были главным сви-  
детельством того, что корпоративный праздник  
удался! Этот день, без сомнения, дал нам много  
положительных эмоций, наполнил энергией и  
ещё раз доказал, что вместе мы – сплочённая  
команда. А наши самые большие победы ещё  
впереди!

### **А как отдохнули дети?**

В списке приглашённых гостей было 16  
детей разного возраста – от 3х до 14 лет. Нам  
очень хотелось подарить настоящий празд-  
ник и им тоже. Ведь их родители – сотрудники  
компании – большую часть времени были за-  
няты на тренинге.

Для организации детских развлечений мы  
пригласили опытного аниматора – Лидию. Она  
исполняла роль любимого детского персона-  
жа из мультфильма Барбоскины – краси-  
вицу-Розу! Девушка так вжилась в роль, что дети  
сами потянулись к ней. А за счёт разнообра-  
зной программы ей удалось уделить внимание  
каждому ребёнку.

С Лидией у ребят было много дел: актив-  
ные развлечения на свежем воздухе и в кор-  
пусе, аквагим, настольные игры... Во время  
небольшого дождя Лидия устроила детям за-  
вораживающее шоу мыльных пузырей в од-  
ной из арендованных беседок.

Особую радость вызвало создание фигу-  
рок из воздушных шаров. Тем, кто помладше,  
Лидия смастерила игрушки в виде забавных  
собачек, а мальчишки получили для своих игр  
пиратские мечи из тех же воздушных шари-  
ков.

Всё прошло просто замечательно!





**Интервью  
с HR-менеджером  
ЛБК Маркетинг ПРО,  
Игоной Юлией**

**И.Б. Как родилась идея сентябрьского тренинга?**

Ю.И. Идея сентябрьского тимбилдинга появилась давно. Два года назад мы проводили подобное мероприятие, но в октябре. В этот раз решили сделать корпоратив немного раньше, чтобы было теплее и комфортнее всем проводить время на свежем воздухе.

**И.Б. Почему для тренинга была выбрана программа командообразования, предложенная Нелли Шумиловой?**

Ю.И. Нелли Шумилова работает с нами более 5 лет, наше руководство ей доверяет. У нас в этом году появилось очень много новых сотрудников, более половины, поэтому тема командообразования была для нас очень актуальной. Ведь именно командообразование даёт эффект сплочения и повышает эффективность. Плюс, по просьбе коллег, мы ещё добавили практикум на стрессоустойчивость.

**И.Б. В этот раз вместе с сотрудниками в корпоративном мероприятии принимали участие дети. Насколько сложно было совместить тренинг и развлекательную программу в формате family day? Всё ли удалось и плани-**



**руете ли вы продолжать эту практику в будущем?**

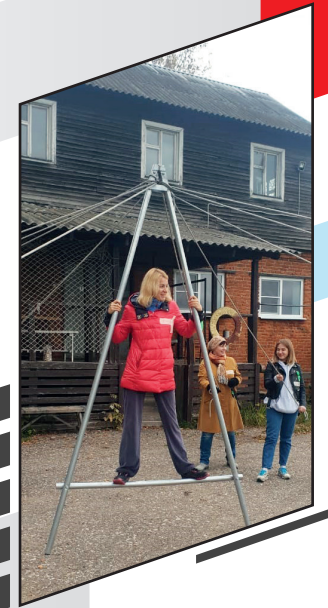
Ю.И. Идея организовать мероприятие с участием детей сотрудников пришла совместно с нашим Генеральным директором. Когда мы обсуждали состав участников, Юрий Владимирович сказал: «Я возьму своих детишек». А потом он предложил пригласить всех вторых половинок и детей. Когда в списке приглашённых появилось около 20 детей, директор предложил пригласить аниматора. Так и сделали. В итоге всё, что планировалось, получилось. Честно признаюсь, я очень волновалась, понравится ли всем, и какая будет погода. Но опасения оказались напрасными. Всё прошло отлично. Все довольны.

**И.Б. А какие впечатления от мероприятия остались у вашей семьи? Они наверняка тоже присоединились к поездке...**

Ю.И. Со мной были муж Николай и дочка Ульяна девяти лет. Им всё очень понравилось. Дочь потом долго вспоминала праздник и начала по-настоящему интересоваться моей работой. Я считаю, что выезд с семьёй был просто необходим, потому что большую часть времени мы проводим на работе, и очень важно иногда совмещать отдых с семьёй и коллегами! Муж, кстати, после мероприятия тоже по-новому начал смотреть на мою работу, увидел, что мы команда, очень дружная и сплочённая.

**И.Б. Каких целей Вы, как HR-менеджер, планировали достичь в результате тренинга?**

У всех нас цель была одна: это – сплочение коллектива и возможность научиться вместе справляться с неизбежными сложностями, возникающими в ходе работы. На тренинге были такие упражнения, которые научили нас легче выходить из стрессовых ситуаций: ды-



хательные техники, переключение внимания, возможность посмотреть на проблему с другого ракурса и понять, как действовать, чтобы достичь позитивного результата. Сейчас, по прошествии нескольких месяцев после обучения, я могу с уверенностью сказать, что это действительно работает. Коллеги активно применяют предложенные методики, они смогли лучше узнать друг друга и по-настоящему объединиться для решения рабочих задач.

**И.Б. А какое упражнение тренинга было самым запоминающимся именно для Вас?**

Ю.И. Было упражнение, в котором я должна была пройти на треноге. Когда я встала, то сначала испугалась, что ничего не получится. Ведь было очень высоко. Надеяться я могла только на свою команду. И они не подвели. В этот момент я поняла, что я им по-настоящему нужна и дорога. Это был самый запоминающийся момент. Это было реально круто!



**Интервью  
с трафик-менеджером  
ЛБК Маркетинг ПРО,  
Клычмамедовым Ата**

**И.Б. Вы участвовали в сентябрьском корпоративном мероприятии. Поделитесь своими впечатлениями об этом событии.**

А.К. Считаю тренинг эффективным и познавательным. Хотелось бы отметить лёгкую подачу теории и хорошо организованную практическую часть. Сам формат игр был очень удачно реализован. Для решения различных задач было необходимо выработать коллегиально решение, ведущее к положительному результату. Думаю, что эксперимент полностью удался!

**И.Б. Основной целью тренинга было укрепление командных связей и раскрытие потенциала сотрудников ЛБК Маркетинг ПРО. Удалось ли Вам в результате мероприятия по-новому взглянуть на своих коллег?**

А.К. Каждый из коллег проявил себя действительно как единомышленник и полноценный участник команды. Положительный эффект



очевиден. Наш бизнес предполагает очень напряжённую работу, поэтому подобный формат не просто разряжает атмосферу, а способствует позитивному настрою всей команды.

**И.Б. А Вам лично удалось получить инструменты для максимального раскрытия Вашего потенциала в команде ЛБК Маркетинг ПРО?**

А.К. По профессиональному потенциалу я подчеркнул для себя то, что и ранее считал важным: возможность его развития исходит из возможности его реализации. То есть один из самых ключевых моментов – это возможность самореализации, осуществление ранее намеченных планов. Считаю, что тренинг способствовал этому в полной мере.

**И.Б. Как Вы считаете, организаторам удалось совместить корпоративный тренинг с отдыхом в формате Family Day?**

А.К. Для детей был приглашён аниматор, и было видно, что малыши остались очень довольны. От себя хотел бы сказать, что благодарен нашему Генеральному директору Юрию Владимировичу, HR-менеджеру Игониной Юлии и, конечно же, прекрасному тренеру Нелли Шумиловой. Нелли абсолютно позитивный человек, несущий просто море энергии, и настоящий профессионал своего дела. Разумеется, я хотел бы, чтобы мероприятия в подобном формате проводились как можно чаще!



## РИТЕЙЛ-ТРЕНДЫ И АРОМАТ ДОРОГОГО ПАРФЮМА

Стенд ЛБК Маркетинг ПРО привлёк посетителей конференции Retail Experience яркими работами и новой разработкой для «автоматизированной дегустации» парфюма. Быть в курсе передовых трендов, демонстрировать экспертизу и получать обратную связь от клиентов и коллег – всё это часть успешного развития ЛБК Маркетинг ПРО. По приглашению Ассоциации маркетинга в ритейле POPAI RUSSIA 16 октября 2019 года мы приняли участие в первой выставке-конференции Retail Experience. Shopper marketing & Digital In-Store 2019. В ходе мероприятия нам удалось не только обменяться опытом с участниками рынка маркетинга в ритейле, но и представить уникальную новинку ведущим представителям парфюмерной индустрии.



Конференция Retail Experience была организована в просторном холле гостиницы AZIMUT Hotel Olympic Moscow и была посвящена современным трендам индустрии маркетинга в ритейле. Главными событиями дня стали: сессия «Тренды продвижения Skin care и косметики в ритейле», воркшоп «Interactive Digital и технологии в In-store», а также мастер-класс по новой поведенческой экономике и кастомизации коммуникаций бренда для разных покупательских сегментов.

В рамках выставки был оборудован яркий стенд в фирменной стилистике ЛБК Маркетинг ПРО, где мы представили аудитории лучшие образцы своих работ в области Hard POSM. А самым запоминающимся элементом презентации компании, пожалуй, стала демонстрация уникальной новинки для дегустации ароматов – Paperscent!

Paperscent – это первое Digital-устройство, которое полностью автоматизирует процесс выдачи блоттеров (полосок-тестеров) с нане-

сённым на них ароматом. С помощью всего лишь одного касания автомат выдаёт брендированные полоски с выбранным парфюмом, запускает интерактивное взаимодействие с клиентом (видео ролики и т.д.) и собирает статистические данные через интернет.

Новинка вызвала живой интерес среди участников выставки-конференции. А команда ЛБК Маркетинг ПРО была рада подробнее рассказать о возможностях использования Paperscent в ритейл-индустрии.

В результате выставки мы смогли ближе познакомиться аудиторию со всей линейкой услуг компании, укрепить связи с ключевыми партнёрами и положить начало плодотворным отношениям с новыми клиентами.

Мы благодарим организаторов из ассоциации POPAI RUSSIA и будем рады принять участие в следующей конференции Retail Experience с новыми разработками от ЛБК Маркетинг ПРО!



## ОДИН – ЗА ВСЕХ, И ВСЕ – ЗА ОДНОГО

### HR-менеджер ЛБК Маркетинг ПРО: «Я живу коллективом».

Успех компании начинается с сильной команды. А создание такой команды и подбор ее участников во многом лежит на плечах HR (от англ. – «Human resources» – человеческие ресурсы – ред.) отдела. Пока немногочисленная Служба персонала изо дня в день упорно трудится, чтобы каждый сотрудник компании мог сказать: Я люблю свою работу!



**Мы поговорили с HR-менеджером ЛБК Маркетинг ПРО, Юлией Игониной, чтобы узнать, как ей это удаётся...**

**И.Б.: Юлия, расскажите, когда сформировалась HR-служба в ЛБК Маркетинг ПРО и почему?**

Ю.И.: HR-отдел нам стал необходим ещё в начале 2017 года, потому что число сотрудников резко выросло: компания активно расширяется и растёт шестой год подряд.

Без HR-менеджера стало сложно подбирать кадры, адаптировать и развивать специалистов, достигать высокие цели нашего стратегического развития, поставленные перед компанией и командой руководителей нашим Генеральным директором – Кондратьевым Юрием Владимировичем.

Поэтому я здесь, на этом важнейшем боевом посту.

Сейчас в головном офисе нашей компании, не считая производственных подразделений, уже почти 70 человек, и их количество продолжает расти.

**И.Б.: А с чего начался Ваш путь в качестве HR-менеджера?**

Ю.И.: Менеджером по персоналу я стала недавно – в апреле 2019 года. Ранее я работала в ЛБК офис-менеджером. В какой-то момент наш Генеральный директор сказал: «Юля, я вижу в тебе большой потенциал». И предложил попробовать себя в новой, более ответственной роли. Я подумала и сказала: «Да, с удовольствием». Ведь я всегда жила нашим коллективом и его интересами! Конечно, прежде всего, компания направи-

ла меня на очень интересный и углубленный профессиональный учебный курс по направлению «Управление персоналом». Я прошла обучение по теме «Специалист по подбору и адаптации персонала», после чего и началась моя активная и плодотворная работа в новом качестве.

**И.Б.: Какие функции в компании выполняет HR-отдел сейчас и каков, на Ваш взгляд, вклад HR-службы в успех компании?**

Ю.И.: На сегодняшний день функции HR-отдела очень широки. Они включают в себя множество важнейших направлений: организацию системы Ассессмента – оценки роста профессионального уровня персонала; разработку и организацию мероприятий по командообразованию; создание системы повышения квалификации работников и их

### НАШИ ЦЕННОСТИ:

#### 1. ПОСТОЯННОЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ

Стремление к переменам для постоянного улучшения себя и своей Компании.

#### 2. ПРОАКТИВНОСТЬ – НАЦЕЛЕННОСТЬ НА УСПЕХ

Всегда делать больше, чем требуется, и делать это максимально хорошо.

#### 3. УВАЖЕНИЕ И ВНИМАНИЕ

К клиенту, к своему делу, к своей Компании.

#### 4. ПОЗИТИВНОЕ ОТНОШЕНИЕ

Вера в клиентов, коллег и себя, в успех и достижение целей Компании и своих целей.

#### 5. СВОБОДНЫЙ ВЫБОР

Мы сами выбираем всё то, что делаем, и делаем это хорошо.

постоянного профессионального обучения, кадровое делопроизводство, планирование отпусков и контроль графика их исполнения, а также – самое приятное – поздравление коллег с профессиональными достижениями, Днями рождения и другими праздниками. При этом самой главной, первичной, функцией HR-службы я считаю рекрутинг – подбор новых сотрудников для нашей команды. Ведь мы не просто подбираем лучших специалистов в нашей отрасли на наши вакансии, но и очень много времени уделяем их адаптации, знакомству с командой, стратегическими целями компании, а также с нашей философией: **5-ю Ценностями, 3-мя Принципами и Миссией ЛБК Маркетинг ПРО: Создавать лучшие решения для наших Клиентов в области дизайна и производства рекламных материалов для торгового маркетинга.** Также важной задачей является профессиональное развитие специалистов внутри компании. От этого зависит успех каждого из нас и бизнеса компании в целом!

**И.Б.: Сколько специалистов были приняты на работу, благодаря работе HR-службы?**

Ю.И.: Из 70 офисных работников почти половину составляют подобранные мной сотрудники в период с начала 2019 года.

**И.Б.: Насколько сложно бывает найти нужного специалиста?**

Ю.И.: Это действительно непростой процесс, занимающий иногда несколько месяцев. Сначала я размещаю нашу вакансию на сайтах поиска работы, отслеживаю отклики кандидатов, общаюсь с ними по телефону, провожу первичный отбор из огромного множества откликнувшихся, приглашаю лучших из них на собеседование в офис. При необходимости – даю тестовое задание. После этого успешный кандидат общается с руководителем отдела и Генеральным директором, который принимает окончательное решение. В случае одобрения, соискатель получает от нас Оффер (предложение о работе – ред.) с условиями сотрудничества и датой выхода на работу.

**И.Б.: Какими качествами должен обладать соискатель, чтобы стать частью коллектива ЛБК Маркетинг ПРО?**

Ю.И.: Мы разработали подробный перечень требований для каждой специальности. Этот список отражён в оценочном листе кандидата, который заполняется по мере прохождения соискателем каждого этапа собеседования. Для нас в равной мере важны личные качества человека и его профессионализм, а также стремление к профессиональному росту и повышению квалификации, улучшению своих результатов.

**И.Б.: На что Вы и руководство компании обращаете особое внимание при собеседовании сотрудников?**

Ю.И.: Кандидат должен обладать опытом в рекламной и/или полиграфической сфере, иметь опыт работы в рекламном агентстве, РПК или типографии, чтобы хорошо разбираться в материалах и технологии производства. Большую роль играет общее впечатление, энергетика, склад личности. Для нас очень важно, чтобы человек соответствовал на психоэмоциональном уровне корпоративной культуре ЛБК Маркетинг ПРО, принимал **нашу философию – 5 Ценностей, 3 Принципа и Миссию**, – чтобы гармонично войти в нашу команду.

**И.Б.: Из чего состоит и как проходит процесс адаптации новичков в ЛБК Маркетинг ПРО?**

Ю.И.: Это многоступенчатый процесс. Каждый сотрудник в первый день получает





«Красную Папку Новичка». Это подшивка, в которую входят много важных материалов, в первую очередь – Хартия сотрудника (брошюра с описанием нашей философии, корпоративных стандартов, писанных и неписанных правил коммуникации в компании, принципов Кайдзен – постоянного улучшения). В Красной Папке также содержится много другой полезной информации: должностная инструкция, четко прописанный ЦКП (ценный конечный продукт – ред.) сотрудника, его отдела и всей компании, матрица бизнес-процессов, другие документы. Одним словом, новичок сразу получает всю информацию, необходимую для того, чтоб быстрее влиться в наш коллектив, начать эффективно работать и давать результат.

В процессе адаптации новичка участвует весь коллектив ЛБК Маркетинг ПРО, при этом главную поддержку на этом пути оказывают непосредственный руководитель и HR-менеджер. В первые три дня после выхода на работу, я посвящаю новичка в жизнь компании: показываю корпоративные фильмы, отвечаю на вопросы, подробно знакоблю с Организующей схемой построения компании.

Это необходимо, чтобы человек смог быстрее сориентироваться и понимал, к кому и по каким вопросам он может обратиться для решения рабочих задач, как движутся информационные потоки и бизнес-процессы в компании.

### И.Б.: Сколько длится испытательный срок и как принимается решение о дальнейшей судьбе нового сотрудника в компании?

Ю.И.: Испытательный срок в среднем составляет 3 месяца. На протяжении этого периода руководители и сам сотрудник заполняют специальный чек-лист прохождения этапов адаптации. У нас внедрена система Ассесмента – Оценка «360 градусов». В ней учитывается мнение всего коллектива. По истечении 3 месяцев мы подводим итоги, где на основании собранных данных по 20-30 основным профессиональным компетенциям принимается окончательное решение по поводу дальнейшей работы специалиста. Следующий этап подведения итогов – по истечении первого года работы.

*Продолжение интервью читайте в следующем номере журнала*

## НАШИ ПРИНЦИПЫ:

### 1. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Мы выполняем то, что обещаем, ибо доверие наших клиентов – самый ценный капитал нашей компании.

### 2. ДИНАМИЧНОСТЬ

Мы активны и энергичны, мы работаем настолько быстро, насколько это необходимо, чтобы быть лучшими для решения задач наших клиентов.

### 3. ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Наша сила в эффективности, в способности использовать все ресурсы для достижения минимальной себестоимости, высшего качества продукции, лучшего сервиса.

## ДЕЛО НАШЕЙ ЖИЗНИ

### Коллеги рассказали, почему они любят свою работу

Работа в ЛБК Маркетинг ПРО – это больше, чем работа! Здесь мы проводим большую часть времени: трудимся, общаемся, учимся, достигаем новые вершины и, конечно, вкладываем душу в то, что делаем. Именно поэтому в нашем корпоративном журнале **TOPLINE** появилась новая рубрика – «Я ЛЮБЛЮ СВОЮ РАБОТУ». Здесь коллеги самых разных специальностей смогут рассказать, что делает работу в компании ЛБК Маркетинг ПРО такой особенной. В этом номере своим опытом поделятся: менеджер по работе с производством Светлана Григорович и менеджер по работе с ключевыми клиентами Олеся Колмыкова.



**Менеджер по работе с производством  
Светлана Григорович:**

«Есть много вещей, которые я люблю в работе: люблю рабочую обстановку, люблю дух товарищества, который сформирован сотрудниками. Мне нравится быть частью чего-то большого, что имеет значение. Люблю разнообразие. В ЛБК Маркетинг ПРО каждый день не похож на предыдущий. Я постоянно общаюсь с разными людьми, а значит, – учусь».

ные люди. Я люблю свою работу, прежде всего, за возможность общаться с прекрасными людьми – нашими клиентами, подрядчиками и, конечно, коллегами. Вторая причина – это возможность постоянно учиться чему-то новому. Каждый проект – это такой импульс для профессионального развития! Мы вкладываем много усилий в разработку концепции и производство конечного продукта, чтобы в итоге увидеть плоды своего труда в магазинах и испытать настоящее счастье! Третий фактор – это коллектив ЛБК Маркетинг ПРО. Здесь настолько грамотно подобраны руководители направлений и специалисты, что вместе нам очень легко идти вперёд и покорять новые вершины. Хочется делать это каждый день!



**Менеджер по работе с ключевыми клиентами  
Олеся Колмыкова:**

«Вопрос – «почему я люблю свою работу» – для меня одновременно, и очень простой, и довольно сложный.

В 2001 году я пришла работать в ЛБК Маркетинг ПРО (тогда еще – ТИПОГРАФИЯ ЛБЛ) юной девушкой, без опыта и профильного образования. Здесь я научилась своей профессии. Потом был период работы в других компаниях. А в этом году я вернулась. Было ощущение, что я пришла в свой родной дом, к очень близким дорогим людям. Команда руководителей во главе с Кондратьевым Юрием Владимировичем создали процветающую компанию, которая способствует реализации творческого потенциала каждого сотрудника. Здесь работают очень интересные и позитив-

Когда меня спрашивают, почему ты любишь свою работу, я отвечаю: это совокупность факторов. Мне нравится общение, возможность узнавать и делать что-то новое, а также очень приятно работать в сплочённом коллективе.

В заключение хочу пожелать всем сотрудникам ЛБК Маркетинг ПРО и их близким, чтобы Новый год принёс только счастье, любовь, здоровье и позитивные события. Пусть в вашей жизни не будет огорчений. А руководителю компании и настоящему «двигателю прогресса» – Юрию Владимировичу – я желаю исполнения всех желаний... ну или, хотя бы, трёх, но самых заветных!

## РАБОТА ВО БЛАГО

### Развитие благотворительных проектов – важная составляющая деятельности нашей компании

ЛБК Маркетинг ПРО вот уже много лет участвует в ряде благотворительных проектов. К этой деятельности мы относимся с не меньшей ответственностью, чем к работе, которую выполняем для наших клиентов. Благотворительность в нашей компании имеет разностороннюю направленность. Основная из них – это поддержка Православных храмов в Московской области.

Так, например, наша компания изготавливает различные виды полиграфической продукции для нужд храма Рождества Христова в селе Немчиновка ([www.s.hram-nemchin.ru](http://www.s.hram-nemchin.ru) – ред.). По запросу церкви производятся информационные брошюры и просветительские журналы об истории зарождения святого сооружения.

В 2019 году на производстве ЛБК Маркетинг ПРО были выпущены комплекты стоек для сбора пожертвований на обустройство ико-

ностаса. В комплект вошли презентационный стол и ящик для сбора пожертвований. Эти конструкции уже размещены в одном из крупнейших Торговых центров Москвы – «Vegas».

Также в прошлом году мы произвели частичное оформление входа на территории храма. Настоятель церкви, отец Алексей, выразил огромную благодарность ЛБК Маркетинг ПРО и даровал своё благословение нашей компании.



Еще одним благотворительным проектом 2019 года стала помощь храму иконы Божией Матери «Отрада и Утешение» в селе Добрыниха ([www.dobrynixa.cerkov.ru](http://www.dobrynixa.cerkov.ru) - ред.). В этот раз мы участвовали в организации детского концерта по случаю празднования Рождества Христова. Торжество состоялось 8 января 2019 года. Силами нашей компании были напечатаны информационные баннеры для сцены, ростовые фигуры архангелов, а также тематические плакаты и календари.

Ещё одним направлением благотворительной деятельности для нас является поддержка детей-сирот. Мы убеждены, что каждый ребёнок достоин лучшего. В 2019 году средства ЛБК Маркетинг ПРО были направлены в поддержку фонда «Мир Детства» г. Челябинск ([www.fondmir.org](http://www.fondmir.org) – ред.).



Дорогие сотрудники, мы уверены, что среди вас есть те, кто также неравнодушен к проблемам нуждающихся, слабых и незащищённых категорий жителей нашей страны. Расскажите редакции о вашей персональной благотворительной деятельности, и мы будем рады поддержать вас в вашем благом начинании, а также расскажем об этом на страницах нашего журнала.

## КРАСОТА ВОКРУГ – ГАРМОНИЯ ВНУТРИ

### Успешно завершены ещё четыре проекта по благоустройству

Ещё в 2018 году было принято решение привести в порядок территорию вокруг офисного здания ЛБК Маркетинг ПРО. Инициативная группа во главе с руководителем компании Кондратьевым Юрием Владимировичем с энтузиазмом взялась за дело. В результате были установлены бордюры, расширено парковочное пространство, а настоящим украшением двора стала цветочная клумба, которая с тех пор радует всех сотрудников и гостей нашей компании. Работы по благоустройству продолжились и в 2019 году...



Как и планировалось, ландшафт прилегающей территории был украшен мягким зелёным газоном. Зелень природного «ковра» добавила свежести в общую атмосферу нашей рабочей жизни. Помимо эстетического удовольствия, благодаря газону в ЛБК Маркетинг ПРО появилась новая традиция – пятничный шашлык на лужайке. Это стало любимым способом отдохнуть всем коллективом после напряжённой рабочей недели. Ведь так приятно в хорошую погоду почувствовать себя, как в загородном доме отдыха, не удаляясь от офиса.

Также в прошлом году был полностью завершён проект обустройства закрытой парковки. При въезде на территорию ЛБК Маркетинг ПРО был установлен шлагбаум. А на площади у офисного здания была нанесена автомобильная разметка. Таким образом мы полностью



решили проблему беспорядочной парковки.

Ещё одним важным событием для нас стало завершение работ по обустройству входной группы. Прошла комплексная реновация крыльца офиса. Теперь приходить на работу стало ещё приятнее!



## СОВЕРШЕНСТВО – ЭТО НЕ ПРЕДЕЛ

### О флагманских проектах 2019 года – в деталях

Об уровне компании красноречивее всего говорит масштаб её проектов. 2019 год принёс ЛБК Маркетинг ПРО десятки реализованных проектов в сфере POSM и торгового оборудования, которыми мы заслуженно можем гордиться. А были и те, которые вывели нашу компанию на качественно новый уровень. Именно о таких проектах и пойдёт речь прямо сейчас...



**Проект:** Ящики для игрушек  
**Клиент:** Burger King  
**Руководитель проекта:** Михин Александр  
**Старт:** Август 2019 г.

Высокая степень ответственности обуславливалась ещё и тем, что решение должно быть внедрено в Сети ресторанов быстрого питания Burger King по всей России! Всем отделам ЛБК Маркетинг ПРО пришлось как следует потрудиться, чтобы разработать самое оптимальное

В августе 2019 года компания ЛБК Маркетинг ПРО приняла участие в тендере Burger King на производство ящиков для детских игрушек. Задача стояла непростая, а в процессе согласования участвовало сразу несколько департаментов, как со стороны клиента, так и со стороны нашей компании. Каждое из участвующих подразделений вносило свои предложения и коррективы, чтобы конечный продукт отвечал самым высоким требованиям к дизайну, эргономике и функциональности. Главная задача заключалась в том, чтобы создать такие ящики для игрушек, которые можно разместить под раздаточной полкой ресторана Burger King. Они должны находиться на уровне глаз ребёнка, чтобы маленькие посетители смогли сами выбрать себе в подарок понравившуюся игрушку.



решение для клиента. В итоге предложенная нами концепция выиграла в конкурсном отборе, и началось изготовление первой партии ящиков в количестве 50 штук на производственной линии ЛБК Маркетинг ПРО на площадке на ул. Верейская, д. 29. Весь процесс производства постоянно находился под строгим контролем команды проекта. Благодаря общим усилиям первая партия товара была отгружена даже раньше установленного срока! Бонусом за проделанную работу послужило то, что изготовление второй и последующих партий ящиков для игрушек было поручено тоже нам, но уже без обычного в таких случаях тендерного процесса.

Сейчас Сеть Burger King развивается опережающими темпами: одни рестораны реконструируются, другие находятся в стадии строительства, а ещё больше – только планируется открыть. Во все эти рестораны требуются ящи-



## САМЫЕ ИНТЕРЕСНЫЕ РЕАЛИЗОВАННЫЕ ПРОЕКТЫ

ки для игрушек, разработанные командой ЛБК Маркетинг ПРО! Мы уверены, впереди нас ждёт много совместной работы и длительное плодотворное сотрудничество с этим замечательным клиентом.



**Проект: Брендирование полок Huawei и Honor в магазинах МТС**  
**Клиент: Huawei**  
**Руководитель проекта: Врублевская Елена**  
**Старт: Апрель 2019 г.**

Пожалуй, самый масштабный проект прошедшего года – это брендирование полок Huawei и Honor в магазинах МТС. В начале года к ЛБК Маркетинг ПРО обратились мобильные заказчики из Huawei с запросом на создание дизайна холдеров для смартфонов двух видов. Разработка концепции и согласование заняли около трех месяцев. Мы долго обсуждали детали, цветовые решения, технические требования... В процессе согласования мы встречались с коллегами из Huawei, с их партнёрами из МТС и отстаивали свои идеи. Когда образцы продукции были утверждены клиентом, был проведён тендер на производство, в котором компания ЛБК Маркетинг ПРО одержала победу. Наконец, в апреле 2019 года состоялся долгожданный запуск продукции в производство. Казалось бы, все трудности позади. Но это было только начало. На протяжении всего проекта мы находились в рамках жёсткого тайминга, а отладка

производственных процессов проходила в режиме реального времени. Стоит сказать, что в процессе реализации команда ЛБК маркетинг ПРО столкнулась со множеством трудностей. Только благодаря доброжелательным отношениям между всеми членами проектной команды, доверию друг к другу, пониманию важности процессов и максимальному вниманию к деталям мы выполнили поставленную задачу на «отлично», чем заслужили самую главную награду – доверие клиента. Впереди нас ждали запуски второго и третьего этапов проекта. В результате мы произвели порядка 100 000 изделий и доставили их в 4000 магазинов сети МТС и Телефон.ру по всей России. Вообще, о доставке следует



рассказать отдельно. Изготовленная нами продукция зачастую преодолевала тысячи километров и достигала таких удалённых точек нашей огромной страны, о существовании которых мы прежде не догадывались! От транспортной компании приходили комментарии, один удивительнее другого. Однажды нам написали, что рядом с машиной курьера бежал волк. А другой курьер в буквальном смысле «покорял» горные вершины, пытаясь застать на месте представителя МТС на Кавказе. В общем, это был грандиозный по своему масштабу проект! За небывалую самоотдачу в процессе реализации этого проекта мы от всей души благодарим весь коллектив ЛБК Маркетинг ПРО и, в частности, финансовый отдел, руководство компании, руководителя направления POSM Гусева Андрея, менеджера отдела по работе с производством POSM Федченко Романа, младшего менеджера по работе с клиентами Шаталову Веронику, специалиста отдела дизайна и допечатной под-



готовки Юнусова Романа и логист-диспетчера Эрнеста Цоя. Результат, которого нам удалось добиться, с лихвой оправдал все вложенные усилия и будет приносить свои плоды в будущем!



**Проект: Beauty зона  
Garnier- L'Oreal Paris**  
**Клиент: L'Oreal**  
**Руководитель проекта:  
Стрельникова Надежда**  
**Старт: октябрь 2019**

За прошедший год мы сделали несколько удачных и запоминающихся проектов по гофро-посмам для компании L'Oreal: паллетные дисплеи и стойки ЛЕТО, гигантский пакет-дисплей Garnier-L'Oreal Paris, дисплей и мега-зона OLIA-Garnier с подсолнухом-топпером. Одним из самых примечательных проектов стала Beauty зона Garnier-L'Oreal Paris для сети гипермаркетов «АШАН». Началось всё, конечно, с креативной идеи. Заказчику было предложено несколько разных концепций в стилистике бренда. К нашему удивлению и большой радости, клиент выбрал самую неординарную: брендированные чемоданы в сочетании с макетом Эйфелевой башни и ростовыми фигурами.

Композиция выглядит воздушно, стильно, отсылает нас к Франции, путешествиям и, самое главное, – вызывает желание приобрести качественную французскую косметическую продукцию. Особую эффектную ноту проекту добавило включение в композицию ростовой фигуры Светланы Ходченковой – представительницы бренда L'Oreal Paris в России.

Когда был утвержден дизайн Beauty зоны, за работу взялись наши конструкторы. Нужно было добиться максимальной схожести с задумкой дизайнера, при этом конструкция должна быть вместительной и прочной. Благодаря сплочённой работе, задумку удалось реализовать на 100%! Далее пришлось потрудиться при подборе материалов: для золотого макета чемодана решено было использовать особую металлизированную бумагу с эффектом матового золота. В итоге цвет изделия получился с изумительно благородным золотым отблеском, как раз в стиле бренда. Производство тиража также прошло



отлично. Несмотря на то, что на работу было выделено меньше времени, чем планировалось изначально, тираж был изготовлен в срок и с надлежащим качеством.

Сейчас москвичи могут увидеть результат работы нашей компании своими глазами. Beauty зоны уже появились в столичных гипермаркетах «АШАН» и получили отличные отзывы от клиентов торговой сети. Спасибо всем, кто участвовал в проекте и помог воплотить эту грандиозную идею в жизнь, а именно: руководителю конструкторско-технологического отдела Дмитрию Власенко, менеджер-технологу Евгению Гальцову, конструктору Артему Добрецову, оператору макетного участка Юрию Новикову и всем сотрудникам, кто принимал участие в реализации проекта. Также хочется сказать отдельное спасибо нашему дорогому клиенту – L'Oreal! Выбор таких креативных дизайнерских решений вдохновляет нас на создание новых удивительных проектов!



## ПАВЛИН, ШАХЕРЕЗАДА И ЗИМНИЙ ВОЛШЕБНИК

### Предновогодний праздник ЛБК Маркетинг ПРО прошёл в традициях восточной сказки

Предновогодний праздник ЛБК Маркетинг ПРО прошёл в традициях восточной сказки «Хороший отдых – половина дела», – гласит восточная мудрость. В декабре 2019 года команда ЛБК Маркетинг ПРО собралась в уже давно полюбившемся ресторане «Павлин Мавлин», чтобы ярко проводить год уходящий и «перезарядить батарейки» перед началом нового, 2020 года! Предновогоднее корпоративное мероприятие удивило приятными сюрпризами и порадовало отличной организацией. Но обо всём по порядку...

Самое ожидаемое событие года наступило 27 декабря. В этот день с подачи руководства команда ЛБК Маркетинг ПРО работала по сокращённому графику – до 17-00. А потом всех ждал первый из множества праздничных сюрпризов. Сотрудников компании пригласили собраться у главного ресепшена офиса. Все замерли в ожидании чего-то необычного. И не зря: внимание публики был представлен корпоративный фильм о жизни ЛБК Маркетинг ПРО. Сюжет основан на реальных событиях, и поэтому он особенно понравился коллегам. В роли авторов идеи и постановщиков выступили генеральный директор Кондратьев Юрий Владимирович, HR-служба в лице Юлии Игониной и отдел маркетинга – Виктория Хайрулина. Их усилия были по заслугам вознаграждены благодарностью и аплодисментами зрителей.

После такого впечатляющего начала, весь офис в радостном предвкушении дальнейших событий отправился в ресторан. Надо сказать, что «Павлин Мавлин» становится главной площадкой нашего Предновогоднего корпоратива уже второй год подряд. И не даром: здесь уют-



ная атмосфера, отменные блюда и радушный приём в лучших традициях восточного гостеприимства.

В этот раз на праздник не стали приглашать ведущего. Всем хотелось просто весело провести время в компании друзей-коллег. Но без сюрпризов не обошлось и тут. Пять масовиков-затейников из инициативной группы – ассистент отдела маркетинга Виктория Хайрулина, HR-менеджер Юлия Игониная, ассистент отдела по работе с клиентами Николаева Галина, менеджер по работе с производством Гальцов Евгений и менеджер по работе с ключевыми клиентами Зацепина Наталья – развлекли всех присутствующих интересными конкурсами и заставили от души посмеяться, исполнив пародийные сценки с изображением своих любимых коллег!

В перерывах между импровизированными номерами все наслаждались песнями любимых исполнителей из подборки приглашённого дид-



жея, общением и, конечно, вкусными блюдами! Изюминкой вечера стали восточные танцы! Прекрасная «Шахерезада», как будто сошла со страниц любимой сказки, чтобы радовать гостей изящной пластикой. Не отставали и сотрудники компании: мало кто смог удержаться от зажигательных танцев.

Но вдруг звуки стихли, разговоры прекратились, и, как по мановению волшебной палочки, в зале «Павлин Мавлин» появился... Дед Мороз! Зимний кудесник увлёк всех забавной

игрой: загадывал загадки и устраивал конкурсы. А в конце одарил присутствующих добрыми пожеланиями. Сотрудники ЛБК Маркетинг ПРО как будто снова окунулись в атмосферу детства и вспомнили свои сокровенные мечты.

Завершение вечера было наполнено добром, взаимопониманием и пожеланиями новых достижений компании ЛБК Маркетинг ПРО!

Мы уверены, 2020 год пройдёт именно в таком, радостном, ключе и принесёт компании новые победы.



## ВИДИМ ЦЕЛЬ, ИДЁМ К НЕЙ

### Старт 2020 года был положен на общем собрании

**В компании ЛБК Маркетинг ПРО много добрых традиций. Одна из них – собираться всем вместе сразу после январских праздников, чтобы оценить успехи прошедшего года и обозначить вектор развития на ближайшие 12 месяцев... Самой приятной частью собрания, конечно, стало вручение почётных грамот и призов.**

23 января в ЛБК Маркетинг ПРО состоялось по итогам прошедшего года традиционное ежегодное корпоративное собрание. На нём были озвучены наши достижения и итоги продаж за 2019 год, а также обозначены цели на 2020 год.

Не обошлось без традиционного вручения переходящих кубков и грамот лучшим сотрудникам 2019 года. В этот раз почётных трофеев удостоились: АКМ Врублёвская Елена, ПРМ Григорович Светлана, конструктор промупаковки Иванова Марина, конструктор направления POSM Шилина Александра, а также макетчик Новиков Юрий и верстальщик Фёдоров Константин.

Кроме того, получила продолжение и введённая год назад инициатива – отмечать «долгожителей» ЛБК Маркетинг ПРО. За «выслугу лет» многие сотрудники были удостоены грамотами, призовыми сертификатами и медалями: заместитель главного бухгалтера Клименко Наталья – 8 лет, бухгалтер Анашкина Виктория – 5 лет, менеджер по работе с ключевыми клиентами Карпенко Дмитрий – 5 лет, менеджер по работе с ключевыми клиентами Михин Александр – 1 год, менеджер по работе с производством Григорович Светлана – 1 год, руководитель отдела вёрстки и препресс Квашнина Наталья – 1 год, менеджер по работе с ключевыми клиентами Хохлов Сергей – 1 год.

Вот уже несколько лет подряд в ЛБК Маркетинг ПРО ежегодно проводится неформальное голосование, в ходе которого сотрудники выбирают среди своих коллег победителей в таких номинациях, как «душа компании» или «плечо компании». В этот раз снова были озвучены имена народных любимцев. Победителей в этих важных номинациях ждали грамоты и памятные призы.

Желаем победителям и всей команде ЛБК Маркетинг ПРО новых достижений!



## НОМИНАЦИИ ПО ИТОГАМ 2019 ГОДА



**«Плечо компании»**

Горностаева Н.

**«Упорство и настойчивость»**

Забродина Ю.

**«Открытие года-2019»**

Колмыкова О.

**«Энергия компании»**

Цой Э.

**«Быстрый старт»**

Фокина Ю.

**«Мистер/Мисс очарование»**

Игонина Ю.

**«Мужской эталон красоты и стиля»**

Хохлов С.

**«Хранитель традиций»**

Кондратьев Ю. В.



**«Мистер/Мисс отзывчивость»**

Николаева Г.

**«Точность и расчет»**

Власенко Д.

**«Драгоценный вклад»**

Юнусова Т. И.

**«Мистер/Мисс антистресс»**

Клычмамедов А.





КОРПОРАТИВНОЕ ПЕРИОДИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ  
**WWW.LBK-MPRO.RU**