



В НОМЕРЕ:

СТР.

**СТРАТЕГИЧЕСКАЯ
СЕССИЯ ФЕВРАЛЬ 2022**

6

**НОВОГОДНИЙ
КОРПОРАТИВ**

26

**«ГЕНДЕРНЫЕ
ПРАЗДНИКИ»**

8

№ 6

январь 2023

ОТ РЕДАКЦИИ

Дорогие друзья и коллеги!

2022-й год был щедр на новые вызовы, как для ЛБК Маркетинг Про, так и для всего рекламного рынка. Это был год адаптации к резко изменившимся условиям, участники рынка подстраивались под новые условия за счет диверсификации продуктового портфеля и переоценки стратегических моделей развития бизнеса. Наша компания проявила себя в этой «битве титанов» настоящим героем, тонким, умным и расчётливым игроком, не уступив другим лидерам и оставив в этом испытании других участников рынка позади.

В ответ на уход некоторых иностранных клиентов мы нашли новых, пополнив и разнообразив портфель заказов. Вместо ряда привычных материалов, которые стали недоступны, мы нашли альтернативные. Они не только заменили прежние, но и позволили нам расширить диапазон услуг. Мы обзавелись сложным, технологически прогрессивным оборудованием и расширили производственные площади. Наконец, произошло обновление в штате сотрудников – непростое, но стратегически важное решение.

И всё это стало возможно благодаря надежности компании, компетентности сотрудников, эффективной работе руководителей подразделений и сплочённости всего коллектива. Мы встречаем 2023-й год с готовностью принять любые новые вызовы!

Ваша редколлегия



**Кондратьев
Юрий Владимирович**
Подбор материалов



Кишинская Татьяна
Подбор материалов



Иголина Юлия
Подбор материалов и фото



Юнусов Роман
Дизайн и Верстка

СОДЕРЖАНИЕ

3.....	Новые клиенты
6.....	Стратегическая сессия
7.....	Штурм в службе продаж
8.....	Празднование 8 марта
9.....	Празднование 23 февраля
10.....	Новости POSM-индустрии
12.....	Новые вершины
14.....	Я люблю свою работу
15.....	Хобби сотрудников
17.....	Новички 2022
18.....	Многодетные папы ЛБК
20.....	Карьерный марафон в Политехе
21.....	Успешное прохождение аудита Beiersdorf
23.....	Наши юбиляры
24.....	Награждаем лучших
26.....	Новогодний корпоратив

НОВЫЕ КЛИЕНТЫ

Новые клиенты, пришедшие в 2022 году

ООО «Алькор и Ко» (сеть магазинов Л'Этуаль)



«Л'Этуаль» (фр. L'Etoile – звезда) – российская торговая сеть по продаже косметики и парфюмерии. Сетью «Л'Этуаль» управляет компания «Алькор и Ко», принадлежащая кипрскому офшору Letu Holdings. «Л'Этуаль» предлагает продукцию более 150 брендов мировой индустрии товаров для красоты в парфюмерии, декоративной косметике, средствах ухода за кожей и волосами, личной гигиены и товаров для детей, наряду с собственной маркой «Л'Этуаль Selection». По состоянию на 2020 год «Л'Этуаль» второй после «Магнит Косметик» по выручке розничный продавец косметики и парфюмерии в России. На 2018 год сеть состояла из более чем 840 магазинов, выручка – 82,5 млрд рублей. В 2013 году занимала 17 место по размеру выручки в списке 30 ведущих ритейлеров России. В 2020 году «Алькор и Ко» стала совладельцем сети «Подружка» (которая состоит из 252 точек по России, 190 в Москве и Московской области, 41 в Санкт-Петербурге и 21 в других городах). После слияния сеть «Подружка» сохранит своё название, а общее количество магазинов объединенной сети достигнет одной тысячи «Л'Этуаль» может существенно омолодить аудиторию и освободить место для более современных марок, тем самым составив конкуренцию «Золотому яблоку» и «Рив гош».

Менеджер по клиенту – Врублевская Елена

ООО «РЕЛЬЕФ-ЦЕНТР» (бренды Берлинго, Гамма, Мульти-Пульти, Helmi, Eleven)

РЕЛЬЕФ-ЦЕНТР – один из крупнейших представителей рынка канцелярских принадлежностей для офиса и школы. Berlingo – это огромный выбор письменных принадлежностей, офисной канцелярии, а также продуктов для школы и творчества, удовлетворяющих потребностям даже самых требовательных и взыскательных покупателей. Канцелярские принадлежности под маркой Berlingo изготавливаются на лучших фабриках Европы и Азии с использованием экологичных материалов и современных технологий. Вся продукция проходит строгий контроль на соответствие стандартам качества и безопасности. Ассортимент ТМ Berlingo включает более 2000 товаров в таких категориях, как: Письменные принадлежности, Офисные принадлежности, Товары для школы и творчества, Школьный текстиль. Выручка компании в 2020 составляла 22 млрд. и к 2021 году выросла до 29 млрд. рублей

Менеджер по клиенту – Кириченко Дмитрий

ООО «Альфа М» (сеть магазинов «Красное и Белое»)



«Красное & Белое» – российская компания-ритейлер по продаже алкоголя и одноимённая сеть магазинов формата самообслуживания. Сеть позиционирует себя как «магазины у дома». Штаб-квартира располагается в Челябинске. Магазины сети работают в 68 субъектах Российской Федерации. Их миссия – поменять отношение людей к алкоголю. Средняя торговая площадь магазина – 80 м². Ассортимент каждого магазина включает 1500 наименований товаров. Все магазины сети подключены к Единой государственной автоматизированной информационной системе (ЕГАИС). Ритейлер работает в формате ultra-convenience и является крупнейшим игроком в этом сегменте с долей рынка 43%, по данным Gfk. Эта доля приблизительно в шесть раз больше, чем у второго по величине представителя сегмента. По итогам 2019 года сеть «Красное & Белое» вошла в рейтинг Forbes «200 крупнейших частных компаний России», заняв 29 строчку. На 1 сентября 2021 года сеть насчитывала 9 793 магазина в 61 субъекте Российской Федерации. По оценке Infoline, выручка алкогольного ритейлера «Красное & Белое» в 2020 году выросла на 26,4% – до 490 миллиардов рублей. 1 сентября 2022 года компания объявила об открытии 12 000-го магазина.

Менеджер по клиенту – Бирич Елена



ООО «Натура Сиберика» (косметический бренд Natura Siberica)

Natura Siberica – российская косметическая компания, специализирующаяся на производстве натуральной и органической косметики. Основана в 2008 году российским бизнесменом Андреем Трубниковым (8 января 2021 года умер основатель бренда), генеральным директором группы компаний «Первое решение», специализирующейся на выпуске косметических средств и бытовой химии. Первый магазин под вывеской Natura Siberica открылся в Москве в 2012 году. В этом же году компания получила первые международные награды – за лучший натуральный продукт на профессиональной косметической выставке Cosmoprof в Италии, а также за лучший продукт по уходу за лицом за средство «Северное мыло детокс» на Cosmeeting в Париже. В 2013 году компания основала первую сертифицированную по европейскому закону об органическом земледелии ферму на территории Хакасии, а также открыла первый магазин Natura Siberica за рубежом (в Японии). В 2014 году компания открывает первый спа-салон Fresh Spa by Natura Siberica в Москве на Ломоносовском проспекте. В 2015 году у компании стартовали продажи в Западной Европе: во Франции – в розничной сети Monoprix, в Англии – в универсаме Harrods. В этом же году компания открыла первый флагманский магазин в Европе: в Копенгагене. В 2017 году компания в партнерстве с отельной сетью Four Seasons открыла спа-зону Natura Siberica в московском отеле сети. В России у компании 35 монобрендовых магазинов в Москве, Новосибирске, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге и еще 13 городах. Спа-залы Fresh Spa by Natura Siberica расположены в Москве, Казани, Новосибирске, Рязани и Нижнем Новгороде. Кроме того, косметические средства компании продаются в косметических сетях, розничных сетях и аптеках. Natura Siberica владеет четырьмя органическими фермами на территории России, которые имеют сертификаты Европейского био-стандарта EU 834/07: в Хакасии (площадь 33 гектара), на Камчатке (площадь 9 гектаров), на Сахалине (площадь 7 гектаров), а также на Курильском острове Кунашир (площадь 1,9 гектара). В 2017 году оборот компании составлял 3,59 млрд. рублей, к 2020 году выручка выросла почти в 2 раза – 6,62 млрд. рублей, на момент 2021 года выручка упала до 5,31 млрд. рублей.

Менеджер по клиенту – Колмыкова Олеся



ООО «Риттер спорт Шоколад» (марка шоколада Риттер спорт)

Ritter Sport – немецкая марка шоколада, которая продаётся во многих странах мира. Каждая плитка имеет форму квадрата и разделена на 16, реже на 4, 9 или 25 меньших по размеру квадратов. В 1912 году вступили в брак кондитер Альфред Ойген Риттер (нем. Alfred Eugen Ritter) и Клара Гёттле (нем. Clara Göttle), владевшая магазином сладостей. Вместе они основали кондитерскую фабрику по производству шоколада и сахарных изделий «Alfred Ritter Cannstatt». Первым местом, где они открыли кондитерскую фабрику по производству шоколада и сахарных изделий, стала улица Иннере Молткештрассе (нем. Innere Moltkestraße) в городе Бад Канштатт (нем. Bad Cannstatt) (ныне район города Штутгарт). Увеличивающийся оборот и потребность в расширении производственных площадей вызвали необходимость переезда на улицу Вильгельмштрассе, 16 (нем. Wilhelmstraße 16) в городе Бад-Канштатт (ныне район города Штутгарт). Семья Риттер вывела на рынок собственную марку шоколада: Alrika. Предложение Клары Риттер производить квадратную плитку шоколада быстро нашло одобрение в семейном кругу. Она предложила сделать «шоколадную плитку, которая умещалась бы в карман любой спортивной куртки, не ломалась при этом и имела вес обычной плитки шоколада». Шоколадный квадрат получил название «Ritter's Sport Schokolade» («Ritter's Sport Шоколад»). Кроме этого, на фабрике производились прямоугольные плитки, конфеты, пасхальная и рождественская продукция. 1974 – появляется цветная упаковка. Каждый сорт получает свой собственный цвет упаковки. На рекламном плакате можно прочесть, кроме прочего, намек на ещё молодой тогда цветной телевизор: «Всё стало разноцветней, радостней, современной, активней – и шоколад вместе с ним». Появился на свет ещё один основной элемент марки. 1976 – появление упаковки knick-pack. На данный момент шоколад насчитывает 57 сортов (видов). Выручка компании на момент 2020 г. составляла 5,73 млрд. рублей, к 2021 г. выручка составила 6,72 млрд. рублей.

Менеджер по клиенту – Бирич Елена

ООО «МНК» (бренд Черноголовка)



История бренда берет начало в 1998 году. В те трудные для нашей страны времена был создан бренд «Напитки из Черноголовки», который за 20 лет своей истории стал известен по всей стране как производитель качественных газированных напитков. Для российского бизнеса это – история успеха. За 20 лет своего существования Компания завоевала уважение и доверие как потребителей, так и профессионалов рынка в России и за рубежом. Черноголовка – небольшой городок в Подмосковье, известен как наукоград. В Черноголовке большое количество научных институтов и организаций. Название же самого города произошло от имени небольшой птички – черноголовки с черной «шапочкой» на голове. Птичка маленькая как воробей, но трели издает как соловей. Примечательно, что черноголовка селится в местах, где есть чистая и свежая питьевая вода. Издавна люди знали – где черноголовка – там прекрасная вода. А птичка черноголовка приносит счастье и удачу. Поэтому мы так гордимся нашими артезианскими скважинами и бережем наши источники. Черноголовка сегодня – это крупный и динамично развивающийся холдинг, производитель и поставщик бутилированной воды, безалкогольных напитков и продуктов питания в России и СНГ. Компания выпускает продукцию на восьми собственных предприятиях, а также на проверенных партнёрских площадках. Флагманский завод расположен в городе Черноголовка Московской области, в уникальной природной зоне. Готовая продукция отгружается во все регионы страны и еще в 25 стран. В портфеле компании более 20 брендов и 700 наименований. Самые известные: легендарный «Байкал» (1977) и «Черноголовка» – линейка натуральных лимонадов, знакомых каждому россиянину с детства, а также питьевая вода для детей и взрослых. Семейство напитков в начале 2022 года пополнилось классикой вкуса – «Колой Черноголовка», которая пользуется повышенным спросом со стороны сетей торговли и общественного питания. Бренд «Байкал» («тот самый Байкал») теперь представлен как в классическом варианте, так и в современном – в виде Baikal energy и лимонадов нового поколения Baikal green. Премиальная артезианская вода Cristelle – украшение ассортимента и... любого мероприятия и стола! Сохраняя прочное лидерство на рынке безалкогольных напитков, холдинг последовательно расширяет свою производственную базу и наращивает выпуск продуктов питания. Выручка компании в 2020 г. составляла 8,20 млрд. рублей, к 2021 году выросла в 1,5 раза до 12,39 млрд. рублей.

Менеджер по клиенту – Бирич Елена



ООО «Галамарт» (сеть магазинов Галамарт)

У «Галамарта» много определений. Это и «магазин у дома», и «магазин для дома», и «магазин для семьи». И все эти утверждения выражают один смысл: это магазины, которые делают жизнь человека лучше. День за днем. Сегодня «Галамарт» – это федеральная франчайзинговая розничная сеть, включающая в себя более 400 магазинов. География охватывает огромную территорию от Калининграда до Владивостока. С каждым днем в разных городах открывается всё больше новых филиалов.

Первый магазин был основан в 2009 году. За 13 лет стремительными темпами развилась целая сеть. Первоначально магазины открывались под брендом «Магазин постоянных распродаж». С 2013 года в сети происходит ребрендинг, и все магазины получают новое брендовое имя «Галамарт». Сейчас магазины сети предстают перед покупателями в новом формате. Больше хороших товаров по самым низким ценам! Цены в магазинах начинаются от 1 рубля. Товар закупается самыми большими партиями, поэтому магазины получают от производителей максимальные скидки. Магазины заинтересованы в том, чтобы товар не лежал на полках, а быстро находил покупателя. Среди партнеров все больше производителей из России. Поэтому вы всегда найдете в наших магазинах самые привлекательные цены. Фирменная особенность магазинов «Галамарт» – сезонные распродажи. В то время как торговые сети, супермаркеты и гипермаркеты поднимают цены на товары сезонного спроса (садовый инвентарь в мае, сковородки в Масленицу), в «Галамарте» наоборот цены на эти товары снижаются. На полках каждого магазина «Галамарт» – 7000 наименований товара: посуда, автотовары, бытовая химия, хозтовары, инструменты и многое другое. Выручка компании за 2021 год составила 78,63 млрд. рублей.

Менеджер по клиенту – Бирич Елена

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ СЕССИЯ – 2022 ГОДА



Очередная стратегическая сессия прошла в январе 2022 года. Главная цель мероприятия – обеспечить устойчивую деятельность компании в ситуации меняющихся условий рынка POSM и услуг технического мерчандайзинга.

Планы на ближайшие 3 года и результаты прошедшего периода обсудили топ-менеджеры и руководители структурных подразделений. В числе прочего поднимались вопросы о развитии компании в условиях перемен, оптимизации бизнес-процессов и перспективы карьерного роста сотрудников.

Лидеры ЛБК проанализировали текущие возможности с помощью SWOT-анализа и определили те критерии, которые помогут предприятию не только сохранить сильные позиции на рынке, но и продолжить движение по пути к долгосрочным ориентирам.

Руководители оценили результаты, достигнутые компанией к настоящему моменту. Для этого участники обратились к проектам, которые были запущены по итогам предыдущей стратсессии. Стало очевидно, что несмотря на все сложности, мы уверенно движемся к поставленным целям. Так, например, ЛБК уже вошла в ТОП-5 лидеров рынка по рейтингу авторитетной ассоциации POPAI.

Мы расширяем мощности, создавая группу компаний по всем направлениям деятельности, а также занимаемся отладкой и автоматизацией бизнес-процессов холдинга. Мы увеличили скорость производства, сделав одним из своих преимуществ минимальное время от заявки до отгрузки продукции клиенту. Создание комфортной рабочей среды и развитие команды также включено в приоритеты ЛБК Маркетинг Про. Мы систематически проводим обучение сотрудников, повышая их профессионализм и возможности для карьерного роста. Кроме того, в нашей организации выстроена развитая система мотивации.

Сильная команда – залог устойчивости и процветания в любые времена. Особенно – во времена глобальных перемен, которые мы сейчас проходим.

РУКОВОДИТЕЛИ ЛБК МАРКЕТИНГ ПРО ПРОВЕЛИ ТРЕНИНГ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ СЛУЖБЫ ПРОДАЖ

«Как откусить больше от меньшего пирога» – так назывался тренинг для сотрудников службы продаж, который состоялся 14 апреля.

Интересно, что проводили его не приглашенные эксперты, а руководители нашей компании – генеральный директор Юрий Кондратьев и директор по продажам Юлия Дементина.

Анатомия процесса продаж. Как успешно продавать в условиях меняющихся рыночных тенденций. Выявление ценностей клиента. Позитивное мышление в продажах. Мотивация клиента к подписанию договора. Доведение сделки до конца. Это темы, по которым специалисты продаж ЛБК Маркетинг Про работали с интересом и активно дискутировали.

Тренинговый день был разделен на две части – теория и практические задания. По теоретическим аспектам вспомнили цели, инструменты продаж, обсудили возможности для расширения зон роста успешных продаж. Также менеджеры вспомнили свои самые лучшие проекты. Поговорили о развитии новых направлений деятельности в текущих условиях. Сошлись во мнении, что для того, чтобы преуспеть, важно пробудить свою креативность, и быть активными – готовыми меняться и ускоряться в своих действиях.

Во второй половине тренинга перешли к практике. Участники разделились на команды. Каждая должна была придумать свой стартап и защитить его перед инвестором. Результат превзошел ожидания – группы представили свои супер креативные идеи, некоторые из которых мы планируем претворить в жизнь в ближайшее время.

В результате мероприятие принесло пользу как самим участникам, так и компании в целом. Руководители поделились своим опытом с коллегами, а те, в свою очередь, предложили руководству перспективные проекты!

В очередной раз мы убедились, что в нашей команде работают профессионалы высокого класса. Тренинг подарил всем участникам положительный настрой и открыл перед нами новые горизонты.



ВСЕГДА УЧИТЬСЯ - К МАСТЕРСТВУ СТРЕМИТЬСЯ!

АЛОХА, ГАВАЙИ!

В Международный женский день мужчины ЛБК создали тропический рай прямо в рабочем пространстве. Им удалось воссоздать расслабленную атмосферу Гавайев во всех красках.

Праздничный день начался для дам с сюрприза: на пороге офиса их встретили «аборигены» — переодетые мужчины ЛБК. По традиции популярного курорта каждой вновь прибывшей на «остров» девушке досталось цветочное ожерелье.

Потом под музыку Элвиса Пресли все угощались натуральными дарами лета — сочным киви, ароматной клубникой, спелым ананасом и сладким виноградом. А в стилизованной фотозоне желающие делали яркие снимки на память.

Во второй половине дня по программе были шуточные соревнования. Женщины поделились на две команды, каждая из которых старалась превзойти соперниц в скорости и ловкости. В результате победила дружба.

Вечером все объединились за праздничным столом. Мужчины осыпали женщин комплиментами, поздравляя с праздником Международным Женским днем.

А генеральный директор ЛБК Маркетинг Про Юрий Владимирович Кондратьев произнес вдохновляющий тост в честь сотрудниц нашей замечательной компании.



ДЕНЬ ЗАЩИТНИКА ОТЕЧЕСТВА В СТИЛЕ ВЕСТЕРН

Мужчины ЛБК – надежные, верные, креативные и профессиональные! Мы каждый год с воодушевлением ждем 23 февраля, чтобы порадовать мужскую половину компании необычным сюрпризом, поздравить и сказать: вы – лучшие!

В 2022 году провести праздник мы решили в ковбойском стиле. В торжественный день девушки ЛБК встречали ребят у главного входа в офис, чтобы превратить их в настоящих ковбоев. Каждого ждал наряд жителя дикого Запада. После преображения сотрудники с удовольствием фотографировались на память в специально подготовленных фотозонах.

И какой же мужской праздник без игры в бильярд! Наши ребята смогли показать свои навыки виртуозно загонять шары в лузы. А уже вечером мы все сели за праздничный стол, во время которого женщины посвящали мужчинам не только приятные слова, но и поздравительные стихи. В первый после праздника рабочий день подвели итоги голосования за самых лучших ковбоев ЛБК. Победителю среди мужчин вручили грамоту «Ковбой», а победительнице среди женщин – «Ковбойша».



POPAI RUSSIA AWARDS 2022

Это ежегодный конкурс работ POSM-индустрии. Самые яркие проекты становятся лучшими и находят победу и признание на конкурсе. Достижения индустрии маркетинга в ритейле оценивают эксперты-представители крупнейших бренд-компаний и торговых сетей.

Проекты, выставленные ЛБК Маркетинг Про в 2022 году, нашли высокий отклик у членов жюри и посетителей мероприятия своим ярким дизайном, оригинальными конструктивными решениями, интересными находками материалов и элементов POSM.

Пять работ нашей компании стали призерами. Серебряные награды получили:



Почетные бронзовые призы достались проектам:



Стойка Туалетный утенок, Э.С.СИ. ДЖОНСОН (номинация Дом и сад – Temporary)



Баркета тушь TELESCOPIC и мицеллярная вода, L'Oreal (при участии АЛЬТАВИА РУС), (номинация Mini)



TableTent мультибрендовый South Multi (Beefeater and etc.), Pernod Ricard Rous (номинация Mini-display)



Новогодний набор для киностудии им. Горького, Продюсерский центр Киностудии им. М. Горького, (номинация промоупаковка).



HUAWEI Kids watch holder, Huawei (номинация Mini-display – Смешанные материалы)



Мы высоко ценим готовность наших клиентов и партнёров совместно создавать инновационные решения. Будем рады продолжать воплощать лучшие решения в области разработки и производства POSM для роста продаж наших клиентов.

Мы на **4**[↑]-м месте в рейтинге INFOLINE



Ежегодно ассоциация «Маркетинг в ритейле» совместно с Информационным агентством INFOLine проводит опрос и анкетирование среди лидеров в сфере производства и поставок POSM и услуг технического мерчандайзинга, а также крупнейших компаний – владельцев брендов и розничных торговых сетей.

Основной задачей Исследования является комплексное изучение российского рынка рекламных материалов в точках продаж (POSM), его структуры, основных тенденций и перспектив развития с целью повышения прозрачности рынка POSM для поставщиков POSM и услуг технического мерчандайзинга, заказчиков (владельцев брендов и торговых сетей) и ритейлеров, размещающих в своих торговых объектах POSM.

Результаты исследования позволяют сформировать комплексное видение основных тенденций, проблем и вызовов, сформировавшихся на рынке POSM России, с позиций поставщиков, заказчиков и мест размещения.

Кризисные явления в розничной торговле, связанные со снижением реальных доходов и переориентацией покупателей в online, по-прежнему оказывали влияние на развитие рынка POSM в 2021 г. Чтобы продолжать деятельность и развиваться в этих непростых условиях многие компании адаптировались к сложившимся условиям.

Одной из целей исследования является рейтинг лидеров в сфере производства и поставок POSM и услуг технического мерчандайзинга, учитывающий ряд параметров. Целью нашей компании несколько лет назад было – войти в пятерку лидеров индустрии. По результатам исследования прошлого года нам удалось продвинуться на 4 место.

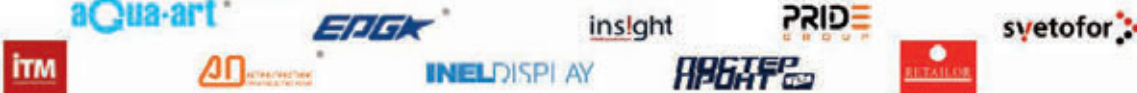
Мы поздравляем всех с этим важным достижением, с заслуженной отличной позицией в рейтинге лидеров рекламной отрасли! В будущем для своей компании мы ставим более высокие цели, которые обязательно достигнем!

ИНТЕГРАЛЬНЫЙ РЕЙТИНГ ПОСТАВЩИКОВ POSM И УСЛУГ ТЕХНИЧЕСКОГО МЕРЧЕНДАЙЗИНГА

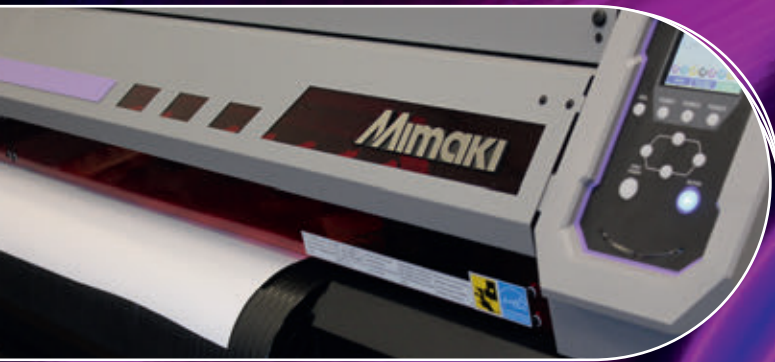
Место и название компании в интегральном рейтинге	Место в сегменте краткосрочных POSM	Место в сегменте долгосрочных POSM	Место в сегменте постоянного оборудования	Место в сегменте технического мерчандайзинга
1 PUBLIC TOTEM Паблик Тотем (Public Totem) →	1	1	2	1
2 ПИВИДЖИ (Поомотека) (PVG) →	2	2	1	6
3 ТИ ТИ ДЖИ (TTG) ↑1	5	12	8	2
4 ЛБК Маркетинг Продакшн ↑1	4	4	7	-
5 ВИРТУ (VIRTU) ↓2	11	13	3	9
6 ЭЛЬ ПАКО (El Paso) ↑3	8	8	4	-
7 НАМИ Групп (NAMI) ↓1	-	5	5	7
8 ЛАЗЕРСТИЛЬ (LazerStyle) ↓1	14	11	6	13
9 ДИДЖЕЙ (DDA) ↓1	7	3	-	-
10 ЗД ДИСПЛЕЙ (3D display) ↑3	3	15	-	-

TOP11 – TOP20:

(компании приведены в алфавитном порядке)
 * компания не заполнила анкету



УСИЛИВАЕМ ПРОИЗВОДСТВО



Время – деньги. В ЛБК это не просто расхожая фраза. В нашем деле при производстве тиража для клиента часто счет идет на минуты. Не даром одной из стратегических целей компании является сокращение периода реализации проекта от заявки до поставки продукции. Видим цель – не видим препятствий.

По решению руководства мы приобрели новую мощную машину для печати – УФ-принтер UJV100–160 японского производителя Mimaki. Аппарат привезли и установили в офисе 17 февраля. Основная задача – ускорить производство и повысить качество печатных материалов.

Плоттер обладает всеми необходимыми характеристиками и золотым сертификатом экологичности

Greenguard Gold. Оснащен двумя печатающими головками, расположенными в шахматном порядке. Современные технологии Mimaki обеспечивают стабильную печать. Важно, что можно сразу использовать отпечатанный материал. Принтер удобен и прост в работе, а также экономичен в процессе эксплуатации. Кроме того, этот широкоформатный УФ-плоттер с рабочей областью 1,6 м, в зависимости от носителя и назначения графики, способен печатать со скоростью до 23 кв. м/час в высоком разрешении.

По своим габаритам аппарат легко вписался в пространство макетного участка. Теперь производство ряда печатной продукции к отправке заказчикам значительно ускорится.

ПЕРЕЕЗД ПРОИЗВОДСТВА В ДОЛГОПРУДНЫЙ

Надежда Стрельникова, руководитель Производственного Филиала 2 «Лётная»



Основное печатное оборудование на нашем производстве – планшетный УФ-принтер VitReX с рабочим полем 2х3 метра. Он отличается превосходным качеством печати, высокой производительностью и разнообразием поверхностей для печати. Это пластики разной толщины, бумага, плоский картон и гофрокартон, композитные материалы, дерево и т.п. Резка изделий при этом осуществляется на раскройном комплексе Aristomat GL2032. Также наше производство укомплектовано сольвентным интерьерным плоттером Mimaki JV300 и ламинатором Mefu.

Принтер VitReX мы используем для производства брендинга для жёстких POSM (топперов, боковин, шельфтокеров, ценников и т.д.), деталей для дисплеев, стоек, диспенсеров, комплектов для POSM, декораций, информационных стендов, оформления витрин и стеллажей, а также цифровых тиражей гофропечей и паллетных конструкций, деревянных изделий и многого другого.

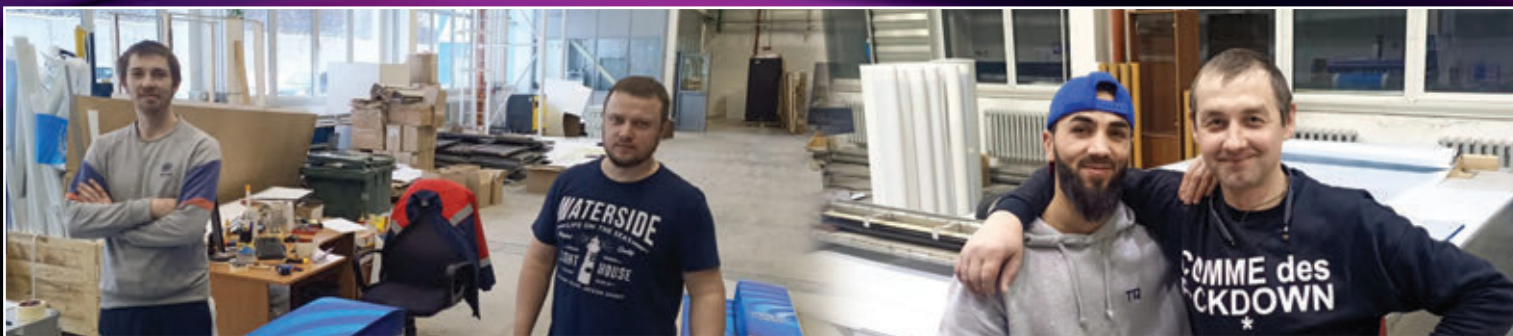
В настоящий момент основной объём заказов – это печать по бэклиту. В связи с этим был приобретён широкоформатный рулонный УФ-принтер GONGZHENG (Китай). В этом трёхметровом гиганте реализованы самые прогрессивные решения в области широкоформатной рулонной УФ-печати. На новом оборудовании мы планируем печатать вставки, лайтбоксы, ценники, наклейки, стикеры, баннеры, рулапы и т.д.

В планах производства также оборудовать участок фрезерной, лазерной резки и термогибки. Наша компания уже давно производит масштабные проекты, требующие организации такой площадки, и с переездом в новое помещение это стало возможным.



Николай Алёхин, начальник производства широкоформатной печати и ПОСМ

В ноябре наше производство переехало на новую площадку в г. Долгопрудный, так как размеров предыдущего помещения стало не хватать под растущие задачи компании. Сейчас производство занимает новое помещение площадью в 4 раза больше и отвечает всем современным стандартам производства. Загрузка постоянно увеличивается, поэтому сейчас мы комплектуем персонал для работы в сменном графике, чтобы обеспечить непрерывный цикл производства. Наша цель – выйти на объём печатной продукции более 30000 м² в месяц. Это позволит не только достичь уровня ряда наших конкурентов, но и опередить их.





Я ЛЮБЛЮ СВОЮ РАБОТУ

Мария Миночкина

Старший менеджер по работе с клиентами

Почему же я люблю свою работу?

Потому что, моя работа помогает реализовать накопленный опыт и знания в рекламной сфере. Мне нравится решать нестандартные, разнообразные задачи, прорабатывать стратегии развития клиентов. Совершенствовать навыки продаж, анализировать успехи и ошибки для достижения наибольшего результата. Одной из самых важных и любимых составляющих моей деятельности является коммуникация с людьми, разными, но интересными и креативными – со своей индивидуальностью и

«фишкой». От каждого черпаю много нового, как для профессиональной деятельности, так и для жизни. Взаимодействие с командой профессионалов ЛБК Маркетинг Про, совместный поиск решений и нацеленность на результат – неотъемлемая часть на пути к победе.

Дарья Демченко

Ассистент службы продаж



Приветствую, коллеги.

Хочу немного рассказать о том, как и почему я люблю свою работу. Если коротко, моя первостепенная и главная задача – обеспечить быструю и качественную поддержку клиентов (заказчиков), в какой бы области она им не требовалась. Делаю я это, естественно, не в одиночестве, всегда есть команда, внутри которой мы тоже помогаем и поддерживаем друг друга ради общих рабочих целей. Благодаря своей любознательности, трудолюбию, занудству и непреодолимому желанию упорядочивать все вокруг себя мне удается в максимально короткие доступные сроки справиться с практически любым запланированным заданием, в котором у меня

есть ресурс быть полезной. Если случается так, что у меня нет нужного ресурса – моя задача найти людей, у которых этот ресурс есть и обеспечить им контроль и поддержку. Продолжительная плодотворная работа рука об руку с руководителями и топ-менеджерами компаний установила для меня кредо: когда мне, в рамках рабочего процесса, говорят: «Прыгай!», я спрашиваю: «Как высоко?» И конечно прилагаю возможные и невозможные усилия в достижении поставленной задачи, потому что я осознаю как важно для любого бизнеса не потерять лояльность, уважение и доверие клиентов, которые доверяют нам свои проекты.



СВЕТЛАНА ГРИГОРОВИЧ

Старший менеджер по работе с производством

Нужно лишь немного упорства

Каждый из нас время от времени сталкивается с трудностями, которые мешают двигаться вперед. В такие моменты мечты и цели кажутся недостижимыми, и возникает сомнение, стоит ли вообще бороться за них, или, может, проще всё бросить, и сдаться.

Эта сиюминутная слабость и малодушие, которому так легко поддаться – главная ошибка, которая не позволяет добиться успеха в начинаниях.

Тяжёлые времена, как всё на свете, рано или поздно проходят. Остаётся лишь опыт, который получен в процессе преодоления преград. Трудности жизненного пути, проверяют наш характер и делают нас сильнее. Нужно лишь немного упорства, веры в себя и свои силы.

Меня иногда спрашивают, что меня мотивирует. Всё очень просто – цели, к которым я стремлюсь, и есть мой главный мотиватор.

ХОББИ СОТРУДНИКОВ



Когда мы говорим, что можем всё, мы не кривим душой. И смысл не только в том, что мы прекрасно ориентируемся в нашей профессиональной сфере. Быть крутыми и интересными нашим сотрудникам помогают их персональные увлечения. Да, работа – одно из них, но хобби помогают развиваться целостно. И у нас увлечения – творческие, как ни крути.

Марина Дрожжина

Младший менеджер по работе с клиентами



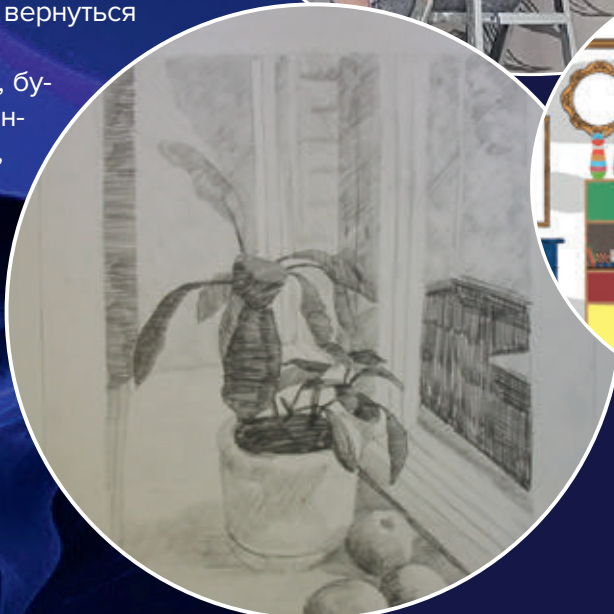
У каждого человека есть увлечение, которое служит его отдушиной, позволяет ему расслабиться. Сегодня мир предлагает нам огромное количество увлекательных занятий. У меня довольно много хобби, но, пожалуй, больше всего времени я уделяю рисованию.

Я начала рисовать я в пять лет. Одиннадцать лет училась в художественной школе, затем три года на курсах перед поступлением в институт и шесть лет в самом институте. Свободного времени, чтобы посвятить его рисункам для себя, было не так много. Поэтому в основном это были учебные постановки или определенное произведение, для которого надо было придумать иллюстрацию.

В институте я писала маслом натюрморты, пейзажи, постановки с натурщиками, портреты, иллюстрировала детские книжки. Бывало так, что получившийся рисунок мне не нравился: задумка была лучше, чем реализация на бумаге. В таких ситуациях я просто забывала про эту работу на некоторое время, чтобы вернуться к ней потом.

При этом я рисовала не только на холсте, бумаге или компьютере. Во время учёбы в институте я брала заказы на роспись стен. И, на мой взгляд, это намного интереснее, чем творить в ограниченном пространстве листа бумаги или холста.

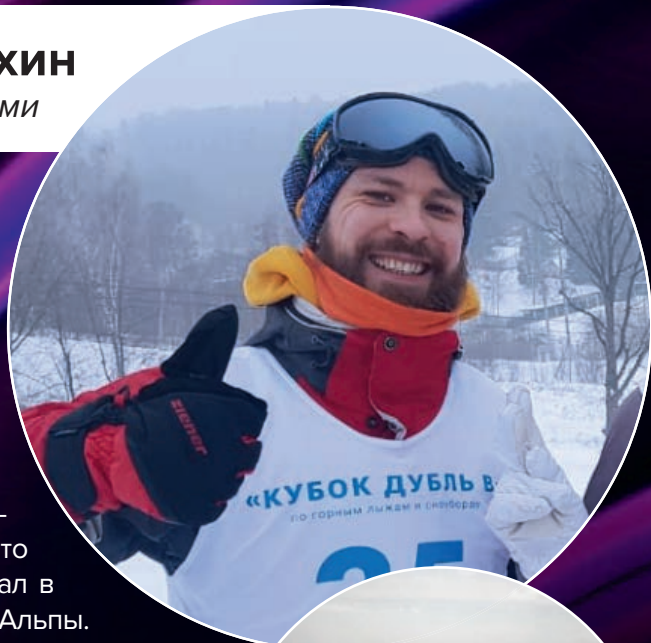
Рисование дало мне множество навыков, которые я применяю и в других областях. Любимое занятие научило меня терпению, внимательности и трудолюбию. Без этих качеств невозможно создать что-то действительно достойное.



Александр Михин

Старший менеджер по работе с клиентами

Моё хобби!? А я увлекаюсь горными лыжами. Начиналось очень необычно. Дело в том, что на лыжи меня поставила мама, когда мне было всего один год и семь месяцев, и поначалу никакого восторга от её инициативы я не испытывал. Меня раздражало всё – от необходимости куда-то ездить мёрзнуть до негнущихся ботинок, которые я по этой причине называл сапогами. Однако с возрастом и развитием навыков я втянулся и теперь просто не представляю свою жизнь без лыж. И это не пафосные слова и не преувеличение. Горные лыжи приносят в мою жизнь столько разных эмоций и впечатлений, что трудно выделить что-то одно. Здесь всё главное! Это и возможность путешествовать – благодаря лыжам я побывал в Домбае, Сочи, Грузии, а в планах посетить Эльбрус, Шерегеш, Альпы. Потом это отличная возможность поддерживать себя в хорошей физической форме. Опять же новые знакомства – в первый день на горе ты никого не знаешь, а к концу поездки вы все становитесь друзьями. Ну и конечно, счастье. Это непередаваемое ощущение, когда ты стоишь на вершине, а перед тобой – вечность. Горы, которые стояли здесь миллион лет назад, и простоят ещё столько же. Кроме того, горные лыжи помогли мне принять самое важное решение в жизни – именно в горах я нашёл кольцо, с которым сделал потом предложение своей девушке. И она, естественно, ответила «да!» Так что все в горы, друзья! Присоединяйтесь!



Антон Носырев

Руководитель Дизайн студии

Меня всегда интересовала история. Она имеет множество ипостасей, и в ней важное место занимают вещи, окружавшие наших предков. Сейчас нам многое доступно. Например, мы можем прокатиться на паровозе в имперских вагонах, сесть за руль автомобиля, выпущенного в начале прошлого века или услышать голос из динамика довоенного радиоприемника. Но где можно увидеть работающий телевизор, выпущенный всего-то 70 лет назад? Мы добрались до сути. Мое хобби – на досуге искать на пыльных барахолках телевизоры выпуска 50-х годов и восстанавливать до оригинального рабочего состояния. Это первые телевизоры на одну или три программы. Наиболее распространенным из них является, конечно, КВН-49. Да-да, тот самый, который «купил, включил, не работает». Впрочем, это как раз неправда – КВН очень надёжен и даже сейчас это самый легко ремонтируемый телевизор. Но кроме него было множество моделей, которые сейчас практически полностью забыты. Это технологичный «Ленинград», крайне редкий в наше время массивный московский «Зенит», «Север», «Луч» и «Экран». Сейчас чаще всего эти телевизоры стоят в музеях в качестве нерабочих экспонатов. Но мне всегда хотелось увидеть, как они работали, пережить те необычные мгновения, когда после мягкого поворота переключателя старинный 80-килограммовый монстр вздрагивает, пробуждаясь ото сна и два десятка ламп размером с кулак медленно разогреваются. Вначале появляется свечение шкал, потом шипение динамика и, наконец, свечение кинескопа. Телевизор работает точно так же, как и семьдесят лет назад, но, увы, таких осталось крайне мало. И это делает моё хобби редким во всем смысле.



Рами Мохамад

Ведущий дизайнер

Я с детства увлекаюсь скульптурой. Мне было всего десять лет, когда я впервые попробовал заниматься этим необыкновенным творчеством. Это увлечение мне привил дедушка, который очень любил скульптуру, но сам скульптором не был. Однажды он просто дал мне кусок дерева и инструмент для резьбы и попросил превратить материал в то, что я хочу. Я попытался сделать фигуру девушки с длинными волосами, и так начал полюбить скульптуру. После школы я решил продолжить свое обучение искусству. У меня был наставник, он считается одним из сильнейших скульпторов на Ближнем Востоке. Я ходил к нему каждый день после окончания занятий, помогал ему и набирался опыта. Он помог мне получить высокий результат среди других студентов в университете. Скульптура для меня это концепция объединения массы с пустотой таким образом, чтобы они находились в полной гармонии. Я до сих пор стараюсь заниматься скульптурой в свободное время, хоть это получается не часто: особенность этого увлечения в необходимости специального места для занятий. Может показаться удивительным, но скульптура помогла мне в моей карьере. Рабочие задания дизайнера – это также часть скульптуры на мой взгляд. И каждый новый проект я стараюсь делать достойным уровня знаменитых скульпторов.

НОВИЧКИ 2022

Демченко Дарья

Ассистент службы продаж

Привет всем! Меня зовут Дарья, мне 33 года. Живу в Москве вдвоем с сыном-второклассником и нашим маленьким живым уголком (кошка, крыса, ахатина и муравьиная ферма). Крайне любознательна и коммуникабельна, имею широкий кругозор и всегда стремлюсь к развитию. Имею опыт работы в ПОСМах, сувенирке, типографии, организаторстве ивентов и свадеб, пошиве брендированной униформы и кожаных изделий. Постоянно осваиваю всевозможные новые навыки, успешно применяя их в повседневной и рабочей деятельности. Люблю говорить про себя: и жнец и жрец и на дуде могу :) По образованию юрист, но, кажется, у жизни на меня совсем другие планы. Считаю, что мое призвание – помогать людям и упорядочивать хаос вокруг. Из хобби: рисую, пою, танцую, вышиваю крестиком, провожу малярные работы, могу переставить винду/сантехнический кран/машину и т.д. Почти 10 лет я являюсь куратором некоммерческой группы помощи оставленным и брошенным детям, а также детским учреждениям в регионах.



Группа помощи
недоношенным
малышам
«КУКУШОНОК»

Виктория Журавлева

Старший менеджер по производству POSM

«Любая встреча неслучайна... Уверена, что наша встреча с компанией ЛБК Маркетинг Про будет полезной друг другу и даст возможность проявить профессиональные и человеческие качества в процессе нашего увлекательного и, надеюсь, долгого общения и, как результат, получить и провести большое кол-во интересных денежных проектов! Мне нравится знакомиться с коллективом, очень благоприятная обстановка, спасибо моему отделу, рада быть частью такой команды. Люблю музыку, танцы, хорошее чувство юмора, рада любому проявлению творчества в работе, открыта к общению».

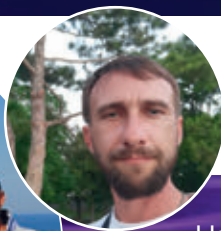


Семья Гальцовых

Всем привет! На связи семья Гальцовых: Евгений и Каролина, а также дети: Дана – 8 лет, Алина – 5 лет и Давид – 2 года. Не забудем упомянуть нашу любимицу, энергичную собачку Бусинку. Я работаю в рекламно-производственном агентстве ЛБК Маркетинг Про, а жена удаленно в строительной компании. Мы – обычная российская семья, живём простой, но увлекательной жизнью. В свободное время мы любим выезжать на природу, ходить на рыбалку и гулять. Поэтому нас легко встретить в парке, в лесу или на речке. Если вы так же, как мы, любите природу и свежий воздух, значит, рано или поздно мы обязательно увидимся с вами на отдыхе. До скорых встреч!

Семья Захаровых

Всем привет! Мы семья Захаровых, и нас всего пятеро: я, глава семейства Александр, моя жена Залия и дети Софья, Дарья и Милана. Залия занимается воспитанием детей – трое малышек требуют много внимания и времени, но иногда ей удаётся выкроить пару часов, чтобы испечь торт на заказ. И это у Залии получается так замечательно и аппетитно, что бывает жаль отдавать заказчику. Детки у нас ещё маленькие, они ходят в детский сад, где проводят значительную часть дня. Однако прогулок в саду им порой не хватает, поэтому по вечерам в будни мы гуляем на детской площадке во дворе, если погода позволяет. В выходные мы стараемся выезжать куда-нибудь семьёй и посещать интересные места, например, зоопарк и открытые уроки в торговых центрах. Также по возможности мы посещаем парки в разных районах Москвы. К счастью, за последние годы их стало немало, и есть из чего выбрать. Ну а дома дети любят рисовать акварелью и играть в куклы. Вот такие увлечения у нашей молодой семьи. А какие у вас?



Семья Степцовых

Наша семья Степцовых состоит из пяти человек – это папа, мама, два сына и дочь. Без преувеличения можем сказать, что мы самая дружная семья на свете. Любой из нас всегда готов прийти на помощь другому советом или реальным делом. Мы любим ездить на дачу и весело проводить там время, катаясь на квадроцикле или велосипедах. Ещё мы там ходим в лес за грибами или же просто попиваем чаёк из самовара на террасе. Также мы с удовольствием ходим по торговым центрам и сидим в уютных кафешках центра Москвы. Полина, самая младшая в нашей семье, ей 7 лет, любит рисовать, делать поделки из пластилина. Стёпа, средний, ему 14 лет, любит гулять, занимается волейболом и красиво рисует. Миша, старший из детей, ему 15, любит модно одеваться, читает интересные книги и вообще довольно амбициозен. Мама Татьяна вкусно готовит и, как любая современная женщина, любит шопинг. А наш папа Игорь – сильный брутальный мужчина, крайне умный и эрудированный. Мы очень любим друг друга и жизнь в целом, поэтому мы счастливы.

Автор, старший сын 15 лет – Михаил Степцов

Семья Сусуры



Как очевидно, я работаю в компании LBK Marketing Pro. Супруга с этого года тоже вышла на работу, но в другую компанию. У меня четыре дочки, которые, соответственно своему возрасту, познают тяготы социализации и образования. Младшие дочки Аня и Саша ходят в детский сад, а старшие Наташа и Катя уже школьницы, ходят в третий и второй классы. За исключением самой младшей дочки, которой идёт лишь четвёртый годик, все остальные посещают дополнительные занятия. Среди их увлечений – танцы, рисование, английский, журналистика и рукоделие. Старшая Наташа любит рисовать, и у неё это неплохо получается. Катя предпочитает механические игрушки, машинки и всегда просится в помощницы, когда я дома что-нибудь ремонтирую, например, бытовую технику. Аня, рисует, лепит и обожает ежиков. Ну а младшая Саша пока упражняется в манипуляциях с родителями и сестрами, к счастью, с переменным успехом. По будням без дела никто не сидит, а по выходным мы стараемся куда-нибудь выбираться. Недавно, например, у нас состоялось очередное посещение театра Терезы Дуровой. И вообще мы уже много где побывали из знаковых и памятных мест столицы нашей родины – во многих музеях, в зоопарке на 1905-го года, в океанариуме и везде, где интересно детям. Когда позволяет погода, мы выбираемся в парки Москвы и ближайшего к нам Подмосковья. Замечательно, что работа позволяет нам организовывать такой досуг.

Семья Кондратьевых



начает понятие «БЫТЬ МНОГОДЕТНЫМ РОДИТЕЛЕМ» — если задуматься об этом более глубоко? отличия этого «статуса» от обычного «просто родительского» состояния?

Каждый «многородитель» ответит на этот непростой вопрос по своему. После длительных размышлений, я тоже сформулировал свой вариант ответа. В первую очередь – это готовность взять на себя бóльшую ответственность. В нашем социуме осмысленное стремление создать большúю семью и воспитать несколько детей встречается, к сожалению, все реже.

Объяснить это можно не только жилищными и финансовыми трудностями, с которыми сталкиваются большинство семейных пар в начале своего совместного пути. И не только тем, насколько сильно муж и жена любят друг друга. И даже не тем, хотят ли они видеть именно в детях продолжение своей взаимной супружеской любви. На самом деле, решимость стать многодетной семьей – это, в первую очередь, показатель той меры ответственности, которую молодые родители готовы взвалить на себя, и дальше вместе нести ее по жизненному пути.

Мы живем сейчас в сложное время. С экранов и из гаджетов льются самые разные информационные потоки, зачастую отупляющие своей пустотой и глупостью, нередко пропагандирующие агрессивное или асоциальное поведение. Размываются многие жизненные ценности, ранее считавшиеся незыблемыми. Такие базовые понятия, как прочная семья, истинная любовь, крепкая дружба, ответственность за других, забота о ближнем, готовность в своей жизни не только брать, но и отдавать, к сожалению, теряют свою силу и привлекательность для молодых.

Поэтому нам, родителям, становится все сложнее прививать нашим детям истинные ценности и правильные взгляды, которые станут для них ориентирами на всю дальнейшую жизнь.

И те из нас, кто осознанно прилагает к этому большие усилия, кто видит в этом свою миссию по отношению к своим детям, особенно если детей несколько – те родители делают свой большой вклад в создание той самой Прекрасной России Будущего, в которой и будут жить наши дети.

КАРЬЕРНЫЙ МАРАФОН В ПОЛИТЕХЕ

Карьерный марафон в Московском Политехническом Университете проходил 25–29 апреля 2022 г. На протяжении 5 лет ЛБК Маркетинг Про является индустриальным партнером Московского Политеха. В рамках карьерного марафона наша компания приняла участие в выставке компаний – производителей рекламной продукции. В программе марафона студенты участвуют в тренингах по трудоустройству, мастер-классах от партнеров, дискуссиях по актуальным вопросам. Карьерный марафон – это площадка для встречи бизнеса и науки, профессионалов и новичков, работодателей и юных талантов. Выпускники имеют возможность узнать, как грамотно составить резюме и успешно пройти собеседование, вдохновиться историями успешных выпускников, пообщаться с потенциальными работодателями и могут напрямую задать потенциальному работодателю вопросы о стажировках, практиках и трудоустройстве. Для нас представляется прекрасная возможность познакомиться и привлечь на работу молодых специалистов – лучших выпускников ВУЗа.

После карьерного марафона мы пригласили группу студентов посетить наше предприятие. Это были студенты 3 курса по направлению подготовки – Технология полиграфического и упаковочного производства, профилю – Дизайн и технология создания упаковки. Группе из 13 человек мы провели экскурсию по нашему офису, показали организационную структуру компании, познакомили с отделами и специалистами, рассмотрели работы и образцы.

Студенты проявили большой интерес, внимательно слушали и задавали дополнительные вопросы. Будущие специалисты изучили стадии производства продукции – от начального задания от заказчика и воплощение дизайнерской идеи в виде 3Д модели до вырезки и сборки пробного макета в Конструкторском бюро. На макетном участке было самое интересное – краткая лекция об оборудовании и его возможностях, а также мастер-класс по сборке пробного картонного макета.

Это была возможность для студентов применить свои теоретические знания в деле и практически окунуться в свою будущую профессию.

Отдельное спасибо членам преподавательского состава Московского Политеха за такую возможность!



УСПЕШНОЕ ПРОХОЖДЕНИЕ АУДИТА BEIERSDORF

Наша компания продолжает разработку и внедрение Системы Менеджмента Качества (СМК). Очень важно, что в условиях резких изменений экономической ситуации компания сохраняет вектор развития направления управлением качеством, неотъемлемой части успешного бизнеса.

Могу сказать, в 2021-м году проделана без преувеличения масштабная работа в рамках проекта по подготовке к аудиту компании Beiersdorf. Первый аудит был проведён в декабре 2021-го года. По его итогам мы получили удовлетворительные оценки и существенные замечания, которые необходимо было учесть. Благодаря активному участию коллег – руководителей компании, сотрудников центрального офиса и производства – мы смогли поднять уровень соответствия требованиям клиента более чем на 30%. Все замечания были устранены или отработаны по максимуму. Эти работы послужили дополнительным катализатором внедрения важных процессов в области качества.



Проведена объёмная работа в части реализации намеченных задач на 2022-й год в области качества. В первой половине года разработана и внедрена система управления несоответствиями. Она работает в автоматическом формате в 1С. Любое несоответствие регистрируется и направляется на анализ, за которым следуют корректирующие действия. Это важный инструмент для непрерывного улучшения качества, его правильное использование даст руководству возможность проводить дополнительный анализ.

Другой неразрывно связанный с непрерывным улучшением процесс – обучение и адаптация новых сотрудников, а также обучение действующих сотрудников, включая руководителей. Это одна из важнейших составляющих СМК, такой же безостановочный процесс, как и деятельность организации. Сотрудник должен приобретать разносторонние знания, уметь их правильно применять, точно понимать результат своих действий и принимать решения на основе фактических данных. Особая роль в данном процессе возложена на руководителей компании: большая часть несоответствий может возникать в результате неточно или абстрактно описанного в стандарте/процедуре процесса или поставленной задачи.

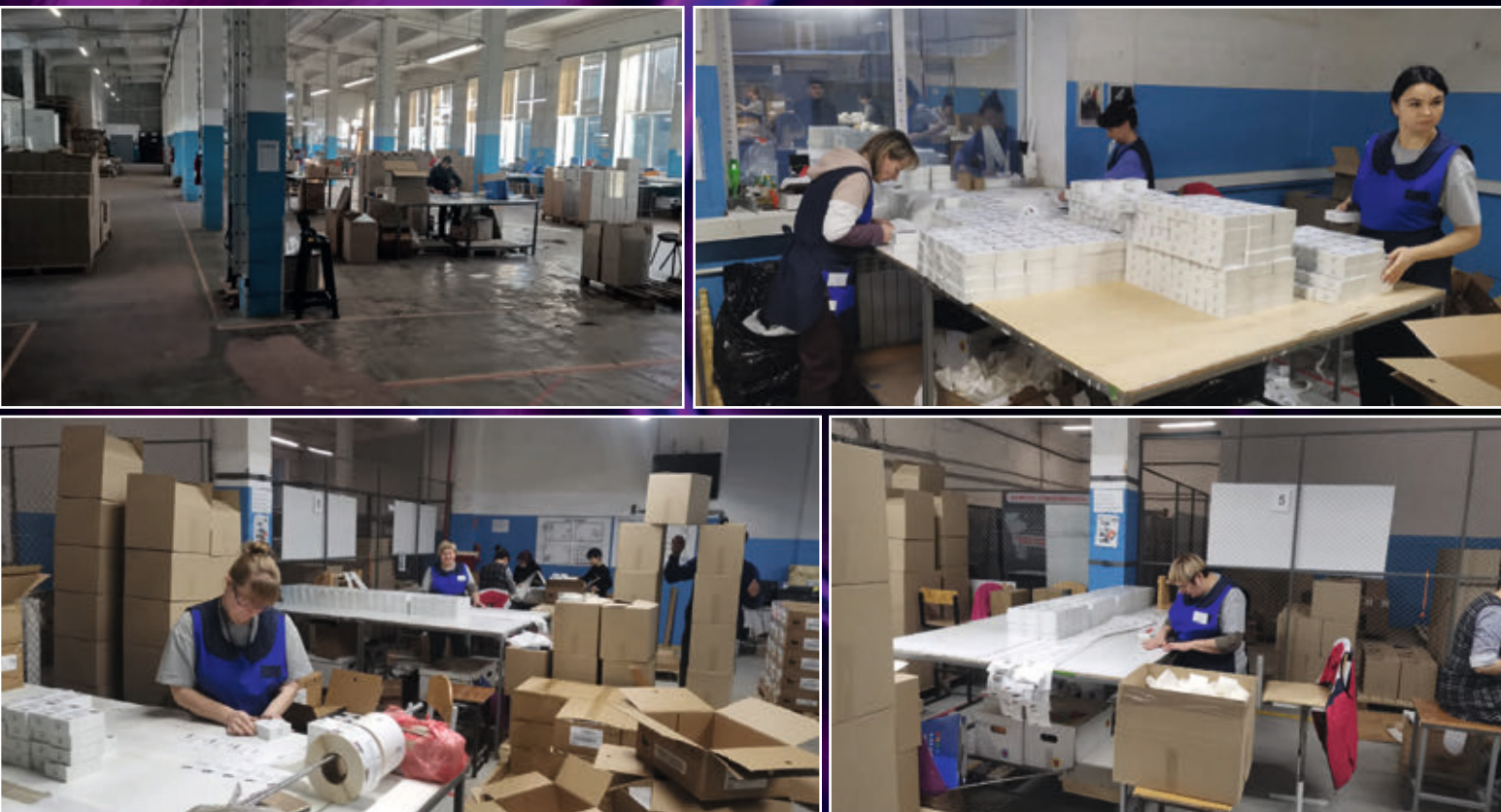
Однако разработать и внедрить стандарт ещё недостаточно. Без своевременной корректировки любого стандарта документ бесполезен. Уровень вовлеченности персонала в этот процесс имеет большое значение: основными инициаторами корректировки должны быть все сотрудники, задействованные в том или ином процессе. Руководство периодически анализирует, насколько хорошо функционирует система управления процессами. Для этого собирается обширная информация о различных аспектах деятельности. Такой анализ проводится, в том числе, на совещаниях, посвященных качеству продукции и взаимодействию подразделений компании. Планируется выпуск периодического Бюллетеня о процессах, связанных с вопросами качества.

Наша компания в июне 2022 года получила утверждённый статус авторизованного поставщика копакинг-услуг с идентификационным номером КЗ от компании Beiersdorf, ведущего немецкого производителя под брендами Nivea. Это действительно важное событие в жизни нашей организации, к которому мы вместе готовились более двух лет.

В июне 2022-го года в результате повторного аудита, компания получила утверждённый статус авторизованного поставщика копакинг-услуг с идентификационным номером КЗ. Это действительно важное событие в жизни нашей организации, к которому мы вместе готовились более двух лет.

Искренне рад за нашу команду и уверен, что впереди нас ждут новые победы и свершения.

Руководитель проекта – Клычмамедов Ата.



Качество – совокупность свойств продукта, услуги или бизнес-процесса, определяющих степень пригодности для использования по назначению; степень совершенства, которыми они обладают.

При оценке уровня качества продукции часто используют понятные термины качественная или некачественная продукция. И хотя в быту это допустимо, специалистам надо помнить, что качественная не всегда значит хорошая, а некачественная продукция, вообще без каких-либо свойств, в природе не существует.

Термин качество продукции иногда используется не как совокупность её свойств и характеристик, а как отдельные свойства и характеристики. Например, когда хотят подчеркнуть высокий уровень качества продукции, говорят, что она обладает набором таких качеств, которые делают её безусловным лидером в своей области. Такое использование термина качество встречается не только при оценке качества продукции. Говорят, например, о выдающихся качествах того или иного человека, обращая внимание на его моральный облик, талант или достижения высоких результатов.

Несоответствие – отклонение от стандарта, спецификации или ожидания. Несоответствия могут быть классифицированы по степени серьезности несколькими способами, хотя типичная схема классификации может иметь от трех до четырех уровней, включая критический, серьезный, серьезный и незначительный.

Управление несоответствиями – деятельность по идентификации, документированию, анализу и исправлению несоответствий, а также уведомлению заинтересованных лиц.

НАШИ ЮБИЛЯРЫ

ОТМЕТИВШИЕ КРУГЛЫЕ ДАТЫ В 2022 ГОДУ



Юлия Деменина



Елена Дудина (Бирич)



Дмитрий Никешин



Андрей Гусев



Надежда Стрельникова

НАГРАЖДАЕМ ЛУЧШИХ

Состоялось вручение наград за успехи в работе и за выслугу лет. В нашем деле — как в спорте: каждый день мы стремимся показать максимальный результат и установить новый рекорд. В конце года мы подвели итоги, и лучшие из лучших получили заслуженные награды. Также памятные подарки и грамоты мы по традиции вручили нашим проверенным временем коллегам — за то, что из года в год остаются верными нашему делу.



По итогам 1-го квартала

Номинация «Лучший менеджер по продажам»

- 1 место – Колмыкова Олеся и группа К
- 2 место – Врублевская Елена

Номинация «Лучший менеджер по производству»

- 1 место – Григорович Светлана и Медведева Вера
- 2 место – Андреева Александра
- 2 место – Гальцов Евгений

Почетных званий «За выслугу лет» удостоились:

Костенич Ольга, Суханов Михаил – 1 год работы в ЛБК, звание «Крепкий орешек»

Зацепина Наталья, Гальцов Евгений, Колмыкова Олеся – 3 года работы в ЛБК, звание «Супермен»

По итогам 2-го квартала

Номинация «Лучший менеджер по продажам»

- Группа НП
- 1 место – Кириченко Дмитрий
- 2 место – Забродина Юлия
- 3 место – Колмыкова Олеся

Номинация «Лучший менеджер по производству»

- 1 место – Гальцов Евгений и Медведева Вера
- 2 место – Григорович Светлана
- 3 место – Андреева Александра
- 3 место – Степцов Игорь

Почетных званий «За выслугу лет» удостоились:

Бирич Елена, Врублевская Елена, Захаров Александр – более 5 лет работы в ЛБК, звание «Золотой будда»

По итогам 3-го квартала

Номинация «Лучший менеджер по продажам»

- 1 место – Группа Z и Варакина Марина
- 2 место – Колмыкова Олеся
- 3 место – Забродина Юлия



Номинация «Лучший менеджер по производству»

- 1 место – Григорович Светлана и Медведева Вера
- 2 место – Степцов Игорь
- 3 место – Гальцов Евгений



Почетных званий «За выслугу лет» удостоились:

- Клименко Олеся – 1 год работы в ЛБК, звание «Крепкий орешек»
- Фёдоров Константин, Соколов Евгений, Гусев Андрей, Анашкина Елена – более 5 лет работы в ЛБК, звание «Золотой будда»

По итогам 4-го квартала

Номинация «Лучший менеджер по продажам»

- 1 место – Группа К и Варакина Марина
- 2 место – Колмыкова Олеся
- 3 место – Врублевская Елена и Михин Александр



Номинация «Лучший менеджер по производству»

- 1 место – Андреева Александра
- 2 место – Григорович Светлана
- 3 место – Степцов Игорь

Почетных званий «За выслугу лет» удостоились:

- Кириченко Дмитрий, Коленов Никита, Степцов Игорь – 1 год работы в ЛБК, звание «Крепкий орешек»
- Носырев Антон, Варакина Марина, Юдаев Александр – 3 года работы в ЛБК, звание «Супермен»
- Шилина Александра, Новиков Юрий, Игонина Юлия, Федченко Роман – более 5 лет работы в ЛБК, звание «Золотой будда»



По итогам 2022 года

Номинация «Лучший менеджер по продажам»

- 1 место – Колмыкова Олеся
- 2 место – Варакина Марина
- 3 место – Кириченко Дмитрий



1 МЕСТО

Номинация «Лучшая Клиенская группа»

Группа К.

Номинация «Лучший менеджер по производству»

- 1 место – Григорович Светлана
- 2 место – Степцов Игорь
- 3 место – Гальцов Евгений



2 МЕСТО



1 МЕСТО



2 МЕСТО



3 МЕСТО



3 МЕСТО





НОВЫЙ ГОД В ГОСТЯХ У СКАЗКИ

В волшебную ночь ЛБК Маркетинг Про совершил настоящее чудо.

Коллектив ЛБК Маркетинг Про из раза в раз доказывает, что невозможное возможно. Благодаря сплоченной работе мы реализуем проекты, о которых раньше и не мечтали. В преддверии Нового года мы превзошли сами себя и на невидимой машине времени отправились прямоком в беззаботное детство — туда, где сказка стала реальностью.

На протяжении многих лет в конце декабря вся наша команда собирается вместе, чтобы с размахом встретить Новый год и смело открыть дверь в будущее. Минувший год был непростым во многих отношениях. Однако мы с успехом прошли через все испытания и в очередной раз доказали, что любое чудо возможно, если поставить правильную цель и уверенно идти ей навстречу.

В праздничный вечер наш коллектив решил забыть про все условности и от души повеселиться. Даже самые серьезные руководители компании позволили себе вспомнить детские годы и сыграть роли волшебных героев из любимых сказок.

Действо проходило в уже полюбившемся нам ресторане «Сахар». В этот раз мы решили сделать праздник своими руками – ведущими вечера выступили великолепный старший менеджер по работе с клиентами Александр Михин и прекрасная HR-фея Юлия Игонина.

В начале новогодней сказки Юрий Владимирович поздравил весь коллектив с наступающим праздником и пожелал команде новых достижений в 2023 году.





Весь вечер сопровождался приятными сюрпризами. По традиции мы провели розыгрыш «Тайный Санта», и каждый сотрудник получил памятный подарок к Новому году от своего неизвестного коллеги.

Буквально с самого начала представления всех ждал первый сюрприз, под руководством нашего режиссера сценки Елены Дудиной. Роль зимнего волшебника блестяще исполнила старший менеджер по работе с клиентами Наталья Зацепина, а его внучку искрометно изобразил старший менеджер по работе с производством POSM Роман Федченко. Дуэт не только поздравил собравшихся с наступающим праздником, но и заставил от души посмеяться, исполнив новогоднюю песню из мультфильма «Ну, погоди!».

Дальше в дело вступили «коварные» Бабки Ежки с верными помощницами — избушками на курьих ножках. Персонажи подарили отличное настроение, развеселив всех забавными частушками и танцами.

Также было любопытно угадывать коллег, просматривая слайд-шоу из детских фотографий. Конкурсы, танцы и превосходные угощения создали неповторимую атмосферу.

Не обошлось и без таинственных русалок, которые как будто специально заглянули к нам на вечер из знаменитой сказки Пушкина только для того, чтобы похитить царя из Тридесятого царства. Но все закончилось благополучно — ведь царем оказался наш генеральный директор Юрий Владимирович Кондратьев. А он уж точно не собирается покидать свое «царство» — ЛБК Маркетинг Про.

Присоединяемся к поздравлениям и желаем всем нам оставаться стойкими, уверенными в себе, целеустремленными и позитивными — тогда в новом году всех нас будут ждать много настоящих чудес!





Дорогие друзья и коллеги, будем рады получать ваши пожелания, комментарии и предложения по материалам для последующих выпусков корпоративного журнала

**ДО НОВЫХ
ВСТРЕЧ!**

Ваша редколлегия

В
З
Л
Р
О
Т