

4

ОСНОВНЫЕ ОШИБКИ ПРИ ЗАКАЗЕ ПОДАРОЧНЫХ КОРОБОК

«Я благодарен редакции журнала «Лидер МАПП» за предоставленную возможность поделиться своими мыслями и наблюдениями, связанными с проблемой взаимоотношений заказчик — производитель подарочной упаковки. Осознание этой проблемы значительно сократит время и нервы, потраченные на выпуск столь нужной для всех продукции». — Сергей Телегин, генеральный директор ООО «Стильная упаковка»



Главное и наиболее распространенное заблуждение, которое является самой первой и основной ошибкой:

1 Сделать коробку просто

Общераспространенное восприятие этого процесса по простоте действия находится где-то на уровне «завернул в газетку и пошел». Но в том-то и дело, что вам не надо «в газетку». Ведь в коробку вы будете укладывать самую уникальную продукцию на свете — вашу продукцию (либо будете дарить в этой коробке-подарки ТАКИМ ЛЮДЯМ). В общем, все должно быть красиво, стильно и, часто, очень необычно. Да, и главное — выглядеть БОГАТО. Завтра сделайте образец, а послезавтра запускаем, ну... недели вам хватит?

Вам-то, может, и хватит, а нам нет, потому что возникает много вопросов.

1. Тип коробки, которую вы желаете изготовить, стандартный (варианты можно посмотреть на нашем сайте <http://www.upakstil.ru/> в разделе «коробки по конструкции»; перечень пока неполный, но мы его постоянно пополняем), или вам нужно что-то новенькое.

2. Материалы, из которых будет сделана коробка. Виды персонализации и места их нанесения. Привязки полиграфии или персонализации будем делать потом по нашим чертежам.

3. Вид ложемент (ложемент — это то, в чем ваше изделие лежит внутри коробки). Вариантов много: от вообще ничего — до выклеенных кожей или бархатом индивидуальных лоточков, иногда пухленьких, иногда не очень, с деревянными вставками и другими наворотами.

4. Размер коробки. Он зависит от размера изделия (или изделий), которые там находятся. Не ленились привезти образец. Это сэкономит ваше время и деньги, потому что ваши попытки измерить изделие офисной линейкой не дадут правильный результат. Линейки, которыми пользуются в кабинетах, не обладают точностью. Зачастую нужен опыт, а иногда и специальные приспособления, чтобы снять размеры правильно. Хорошо если известны технические (инженерные) размеры изделия. Это значительно упростит задачу.

Вы спросите, зачем нам нужны точные размеры? В первую очередь, они нужны вам. Вы же хотите, чтобы ваша продукция не болталась в коробке, входила в ложемент плотно или немного свободнее. Кроме того, чем больше коробка, тем она, соответственно, и дороже, а вам это надо? Следующий этап — тираж и сроки. У вас через неделю презентация нового продукта, во время которой нужно подарить этот продукт сотне-другой VIP (и не очень VIP) партнеров, а достойной упаковки нет. Ну что ж, вам можно только посочувствовать — ее у вас не будет, потому что вы совершаете следующую серьезную ошибку:

2 Упаковку можно сделать быстро

Быстро, как мы уже говорили, можно завернуть в газетку (как в советское время) или в пакетик (по современному). Так что первый, кто начнет срывать сроки, — это вы сами. Выбор конструкции, разработка дизайна и фирменного стиля, утверждение всего этого у ЛИЦА, ПРИНИМАЮЩЕГО РЕШЕНИЕ, занимает на удивление много времени: от трех до семи дней в самых простых ситуациях, до года — в масштабных.

Следующий шаг — изготовление образца. Если вы предусмотрительны и делаете заказ не в сезон, прибавьте еще 2–3 дня, если в сезон (то есть практически в последний момент), срок может растянуться до двух недель — очередь. Затем опять утверждаем. У кого? Правильно, у ЛИЦА, ПРИНИМАЮЩЕГО РЕШЕНИЕ, либо на коллегии, что одно и то же, так как ОНО или кворум, будет на работе дней, ну, допустим, через пять. И дай Бог чтобы не было больше никаких высочайших указаний, иначе все начнется сначала.

Наконец, все утверждено, и можно приступать. Но пока мы увлеченно занимались утверждениями и согласованиями, выбранный вами материал для обтяжки коробок закончился на складе у поставщика. Теперь или замена с повторным согласованием (см. два предыдущих абзаца), или ждать, когда привезут нужный материал, что может занять от одного до полутора месяцев. Хорошо если вы предусмотрительно заложили сроки с учетом суворовской мудрости: «Гладко было на бумаге, да забыли про овраги, а по ним ходить». А если времени нет и срок сдачи заказа сдвинуть невозможно?

Далее, надо завезти требуемые материалы, изготовить оснастку для вырубки материалов, клише и сетки для персонализации, заготовить полуфабрикаты, начать сборку, сделать персонализацию и упаковать. Почему вы думаете, что на каждый из этих этапов требуется меньше времени, чем вы тратите на согласование одного оттиска логотипа?

Часто заказчик полагает, что за его деньги производитель сделает то, что ему скажут, и в те сроки, которые ему укажут. Увы, применительно к производству это не работает. Есть технологический процесс, где каждая операция занимает определенное время: либо ее не сделать быстрее, либо ускорение может привести к резкой потере качества. Отсюда вытекает следующая ошибка, третья:



3 У нас коробки (да и вообще ничего) не умеют делать

К сожалению, это мнение идет с самого верха и проникает все слои нашего общества еще с советских времен (хотя, по прошествии времени, думаю, многие понимают, что не все товары советского периода были плохи, но мнение вот осталось). Умели и пока умеют делать все, но это тема другой статьи. Хотя, конечно, бывают сбои и со стороны производителя. Несколько раз у нас возникали проблемы из-за некачественного клея. Пока разобрались, тираж пришлось отправить в брак. Иногда требуется замена покровного материала (нужного не оказалось), а штанцформы сделаны под планируемый — это тоже приводит к проблемам качества. Можно удивляться, но банальный эффалин при намазке клеем ПВАпри длине в 500 мм может давать растяжение до 2 см. Причем степень линейного расширения зависит от цвета и не всегда стабильна от партии к партии. Но все ошибки упираются в главную — надо сделать быстро! Говорим заказчику: «Дайте коробкам просохнуть пару дней, иначе их поведет», — нет, давайте быстрее! Через пару недель звонит — коробки повело. Так, оказывается, у вас было время! Что ж вы и себе и нам нервы мотали на пустом месте?

4 У нас в России очень дорого. Сюда же: сделайте мне тоже самое за те же деньги

Здесь мы не будем касаться темы политики нашего правительства по развитию производственных предприятий. Кто понимает, тот понимает, а кто не понимает — тем советуем.

Вы купили красивую коробочку на Диком Западе (или Востоке) и хотите такую же и за те же деньги сделать здесь, у нас. А мы вам объявляем цену от двух до пяти раз дороже! Не надо эмоций, никто не хочет на вас нажиться самым наглым образом. Просто там, кроме другой экономической политики правительства, эти коробки выпускаются миллионными тиражами. А мы с вами обсуждаем тираж от 100 до 100 000 штук. Соответственно, оснастка, приладка, материалы и так далее. Но это так, на поверхности, а в глубину лучше и не лезть — не наша тема.

К сожалению, надо заканчивать. Очень хочется надеяться, что эта краткая статья поможет вам в дальнейшем не тянуть до последнего, не давать примерных размеров (примерные размеры — это примерная цена, которую вы заложите в бюджет), правильно рассчитывать время на утверждение и производство коробок. Лучше от этого будет всем.

С уважением, Сергей Геннадьевич Телегин,
генеральный директор ООО «Стильная упаковка»
+7(495)775-86-83

www.profsuvenir.ru

подарки к профессиональным праздникам,
папки, наградные доски

www.upakstil.ru

разработка и производство подарочной упаковки

