

1. Статьи на интернет-порталах.

9 отличных возможностей, которые откроются благодаря использованию маркетинговых данных



Использование анализа маркетинговых данных, безусловно – один из главных факторов роста продаж. Но в России такой анализ часто делается очень формально. А ведь он может оказаться решающим фактором успеха, способен предотвратить серьезные неудачи в бизнесе, которые у нас, увы – не редкость.

1. Сегментация.

Обязательно нужно сегментировать потенциальный рынок, выделяя и группы ваших потенциальных клиентов и то, из каких элементов в целом он состоит. Не сделаете это: будут ошибки вроде попыток продать некачественный дешевый товар самым солидным клиентам или очень дорогой – в сельской местности. Для каждой группы потребителей могут подходить только определенный товар и свои методы продвижения. И это не так просто: формальное деление потребителей на группы по возрасту, полу, доходу, региону и другим обычным для сегментации признакам нередко приводило к провалам кампаний по продажам, ведь здесь действует очень много сложных закономерностей.

2. Продающая страница.

Ваш сайт должен быть продающим. Сейчас это понятно почти всем, но далеко не каждый делает действительно продающие страницы, под которыми чаще понимается одностраничный сайт. Кто-то думает, что сайт и сам по себе уже – великое достижение и в любом случае будет способствовать росту продаж, у кого-то нет денег и времени, другие пытаются заниматься продвижением сайта как умеют и удивляются, почему продажи не растут.

Потенциальный покупатель должен заинтересоваться вашей страницей, увидев там и продающие тексты, и подходящий ассортимент, и скидки и акции, и гарантии качества, отличного обслуживания, и хорошие отзывы и, конечно, удовлетворяющую его цену.

3. Социальные сети.

В России значимость социальных сетей поняли практически все. Но работа там чаще всё равно – почти формальность. Посты размещаются просто, чтобы «что-то было». Часто это делается время от времени, то есть раз-два в месяц. Продвижение тоже организуется кое-как. В результате социальная сеть – та же формальность что и неудачный сайт. Они есть и только. Продажи от их присутствия не растут. А работа должна быть ежедневной: изучайте социальные сети, создавайте сообщества, увеличивайте число подписчиков, пробуйте новое, оригинальное, привлекающее внимание, пишите интересно и забавно, используйте видео и лучший дизайн, зарабатывайте лайки как только можно.

4. Скидки, акции.

Конечно, потребителю нравятся скидки, в том числе скидочные купоны, акции. Многие, особенно женщины, просто охотятся за этими возможностями снижения цены. Поэтому никогда не опускайте руки. Ваши скидки и акции должны не только постоянно меняться, но и удивлять потребителя, что в современных условиях уже непросто. Ищите примеры хороших скидок и акций, придумывайте свои, иначе вы не сможете опередить конкурентов. Да, скидочные кампании могут и не получаться, удача не всегда приходит сразу. Снова и снова пробуйте другие варианты. Хуже всего, если Вы после первой же неудачной кампании навсегда решите, что все эти стимулирующие методы никуда не годятся.

5. Ремаркетинг и ретаргетинг.

Они позволят вернуть внимание потенциального покупателя, который почему-то не купил Ваш товар, хотя, например, зашел на сайт. Обычно под ремаркетингом понимают баннерную рекламу в Google Adwords, которая появляется перед потребителем после посещения им сайта. Ретаргетинг в Яндекс.Директ позволит потенциальному потребителю остановить внимание не на всей рекламной кампании, а на отдельном объявлении.

6. Рассылки.

Рассылки по электронной почте или с помощью SMS тоже помогут в завоевании потребителя. Они работают далеко не всегда: изучите теорию и практику рассылок, нужно подготовить всё как следует, рассылки могут быть нацелены как на поиск новых потребителей, так и на удержание уже купивших Вашу продукцию. Хорошо подготовленная рассылка всегда работает, пусть даже доля потребителей, реагирующих на эти послания, невелика.

7. Лучшее время.

Лучшее время для активности в «Фейсбук» - четверг и пятница. В эти дни большинство думает о покупках в выходные или уже идет в магазины. В выходные многие также работают в социальных сетях. Важно и время дня: особенно много людей в «В контакте» в обед и после восьми вечера. И в разных социальных сетях свои закономерности. Следите и за временем года: сезонность в России выражена едва ли не для всех товаров и услуг. Не стоит упускать праздники, когда объемы покупок могут увеличиваться в разы.

8. Реклама в интернете.

Лишь небольшой процент потребителей считает, что баннерная и иная реклама в интернете обращена именно к ним. Данные о том, как действуют на потребителя разные виды этой рекламы, часто очень помогают в завоевании рынка. Нет единых рецептов для каждого товара или услуги, нужно суметь подстроиться под потребителя, предложить именно тот вариант рекламы и по тому каналу, который наиболее подходит. Контекстная реклама – наверное, самый сложный момент в завоевании потребителя, но в России ей уже пользуется или хочет использовать абсолютное большинство компаний. Очень важно не ошибиться в подборе ключевых слов, выборе правильной стратегии рекламы, тем более что этот вариант наиболее затратный.

9. Поисковая оптимизация.

Поисковая оптимизация или работа по улучшению позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем для роста его посещаемости и показателей конверсии многими рассматривается как самое важное направления в деле увеличения продаж. Не всегда это так, но отличный, постоянно развивающийся сайт, на который часто заходят потребители, сайт с высокими показателями конверсии – мечта каждого предпринимателя. Доверьте эту

работу профессионалам по SEO: она достаточно сложная и требует регулярного анализа ситуации, много времени, постоянной работы.

Динамика развития рынка розничной торговли: да будет рост.

За последние десять лет розничная торговля в России как, впрочем, и вся экономика, пережила и подъемы и спады.

Кризис 2008-2009 годов существенно уменьшил темп роста рынка, последовавшее затем падение цен на нефть и газ вместе с введенными против России санкциями вновь привели к уменьшению темпов роста розничного рынка, впрочем, как очевидно показывает график, в фактических ценах обороты продолжали расти, проблемы становились заметными лишь при анализе в сопоставимых ценах, то есть за вычетом инфляции. Именно такой анализ является более правильным, ибо в значительной степени исключает инфляционный фактор. А сам ретейл как всегда заметил проблемы много раньше аналитиков: просто покупать стали меньше.



Если это можно узнать, это можно узнать в



ASK@2CIPR.RU

+7 (495) 648-69-09

+7 (812) 448-07-27

В 2016 году по сравнению с предыдущим негативная динамика отрасли ослабела. В 2015 году сокращение объемов рынка в сопоставимых ценах, правильно отражающих динамику, составило 10 процентов, в 2016 году уменьшение составило лишь 5 процентов. В 2017 году темп уменьшения объемов розничной торговли замедлился и перешел в рост. Отмечают и то, что динамика ретейла в течение 2017 года существенно отличается от двух предыдущих лет, когда были заметны понижающая и неопределенная тенденции соответственно. В 2017 году улучшился индекс предпринимательской уверенности.

Выйти на прежние показатели мешают низкая покупательная способность населения и в целом медленное развитие экономики, показатели развития которой в последние годы заметно ухудшились. Государство пока не смогло поддержать уменьшающийся спрос.

Непосредственными причинами снижения значений показателей объемов рынка стали уменьшение реальных доходов населения, общее ухудшение ситуации в экономике. Всё это было закономерным и так же ожидаем сегодняшний подъем. Постепенно растут доходы населения, работает программа импортозамещения, улучшается маркетинг в ретейле, в частности все больше скидок и акций. Бурно развивается рынок интернет-торговли, который в ближайшие годы по некоторым прогнозам даже станет доминирующим. Развитие в отрасли никогда не стоит на месте, чаще она впереди всех, тем более в сложных условиях, когда конкуренция всё жестче.

Все эти тенденции «спад-подъем» совершенно закономерны, в них нет ничего противоречащего прописанным в учебниках унылым экономическим постулатам. В ближайшие годы прогнозируется рост объема рынка, по прогнозу ВЭБ, в 2018 году оборот розничной торговли вырастет на 1,6 процента, рост прогнозируется и до 2020 года, эксперты предвещают увеличение темпов развития рынка, хотя уже давно предсказанный очередной мировой циклический кризис может перечеркнуть и это. Цена на нефть постепенно растет, государство стремится поддержать позитивные процессы в экономике, покупатели всё активнее, а ретейлеры всё опытнее и стоически переносят и ожидаемые и неожиданные спады рынка.

К тому же розничная торговля в любой стране всегда легче переживает макроэкономические проблемы и заметно быстрее промышленности выходит на новые рубежи для старта великих побед. Это же наблюдается и в России.

2. Рерайт для постов и для сайта (сделан рерайт десятков статей).

Стоит ли есть апельсиновую кожуру?

Елена Малышева в своей телепередаче утверждает, что это очень полезно. Вместе с тем многие, кто всю жизнь ест апельсины и мандарины без кожуры, явно ощутили себя несколько неудобно. Не всякий захочет есть кожуру апельсина, которая в общем конечно выглядит не очень съедобно и на вкус скорее напоминает душистую тряпку.

На самом деле специалисты действительно рекомендуют есть кожуру апельсинов, так как она в смысле содержания эфирных масел полезнее чем сама мякоть и стабилизирует сон. В кожуре много витамина С, утверждают, что она улучшает пищеварение, содержит антиоксиданты и не только.

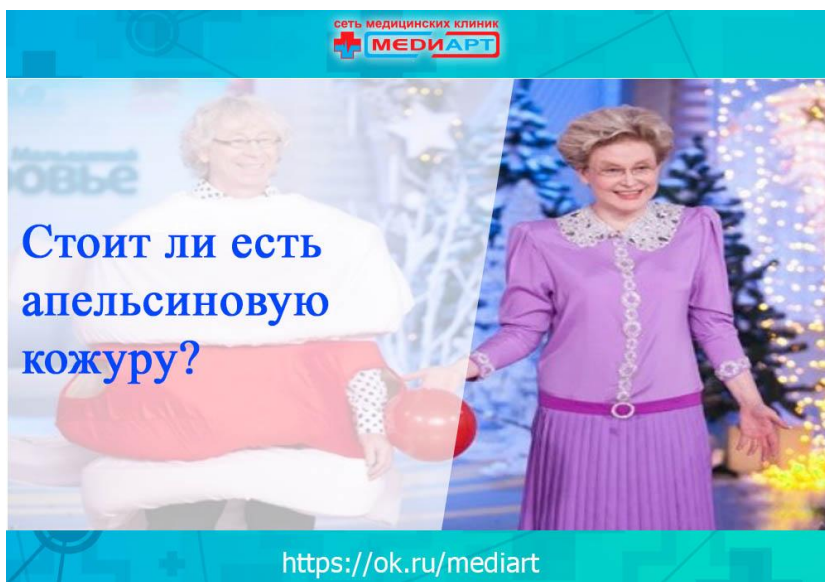
Вместе с тем не секрет, что не у всех одинаково здоровые желудки. То есть люди с гастритом и даже болевшие им в прошлом, с прочими пусть даже слабыми желудочными проблемами скорее всего не испытают комфорта, прожевав апельсиновую кожуру.

При чрезмерной кислотности желудка и гипотонии кожа тоже скорее повредит. При расстройстве кишечника да и других болезнях есть цедру не рекомендуется.

Наконец, многим это просто кажется неэстетичным.

Тем не менее из апельсиновых корок можно сделать цукаты, настойки, заваривать чай из сушеных корок и не только. То есть использовать кожуру и можно и нужно.

Просто наверное стоило бы столь заметному врачу и известной телеведущей, заявляя о том, что нужно есть кожуру апельсина, добавить, что это относится не ко всем и уж конечно – если не нравится: не ешьте.



100 % уникальности.

Отделка дома своими руками.

Каждый хочет сделать ремонт и отделку самостоятельно. Во - первых это удобнее. Во - вторых дешевле. Наконец, не все хотят связываться с чужими людьми, которые придут, намусорят и намажут, обматюгают как следует да еще не дай бог и украдут чего.

Сначала черновая отделка, то есть проведение коммуникаций, выравнивание всех поверхностей.

Потолки можно белить, красить или устанавливать натяжные. Обычно выбирают побелку или покраску. Натяжные сами вряд ли сделаете. Два первых варианта сравнительно простые и недорогие.

Для оклейки обоями не забывайте, что нельзя клеить в холоде или в жаре, сквозняки нежелательны. Обои не высохнут и поползут сверху вниз жуткими горгульями.

Для укладки плитки: не кладите плитку на раствор, кладите на клей.

Если отделяете стены гипсокартоном или панелями, выравнивать стены не нужно.

Финальным этапом битвы за ремонт обычно становится укладка напольного покрытия. Ламинат может прослужить до 40 лет, линолеум даже больше. Кстати, их можно положить даже в ванную и туалет, только лучше выбрать влагостойкий вариант. Линолеум лучше положить на клей, но можно и вообще не клеить. Только при плохой укладке он будет иметь помятый вид. Впрочем для прочного толстого линолеума это не опасно.

Не выбирайте скользкую плитку особенно для ванной. Или тогда при входе надевайте коньки.

Для наливного пола заранее выровняйте пол: уменьшится расход смеси.

Не забывайте, что на пол можно положить не очень дорогой сейчас паркет, более дорогие пробковое покрытие, декоративный камень и даже стекло. Всё это доступно и вполне по силам средней семье.

Общие рекомендации таковы:

Сделайте расчет затрат материалов на Ваши площади

Покупайте материалы с небольшим избытком.

Изучайте опыт хотя бы вот по таким сайтам. Иначе плитка, уложенная от двери принесет вам много удовольствия, когда в середине кухни придется укладывать ее обрубки.

Внутренняя отделка своими силами — наверное не пытка и не Дантов ад, но в общем вещь не самая простая и приятная. Можете делать всё это самостоятельно. Но вы потратите не меньше 10 000 рублей и массу сил и нервов. Если вы закажете полный ремонт с отделкой бригаде отделочников — а тарифы у них довольно скромные — вы за куда более короткий срок получите часто заметно более высокое качество ремонта, иногда даже экономию на материалах и в конечном счете с высокой степенью вероятности убедитесь, что ремонт за 30 000 рублей вполне стоил того. Возможно главное здесь — экономия собственных сил и времени.

Да, и не очень доверяйте таким рекомендациям по ремонту как у нас. Порой такое напишут. И чуть не забыл — наши рабочие не матерятся и не курят. Вот так !

Подросток перед экраном.

Родители не зря переживают, что их ребенок целый день, а иногда и часть ночи сидит перед экраном компьютера, ноутбука, планшета или смартфона. Но не стоит и перегибать палку.

Английские и американские исследователи тоже не теряют времени и изучают эту проблему.

Британский доктор Прибилийский пришел к выводу, что не стоит преувеличивать.

По его выводам, подростки были «психически благополучны» при общем времени работы с компьютером или планшетом около 3-4 часов в день в основном при компьютерных играх, развлечениях со смартфоном, просмотре фильмов и мультфильмов.

Вот если больше этого времени, тогда взрослым то есть родителям нужно залезать на «Биг Бен» и бить в колокола, если они там конечно есть.

Кстати, не секрет, что те же взрослые в выходные дни могут по 12 и более часов смотреть телевизор или сидеть за компьютером.

По мнению исследователя дети таким образом могут включаться в социальную жизнь и развивать свои таланты.

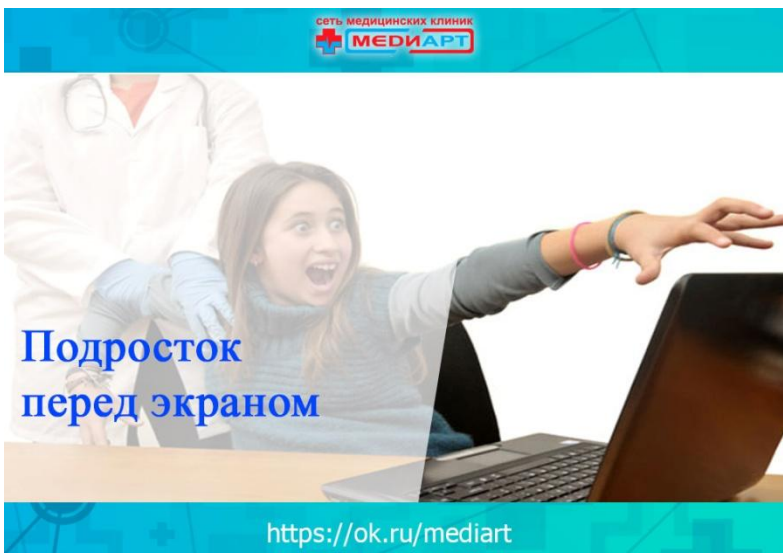
С ним солидарна Американская академия педиатрии.

Просто следите за детьми. – говорят они: Сон, школа и общение должны быть во главе угла. Только потом – цифровые игрушки и все прочее на экранах.

Они же советуют родителям внимательнее следить, чем именно в цифровом мире занимаются дети и разделять с ними некоторые развлечения например игры.

И очень важно, чтобы ребенок был физически активным, не заках за экраном как сожженное на солнце растение.

Как всегда всё гениальное довольно просто.



Кто сколько спит.

Австралийские и американские учёные изучали среднюю продолжительность сна в разных странах мира.

В России в среднем спят 9 часов 20 минут. Обычно время отбоя 22.43 и подъема – 07.54.

Меньше всего спят никогда не устающие японцы – всего 7 часов с небольшим.

Самые большие сони живут в Аргентине – 10 часов с лишним.

В США спят в среднем 8 с половиной часов в день.

В Европе и Южной Корее спят примерно по 8 часов 50 минут ежедневно.

При этом выявили и динамику сна: всё меньше спят в Европе, всё больше в Китае и других странах Восточной Азии. В США изменений почти не замечено.

Известно, что человек должен спать от 4 до 8 часов в день, но оптимальным считается около 7-8 часов сна. Впрочем, как видно из данных ученых, это мало кого волнует.

Замечено и то, что от недостатка сна не умирают, хотя постоянный недосып может плохо влиять на здоровье. Но и от «пересыпа» еще никто не умирал. Впрочем, организм каждого человек построен по-своему и сон – уникальный механизм, который сам регулирует возможности нашего тела и мозга.

100 %

Шкаф-купе с витражами.

Шкафы-купе с витражами в России в последние годы становятся всё более популярными. И это никого не удивляет: такие шкафы действительно красивы. Они создают то высшее ощущение торжественности, великолепия и радости, какое вообще может произвести на первый взгляд обычная мебель для одежды. Владелец такой мебели становится хозяином крошечного музея, его и только его, единственного в мире.

Почему всё чаще выбирают шкафы-купе с витражами.

Во-первых, это просто красиво. Шкаф-купе с витражами чаще всего имеет редко встречающийся, иногда - индивидуальный дизайн, а это всегда - особая радость для любого владельца маленького произведения мебельного искусства.

Шкаф-купе с витражами в прихожую — это лицо вашей квартиры. Любые гости скорее всего сразу же будут восхищены красивым шкафом с витражным стеклом. Такие шкафы также часто

размещают и в детских и в спальнях. Здесь они тоже обычно являются самым главным украшением комнаты, отчасти превращающим её в пусть небольшой но ваш собственный дворцовый зал.

Шкаф-купе с витражами от производителя можно купить достаточно недорого, а ведь это — действительно красивая вещь. Еще недавно такие шкафы стоили очень дорого, лишь сейчас цены на них стали сравнительно невысокими. И эти деньги стоит заплатить: такая мебель стоит того.

Шкафы-купе обычно предпочитают те, кто живет в небольших квартирах и вынужден просчитывать тот вариант расположения мебели, при котором можно будет свободно передвигаться и не повреждать другую мебель, не удариться, например, при открывании дверей. Двери таких шкафов раздвигаются, поэтому их в отличие от мебели с распашными дверями можно поставить за дверью или в тесном коридоре. При этом зеркала на дверцах шкафа позволяют визуально увеличить площадь помещения. Вот почему популярность этой мебели за последние десятилетия во всем мире быстро росла.

Наши шкафы-купе.

Мы производим и продаем шкафы-купе, в том числе встроенные, с пескоструйными рисунками, которые нанесены на зеркальную и стеклянную поверхности. При этом вы можете выбирать из десятков вариантов черно-белых и цветных рисунков. Среди них и рисунки из деталей различных растений и виды известных городов мира, например, Эйфелева башня и Биг Бен в Лондоне, оригинальные сюжеты из современной жизни, например, встреча в кафе, забавные кошки и гномы, парусные корабли и стилизованные японские и китайские гравюры, экзотические животные и даже знаменитое фото Че Гевары.

Витражи могут быть и небольшими, малозаметными и интересными всю поверхность зеркала или стекла. Могут занимать лишь края поверхности стеклянных дверей. Есть варианты узора, когда рисунок еле просматривается и, когда он своими размерами и выразительностью сразу привлекает внимание. Часть рисунка может быть матовой. Все смогут выбрать то, что им нравится.

Помимо эстетической привлекательности, шкафы-купе с витражами имеют и другие чисто функциональные преимущества: так, витражи не блёкнут, их просто нужно иногда протирать. Зеркальное стекло для витражей всегда более прочное, чем обычное. Даже брошенный ребенком мяч не разобьёт стекло. Использование такой мебели в детских считается возможным.

И трёхдверные и двухдверные шкафы-купе из серии «Концепт» очень удобны внутри. Здесь предусмотрено множество полок и пространство для того, чтобы повесить платье или костюм. Возможны варианты с наличием или отсутствием пространства для вещей на вешалках, различным количеством полок и штанг. Кроме того по выбору клиента в шкафах могут быть предусмотрены выдвижные ящики и дополнительные штанги для вещей, даже специальная подсветка. В углах шкафа можно предусмотреть расположение угловых полок. Предоставляется большой выбор расцветки корпуса шкафа и цвета профилей для движения дверей.

Глубина шкафов-купе варьируется от 40 до 60 сантиметров, то есть они не должны мешать даже в самых малогабаритных квартирах. И действительно по отзывам потребителей эти шкафы очень удобны.

Обычно в таких шкафах хранят одежду, но иногда они используются и для хранения других вещей: книг, посуды, видео- и аудиоаппаратуры. Иногда в шкафы-купе монтируют и такую технику как телевизор, микроволновую печь и даже холодильник.

Иногда шкафы-купе используют как перегородки в комнатах и даже для замены стен между комнатами.

Такие шкафы-купе на первый взгляд не всегда могут подойти к интерьеру квартиры. Но в большинстве случаев есть возможность выбрать из многочисленных вариантов рисунка витража. Практически всегда можно подобрать именно тот вариант, который подходит к обстановке данной квартиры.

Пескоструйная технология не так уж сложна и наши шкафы-купе лишь немного дороже, чем обычные. Вместе с тем восприятие мебели сразу меняется. Она становится пусть маленьким, но художественным произведением, которое будет принадлежать именно вам, украшать как раз вашу квартиру.

100 %

Отделка фасадов.

Отделка фасадов — это работа высшей категории ответственности. По словам Де Кюстина Россия — страна фасадов. У нас всегда принимают по платью, поэтому хороший фасад — обязательное правило. Кстати, за ним может прятаться ужасный дом с жуткой внутренней отделкой.

В основном при этом используются традиционный кирпич, сравнительно молодой сайдинг, камень, мозаика, лепнина, керамика, декоративная штукатурка и сэндвич - панели. В общем далеко не всё. Мировое разнообразие просто изумляет.

Если Вы заказываете отделочные работы как правило для своего дома или коттеджа обратите внимание не только на этажность и архитектуру, но и на прочность несущих конструкций, влажность воздуха.

Лучше быть оригинальными. Ведь отделать дом как все — это банально. А фасад — настоящие лицо дома и вне всяких сомнений — Ваше лицо.

Что сейчас в моде при отделке фасадов ? В общем та же штукатурка плюс кирпич плюс реже побелка с плиткой, по - прежнему част сайдинг, декоративная штукатурка и керамогранит. Но в общем медленно возвращается мода на лепнину плюс небольшие подвижки в сторону натурального облицовочного камня, в том числе известняка. Всё более в моде отделка деревом. В качестве последней моды — покрытие всего фасада искусственным газоном, металл с полимерным покрытием и даже стекло.

То есть мода всё же медленно но верно клонится в сторону наиболее художественных вариантов, скорее старых (до середины прошлого века), скорее западноевропейских, скорее дорогих чем дешевых. Но это мода. Она требует жертв. И все же нельзя сказать, что она не знает пощады. Следуйте моде пусть в рамках разумного. И Вы найдете своем место в жизни.

Специфика этого вида отделки в том, что ее не стоит делать самостоятельно. Слишком ответственная работы, очень важно сделать качественно, часто слишком трудно освоить технологии ну и еще пара моментов, через которые Вам никак не переступить.

Между прочим серьезная проблема — отделывать так же все стены дома или только одну. Нередко из - за высокой стоимости отделки фасада другие стены остаются много более

скромными и даже специально маскируются за высаженными рядом деревьями. Но в общем это конечно не очень солидно, но вполне допустимо.

Тем не менее, даже если Ваш бюджет не позволяет отделать фасад карельским гранитом или каррарским мрамором — не огорчайтесь. Великолепная отделка художественным кермогранитом или недорогим ракушечником будет смотреться ничуть не хуже. Единственная проблема — служат они куда меньше. Подлинный гранит будет служить вечно, точнее даже всегда. Но ведь мы не вечны. Поэтому огорчаться из-за фасада дома — пустое занятие. Не нужно огорчаться — нужно выбирать вариант.

100 % уникальности

Арабские страны – это вообще царство запахов, ведь в жарком климате, среди продуваемых морскими ветрами песчаных барханов все запахи становятся острее, чище, ярче и тоньше. Они охватывают вас и уже не отпускают никогда, к ним хочется вернуться снова и снова как в детство, как в лучшее время всей жизни, как в любовь. И эта косметика натуральная, она не содержит химии, она экологична и безопасна, она привлекает так как только может и даже больше. Именно поэтому магазин натуральной косметики – то место, где все смогут найти лучшее, самое надежное и безопасное и в то же время уникальное, экзотическое, яркое, привлекающее всех и как никогда отличающее вас от других.

Производства натуральной косметики в арабских странах существует сотни лет и никто никогда не слышал о ней плохого слова. Да, химия позволяет бесконечно варьировать диапазон запахов, но ведь человек – не робот, ему приятнее всего натуральные ароматы, особенно, если они рождены среди песков и гор, мифических городов и парусных лодок, всадников и ароматов тропических цветов.

Многие пробовали натуральную косметику арабского происхождения, плохих отзывов практически нет, ведь люди всегда ценят именно настоящее, оригинальное, рожденное природой и мастерски использованное человеком.

И скорее самое лучшее сочетание это - натуральная косметика интернет магазин. Ведь здесь вы сможете купить косметику по самым низким ценам, с использованием скидок и акций, что сыплются из кувшина Гарун-аль-Рашида и расстилаются бесконечным ковром-самолетом. Ассортимент арабской косметики – это действительно восточный базар: духи, бальзамы, гели, маски и масляные духи нескольких видов, шампуни и смеси эфирных масел, бальзамы для губ и самые разные кремы, мыло ручной работы и обертывания, тоники для тела, ополаскивания и эфирные масла, дезодоранты и деревенское мыло.

Купить лучшую натуральную косметику арабского производства вы сможете в нашем интернет магазине Zeitun. Да, десятки именитых западных фирм будут смеяться. Но они предлагают то же, что и всегда. Это - химия и бесконечные повторяющиеся ароматы. Возможно, то, что предлагаем мы – самое лучшее, тонкое, оригинальное и чувственное, что можно найти на косметическом рынке. А наши мужчины любят юг, любят южных женщин, их черные волосы, их яркие глаза, их невероятные зовущие запахи.

2. Приведён текст сайта компании и разные варианты рерайта Прозорова.

О КОМПАНИИ

Под брендом «Техномир» и «Русская ювелирная сеть» открыли свои двери тюменцам более 20-ти ювелирных салонов. В их числе крупнейший в России ювелирный гипермаркет. Особенно радует горожан гостеприимный семейный ресторан украинской кухни «Шинок-Телега». Сложно представить Тюмень без ювелирных украшений от «Русской ювелирной сети», без невест в витринах, хлестких слоганов: «Золото – Золотым», – акций для отличников и покупателей, а главное – доброты и радости, которую готовы дарить каждому, кто зайдет в любой салон «Русской ювелирной сети»! История компании началась с открытия видеосалона в 1989 году, уже в 1991 году появился первый часовой салон, в 2003 первый ювелирный магазин. Несмотря на сложную экономическую ситуацию в кризис, компания не только выстояла, но и преумножила свои ресурсы, как материальные, так и человеческие! Компания «Техномир» и «Русская ювелирная сеть» - это творение рук и неординарного ума ее владельца Игоря Ракши. Кроме основателя компании никто лучше не расскажет о своем бизнесе.

Коллектив как семья. Нашим людям нужна искренность и человечность в отношениях начальник-подчиненный. Мы очень лояльны к персоналу, наш коллектив – это большая дружная семья, в которой все радости и беды – общие. Кроме того, я считаю, что лучшей мотивации, чем была в Советском Союзе нет. Вспомните 1998 год, люди работали ради идеи (хорошо, что было, где работать). Грамоты, публичные поощрения, материальная помощь сверх государственной «социалки» - все эти традиции СССР мы применяем, и работают они достаточно хорошо – у нас очень маленькая «текучка» кадров, а кто уходил, просился обратно.

Про бизнес. Мы работаем более, чем с двумя сотнями поставщиков, внося свой вклад в стабильное развитие отрасли, и, как следствие, гарантируем рабочие места россиянам, и я очень рад этому обстоятельству.

Для меня существует три основных принципа ведения бизнеса – смелость, честность, интерес. Смелость не только города берет и женщин покоряет и в бизнесе без нее ни-ку-да! Идти по проторенным дорожкам – это не для меня. Как говорил итальянский политик Николо Маккиавели, «будьте первыми и пусть другие просчитывают ваши шаги и колеблются по поводу ваших действий». В глазах должен быть азарт и блеск - только так можно добиться успеха. Быть первым во всем и несмотря ни на что – вот, он интерес!

Так же я считаю, что смысл жизни, смысл бизнеса – нести добро и радость не только близким людям, но и всем жителям города, где родился и вырос. Мало-помалу, но и ты вкладываешь свою частичку в то, чтобы всем жилось лучше!

Поверхностный рерайт (КСТАТИ, ОРИГИНАЛ В СМЫСЛЕ КОПИРАЙТИНГА НЕ ОЧЕНЬ...).

Более двадцати ювелирных салонов работают в Тюмени под вывесками «Техномир» и «Русская ювелирная сеть».

Тюменцы уже привыкли к ювелирным украшениям в магазинах сети, невестам в витринах, слоганам «Золото – золотым», акциям для отличников и других покупателей. Удивительно, но история компании началась с открытия видеосалона в 1989 году, в 2003 году начал работу первый ювелирный магазин. Кризис не опрокинул компанию, сейчас она увеличивает объёмы продаж. О работе созданной им фирмы расскажет владелец Игорь Ракша.

Коллектив как семья.

На фоне жёсткого российского бизнеса наши работники всегда чувствуют человеческую искренность в отношениях с начальством и друг с другом. Мы очень ценим хорошее отношение к персоналу и наш коллектив действительно дружный и сплочённый. И ведь мы используем лучшее из советского времени: грамоты, публичные поощрения и дополнительную материальную помощь. И в результате от нас редко уходят, часто возвращаются.

Про бизнес.

Работаем более чем с 200 поставщиками, в стабильной ювелирной отрасли мы – одни из лучших. У нас часто появляются новые рабочие места и это, конечно, радует всех. Я всегда следую трём основным принципам бизнеса: смелость, честность, интерес. Смелости и в бизнесе обычно не хватает, а здесь всегда нужно искать новое. В бизнесе меня прежде всего привлекает возможность быть первым во всём несмотря на любые препятствия.

Я уверен, что суть бизнеса и жизни человека – нести добро и счастье близким и, конечно, всем жителям родного города, вложить частичку в то, чтобы всем – не только тебе и сотрудникам – жилось лучше.

Рерайт (тот же стиль).

Десятки тюменских ювелирных магазинов обязаны своим появлением фирмам «Техномир» и «Русская ювелирная сеть». Среди них и совсем новое для тюменцев и России в целом – ювелирный гипермаркет. Золотые украшения и белоснежные невесты в витринах, громкие слоганы, акции для отличников и других покупателей, атмосфера доброжелательности в магазинах «Русской ювелирной сети» - это тоже сегодняшняя Тюмень, без этого её уже, наверно, не может быть. А ведь всё началось с открытия Игорем Ракшей – владельцем и бессменным идеологом развития компании - в 1989 году скромного видеосалона, в 2003 году – первого ювелирного магазина. Кризис и другие экономические трудности столь обычные для сегодняшней России не прошли мимо компании, но и ничуть не уронили её.

Пусть Игорь Ракша расскажет о себе и своём бизнесе.

Наша семья.

Конечно, у нас работают вовсе не только родственники. Дело в том, что отношения сотрудников во многих организациях торговли и услуг очень далеки от идеала. Бизнес часто безжалостен. Но не у нас. И это не только потому что у нас хорошая зарплата и стабильность. Мы как и в СССР используем дополнительные премии, публичную похвалу руководства и даже почётные грамоты. Наверное, поэтому, у нас так редко уходят и так часто возвращаются.

Наш бизнес.

Наш бизнес стабилен, у нас сотни поставщиков, постоянно набираем персонал и, конечно, всё это для России, для Тюмени, для человека. В бизнесе я всегда был смелым, честным и только на последнее место ставил интерес, то есть прибыль, деньги. Это мне явно и помогает. Потому скорее всего я и первый в своём деле.

Ведь главное в бизнесе – не деньги, а возможность приносить людям радость, удовольствие. К сожалению, многие начинают понимать это только сейчас.

Рерайт (с юмором).

Как вы думаете: сколько в Тюмени ювелирных магазинов ? Десять, пятнадцать... ? Нет, только у «Техномира» и «Русской ювелирной сети» их более двадцати. Есть даже ювелирный гипермаркет, где золотые украшения продают как картошку: на вес... и, естественно, недорого.

Шутка, конечно, в смысле про картошку... .

Но ведь только ленивый не заметил, что Тюмень уже как бы не та без ювелирных украшений от «Русской ювелирной сети», невест в витринах, акций для отличников и других покупателей (только не для двоечников), а главное – действительно по - хорошему доброй радости, которую всегда находят в наших салонах.

Скромный видеосалон в 1989 году, с которого всё началось, уж никак не был похож на ювелирные магазины современной Тюмени, что появились в 2003 году.

И в сложные и в кризисные годы компания не сдавалась и не отступала, она действительно оказалась золотой... . Пусть её основатель и бессменный рулевой Игорь Ракша расскажет о своём нелёгком труде и любимом детище.

Коллектив.

Зря говорят, что люди сейчас стали как волки, нет, они, наверно, скорей зайцы и друг к другу тянутся. Так же и у нас: все радости и беды мы делим на глядя на должности и ранги. Прямо как и в лучшие годы СССР награждаем грамотами, дарим подарки, помимо «соцпакета» добавляем матпомощь. Но и люди почему – то уходят редко, бывают, и в наглуго обратно просятся. Берём, конечно.

Бизнес

Мы работаем как проклятые с сотнями поставщиков и ведь тоже как на галерах... . Я в бизнесе работаю по - своему и на первых местах у меня всегда смелость, честность, интерес. За очень большим не гонюсь, вот, наверно, и всё нормально. А без смелости не только женщины не сдаются. Быть первым во всём – это главное. А всех денег точно никто никогда не заработает.

И бизнес само - собой не для того, чтобы набивать карманы. Хотя и голый – только весёлый, вряд ли более. Ведь бизнес для всех людей: они радуются купленным хорошим вещам. И кто скажет, что я работаю только для денег: прежде всего – для людей, для страны. И себя, кажется, не забываю... . Надо подумать... . А всё же я – часть города, страны и это, наверно, главное.

Рерайт (деловой стиль).

Более 20 ювелирных салонов работают в Тюмени в рамках сетей «Техномир» и «Русская ювелирная сеть». Среди них и крупнейший в РФ ювелирный гипермаркет.

Тюмень сейчас неотрывна от ювелирной продукции «Русской ювелирной сети», представленных в витринах невест, слоганов оригинального содержания, специальных акций для отличников, хорошего самочувствия заходящих в салоны сети. Начало истории компании датируется 1989 годом, когда открылся первый видеосалон, в 2003 году начал

работу первый ювелирный магазин. Несмотря на сложные экономические ситуации в стране, кризисы и другие проблемы компания продолжает успешно работать и увеличивать объёмы продаж. Компании «Техномир» и «Русская ювелирная сеть» работают под руководством их владельца Игоря Ракши. Основатель компании сможет в совершенстве описать их историю и функционирование.

Рерайт (художественно - публицистический стиль).

Говорят, эта сеть ювелирных салонов делает Тюмень счастливее, добрее и красивее. Кто знает? Салонов уже больше 20: как бы немного странное для такой сети название «Техномир» и явно более подходящее «Русская ювелирная сеть». Среди магазинов, наверное, такое редкое и радостное для России явление как ювелирный гипермаркет.

Большинство тюменцев привыкло и каждый раз радуется ювелирным изыскам от «Русской ювелирной сети», её светлым и парадным невестам в витринах, её может на первый взгляд и немного непривычным слоганам «Золото – золотым», почти забавным и таким милым пиар - акциям для отличников и других покупателей, её малозаметному и таком добром свечению, что дают скорее не драгоценные металлы, а хорошее отношение к людям.

Удивительно, но ведь история фирмы началась с 1989 года, открытия крошечного видеосалона, в 2003 году появился первый ювелирный магазин. Экономике трясло, кризисы разоряли, но не их: у них удивительным образом стало только больше и магазинов и людей. Парадокс? Вряд ли. И явно многое идёт от создателя и владельца человека по - хорошему делового Игоря Ракши. Наверное, ему лучше и продолжить рассказ.

Рерайт (публицистический стиль).

Давно известны в Тюмени названия сети ювелирных салонов «Техномир» и «Русская ювелирная сеть». Знаете ли вы, что таких салонов в городе более 20? Есть даже крупнейший в России ювелирный гипермаркет. И разве можно подумать о том, что современная Тюмень останется без ювелирных украшений от «Русской ювелирной сети», так понравившихся всем невест в витринах, слоганов вроде «Золото – золотым», скидок для отличников и других покупателей, без хорошего отношения, что так заметно в салонах «Русской ювелирной сети»? Компания стартовала в 1989 году с открытия видеосалона, а в 2003 году начал работу первый ювелирный магазин. Кризис и другие уже столь обычные российские экономические неурядицы не уронили компанию: она вышла из этого только более сильной. «Техномир» и «Русская ювелирная сеть» - детище их владельца Игоря Ракши, он и поделится с нами мыслями о своём бизнесе

Стихотворный стиль (можно как угодно дальше).

Как чисто золото нам светит
от «Русской ювелирной сети».
И могут удивить весь мир
салоны с брендом «Техномир».

Тюмень представите ль вы ныне
без сказочных невест в витрине?
И «Золотым – золото» светит
от «Русской ювелирной сети».

3. Подготовленный текст сайта.

Сайт «Центур» (текст).

ГЛАВНАЯ.

На уровень безопаснее.

Группа [охранных компаний](#) «Центур – XX век» работает на рынке [охранной деятельности во Владимире](#) с 200.. года. Она создана профессионалами со значительным опытом в сфере охранной деятельности. Мы имеем практический опыт работы во всех разрешённых законодательством сферах охраны. За сравнительно небольшой срок компания получила репутацию проверенного партнера на рынке [охранных услуг во Владимире и Владимирской области](#). Руководители предприятия имеют многолетний опыт работы - с момента появления частной [охранной деятельности в РФ](#).

История [охранного агентства «Центурион»](#) как обычно формируется из истории и опыта его работников, многие из них – бывшие сотрудники силовых структур с большими знаниями и опытом, некоторые получили опыт ведения боевых действий и государственные награды, есть у нас и бывшие работники специальных подразделений.

Многие сотрудники [охранного предприятия «Центурион»](#) прошли весь путь вместе с появлением и развитием частной охраны в России. И с ними было как освоение лучшего опыта так и использование своих методов [обеспечения безопасности](#) наших Клиентов.

На сегодняшний день мы располагаем специалистами во всех сферах [охранной деятельности во Владимире](#) и аналитиками в сфере IT - технологий. Мы можем быстро повысить эффективность работы систем сигнализации, видеоконтроля и контроля доступа и предлагаем следующие услуги:

- [пультовая охрана](#) объектов и (или) имущества юридических и физических лиц;
- [личная охрана](#);
- [инкассация](#);
- [охрана грузов](#);
- [мониторинг объектов](#);
- [обеспечение порядка в местах проведения массовых мероприятий](#).

* * *

Расположить на главном листе небольшой эффектно оформленный **«раздел» с основными достижениями**: 10 лет работы группы [охранных агентств группы](#), 210 опытных сотрудников, 430 объектов охраны, отсутствие за 10 лет краж и других преступлений на охраняемых объектах, охрана 24 часа в сутки, работа по всей области, скидки и акции, 19 видов охранных услуг, 25 населенных пунктов, 4 вооруженные группы, 3 бронированных автомобиля, группа из 6 охранных предприятий, персональный менеджер по охране в круглосуточном режиме, доверие множества клиентов и десятков тысяч людей, честно заслуженная репутация, которая всегда дорого стоит... (данные условные).

Здесь же желательна презентация (каталог услуг) или видео, которые легко можно было бы при желании посмотреть и сохранить. Неплохо иметь отдельные презентации (листовки, каталоги, ...) для отдельных услуг.

О КОМПАНИИ.

Наши преимущества.

- за 10 (?) лет на охраняемых нами объектах не было ни одного случая хищения или проникновения на территорию посторонних лиц;
- персональный менеджер по охране объекта (на связи в круглосуточном режиме);
- у нас всегда проводятся скидки и акции (И ПРИМЕР СКИДКИ...);
- мы работаем на территории всей Владимирской области;
- установка [охранной сигнализации](#) в квартире занимает 1,5 – 2 часа, в коттедже – 3 – 4 часа, в офисе – не более суток;
- опыт работы «Центурион» – более 10 лет;
- мы охраняем более 400 объектов и предлагаем 19 видов охранных услуг;
- возмещение убытков и неустоек при пропаже имущества гарантируется;
- мы исключаем криминальные и другие незаконные методы решения охранных проблем;
- мы используем самую современную [охранную технику](#), например... (виды..., можно указать производителей...);
- мы используем самые современные методы охранного бизнеса, например, [спутниковые охранные системы](#);
- охрана объекта 24 часа в сутки;
- профессиональная ответственность наших охранников застрахована;
- у нас есть все необходимые лицензии, благодарности клиентов Вы можете видеть в разделе «Галерея»;
- мы ничего от Вас не скрываем;
- мы не подведём и это не просто слова.

Лицензии.

Фото лицензий.

Партнеры.

Логотипы партнеров.

Перечень охраняемых объектов (желательно).

Отзывы.

Положительные отзывы.

ПУЛЬТОВАЯ ОХРАНА.

Охрана офисов.

Вы можете быстро [поставить офис под охрану во Владимире](#) именно в охранных агентствах группы «Центурион». Ведь никто не хочет, чтобы из офисов что - то пропадало, тем более документы и деньги. Офисы ежедневно посещает множество людей и многие из них совсем не знакомы работающим. В офисных центрах много солидной оргтехники, хранятся важные документы, нередко - запасы денежных средств, вещи сотрудников. Компания «Центурион» имеет возможность полностью обезопасить сотрудников офисов и ценности.

Технические средства охраны офисов

Офисные здания должны быть защищены от возможных негативных событий. Для этого охрана бизнес - центров и офисных зданий в обязательном порядке должны иметь следующие [средства безопасности](#):

- электронные средства охранной сигнализации. Сюда входят датчики, реагирующие на движение, на открывание окон или дверей, электронные замки с персональным чипом открывания и прочее подобное оборудование;
- камеры видеонаблюдения с регистраторами и записывающими устройствами;
- [противопожарная сигнализация](#).
- [системы оповещения](#). Могут использоваться звуковые или световые сигнализации с возможностью подачи сигнала тревоги.

Заявка на охрану офисов

Об охране коттеджей и загородных домов.

[Поставить коттедж под охрану во Владимире](#) проще и быстрее всего у нас. Компания «Центурион» предоставляет услуги по охране коттеджей и загородных домов. *Проникнуть в отдельно стоящий дом преступнику почти всегда легче, чем в квартиру особенно при отсутствии хозяев. И это бывает достаточно часто, хотя не секрет – больше всего страдают дачники, но и коттеджи рецидивисты вовсе не обходят вниманием.* Мы в состоянии обеспечить безопасность вашей недвижимости, вам больше не нужно будет беспокоиться о сохранности имущества в период отъезда в другой район города или в другую местность. Для этого нами будет произведён предварительный осмотр объекта, выявлены наиболее уязвимые места и разработаны меры предупреждения несанкционированного доступа.

(желательно перерисовать рисунок: формат, цвета и т.п.).

Квартирная сигнализация от «Центурион».

[Квартирная сигнализация](#) от компании — это ваша уверенность в сохранности имущества и надёжной защите дома от несанкционированных вторжений в жилье даже при вашем отсутствии.

У нас не бывает краж из квартир. А ведь это – одно из трёх самых частых преступлений во всем мире. В каждом многоквартирном доме воры отметились хотя бы один раз. *Многие люди успокаивают себя тем, что воры ищут только богатые квартиры. Но вовсе не все воры - матерые рецидивисты, часто это – подростки или алкоголики и наркоманы, для которых украсть хоть что - то – уже хорошо.* [Пультовая охрана квартир](#) - непростой комплекс мероприятий по обеспечению безопасности. Но даже в условиях переполненности дорог *среднее время прибытия экипажа группы быстрого реагирования на место вызова составляет всего лишь 5 минут.* И потому у нас вы легче и быстрее чем в других фирмах [поставите квартиру под охрану во Владимире.](#)

Что делать, если вы собрались надолго уехать и некого оставить проследить за квартирой? *Ведь по статистике очень часто преступники выбирают именно время, когда хозяева уезжают в отпуск. Часто для того чтобы вскрыть замок или проникнуть в окно им нужно несколько минут. Чтобы найти ценности – до получаса.*

Вы можете спокойно уехать в отпуск, доверив охрану квартиры нам.

1. Мы обсудим с вами места расстановки датчиков и наши сотрудники установят необходимое оборудование для охраны квартиры.
2. Вы будете иметь постоянную техническую поддержку пультовых охранных систем.
3. Сначала устанавливается оборудование для охраны квартиры. После этого с пульта управления непрерывно будет вестись наблюдение за состоянием датчиков. Вы получите

уведомление, если какой - то из них сработает. При срабатывании сигнализации к *вашей квартире будет оперативно отправлена группа задержания*, которая проследит за сохранностью имущества. Группа определит что случилось и, если была попытка проникновения, задержит преступников. *После этого квартира будет обеспечена отдельной группой охраны до приезда владельца.*

Мы можем предоставить вам следующие оборудование:

- охранная сигнализация;
- пожарная сигнализация;
- камеры видеонаблюдения;
- видеодомофоны и аудиодомофоны.

При опасениях попыток проникновения преступников в дом в вашем присутствии, можно установить в квартире тревожную кнопку. Иногда это важно особенно для пожилых людей и детей, которые могут всего бояться.

(ДАЛЕЕ УСЛОВНЫЙ ПРИМЕР, ВИДИМО ЖЕЛАТЕЛЬНЫЙ ДЛЯ САЙТА – рерайт незначителен)

Оборудование, предназначенное для охраны квартир и домов, бывает:

- проводным - при установке проводного оборудования необходимо произвести укладку кабелей, которые соединят датчики с приемно - контрольным прибором;
- беспроводным – оборудование не нуждается в прокладке кабелей, поскольку связь между приемно - контрольным прибором и датчиками осуществляется с помощью радиосигналов.

Преимуществом беспроводной системы охранного оборудования является быстрота ее монтажа.

Охранные комплекты.

Услуги, по охране квартир, которая производится организацией «Центурион» по пожеланиям клиентов были объединены в комплекты:

- «СТАНДАРТ»;
- «КОМФОРТ»;
- «ПРЕМИУМ».

Комплект «СТАНДАРТ» обеспечивает минимальный уровень защищенности частной собственности. Комплект имеет относительно низкую стоимость, при этом контролируется входная дверь, работают датчики движения людей в помещении.

Комплект «КОМФОРТ» кроме охраны от взломщиков обеспечивает и работу пожарной сигнализации. В стоимость комплекта входит и возможность экстренного вызова группы быстрого реагирования охранной организации при помощи нажатия тревожной кнопки.

Комплект «ПРЕМИУМ» позволяет осуществить комплексную защиту квартиры от несанкционированного доступа в жилище, поднять тревогу при возгорании, а также при аварии системы водоснабжения или водяного отопления.

(схему желательно перерисовать (изменить расположение, цвета, пиктограммы, шрифты и пр.))

Вся установленная нашей организацией система сигнализации становится под контроль группы охраны. При появлении сигнала «ТРЕВОГА» на пульте центрального наблюдения охранной организации «Центурион» мобильная группа охраны немедленно едет на объект.

Заявка на охрану квартиры и другой городской недвижимости

Мониторинг объекта.

Мониторинг объектов для частных охранных предприятий - это:

- при возникновении нештатной ситуации на охраняемом объекте, оборудование, установленное на нем, передает сигнал «Тревога» на диспетчерский пульт станции мониторинга;
- дежурный оператор станции мониторинга обеспечивает передачу поступающей информации в охранные структуры;
- оперативное реагирование по тревожному сигналу;
- бесплатное подключение оборудования.

ФИЗИЧЕСКАЯ ОХРАНА.

Личная охрана.

Охранная фирма «Центурион» предлагает профессиональные [услуги физической охраны](#). Подразделение личной охраны «Центурион» формируется из лучших сотрудников фирмы. *Работу телохранителя выполняют лишь профессионалы, имеющие опыт личной охраны граждан в экстремальных ситуациях, владеющие приемами рукопашного боя.* За время существования охранной фирмы личная охрана обеспечивала безопасность бизнесменам, частным лицам, известным людям и иностранным гражданам.

Заявка на выделение физической охраны

Охрана грузов.

[Охрана грузов во Владимире](#), по области и по территории РФ является одним из основных направлений деятельности фирмы «Центурион». Кражи и грабежи на дорогах и улицах к сожалению не ушли в прошлое. Мы имеем многолетний опыт и квалифицированных специалистов, всё необходимое оборудование. Обеспечение безопасности при сопровождении грузов осуществляется с учётом особенностей маршрутов, груза и видов транспорта. Для каждого маршрута определяется оптимальная схема движения, планируется использование безопасных мест для отдыха, АЗС, станций ТО и пунктов медицинской помощи.

Наши сотрудники вооружены огнестрельным оружием и располагают радиосвязью. Каждый способен не только профессионально стрелять, но и уверенно водит автомобиль, способен быстро принимать решения и действовать в экстремальных ситуациях. Сопровождение груза по России с охраной (вооруженное сопровождение) по согла-

сованию с клиентом осуществляется периодически или разово по индивидуальному договору.

Заявка на сопровождение грузов

Инкассация.

Охранная фирма «Центурион» располагает бронированным автомобилем и перевозит наличные деньги и другие ценности. Мы гарантируем сохранность перевозимых материальных средств и безопасность проведения всего, что связано с [инкассацией во Владимире](#).

Вы можете быть спокойны за сохранной Ваших денег, если ими занимается охранная фирма «Центурион». После передачи денег инкассаторам нашей фирмы *ответственность за сохранность денег ложится на них и даже при самых сложных обстоятельствах вы получите свои ценности в полном объеме*. Кроме того в большинстве случаев перевозимые при инкассации денежные и материальные средства страхуются. В случае утраты ценностей охранная фирма несет ответственность в размере фактически утраченной суммы.

Заявка на осуществление инкассации

Охрана массовых мероприятий.

Охранной фирмой накоплен большой опыт в области обеспечения безопасности коммерческих и муниципальных структур и в частности [охраны массовых мероприятий](#). Событие, в котором участвует много людей, чаще всего чревато опасностью причинения вреда здоровью и жизни участников. И это - не такая уж редкость. Вспомним разные случаи массовой давки и драк, пожаров, когда порой погибали сотни людей. При проведении таких мероприятий существуют угрозы хулиганства, паники, вандализма, намеренного нанесения вреда здоровью участников и другие.

Сотрудники фирмы осуществляют:

- координацию потока посетителей;
- патрулирование места проведения мероприятия;
- предупреждение незаконных нежелательных действий;
- охрану людей и имущества;
- отсечение нежелательных и опасных посетителей.

Заявка на охрану массовых мероприятий

СИСТЕМЫ ОХРАНЫ.

Системы видеонаблюдения.

У нас Вы найдёте наилучший выбор систем [охранного видеонаблюдения во Владимире](#). Видеонаблюдение помогает изобличить преступников в самых сложных ситуациях несмотря на то, что они всячески маскируются, одевая бороды, очки и капюшоны. *Очень часто воры и грабители отказываются от своего замысла только заметив, что за ними наблюдает видеокамера.*

Мы осуществляем проектирование, подбор и монтаж оборудования видеонаблюдения. Время установки - от нескольких часов до суток. При заказе установки нескольких камер мы предоставляем скидки.

ЗАКАЗАТЬ УСТАНОВКУ ВИДЕОНАБЛЮДЕНИЯ

(далее желательно при нажатии на текст раздела – переход к иллюстрациям: фото, схемам, видео и т. п.)

- видеокамеры: уличные и для помещений; купольные и цилиндрические; аналоговые, цифровые и IP; цветные и черно - белые; инфракрасные;
- видеорегистраторы: стационарные; аналоговые и сетевые; с удаленным доступом; на 4, 8 и 16 камер;
- видеонаблюдение со звуком и записью; цветное и с передачей мелких деталей.

Наши объекты и методы для видеонаблюдения:

- Столовые, рестораны, бары, кафе;
- Магазины, супермаркеты, торговые центры;
- Детские сады, школы, медицинские учреждения;
- АЗС, парковки, автомобильные стоянки;
- Жилые многоквартирные и частные дома; дачи и коттеджи.
- мониторинг посетителей и работы персонала, предупреждение правонарушений, защита от общественно опасных действий;
- просмотр информации в записи — весомое преимущество плюс система видеонаблюдения позволяет делать архивы, возвращаться к нужному видео;
- немедленное реагирование на сигнал тревоги — аппаратура с датчиком движения или охранными датчиками быстро оповещает о возникновении опасности на подконтрольном объекте.

Пожарная безопасность.

Пожар возникает и распространяется так быстро, что часто ни пожарные ни несколько огнетушителей не могут помочь избежать гибели людей. Установка системы оповещения о пожаре предусматривает не только оповещение о наличии чрезвычайной ситуации, но и такую информацию как новости и объявления, а также музыкальные программы. Однако основной задачей защиты, которой является установка системы оповещения, является безопасность и своевременная эвакуация людей из опасной зоны. У нас огромный опыт установки и обслуживания [систем пожарной безопасности](#).

Монтаж системы оповещения о пожаре предусматривает непосредственную установку одного или нескольких источников сигнала в зависимости от самого здания, его внутренних помещений и назначения сигнала. Установка системы оповещения – это под-

ключение микрофонов к трансляционному оборудованию, после чего диспетчер может оповещать рабочий персонал о происходящих событиях.

Устанавливается пожарная сигнализация на любых объектах начиная от малых офисов и заканчивая огромными торговыми центрами. Самое главное – это надежная защита работающих на этих объектах людей, материальных ценностей и защита самих объектов. Существует много систем пожарной сигнализации различного уровня сложности – от простых устройств до сложных микропроцессорных комплексов. Они обеспечивают контроль пожарной безопасности с помощью датчиков – извещателей, фиксирующих любые нарушения зоны где установлена пожарная сигнализация.

Фирмой «Центурион» установка пожарной сигнализации производится:

- в магазинах, торговых центрах и супермаркетах;
- в офисах различных организаций;
- на производственных объектах;
- на складах;
- в жилых многоквартирных домах всех видов;
- в частных коттеджах и на других объектах.

Заявка на установку пожарной сигнализации

Охранная сигнализация.

Монтаж охранной сигнализации периметра объекта.

Всё существующее оборудование **охранной сигнализации** имеет зону действия высотой не более 2 - 3 метров по периметру объекта. Но этого вполне достаточно, если нарушитель не летит. Ещё имеются средства защиты мест, где пересекается территория объекта с эстакадами, трубопроводами, подземными коллекторами, которые доступные для прохода человека. Существенно повышает уровень Вашей безопасности установка системы видеонаблюдения по периметру для слежения и записи участков в реальном времени.

(неполностью)

4. ПУНКТЫ МЕНЮ и частично текст САЙТА для Строительной компании (ЕСТЬ И ПОДГОТОВЛЕННЫЙ ГРАФИЧЕСКИЙ ВАРИАНТ).

О Компании

- год создания компании
- большой опыт (можно кратко описать в целом)
- построенные объекты (лучше конкретно – количество, общая площадь, сколько отремонтировано...)
- что в основном строим (фото лучших объектов)
- кто работает (может быть фото офиса, общее фото).

Наши преимущества

Все предлагают коттеджи. Но мы предлагаем недорого и быстро – за день рабочие могут выложить этаж – и с пожизненной гарантией !

Умеренные цены. Скидки пенсионерам 15 %.

Нами построены 557 объектов, в том числе 58 коттеджей в нашей и других областях (цифры условные).

Постоянно реализуем политику скидок, проводим акции, есть программы лояльности.

Русские рабочие, не шабашники, без вредных привычек.

Точно в срок (без обмана).

Выезд и смета бесплатно.

После заключения договора стоимость работ по смете не меняется. Оплата поэтапно согласно договору.

Быстрота. Например, используемая нами технология строительства коттеджей из беспесчаного керамзитобетона позволяет сократить сроки строительства в 3 – 4 раза.

Приедем в день, когда Вы позвоните или на следующий день.

Для частных заказчиков мы еженедельно бесплатно присылаем фотоотчет о работе.

Гарантия до 5 лет. На построенные дома пожизненная гарантия.

Полный комплекс предоставляемых услуг в общестроительной сфере.

Мы возьмёмся за любые самые небольшие объемы работ.

Индивидуальный подход к каждому клиенту.

Гарантия качества, подтвержденная построенными объектами, большой опыт строительных работ.

Открытость и прозрачность бизнеса : практически любая информация о нас открыта для Вас.

Реализованные проекты.

Обычно просто фотографии и подпись, что за объект и где он расположен.

(Можно также показать на картах области (тей) и города расположение объектов).

Прайсы.

Возможные варианты. См. в приложении.

Скидки, акции.

- акция для всех, заказавших коттедж до... - проект в подарок

- скидка при заказе коттеджа на сумму свыше... - 10 %

- скидка пенсионерам 15 %

И т.п.

Здесь же можно расположить подразделы (с фотографиями):

ДОМА ПОД КЛЮЧ НЕДОРОГО

СРУБЫ НЕДОРОГО

Услуги.

Строительство.

- строительство коттеджей и домов из беспесчаного керамзитобетона: от проектирования до отделки и наполнения. ДОМ ЗА ОДИН СЕЗОН !

- строительство коттеджей и домов из бруса, оцилиндрованного бревна и других деревянных материалов

- строительство дачных домиков и беседок из любых материалов

- строительство бань.

Прочие строительные работы.

- ремонтные работы любого типа

- строительство и ремонт заборов всех видов

- кровельные работы
- монтаж всех видов наружного водоснабжения
- монтаж систем водоотведения
- монтаж ливневой канализации
- монтаж систем электроснабжения
- монтаж систем газоснабжения
- устройство, ремонт и обслуживание прочих инженерных сетей
- фундаментные работы
- утепление домов
- реставрация домов
- обустройство территории жилых домов, коттеджей, садовых участков
- перепланировка
- устройство дворовых автостоянок
- разборка зданий и сооружений
- работы по организации водоотвода
- частичная замена брёвен в доме
- земляные работы любой сложности
- строительство и ремонт колодцев.

Отделочные работы.

Полный комплекс отделочных работ на любых объектах.

Отзывы.

Фотографии довольных клиентов.

Фотографии построенных для них объектов.

Тексты их отзывов.

Обратная связь.

Контакты: максимум конкретных людей, лучше их фото, телефоны и электронная почта.

Форма для обратной связи.

Схема проезда.

Можно здесь или на главной странице кнопки

СДЕЛАТЬ ЗАКАЗ

ЗАКАЗАТЬ ПРОЕКТ

РАССЧИТАТЬ СТОИМОСТЬ

и т.п.

5. ПРИМЕРЫ СОЧИНЕННЫХ СЛОГАНОВ.

Сделаем сразу поролон по заказу.

Из ППУ кирпичный блок:

и теплый дом – в короткий срок.

Пенополиуретан – пластырь коррозионных ран.

Лучше не найти судьбы изоляции трубы.

Лёг на новый поролон
и вернул хороший сон.

Поролон хранит тепло,
чтоб случайно не ушло.

Для постели поролон –
долгий и хороший сон.

Напыление на трубы
может быть довольно грубо.
Но такому сноса нет,
скажем грубо, сотню лет.

Замерзаем – есть решение:
скорлупа и напыление.

Теплу в трубе под скорлупой
не страшен холод никакой.

Сохранение тепла обеспечит скорлупа.

6. Предложения по сайту «АльфаВладТ».

1. На сайте не чувствуется призыв к покупке. Он очень желателен. Возможно целесообразно:
 - выделить наиболее популярные из предлагаемых товаров («лидеры продаж»);
 - использовать призывающие к покупке обращения вроде «Обратитесь к нам и Ваши проблемы решатся за неделю при умеренных тарифах!»;
 - указать на скидки и акции (если их нет – сделать, это желательно);
 - ничего о ценах, а это желательно (возможен раздел «прайс» или иначе), можно указать хотя бы оценку общего уровня цен;
 - очень желателен раздел с логотипами (или перечислением) главных клиентов. Это обычно на хороших сайтах.
 - ничего об условиях продаж. Хорошо бы подчеркнуть их гибкость и расположенность к клиенту;
 - ничего о том как могут заключаться контракт, производиться оплата (желательны варианты);
 - ничего о реализованных проектах (конкретные примеры). Это очень желательно.
 - ничего о том, чем фирма лучше («Наши преимущества» или «Чем мы лучше» ...);
 - желательно сделать каталоги (презентации, листовки...) по отдельным группам товаров и всей продукции, чтобы потребитель мог легко сохранить отдельные файлы.
2. Сайт стандартен и явно не вызывает большого интереса ни у специалистов ни у обычных посетителей.
3. Технические разделы очень сухие и стандартные. Желательно добавить:
 - больше фотографий;

- больше живых примеров (их нет);
 - больше схем с описанием технологии техпроцесса...;
 - презентации, каталоги... .
4. Усиление маркетинговых аспектов желательно:
- введение раздела по тарифам;
 - введение раздела по описанию оказания услуг;
 - введение раздела по описанию гарантий или качеству оказания услуг.
5. Желательно ввести раздел со статьями и публиковать таковые. «Раскрутка статьями» считается одним из перспективных вариантов продвижения сайта.
6. Явно слаба «обратная связь». Желательно сделать что-то из следующего: форум, гос-тевая книга, чат, раздел «Отзывы». Можно сделать постоянного дежурного консультанта по сайту (сейчас это очень модно), готового в рабочее время проконсультировать.
7. Создание интернет – магазина (на этом же сайте или иначе) вряд ли целесообразно исключать.
8. Поставить счетчик посещений с открытой статистикой желательно.
9. Неплохо, если в разделе «Контакты» появятся фотографии ответственных специалистов. Это достаточно популярно и хорошо воспринимается. Здесь же желательная рисованная схема проезда – карта воспринимается не очень понятно особенно для иногородних.
10. С точки зрения копирайтинга можно порекомендовать:
- делать рерайт статей для новостей, добиваясь «уникальности» до 80 – 90 процентов;
 - рекомендуют всюду ранжировать преимущества услуги (этого видимо нет совсем);
 - рекомендуют делать заголовки и подзаголовки для главных материалов сайта и помещать туда т. н. ключевые слова и выражения;
 - желательны необычные заголовки, легкий стиль, красивое оформление;
 - нет творческого подхода: «Наша услуга лучше их...», «жмите на психику», «сумейте расположить клиента» и т. п. стандартные приемы, которые всегда по крайней мере желательны.
11. С точки зрения SEO:
- больше исходящих ссылок и внешних ссылок (их любят поисковики);
 - чаще обновлять сайт (поисковики любят развивающиеся сайты);
 - больше внимания уникальности материалов (даже технических описаний).
12. Раздел «Решения» отличается не очень понятным заголовком. Может быть лучше сделать заголовок «Отраслевые решения на основе использования наших продуктов».
13. Возможно, лучше постараться показать расчет эффекта от внедрения предлагаемых технологий. Такое часто встречается.
14. Можно пойти на привлечение внимания к сайту с помощью методов PR: проводить конкурсы, устраивать опросы, проводить онлайн - консультации, вебинары и т.п. . Можно даже пойти на крайность – ввести разделы «юмор», «фото (видео) наших посетителей» и т.п. . В любом случае это с немалой долей вероятности повысит рейтинг сайта, сделает его более посещаемым.
15. На главной странице сайта разместить знаки соцсетей (если нужно – разместить там ссылки на сайт).
16. Желательно максимум внутренних ссылок страниц друг на друга.
17. Можно сделать специальные кнопки «Мне нравится». Это работает.
18. Фотографии и видео делают сайт более живым и привлекают посетителей. При этом фотографии желательно посвящать не только продукции, но и работе по внедрению, объектам, где ставилось оборудование и т.п. . Можно показать офис внешне и снаружи, общее фото коллектива. Это располагает.

19. Можно также «усилить образовательный характер» сайта: ввести «Глоссарий терминов» или «Что такое навигация» и т. п.. Студенты и прочая молодежь – очень важный посетитель сайтов, нередко они дают до половины посещений.

20. Для «внешней раскрутки» сайта можно предложить:

- активнее (?) размещать ссылки на сайт на других аналогичных сайтах;
- размещать статьи и заметки на различных сайтах (часто они не против);
- делать бесплатные рассылки пресс – релизов для аналогичных сайтов и т.п. в СМИ области и РФ;
- обращаться на ТВ и радио, в газеты, предлагая сделать передачи, интервью и т.п.;
- писать о сайте где угодно: в комментах и на форумах, в блогах и особенно в социальных сетях;
- и прочий интернет – маркетинг.

21. Оптимизировать сайт (по требованиям копирайтинга, SEO) желательно еженедельно, меняя какие – то элементы, следя за посещаемостью и рейтингом.

22. Белый фон сайта не впечатляет. Может быть сделать голубой или синий (они часто ис-пользуются на подобных сайтах) и т.п. . В целом художественно сайт явно далек от идеала.

23. Может быть целесообразно сделать демоверсии каких - то программных продуктов, что способно стать средством дополнительного привлечения на сайт.

Сайт сделан по обычным канонам таких сайтов, а это скорее уже - вчерашний день. Он не- интересен со всех точек зрения, в том числе и для технических специалистов. Хорошим скорее можно признать лишь раздел «Новости». Главное – не ощущается уникальное тор-говое предложение, которое в общем должно быть центром и сайта и всего процесса продаж.

* * *

Пока предложения носят предварительный характер. В дальнейшем при исследовании рынка планируется сделать максимально полный анализ аналогичных сайтов и внести более конкретные предложения.

7. ФАНТОМ – АС – варианты слоганов... (просили по аналогии с фильмом «Фантомас»).

1. Фантом – АС – решение для вашего автомобиля.
2. Фантом – АС – мы не носим маски, у нас всё открыто.
3. Фантом – АС как всегда выходит победителем.
4. Фантом – АС как всегда технически идеален.
5. Фантом – АС как всегда впереди всех.
6. Фантом – АС не по зубам полиции.
7. Фантом – АС: как всегда самые лучшие машины.
8. Фантом – АС: тахограф и ГЛОНАСС.
9. Фантом – АС: высокий класс.
10. Фантом – АС: комиссар Жув пас.
11. Фантом – АС: Скотланд Ярд пас.
12. Фантом – АС: приходишь только раз.
13. Фантом – АС: сервис для Вас.
14. Фантом – АС: VIP – ремонт по - французски.
15. Фантом – АС: охрана и ГЛОНАСС.
16. Фантом – АС: охрана от ГЛОНАСС.
17. Фантом – АС. Он всегда обходит всех.
18. Фантом – АС опять покажет класс.
19. Фантом – АС в России только раз.
20. Фантом – АС: его не догонял никто.
21. Фантом – АС: сервис от ГЛОНАСС.
22. Фантом – АС: сделаем за час (?)
23. Фантом – АС: и сервис и ГЛОНАСС.
24. Фантом – АС: вас защитит ГЛОНАСС.
25. Фантом – АС покажет мастер – класс.
26. Фантом – АС: сервис и охрана от ГЛОНАСС.
27. Фантом – АС. ГЛОНАСС для вас.
28. Фантом – АС: сервисный класс.
29. Фантом – АС, а качество у Вас.
30. Фантом – АС: сервис, охрана, ГЛОНАСС.
31. Фантом – АС в сервисе, ГЛОНАСС.
32. Фантом – АС в машине и ГЛОНАСС.
33. Фантом – АС: охрана, сервис и ГЛОНАСС.
34. Фантом – АС: сервис и ГЛОНАСС,

8. План (общий) по увеличению степени привлекательности сайта (включая копирайтинг и SEO).

1. Использовать хотя бы 1 – 2 из предлагаемых мероприятий по увеличению привлекательности – мои предложения:

1) а) Помощь в решении проблем ЖКХ (то, что оговаривалось, когда мы (я) едем к тому, кто затрудняется в написании жалоб по проблемам ЖКХ и помогаем – либо мы берем деньги (максимум 300 р.) либо я прошу помочь на благотворительность.

или

б) «Ужасы нашего городка» - примеры (фото) худшего в ЖКХ Владимира.

Вообще – то вариант «б» сильнее в смысле привлекательности, но вариант «а» лучше в смысле содержания сайта, его значимости, да и в финансовом отношении (хотя пока не ясно...).

2) Информационные продукты для обеспечения ЖКХ (сравнительная таблица).

ИЛИ ВЫБЕРИТЕ САМИ из того, что мной предлагалось.

Желательно бы еще как дополнительное просто так хоть на 1 месяц в специальной рубрике «Интересное о городе и актуальное о ЖКХ» что – то из (схемы и др.):

- пешеходные зоны в центре (проект);
- как не стать жертвой обмана в ЖКХ;
- как считаются тарифы ЖКХ в городе;
- как во Владимире быстрее платить за ЖКХ;
- не бойтесь жаловаться на ЖКХ и подавать на них в суд !
- проект легкого метро (скоростного трамвая) в городе;
- схема общественного транспорта;
- пробки в городе (схемы);
- наиболее сложные для пешеходов участки в городе;
- новый Генплан (интересные моменты)

и т. п.

Это может очень заинтересовать.

2. SEO и копирайтинг (отдельные предложения).

1. ключевые слова – больше внимания и выделять курсивом и подчеркиванием (?);
2. оптимизация сайта, в том числе – есть лишний материал и есть что убрать в архивы;
3. общение в социальных сетях: указывать там на наш сайт, кроме того давать там анонсы своих статей и т.п.;
4. уникальность контента – лучше делать рерайт статей размещаемых в разделе «Новости»;
5. ежемесячно делать хоть одно существенное изменение на сайте – например по ключевым словам, изменения основных текстов на главных листах, менять иллюстрации и т.п.;
6. желательны неожиданные публицистические заголовки вроде «Обратись к нам – и всё решится» или «Мы решим Ваши проблемы»;
7. нет продающих текстов, призыва к покупке;
8. заголовки для проектов должны содержать призыв к действию: «Инфо – Предприятие» - быстрота учета !» или подобное;
9. в названии иллюстраций желательны ключевые слова и выражения. У всех иллюстраций должны быть названия.
10. ссылки на страницы должны включать ключевые слова и выражения;
11. на сайте обычно привлекают:

- необычный заголовок;
- легкий стиль;
- оформление;
- интересное содержание.

Нельзя сказать, что ничего этого нет, но необычных заголовков нет точно, легкий стиль встречается редко, оформление довольно заурядное, интересного немного.

12. желательно максимум внутренних ссылок страниц друг на друга;

13. главные ключевые слова и выражения должны быть вначале;

14. главный «ключевик» неплохо сделать заглавными буквами;

15. желательно сделать карту сайта;

16. можно попробовать поменять картинку с картой области в центре на лучшие фото Владимира, чередуя их допустим через неделю (или что – то аналогичное);

17. поставить счетчик посещений с открытой статистикой;

ПОМИМО ЭТОГО МОЖНО ВНЕСТИ МНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО СЕО И КОПИРАЙТИНГУ, НО ПОКА ЛУЧШЕ ОГРАНИЧИТЬСЯ ЭТИМ.

3. Обращения со стороны (форум или обратная связь и т. п.).

1. Немедленно отвечать.

2. Максимум внимания этим обращениям. Так как на них не реагировали, интерес к сайту упал.

3. Может быть конкретно описывать, что мы делаем при той или иной проблеме людей.

4. Возможно нужно и на сайте и на других сайтах призывать обращаться к нам.

Пока реакция очень запаздывает и люди полностью теряют интерес.

4. Опыт других сайтов (хотя не рекомендуют копировать другие сайты).

1) ЖКХ – Приемная РФ.

Раздел «Актуально» - «Как можно сменить управляющую компанию».

2) ЖКХ – Приемная РФ.

«Фото» - Пришлите заявку на посещение вашего подъезда, двора, квартиры.

Мы сделаем фото.

3) Мой дом/Реформа ЖКХ. Перечень аварийных жилых домов в г. Владимире и области.

Хорошо бы перенести к нам.

(там же много домов с годом ввода в эксплуатацию. Не уверен, что у нас в каталоге все с этими данными.)

4) Портал ЖКХ Чувашии. Тарифы по всем регионам республики.

5) На ряде порталов ЖКХ. Заказать сайт ЖКХ.

6) На ряде порталов ЖКХ. Пожаловаться на свою УК (хотя у нас это есть, но лучше на первом листе).

7) Портал ЖКХ Пермского края. Раздел «Ярмарка ЖКХ (все товары услуги, предлагаемые для ЖКХ).

8) Портал ЖКХ Томска.

Раздел «Рекомендации» в том числе «11 способов обмануть жильца».

Раздел «Полезная информация» - телефоны аварийных служб.

ПОДОБНЫХ САЙТОВ НЕ ТАК МАЛО И ЭТО НЕ ВСЁ. МОЖНО МНОГОЕ ПРЕДЛОЖИТЬ.

5. Сделать что – то специальное для привлечения интереса.

- раздел для размещения фото о своих дворах и домах;

- социальные кнопки «Мне нравится». Это работает.

- как можно больше фотографий (видео ?). Это тоже работает. Люди любят картинки.

- чат (?);
 - конкурс на худший двор или дом (?);
 - общественный антирейтинг УК и ТСЖ (?);
 - гостевая книга (?);
 - раздел «сатира и юмор» в ЖКХ (?);
 - постоянный опрос на очень актуальную тему (состояние жилья, улиц и дворов в городе, обманывают ли вас УК и ТСЖ и др.)
- и т. п. .

6. Раздел по ремонту (на одном из порталов ЖКХ есть такой).

1. Занести всех ремонтников области.
2. разместить в разделе что –то любопытное:
 - сравнение тарифов;
 - карта организаций;
 - форум;
 - цены на стройматериалы и т.п. ;

ТАК ЖЕ (ВМЕСТО) МОЖНО СДЕЛАТЬ РИЭЛТЕРСКИЙ РАЗДЕЛ.

7. Ежедневно:

1. все сотрудники смотрят сайт и дополняют свои разделы;
2. новости лучше менять 2 – 3 раза в неделю (Я могу искать тоже);
3. можно сделать «Колонку (блог) редактора (?).

8. Реклама («внешняя раскрутка»...) сайта в той или иной форме очень желательна:

- 1) социальные сети – писать там о нас что угодно;
- 2) перечни (каталоги) подобных сайтов (проектов) РФ и области – нас там нет;
- 3) бесплатные объявления – «Обществ. приемная принимает претензии». Это даже рекомендуют делать особенно на АВИТО;
- 4) ссылки – размещать на других сайтах ЖКХ;
- 5) размещать статьи и заметки в других СМИ (если они не против);
- 6) бесплатные статьи на различных интернет – ресурсах;
- 7) бесплатные рассылки через Subscribe.ru, Smart-responder.ru;
- 8) рассылка пресс – релизов на аналогичные сайты, в СМИ области и РФ;
- 9) писать в разных блогах что мы такие существуем, комментировать блоги по нашей тематике;
- 10) обращаться на ТВ и радио предлагая сделать передачи – ведь тематика любопытная;
- 11) просто писать об этом сайте где угодно: в комментах и на форумах, в блогах и т.п.;
- 12) может быть даже попробовать повесить объявления у подъездов, дать недорогую рекламу в общественном транспорте (?) и т.п.. Это работает.
- 13) создать свою социальную сеть с помощью домена Ning.com.;
- 14) делать анонсы своих статей на различных специальных интернет – сервисах;
- 15) писать на форумах по нашей тематике, подписываясь ссылкой на сайт.
- 16) посещая другие сайты, писать комментарии и вместо имени ставить ссылку на сайт – не более 5 в день но постоянно;
- 17) зарегистрировать сайт в рейтингах.

9. Стратегия (общая, практические аспекты) продвижения фирмы по созданию сайтов

Реализация «плана продвижения» по срокам и оценка возможного эффекта по разделам (предварительный план)*

	Сроки	Оценка предпол. эффекта за год, тыс. р.**
1. Рассылки (при позитивном результате – регулярно, при негативном – существенно переделать презентацию... и повторить в 2016)	Первая рассылка - 1 кв. 2016	до 500 – 1 000
2. Регистрация в каталогах, на порталах, ...(?)	постепенно (до 20 за месяц)	до 150 – 300
3. Реклама (определив целесообразность, канал размещения, периодичность и прочее за 1 кв. 2016)	В 2016	до 1 000 – 2 000
4. Работа в социальных сетях	Ежемес. до 20 часов	150 – 500
5. Раздача рекламной брошюры на выставках и в др. местах (возможно её обновление в 2016 году). Возможно подготовка других POS – материалов (листовки, визитки, календари...)	2016	150 – 1 000
6. Участие в выставке (?)	2016	150 – 1 000
7. Повышение привлекательности сайта (план и его реализация)	2016 (до 20 часов ежемес.)	в перс- пективе
8. PR – мероприятия	2016 (до 15 часов ежемес.)	скорее в перс- пективе
9. Участие в тендерах (?)	1 кв. 16 – опреде- лить целесооб- разность	
10. «Экспансия» в другие соседние... регионы кроме 2 областей	1 кв. 16 – подго- товить базы данных 2 кв. 16 – рассылки и пр.	до 2 000
11. Объявления в интернете: Владимир и область, Москва и МО,... (?)	ежемесячно до 30 объявлений	150 – 500
12. Прочие недорогие способы рекламы (объявления и визитки у подъездов, листовки в коттеджи (предприниматели), реклама на асфальте и пр.), (?)	?	?
13. Рассылки предложений по адресам физических лиц (руководителей, программистов, интернет – маркетологов...): Владимир и область, Москва и область,... (?)	1 кв. 16 – создание базы данных, 2 - 3 кв. – рассылка	?
14. Скидки, акции, программы лояльности (?)	2016	
15. Уникальное торговое предложение (?)	2016	
16. «Программа продвижения» в сфере малого и среднего бизнеса (?)	2016	

17. Специальный портал по тематике фирмы (?)	2016	
18. Определение оптимальных тарифов на услуги (?)	1 кв. 16	

* - пока план сугубо общий и приблизительный (без хотя бы общего анализа рынка делать окончательный вариант нежелательно)

** - невозможно прогнозировать достаточно точно без анализа рынка и первых мероприятий по «зондированию» рынка

1) Как и куда «двигаться».

1. Развиваться в проверенных практикой направлениях, используя в первую очередь:
 - а) опыт других компаний (он огромный);
 - б) собственный опыт (он очень солидный);
 - в) оценки приоритетности услуг в этой сфере (они будут...);
 - г) оценку возможностей организации (она будет...).
2. Скорее целесообразно стремиться расширить (оптимизировать) ассортимент оказываемых услуг, в частности видимо желательно кроме имеющихся также предлагать (**всё предположительно** и нуждается в дополнительном анализе):
 - наполнение сайта (фактически есть, но возможно лучше выделить);
 - продвижение в социальных сетях (тоже выделить как отдельную услугу);
 - графический дизайн (веб - дизайн) (тоже можно выделить...);
 - аренда сайтов;
 - анимация и Flash (Москва);
 - маркетинговый анализ аналогичных сайтов в том числе зарубежных (Москва);
 - «необычные» услуги: сочинение рекламных текстов (слоганов, поздравлений, стихов, написание статей, заметок, пресс – релизов и пр.) «на высоком художественном уровне» и тому подобное (Москва);
 - и другие... (после анализа рынка).

3. Пока видимо не удалось добиться того, что компания воспринимается на рынке как «уникальная» - она почти не выделяется на общем фоне. Видимо, нужно найти эту «изюминку», способную привлечь внимание любого потребителя. Что это – низкие тарифы и большие скидки, высшее качество услуг или охват всей РФ, быстрота оказания услуг или необычные услуги либо что - то еще – пока не совсем ясно. Скорее всего идеально «работают» тарифы и качество создания и продвижения сайта (гарантии). Кстати, практически все конкуренты скорее тоже «без изюминки» - тем важнее её найти.

4. Позиционирование фирмы как «Создание дорогих высокоэффективных сайтов» в условиях кризисов 2014 – 17 (?) годов может оказаться опасным. Возможно, целесообразно рассмотреть изменение такой стратегии с «поворотом» (это делает до 60 - 70 % аналогичных фирм) к ориентации на любых в том числе самых «мелких» клиентов и оказанием значительно большего количества недорогих услуг.

В противном случае скорее нужны серьезные затраты на «раскрутку» в выбранных сегментах рынка (крупные предприятия и прочие серьезные клиенты...).

2) Где найти или как «переманить» клиентов.

Где (и как) найти.

1. Рассылка «ТКП» (презентации (портфолио...) с предложениями): продолжать (начать?) рассылать и при наличии заинтересованности поддерживать регулярные контакты:

- 1) Любые организации Владимира, области, Москвы и РФ (?).
- 2) Можно попробовать страны СНГ (?).

Периодичность рассылки целесообразно регулировать в соответствии с результатами предыдущих рассылок.

При этом естественно желательно каждый раз изменять условия продажи - уменьшать цену (или хотя бы увеличивать скидки) и улучшать для потенциального потребителя что - то ещё. Кроме того менять и презентацию (портфолио,...), поддерживая «уровень их исполнения» очень высоким. Повторяющиеся презентация и условия продажи могут только раздражать. К тому же это защитит от обвинений в рассылке спама: получатели просто не будут жаловаться на такие хорошие презентации... .

Использование таких (и других) казалось бы архаичных методов поиска потребителей в условиях хронического (постоянного ?) недостатка средств нормально. Не следует этим пренебрегать. Результаты могут быть очень неплохими.

2. Регистрация в каталогах предприятий РФ, на порталах.

Продолжить (начать ?) регистрацию в любых интернет - каталогах организаций РФ, на подходящих порталах, справочных порталах городов и областей и т. п. . Как ни странно это может дать хороший эффект.

3. Использование рекламы.

Краткий сравнительный анализ основных рекламных каналов для распространения рекламной информации об услугах фирмы (**условный пример**).

	Охват целевой аудитории	Охват прочей аудитории	Оценочно стоимость за год (при желаемой периодичности и рекламы), р.	Желаемая периодичность рекламы	Престижность (по РФ)	Частота применения конкурентами	Возможности для размещения информации
Интернет (реклама) *	Максимальный	Максимальный	40 000 – 70 000 в год	ежемес.	Высокая	Очень высокая	Отличные
Баннеры на улицах	Средний	Низкий	До 80 000	4 мес. за год	Средняя	Низкая	Хорошие
Реклама на транспорте	Средний	Средний	До 50 000	До 2 – 3 мес.	Средняя	Средняя	Отличные
Каталоги (печатные)	средний	низкий	40 000 и более	Раз в год	Средняя	Видимо, часто	Отличные
Радио	средний	низкий	30 000 – 60 000	2 – 3 раза в год	Средняя	Редко	Хорошие
Брошюры, буклеты и т. п.	средний	средний	До 25 000	До 1 000 шт.	Средняя	Часто	Отличные

* - видимо в основном контекстная, реже баннерная реклама. И здесь необходима отдельная таблица по видам и местам размещения. Будет.

Жирным шрифтом выделены оптимальные в первую очередь по критериям охвата аудитории и стоимости рекламы носители.

Очень желательно перед размещением рекламы делать расчет окупаемости (я сделаю).

4. Работа в социальных сетях и др. SMM.

1. Создание и ведение групп и т. п. . Причем это желательно делать ежедневно.

2. Работа в блогах и на форумах (видео – и фотоблогах... ?) соответствующего характера.

5. Общее маркетинговое обеспечение.

1. Ежегодно обновлять маркетинговое исследование рынка.

2. Полностью сформировать базу данных для рассылки ТКП с презентациями (иной формы поиска потребителей) – или использовать имеющиеся базы данных.

3. Обновлять рекламную брошюру ежегодно (или по возможности).

4. Возможно, требуются другие POS - материалы (листовки, буклеты...).

5. Раздавать брошюру... на всех выставках в городе (и в Москве).

6. Желательно участие хотя бы в 1 выставке ежегодно.

6. План (общий и предварительный) по увеличению привлекательности сайта.

1) Неформально и просто, нестандартно сформулировать преимущества и подать их на первом листе. Пока это скорее не удалось – стандартно и вряд ли что - то очень привлекающее.

2) Постараться показать максимум примеров сделанной работы в том числе с помощью несложного «отраслевого каталога» (см. Приложение 1) со ссылками на соответствующие сайты. Это делается очень редко, но скорее «сработает».

3) Попробовать разместить на сайте примеры того как конкретно сделанные сайты привлекают потребителей. Да, так не делают, это немного рискованно, но может стать «сильным ходом».

Может быть привести «антипример» (Приложение 2, хотя явно нужно изменить приведённый в нем «пацанский стиль» и «культурно» переделать под солидную аудиторию).

4) На сайте мало фотографий... людей. Лучше бы разместить или просто фото сотрудников (любых, из интернета) за работой или даже (такое встречается) все фото сотрудников (можно всех вместе с улыбками до ушей). Это очень располагает.

5) Попробовать «разложить» стоимость любого создаваемого сайта на составляющие или подать это просто как «прайс». Это делается очень редко и явно заинтересует.

6) Всё же не отказываться от «раскрутки статьями» (хотя есть «Публикации», но это и как – то незаметно и очень стандартно). Просто статьи должны быть короткими, увлекательными, по возможности «продающими» и качественными с точки зрения SEO. Темы статей «на вскидку» (я напишу...):

Почему создатели сайтов редко предлагают продающие тексты ?

Компания без сайта – это приговор ?

Сайты дешевые и сайты дорогие – что выбрать.

Легенды про интернет - магазины.

25 главных ошибок при создании и продвижении сайтов.

Окупаемость сайта – это вообще возможно ?

Классификация российских фирм по созданию сайтов.

Сайты солидные и «кое - как»... .

Сайты столичные и провинциальные: есть или нет ?

Все сайты похожи как близнецы: что делать ?!

Сайт есть, а продажи не растут... ?

Что такое «красивый сайт»... .

Одного сайта хватит или нет... ?

А как делают сайты там у них... .

и т. п. нестандартная тематика (я – «спец» по «нестандарту»... и больше всего люблю что - то интеллигентно «разгромить»... А этого в России...).

7) Сделать рейтинг конкурентов (хотя это опасное занятие...) или сравнительную таблицу главных конкурентов, показав у кого что плохо и чем мы выделяемся. Никто не делает – ну и что ?! «Они были первыми...» !

8) Очень желательно указать города, где находятся заказчики. Неплохо разместить карту. Можно и схемы Владимира и Москвы с указанием того же. «Мы работаем по всей России!» видимо было бы оптимальным вариантом.

Предложений может быть и много больше, но нужен анализ сайтов конкурентов (пока смотрел 2-3 часа).

7. Обычные методы PR.

PR (паблик рилейшнз) – по возможности: рассылка пресс - релизов (новостей фирмы), бесплатные статьи о фирме (есть некоторые возможности), размещение ссылок на сайт фирмы на некоторых сайтах (есть возможности), размещение информации о фирме на форумах, в блогах, на порталах, возможно участие в выставках, статьи в СМИ и т. п. . Можно также сделать на сайте пункт меню «Новости» (есть упоминание, но новостей я не увидел...) - это обычно способствует увеличению посещаемости сайта и даже считается одним из лучших способов «раскрутки».

И нельзя останавливаться на одной статье или пресс - релизе. Они никогда не дают немедленного эффекта. Это нужно делать постоянно хотя бы ежемесячно (при условии бесплатной публикации). В любом случае это улучшает имидж фирмы, делает ее более заметной.

8. SEO и копирайтинг по сайту фирмы (отдельные предложения).

1. ежемесячно делать хоть несколько небольших существенных изменений на сайте (т. н. «развитие сайта») (и так делается...?);

2. скорее недостаточно действительно привлекательных продающих текстов, призыва к покупке, хотя и у конкурентов обычно то же самое... .

Например на первом листе:

«За неделю сайт может привлечь миллионы клиентов. Ваш привлекает 13 человек. Звоните и пишите нам... ! Миллионы ждут!»

(я могу сделать десятки вариантов таких «слоганов», в том числе более солидных...).

3. на сайте обычно привлекают:

- необычный заголовок;
- легкий стиль;
- оформление;
- интересное содержание.

Нельзя сказать, что ничего этого нет, но необычных заголовков нет точно, легкий стиль скорее отсутствует, оформление близко к идеалу, интересного явно немного.

4. Сделать что - то специальное для привлечения интереса (скорее если сайт расчитан на малый и средний бизнес):

- социальные кнопки «Мне нравится». Это работает.
- «Задать вопрос руководителю онлайн»;
- гостевая книга;
- постоянный опрос на очень актуальную тему (конверсия... и пр.) и т. п. .

Почти никто не делает... . Ну и что ?

5. «Внешняя раскрутка»...) сайта в той или иной форме очень желательна (хотя возможно я повторяю то, что и так делается...):

1) перечни (каталоги) подобных сайтов (проектов) РФ – включить сайт, если его там нет;

2) бесплатные объявления со ссылкой на сайт. В этом нет ничего плохого;

3) ссылки – размещать на других сайтах;

4) размещать статьи и заметки в других электронных СМИ (если они не против);

5) бесплатные статьи на различных интернет - ресурсах;

6) бесплатные рассылки через Subscribe.ru, Smart-responder.ru;

7) рассылка пресс - релизов на аналогичные сайты, в СМИ области и РФ;

8) создать свою социальную сеть с помощью домена Ning.com.;

9) делать анонсы своих статей на различных специальных интернет – сервисах;

10) писать на форумах по нашей тематике, подписываясь ссылкой на сайт;
11) посещая другие сайты, писать комментарии и вместо имени ставить ссылку на сайт – не более 5 в день но постоянно
и т. п. (будет позднее).

б. желательны неожиданные публицистические заголовки вроде «Обратитесь к нам и всё решится» или «Мы точно решим Ваши проблемы». Банально, но в России работает.

9. Участие в тендерах (?). Редко, но такое бывает.

10. Возможно целесообразно больше внимания уделять поиску потребителей в области и других регионах кроме Москвы (?):

- 1) прямая рассылка предложений по электронной почте (и главным позвонить...).
- 2) Размещение объявлений на местных досках объявлений в интернете. Объявлений в небольших городах мало и эти будут очень заметны.
- 3) Регистрация организации на местных порталах (они сейчас есть почти везде).
- 4) Безусловно возможны и другие способы размещения рекламы и информирования потенциальных потребителей.

11. Подача объявлений на досках объявлений и соответствующих порталах. Да, это как бы не солидно, но практика показывает, что по этим объявлениям тоже «выходят» потенциальные клиенты. Это можно делать совершенно бесплатно.

Встречаются такие объявления на ТИУ.ру, Яндекс Маркете и прочих подобных порталах, которых всё больше. Собственно говоря почему бы и не попробовать ?

12. Другие недорогие способы очень дешевой рекламы. Например, можно расклеивать самодельные или отпечатанные на заказ объявления на досках возле подъездов, оставлять там «визитки» (маленькие рекламные листки). Да, это информация для физических лиц, но именно они работают в фирмах – потенциальных заказчиков. Просто на рекламном объявлении первым должен выделяться очень привлекательный аргумент. И это не все способы. Не нужно смеяться: в России всё всегда проще, чем кажется.

13. «Холодный прозвон» (хотя ценность этого метода обычно сильно преувеличивается) и активные продажи (разные методы).

Как привлечь (переманить) других клиентов.

1. Расширение (оптимизация) ассортимента за счет наиболее востребуемых услуг. Подать эти услуги нужно нестандартно, выделяя наиболее желательные для потребителя преимущества (а у большинства это тарифы, качество, быстрота, гарантии, возможно некоторые другие аспекты).

2. Настойчиво искать новых потребителей например с помощью электронных рассылок, регистрации в интернете, бесплатных объявлений, рекламы и т. п. .

Например, рассылать максимум предложений несмотря на фактические отказы 1 – 2 раза в год каждый раз обновляя презентацию (каталог...) и по возможности условия (тарифы и пр.). Применять прочие методы поиска новых клиентов: снова и снова. Никогда не сдаваться ! Не опускать руки, если один раз не получилось. Не «делать по - русски» !

3. Проводить максимум акций, предоставлять новые скидки, ярко отражая это на первой странице. Наиболее желательна непрерывно обновляющаяся система скидок и акций. Кстати, в этой сфере такое встречается нечасто, но есть области бизнеса, где скидки и акции – первый пункт маркетинга.

4. Возможно лучший вариант привлечения для малого и среднего бизнеса в данном случае и в современных условиях – сделать упор на низкие тарифы при высокой эффективности созданных сайтов. Пусть разница с существующими тарифами будет ничтожной, но нужно подробно расписать почему они «экономят».

БЕЗ ИССЛЕДОВАНИЯ ПУНКТ ПОД СОМНЕНИЕМ.

5. Посылать «очень качественные» поздравительные презентации... минимум 2 раза в год не только постоянным клиентам, но даже лучшим из отказавшихся и т. п. .

6. Максимум внимания выведению сайта «в топ». Хотя во Владимире он видимо и так «в топе», а вот в Москве и других городах явно нет.

7. Использование любых «программ лояльности» клиентов. Пока их видимо нет.

8. Сформулировать «уникальное торговое предложение». Обычно это что - то вроде «Все предлагают сайты. Но мы предлагаем Вам гарантированно продающий эффективно работающий сайт, оплата по результату, наш тариф оптимален. И мы можем сделать абсолютно как вы хотите: с юмором или категорически строго» (пока пример условный).

На деле можно предложить следующее (могут быть десятки вариантов):

- описать какова конкретно посещаемость главных сайтов, которые сделаны;

- предложить то, что никто в РФ не предлагает:

1) можем создать сайт абсолютно в любой манере: в произвольном стиле (разговорном, деловом, официальном..., с юмором, в стихах, под определенного писателя, с пародиями, в форме афоризмов и т. п.);

2) только мы показываем пошагово сколько стоят абсолютно все этапы работы над сайтом;

3) только у нас Вы увидите на конкретных примерах как работают на привлечение потребителей созданные сайты;

4) у нас именно продающие тексты – у других или стильные или никакие;

5) хотите сайт под любую западную фирму – сделаем именно так...

6) все «картинки» анимированные (?). Вариант: рисованные... ;

7) хотите сделать самый невероятный... сайт в РФ. Мы сделаем !

....

9. Возможно, целесообразны специальные мероприятия по продвижению услуг фирмы в сферах малого и среднего бизнеса (и это требует создания специальной небольшой «программы», а возможно даже - отдельного сайта, брошюры и т. п.).

10. Может быть даже создать отдельный портал под «эгидой» фирмы (лучше скооперироваться с кем-то - то ещё (?)) по созданию и продвижению сайтов... . Но он должен быть очень актуальным и интересным.

11. Определение оптимальной цены услуг:

1) дальнейшее изучение рынка и закономерностей ценообразования на нем. Мониторинг тарифов и ситуации на рынке в целом желательно делать ежеквартально.

2) изменение предлагаемых тарифов (скидок, акций) и анализ реакции потенциальных потребителей.

По рекламной брошюре (лежит на стойке на 1 этаже) предложения наскоро делать нежелательно. Они будут. По сайту тоже будут ещё.

Разумеется, направлений может быть десятки, но эти скорее главные.

Других вариантов нет, именно эта ежедневная кропотливая работа должна привести к росту привлекательности услуг. Это работа на годы.

В дальнейшем после анализа ситуации будут показаны (если нужно) теоретические аспекты маркетинговой стратегии:

1. Ценообразование.

2. Рекламная.

3. Диверсификация.

4. Продвижение услуг.

5. Предложение услуг.

и в других «ракурсах»... .

Также будет показана полная система стратегического корпоративного управления, включающая:

миссию (создание и продвижение сайтов);
набор целей (маркетинговых, финансовых, бизнес-..., по персоналу,...);
тенденции на рынке (они и положительные и отрицательные – последние в 2015 доминируют);
ключевые факторы рынка и набор инструментов для наблюдения за ними;
стратегическую позицию на рынке;
выбранные сегменты рынка;
стратегию конкурентного преимущества;
маркетинговую стратегию (с выбором её типа);
карту рисков и контрмер;
бюджеты (?).

Будут сделаны (если нужно) стратегическая карта и BSC – карты по отдельным разделам стратегии, матрица SWOT – анализа и пр. .

P.S.

Естественно, можно написать «программу» на 20 листов, но вряд ли это приемлемо по крайней мере пока. Поэтому отмечены скорее главные моменты и приведены наиболее нестандартные предположительно могущие быть наиболее результативными предложения. И пока всё сделано «без теории» максимально конкретно. Хотя можно сделать как угодно.

10. Оригинальный текст с частичным рерайтом для сайта интернет-магазина (написано более 100 материалов разного объема).

Стиральные машины Hotpoint Ariston

Стиральные машины Hotpoint Ariston - это продукция итальянской фирмы «Индезит». Стиральные машины этой марки как и модели под брендом «Индезит» - одни из наиболее известных в РФ и по всей Европе.

Стиральные машины Hotpoint Ariston традиционно инновационны: это и функция «Бесшумная стирка», при которой благодаря специальному двигателю удается существенно уменьшить шум при работе, и «Ручная стирка шерсти», которая считается особым нововведением фирмы. «Hotpoint Ariston» - единственная марка в мире, которая имеет специальный знак «Woolmark Platinum Care». Благодаря этой технологии в машинах можно стирать и вещи, которые считаются годными лишь для ручной стирки. Каталог фирмы также включает машины с вертикальной загрузкой, под этим брендом выступают десятки моделей. Вместе с тем отмечают, что срок службы моделей фирмы как и многих корейских машин нередко ограничен несколькими годами.

Цены на них как и почти на все итальянские модели относительно невысокие, диапазон средних по размеру цен можно обозначить как «недорого». Вместе с тем нередко встречаются модели из ценовой категории «дешево».

Купить стиральные машины «Hotpoint Ariston» в России смогли и желают многие: эта стиральная техника больше всего подходит людям со средним и небольшим доходом. Купить стиральные машины «Hotpoint Ariston» в Москве и других городах можно в интернет магазине «Все ст...», здесь же вы можете заказать доставку и установку техники.

Промышленные стиральные машины

Промышленные стиральные машины в России как правило предназначены для прачечных. Обычно они рассчитываются на 10 – 20 лет ежедневного использования, имеют объем барабана около 150 литров и стирают до 180 кг. белья.

Купить промышленные стиральные машины можно достаточно легко, обычно это – техника таких производителей как «Вязьма», «Lavamac» (Бельгия-Чехия), «Primus» (Бельгия), «IPSO» (Бельгия), «Electrolux» (Швеция), «AIRON» (Бельгия-Италия), «Miele»(ФРГ).

Цены на промышленные стиральные машины особенно импортные достаточно высоки. Сравнительно недорого стоят отечественные стирально - отжимные машины «Вязьма». Для предприятий – постоянных покупателей с крупными объемами работ обычно предусмотрены скидки. Для прачечных также нередко приобретаются стиральные машины на 25 кг. белья, которые некоторыми продавцами выделяются в отдельную категорию.

Промышленные стиральные машины в Москве вы можете приобрести в интернет магазине «Все ст...».

11. Гипертоническая болезнь(РЕРАЙТ). Статья для сайта.

Уникальность текста – 95-100%.

Это заболевание (оно же «артериальная гипертензия»), которым болеют даже не миллионы, а скорее сотни миллионов по всему миру. Считают, что артериальная гипертензия охватывает от 20 до 30% взрослого населения России. Общая смертность пациентов с этой болезнью выше средней по стране примерно в пять раз. Главный симптом – устойчивое повышение артериального давления.

Общая точка зрения гласит, что гипертензия – болезнь невротического спектра.

Вместе с тем к ней располагают лишний вес, курение, алкоголь, наследственность, возраст, нерациональное питание (больше недостаток калия и кальция), сахарный диабет, повышенное потребление соли, атеросклероз, малоподвижность и многое другое.

Но основными причинами появления гипертензии всё же обычно считают нарушение рациональной нервной регуляции в результате эмоциональной нестабильности, стрессы и тяжелые психологические травмы. Велики также роль наследственности и возраста, ожирения и вредных привычек.

Дело в том, что при регулярном нервном возбуждении наблюдается спазм сосудов, при этом клетки сосудов ускоренно растут: стенки утолщаются. В результате растет давление. Кроме того сердце работает активнее и сердечный выброс становится сильнее, всё это в сочетании составляет гипертензию.

Гипертензия часто поражает трудооголиков, людей, которые не умеют отдыхать, эмоциональных и чувствительных, а таких на свете где-то не менее трети. Очень часто она поражает тех, кто стремится делать карьеру и вообще самоутверждаться. Чувства недоверия, злобы и обиды очень характерны для тех, кто страдает этой болезнью.

Три стадии развития гипертонии и три степени болезни.

Первая стадия начальная, при этом давление периодически растёт обычно в связи с переживаниями. На второй стадии рост давления становится устойчивым и уже требуется специальное лечение обычно медикаментозное. Здесь уже могут быть гипертонические кризы. На третьей стадии склеротической меняется структура сосудов и начинаются проблемы в работе почек, головного мозга, легких и других органов.

Кроме этого, обычно выделяют степени гипертонии. Они различаются по показателям артериального давления.

При гипертонии первой степени артериальное давление составляет в рамках 140/90 – 160/99. Гипертония второй степени характеризуется давлением 160/100 – 180/109 и третьей степени – 180/110 и выше. Есть люди, которые умудряются работать при верхнем давлении выше 250, что очень опасно. То есть гипертоники – люди с давлением выше 140/90.

В основном гипертонией болеют люди за сорок. Основные симптомы: тяжесть в голове, боли в области сердца, недосыпание, повышенная утомляемость, неясные боли в руках и ногах, повышенная раздражительность, головокружение.

На второй стадии все эти симптомы проявляются более заметно. На третьей могут наступать гипертонические кризы – резкие повышения артериального давления, приводящие к сердечной недостаточности или к расстройству кровообращения мозга. Сердце перегружается и начинается его гипертрофия (избыточное разрастание сердечной мышцы), дальше может развиваться сердечная недостаточность. Инфаркт и инсульт тоже могут случаться, они не так уж редко сразу приводят к смерти.

12. Техническое задание на рекламный видеоролик Gresso

Текст

В очках титановых от Gresso
нас тоже не сгибают стрессы.

Раскадровка

Время (сек)	Видео	Звук	Комментарии
5	Очки на сильном мужчине, он огорчен.	М. Равель Болеро	Фон произвольно, можно на фоне окна офиса, на
3	Мужчина резко снимает очки.		
6	Рука сильно сжимает дужку очков(крупный		

	план). Она не гнется.		фоне неба или иначе...
5	Он чуть морщится от боли.		
5	Он одевает очки.		
6	Мужчина сдержанно улыбается.		

Музыка

М. Равель. Болеро.

Формат

Вертикальный.

Продолжительность

30 секунд.

Последовательность

Текст появляется на пятой секунде.
Музыкальный фон в течение всего ролика.

Подписи

Текст с самого начала и повторяется.

Технические параметры

Минимальное разрешение для вертикального видео — 600 x 750.
Вертикальное соотношение сторон — 4: 5.
Максимальный размер файла для всех форматов — 4 ГБ.
Рекомендуемые форматы видео: .MP4 и .MOV.
Видео — макс 30 кадров в секунду.