

ГАЙД ПО НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЕ ОТ RPKLUXEPRO

Делимся своим опытом работы
на рынке рекламных вывесок и
многолетнего общения с клиентами

Вывеска



Когда мы работаем с заказчиками, то стараемся так построить взаимодействие, чтобы понимать влияние нашей продукции на бизнес клиента. То есть пытаемся оценить, как наши решения помогают бизнесу, какие наши находки приносят пользу, а какие становятся лишними.

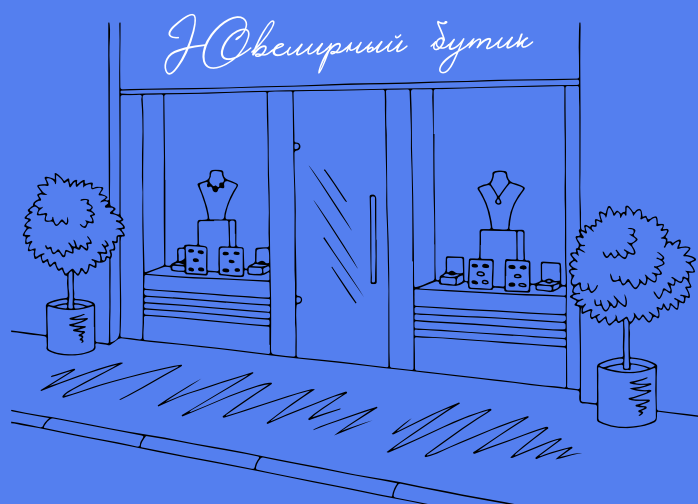
Я, как владелец студии по производству вывесок, понимаю многих своих клиентов. В разное время мне принадлежали: магазин продуктов, точка общепита, алкомаркет, булочная, сервис грузоперевозок. Поэтому я изнутри вижу, как может работать то или иное решение, и предлагаю каждому бизнесмену вариант, который подходит именно его точке.

Этот гайд содержит лишь малую часть того, что мы узнали за 15 лет работы с вывесками. Иначе пришлось бы написать целую книгу. Но мы не просто рассказываем о своем опыте — мы постоянно изучаем его и используем в своей каждодневной работе с клиентами. Это помогает нам создавать лучшие продукты для наших клиентов и радоваться результату вместе с ними.

Основатель компании
РПКЛюксэкспо

Оглавление:

1. Введение.....	2
2. Как выбрать название.....	3
3. Что важно при выборе локации.....	4
4. Какие бывают фасады.....	6
5. Наружная реклама и ее оформление.....	8
6. Материалы и технологии изготовления вывесок.....	12
7. Как производитель может обмануть клиента.....	21
8. Резюме.....	27
9. Заключение.....	28



Как выбрать название

Примерно 15 лет назад владельцы бизнес-точек активно проявляли фантазию, когда дело доходило до выбора названия для их компании. Поэтому на фасадах можно было встретить множество странных вывесок, например: Лошарик, Рукоjob, ТолчОК, МирКУРий, детская адежда, СтоLOVEая. Конечно, сейчас уже нет такой свободы в нейминге.

Рассмотрим имена собственные и названия. Если они не зарегистрированы как товарный знак и не обозначают направление деятельности, то их нельзя использовать на вывеске. Например, вы хотите назвать салон красоты словом “Афродита”. Не имея регистрацию на такой товарный знак, вы не сможете разместить его на фасаде — только надпись, указывающую на вид деятельности. Получится, к примеру, “Салон красоты”. Но если вы зарегистрировали компанию “Афродита”, то ее название спокойно можно использовать на наружной вывеске. В этом случае название точки будет совпадать с ее юридическим именем.

Еще один пример — иностранные названия. Формально не запрещено их использовать, но согласуют вывески на иностранном языке все реже. То есть по факту все движется к полной русификации уличных рекламных конструкций.

Чтобы получить разрешение на установку вывески на иностранном языке, нужно также перед этим зарегистрировать товарный знак в уполномоченном органе. И все же это не гарантирует того, что даже после установки логотипа латиницу не попросят заменить на кириллицу. И тогда вывеску придется либо дополнить, либо заменить. В любом случае, по истечении срока разрешения на конструкцию вы вряд ли получите новое разрешение на вывеску с иностранными буквами, установленную до ужесточения правил.



Кстати, **сочетание русских и иностранных букв на наружной рекламе — давно антитренд**. Это плохо воспринимается взглядом и скорее в негативном ключе выделяет компанию. Кроме того, этот прием не нравится архитектурным властям.

Рекомендации:

1. Изначально придумывайте название на русском языке. Он так богат, что найти интересное сочетание букв и слов не составит труда.
2. На латинице ваше название или на кириллице, но постарайтесь сразу зарегистрировать его как товарный знак. Иначе есть вероятность увидеть такое же название у конкурентов.
3. Перед заказом конструкции уточняйте, есть ли слово, которое обозначает направление вашей работы, в официальном лексическом словаре русского языка. Например, не все англицизмы можно встретить в словаре, и если один из таких окажется на вывеске, ее могут не согласовать.
4. Перед разработкой товарного знака или логотипа сразу определитесь с количеством цветов на них. На фасадной вывеске не стоит использовать слишком много цветовых оттенков. Гарантированно согласуют 1-2, 3 — уже с трудом, 4 — почти точно нет. Умеренность нужно проявлять и в использовании шрифтов: 1-2 будет достаточно для оформления надписи. При соблюдении этих двух условий вывеску согласуют быстро и без лишних вопросов.

Что важно при выборе локации

Этот пункт касается скорее выбора места для бизнес-точки, а с ней соответственно и для вывески. Неподходящая локация может обернуться для бизнеса финансовыми потерями. Такая ошибка относится к фатальным, и многие предприниматели совершают ее либо по незнанию, либо из-за самоуверенности.

Первый, самый важный критерий выбора места для открытия бизнеса — это интенсивность и плотность человеческого потока. То есть важно понимать, сколько людей за день будет проходить мимо вашей точки.

Второй критерий — состав проходящего потока. Нужно знать, есть ли среди этих людей ваша целевая аудитория. Например, для барбершопа важно, чтобы мимо него проходило много мужчин в возрасте от 25 до 55 лет.

Это два самых важных фактора успешной работы бизнеса. Многие предприниматели не придают им большого значения, но не существует ни одного примера процветающего дела при плохой проходимости и отсутствии целевой аудитории. В самом худшем варианте владельцы точки экономят не только на аренде помещения, но и на таких принципиальных моментах, как вывеска, интерьер, роз-материалы и прочее. С таким подходом бизнес вряд ли продержится дольше двух месяцев.

Третий критерий — наличие конкурентов по соседству. Если таковые рядом имеются, вывеску нужно оформить так, чтобы выделиться на фоне похожих точек. Можно сыграть на их слабых сторонах в оформлении фасада и интерьера, и сделать свою компанию более привлекательной внешне. Но если ваша ниша высоконкурентная, то к созданию вывески тем более нужно отнестись серьезно: именно вашу точку должна заметить и отметить целевая аудитория.



В качестве **плохого примера** приведем историю, когда рядом в здании на первом этаже открылись две пекарни. Одна открылась раньше, но сэкономила на вывеске: заказала самый дешевый вариант, и через месяц стала плохо работать подсветка. Вторая пекарня постепенно перетянула на себя аудиторию от первой, с вывеской, которая стала непрезентабельной.

Четвертый, не очевидный критерий — наличие объектов поблизости от точки, которые будут влиять и на видимость, и на трафик. Это могут быть деревья и лестницы, памятники и другое.

Если компания открывается в здании памятника архитектуры, то вывеску на его фасаде просто так не разместишь. Существуют ограничения на установку рекламы на таких зданиях, которые прописаны в законодательстве. В некоторых случаях и вовсе действует запрет. И если владелец бизнеса не прояснил этот момент, то после ремонта помещения его может ждать неприятный сюрприз: наружную рекламу не согласуют, и вывеску не разрешат монтировать. А отсутствие вывески сразу лишит вас около 50% людского потока. Так можно лишиться бизнеса, потеряв время и деньги на его организации.

Деревья у входа могут загораживать и вывеску, и часть фасада компании. Просто так срубить их не получится: на это нужно разрешение, которое могут и не дать. Так что лучше сразу исключить растительность рядом с вашей точкой.

Лестница высотой до 10 ступеней, как оказалось, вообще может лишить бизнес 15% человеческого трафика. Если по ступенькам неудобно подниматься кому-то из вашей целевой аудитории, то вы теряете потенциальных клиентов. Так что в идеале вход в точку должен располагаться на уровне тротуара. Иначе не спасет ни качественный ремонт, ни узнаваемый бренд.

Рекомендации:

1. Выбирайте место для открытия точки, основываясь на уровне проходимости и составе целевой аудитории. Эти показатели можно изучить даже в ручном режиме. Например, кто-то из ваших сотрудников мог бы понаблюдать хотя бы полдня за тем, сколько и каких людей проходит мимо места, где предполагается открыть бизнес. Способ требует терпения, но очень эффективен. Если полученная статистика вас не устроит, то вы точно поймете, что ваша точка не будет окупаться в этом месте. Так вы сэкономите время, деньги и нервы.
2. Обратите внимание на то, как легко добираться до вашей компании и сразу ли видно ее вывеску. Также важен комфорт посетителей. Ответьте на вопросы: удобно ли им находиться у вас, не мешает ли им что-то, нужно ли установить дополнительное оборудование или благоустроить точку?
3. Уточните, можно ли размещать на фасаде здания, где располагается ваш бизнес, вывеску высотой от 30 см. Например, на некоторых исторических зданиях разрешается устанавливать такие маленькие конструкции, что в них нет никакого смысла: их просто не увидят.
4. Разузнайте у владельцев соседних точек, есть ли у местных ТСЖ и УК какие-то особенные требования к размещению вывесок. Например, если вы услышите,
5. что представители этих организаций требуют взятки за установку рекламных конструкций, можете быть уверены, что это незаконно. Тем более если запрашиваемая сумма столь высока, что способна напугать кого угодно.
6. В любом случае мы поможем уладить этот вопрос так, что никому ничего
7. не придется платить. Но лучше даже не доводить до такой ситуации.
8. Запомните, что никто не может “решить” вопрос с размещением вывески з
9. а деньги. Не верьте никому, кто обещает это сделать. Такое обещание — просто попытка вытянуть из заказчика деньги. В этой сфере всем приходится работать по общепринятым правилам.

Какие бывают фасады

Фасад — это тот момент, на который нужно обращать первоочередное внимание перед изготовлением вывески. Важны тип, форма, материал поверхности фасада. От этого зависят материалы и технология производства конструкции.

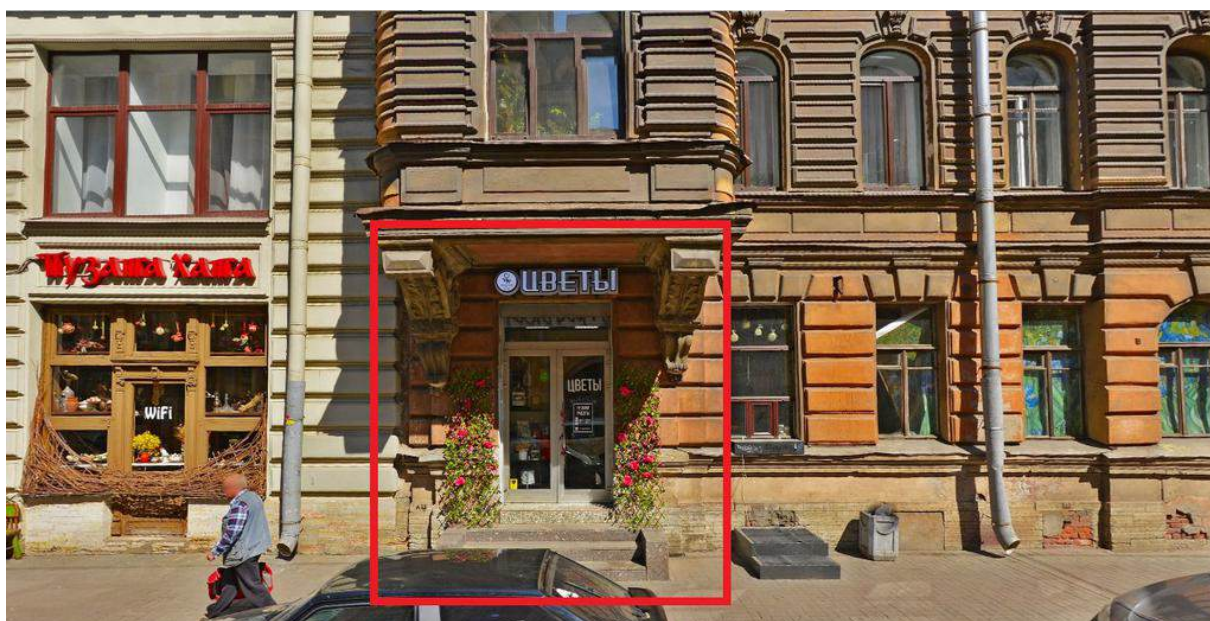
Например, если с крыши здания постоянно падают куски наледи зимой или на выступающих частях фасада любят сидеть птицы, для вывески нужно подбирать ударопрочные материалы и надежные крепления. Также существуют технологии, которые усиливают прочность всех элементов вывески. Кроме того, если условия эксплуатации вывески объективно сложные, на них распространяется гарантия.

Вид облицовки фасада кажется на первый взгляд неочевидной проблемой. Но эта поверхность может быть сделана из такого непрочного материала, что при неподходящем для него способе крепления и неверно рассчитанном весе конструкции она в какой-то момент может упасть на тротуар. Если при этом пострадают люди, то владельцу вывески грозят многомиллионные иски.

Очень важно не слушать заманчивых обещаний низкой цены якобы благодаря собственному производству. Свои цеха с оборудованием сейчас есть у большинства компаний, изготавливающих наружную рекламу. И, как правило, такое производство содержать дорого, хотя бы только из-за высокой стоимости станков. Но товары, которые изготавливают на таком производстве, отличаются качеством.

Необоснованно снижают цены на свои услуги зачастую только дилетанты, которые не могут привлечь клиента ничем, кроме низкой цены. Чтобы обеспечить дешевизну, такие компании делают вывески из дешевых материалов. При этом у их персонала нет достаточной квалификации и опыта, а гарантийное обслуживание они предоставляют только на словах.

У фасадов существуют несколько особенностей, о которых обычно неизвестно людям, не занимающимся вывесками профессионально. Одна из них — **архитектурные элементы**. Их обязательно надо учитывать на стадии разработки макета. Иначе может оказаться, что взяв помещение в аренду и сделав там ремонт, владелец захочет установить большую вывеску, а ее разрешенные размеры могут оказаться значительно меньше из-за особенностей фасада.



Например, нельзя разместить вывеску на ширину двух оконных проемов, расположенных рядом. Ваша конструкция должна уместиться в высоту руста и ширину одного окна, а ведь оно может быть совсем небольшого размера. И если оба параметра имеют небольшую величину, вывеска будет практически незаметной на улице. И производителю, и заказчику это может казаться странным, но со специалистами из городского архитектурного отдела не поспоришь — у них свои правила для соблюдения городской эстетики.

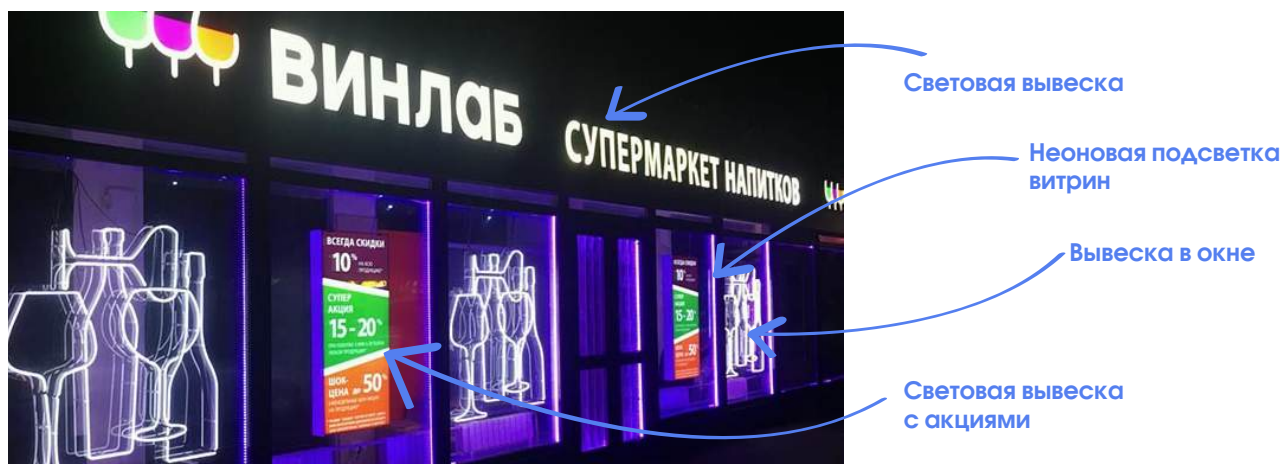
Впрочем, сюрпризы таит и **современная архитектура** — не только исторические здания. Большинство новых зданий так спроектировано, что площади пространства под размещение вывески очень малы. Если у клиента размашистое написание названия, то с учетом того, что по периметру рекламной поверхности нужно оставлять 30% свободного пространства, надпись окажется совсем небольшой.

Рекомендации:

У нас есть только одна рекомендация для заказчиков. Не фантазируйте, какая большая у вас может быть вывеска. Сразу обратитесь к специалистам с фотографией фасада, и точно узнаете, какие варианты конструкций можно установить именно на этой поверхности с учетом всех ее особенностей. Опытный производитель мгновенно определит, что вы можете сделать на конкретном фасаде, и не будет тратить впустую ваше время и деньги.

Наружная реклама и ее оформление

У наружных рекламных конструкций есть различные ограничения, и можно столкнуться с разными сложностями в процессе создания макета и согласования вывески. Рассмотрим, какие существуют допустимые варианты оформления наружной рекламы.



Комплексное оформление. Несколько форматов наружной рекламы актуально использовать в таких местах, где точку плохо видно из-за особенностей расположения. Например, в полуподвальном помещении, с маленькими окнами на уровне тротуара, с лестницей поблизости.

В этом случае можно спокойно сочетать световую фасадную вывеску с неоновым контуром витрин и входа, добавив световые вывески на окна. Мало не покажется, но и не будет чересчур, потому что заведение точно заметят несмотря на его неудачное местонахождение.

Базовые элементы. Если вам кажется, что комбинация разных типов рекламы сделает из вашей компании новогоднюю елку, то можно найти более умеренные по количеству элементов сочетания. Но главное, не пренебрегать базовым оформлением: вывеска должна быть обязательно и ее должно быть хорошо видно. Особенно, если это вывеска онлайн-бизнеса.

Клиенту, заказавшему товар в интернете, вряд ли понравится плутать по улицам и дворам в поисках хоть какого-то указателя на компанию или неприметной вывески. Это раздражает и минимизирует шансы на то, что человек еще хоть раз что-то закажет в этом магазине.

Праздничное оформление. Делимся ноу-хау! Заведение можно сделать заметным для аудитории не только с помощью наружной рекламы. Перед открытием украсьте вход в него воздушными шарами и оставьте их на несколько недель. Не пожалейте средства на праздничное оформление точки, и увидите, как оно окупится.

Приведем примеры удачного и неудачного оформления заведений.

Однажды нам заказали наружную рекламу для открывающегося кафе. Чтобы сделать заведение эстетичным и максимально заметным с минимальными тратами, мы предложили установить:

- яркую световую вывеску, которую можно было легко согласовать, поскольку на ней указывался только род деятельности;
- неоновый контур для витрин. Кафе находилось в удалении от основных путей передвижения, и нужно было привлечь к нему дополнительное внимание;
- название кафе на иностранном языке за витриной. Это не нужно согласовывать и делает дополнительный акцент на витрине.

В итоге, клиент выбрал только два из трех предложения, отказавшись от основного рекламного элемента — вывески. Предприниматель в принципе не хотел заниматься согласованием и думал, что на оформление рекламой будет достаточно потратить около 35 тысяч рублей. Непонятно, каким образом он хотел привлекать клиентов в свое кафе, на котором не было никаких упоминаний того, что это кафе. Через два месяца работы это заведение закрылось.

В этом случае бизнесмены имели мало опыта и не прислушались к советам профессионалов. Во втором случае человек имел опыт открытия бизнеса. Он хотел запустить магазин продуктов, а поскольку и у нас есть опыт работы с такой точкой, мы решили поделиться им с заказчиком.

Достаточно быстро мы поняли, что человек не намерен тратить средства на наружную рекламу. В его понимании надо сначала открыться и посмотреть, как люди будут покупать, а потом, если все пойдет хорошо, то заказать вывеску. На наш взгляд, в этом не было никакой логики, и мы попытались объяснить заказчику, что рядом есть несколько конкурентов, и его магазин надо обязательно выделить на фоне других, чтобы он стал успешным.

Спустя несколько месяцев магазин закрылся. И не помогла даже лицензия на алкоголь, приобретенная на тот момент за 1 млн рублей.



В результате, мы добились только того, что клиент согласился на неоновую вывеску из слова "Продукты" и фигурные продукты из неона. С улицы этих элементов было практически незаметно, но даже из неона можно было бы придумать более заметные и привлекательные вывески. Это стоило несколько дороже, но было бы гораздо эффективней с точки зрения увеличения числа покупателей.

Еще один показательный пример касается двух кулинарий, открытых неподалеку друг от друга. Вход в одну ничем не ограничивался, а другая находилась внутри двора. Но главное различие между заведениями заключалось в том, что их владельцы совершенно по-разному отнеслись к наружной рекламе. И из-за этого получили разный результат.

Первая кулинария могла похвастаться разнообразным и интересным меню, но ей не повезло с оформлением. Владелец просто установил неоновую надпись на окне, рядом на картонке вывесил логотип, а ниже разместил распечатанные на цветном принтере фотографии самых популярных блюд. Мятый, оборванный кусок картона, указывающий на вход в заведение, служил стритлайном.

Вторая кулинария привлекала посетителей световыми вывесками и простыми неоновыми фигурами за окнами. Во-первых, сразу становилось понятно, что это за заведение и как оно называется. Во-вторых, создавалось ощущение теплой атмосферы, которая притягивала, вызывая желание зайти внутрь.



Никаких сверхъестественных приемов в оформлении не использовалось, но во внешнем виде чувствовалось уважение к посетителям. Поэтому во второй кулинарии их всегда было много несмотря на ограничение доступа. А в первое заведение почти никто никогда не заходил.

Можно возразить, что раз неуспешная кулинария не закрывается, значит у них в целом все ок. Это парадокс ресторанного бизнеса. Около двух третей заведений общепита работают в убыток или просто выходят в ноль. Но их владельцы не закрывают их, потому что жалко потраченных средств и усилий. Кто-то может держать такие убыточные заведения, потому что позволяют делать другие, более успешные проекты. Кто-то ждет и надеется раскатать неудачную историю, не понимая каким образом.

Рекомендации:

1. Наружная реклама для бизнеса, как вишенка на торте. Поэтому придумайте, как ее красиво оформить задолго до того, как точка будет открыта.
2. Чтобы заявить о себе, постарайтесь установить вывеску, как только она будет готова, не дожидаясь открытия точки. Если это невозможно, установите на фасаде тизер — краткое объявление о том, какое заведение там скоро откроется.
3. Изучите то, как оформляют бизнес ваши конкуренты и старайтесь сделать все качественно. Это поможет держать марку, если вдруг рядом с вами откроется точка такой же направленности — вы все равно будете выделяться.
4. Следите за тем, чтобы реклама была сделана из надежных материалов, и регулярно проверяйте ее техническое состояние. Перегоревшая буква в надписи производит худший эффект, чем отсутствие вывески.
5. Используйте все возможные способы, чтобы заявить об открытии своего бизнеса.

Как создать очередь к точке в день ее открытия

- Заранее установить вывеску.
- Разместить тизер о скором открытии.
- Раздавать листовки на улице и в домах.
- Устроить акции в честь открытия.
- Поставить перед входом промоутера.
- Украсить вход воздушными шарами.



Материалы и технологии изготовления вывесок

Этот раздел пригодится вам, если не хотите впустую потратить время и силы на изготовление вывески.

Мы производим рекламные конструкции с 2010 года, и перепробовали множество технологий. Поэтому с уверенностью говорим, что можем выполнить заказ качественно и недорого. При этом вывеска получится реально надежной. Вообще, хорошо, когда все, что используется для бизнеса, отличается надежностью. Это подтверждает и опыт наших заказчиков, и наш собственный опыт. Любая неудача в собственных бизнесах всегда шла в копилку опыта, поэтому за 15 лет собралась статистика, которая может быть полезна клиентам.

Главная ошибка, которую допускают заказчики — это выбрать что-то подешевле, попроще в надежде на то, что сейчас сэкономлю, а как раскручусь, так куплю что-то более крутое и дорогое. Ни в коем случае не ведитесь на такие рассуждения, иначе прямиком угодите в ловушку: бизнес будет проседать с самого начала, а потом и вовсе закроется.

С таким подходом легко было достичь успеха до 2010 года. Тогда можно хорошо было заработать, не заморачиваясь над видом вывески и стилем интерьера. Люди не считали денег, когда цены на нефть резко выросли и несколько лет держались

на этом уровне. Все наслаждались, тратя, покупая, и не смотрели еще пристально на такие моменты, как оформление заведений.

Сейчас невозможно экономить на наружной рекламе и внутреннем оформлении, не причиняя ущерб своему бизнесу. И наоборот, для успеха дела нужно постараться представить его так, чтобы в этом читалось уважительное отношение к клиенту да и к своему делу.

Кроме того, учитывайте, что вы изначально не получите желаемого количества клиентов, если пожалеете средства на эффектную световую конструкцию. Дешевая шаблонная вывеска никак не выделит ваше заведение и вообще может быть плохо заметна на улице города. Если клиентов мало, то и прибыль будет невелика. Если прибыли мало, то нельзя позволить себе развивать бизнес, реализовывать идеи, которые задумывались до открытия точки.

Тем более если заказчик — владелец целой сети компаний. В этом случае, когда на одном заведении меняется вывеска, ее придется обновить на всех остальных зданиях. А если таких компаний в сети 100, это может стать для предпринимателя источником головной боли.

Чем больше бизнес, тем больше становится задач, которые можно спрогнозировать. Если же их дополняют проблемы, не связанные с ростом и развитием, все вместе это может усложнять ведение дела. Например, ремонт или замена вывески.

Чтобы вы могли не отвлекаться на задачи по техническому обслуживанию наружной рекламы, мы рассказываем о самых популярных типах конструкций, их достоинствах и недостатках. Эти знания были накоплены в течение многолетней работы с вывесками, и теперь помогут вам не ошибиться в выборе и получить качественную и привлекательную рекламу.

Объемные буквы

Самый распространенный способ создания вывесок из объемных букв — это их склейка из пластиковых заготовок. Технология так проста, что позволяет собрать объемные буквы даже в домашних условиях. Поэтому ей пользуются более 90% производителей.

Чтобы такая сборка выглядела качественно, необходимо применить фрезерный станок для вырезания деталей буквы. Но такую услугу можно заказать в производственном цехе. Мы также в течение нескольких лет занимались перезаказом элементов для букв, вырезанных фрезером, и обслуживали треть всех наших клиентов — покупателей световых вывесок.

Новая технология изготовления букв из алюминия не пользуется таким же спросом. Она более дорогая, так как нуждается в большем количестве оборудования и профессионалов. Несмотря на более высокую стоимость элементы для таких букв можно также покупать у производителей с необходимыми станками и собирать вывеску хоть дома.

Кажется, что эти технологии не сильно различаются, но это заблуждение. На самом деле вывеска, склеенная из пластика, и вывеска, собранная из алюминия, отличаются внешним видом и сроком службы.



Пластиковые конструкции прекрасно смотрятся в первое время после изготовления, но на них сильно влияют погодные условия. Под воздействием солнца и осадков пластик может менять форму и цвет, на нем образуются трещины, слезает пленочное покрытие.

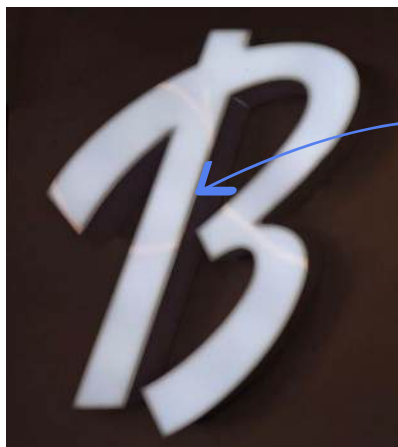
Если пластиковая вывеска перестанет быть герметичной, то может прийти в совсем негодное состояние. На внутренних поверхностях от влаги образуется плесень, диоды окисляются и теряют коммутацию. В результате конструкция может даже загореться.

Неприятности происходят даже с качественным пластиком. Если же производитель использует дешевый пластик, то вывеска портится гораздо быстрее. В первую очередь дефекты появляются на торцевых элементах объемной буквы. При этом деформируется не только пластик, но и пленка.

В худшем случае “ведет” оба материала. Пластик теряет форму, разрушается из-за ультрафиолетового излучения. Если же пластик качественный, не китайский, то он может сохранить первоначальную форму, но рано или поздно произойдет усадка пленки на нем. Усадка составляет обычно всего 2-3 мм, но ее сразу заметно, потому что она происходит на стыках боковой части с задней и лицевой частями.

Кроме того, пластиковые буквы изготавливают в основном вручную. Такой навык требует большого опыта и аккуратности, поэтому качественный результат могут показать минимальное количество специалистов по всей России.

Наконец, на объемных буквах выделяется теневой контур. Больше всего его заметно на буквах небольшого размера. На крупных изделиях это не так бросается в глаза.



Теневой контур

Способ изготовления вывески называется технологией производства. Специалист может на высоком уровне качества собрать пластиковую букву, но это не имеет никакого смысла при работе с заказчиком. Создание пластиковой буквы — это недорогая услуга, и никто не будет тратить на это столько времени, чтобы получить идеальный результат. Только если заказчик не обращается с таким конкретным запросом, понимая, сколько ему придется заплатить.

Однажды у нас был клиент, для которого надо было сделать вывеску высочайшего качества, которая бы служила долгие годы, а мы еще не владели технологией производства алюминиевых букв. Чтобы выполнить такой заказ, мы использовали пластик Komatex, который сейчас сложно закупить из-за санкций и выросшей цены. Вместо распространенной виниловой пленки Oracal мы взяли пленку для автовинила KPMF. Она стоила в несколько раз дороже, но и совершенно не дала усадки даже спустя 10 лет эксплуатации.

Клиент понимал, какие материалы мы используем, и сколько они стоят. Он был готов платить и получил желаемый результат. Мы до сих пор сотрудничаем с ним, вот уже более 10 лет, и всегда выполняем его заказы на 100%. В любом ином случае минусы изготовления пластиковой буквы вырастают многократно, и они явно не стоят мучений.

Теперь расскажем о производстве **букв с металлическим бортом**. Их боковины представляют собой алюминиевую ленту толщиной от 0,6 до 0,8 мм и шириной от 20 до 100 мм. Цвет для такой ленты выбирают заранее и окрашивают на заводе порошком.

Плюсы алюминиевых торцов заключаются в их малой массе и толщине. Кроме того, металлическая лента отличается высокой прочностью и пожаробезопасностью. На нее не влияют перепады температур, солнечные лучи, осадки: металл не идет трещинами, не выцветает. Буквы с торцами из алюминия выглядят очень аккуратно и эстетично. Они служат десятилетиями.

Для изготовления конструкций по этой технологии используется в основном машинный, а не ручной труд. Контур буквы формируется с помощью программы на специализированном оборудовании. Это минимизирует воздействие человеческого фактора, а значит и ошибки в процессе производства. Ведь специалист, создающий изгиб пластикового элемента феном, может перегреть или недогреть материал.

В то же время важно грамотно выбрать производителя алюминиевой ленты. Это влияет на качество готовой вывески. Поэтому лучше потратить время и протестировать несколько вариантов материала, прежде чем производить из него элементы конструкции. Тогда и производитель вывесок, и заказчик будут довольны сборкой конструкции.

Мы также создаем объемные **буквы из жидкого акрила**. Технология их изготовления относительно новая, как и технология производства букв с металлическим бортом, она требует специального оборудования. Оба способа похожи, но у алюминиевых букв на лицевую часть идет твердый акрил. В случае с жидким акрилом букву целиком делают из него, заливая в специальные формы и оставляя потом в полимеризационной камере до отверждения.

Эта современная технология имеет несколько особенностей. Так, буквы из жидкого акрила не стоит устанавливать на улице: под воздействием солнечных лучей отвердевший акрил приобретает серый или желтый оттенок. Но зато вывеска из жидкого акрила всегда ярче вывески из листового акрила и не имеет теневого контура. Еще один плюс в том, что технология позволяет создавать рекламные элементы сложной формы и миниатюрного размера.



Мы часто используем жидкий акрил для изготовления стильных интерьерных конструкций. Они выглядят очень аккуратно даже при ближайшем рассмотрении. Буквы из жидкого акрила отлично подходят для небольших пространств, где больше вероятности механического воздействия со стороны проходящих людей. Даже если вывеску заденут, ее будет сложно поцарапать или сломать.

Буквы из нержавеющей стали

Несколько лет назад технология изготовления букв из нержавейки была мало кому доступна. Необходимость лазерной резки и сварки при сборке таких конструкций диктует необходимость в приобретении сложного и дорогого оборудования. Не все производители могли себе это позволить, не говоря о заказчиках.

Но рекламное производство не стоит на месте, и компании все чаще берут в работу конструкции из нержавеющей стали. Их изготовление стоит дороже, чем изготовление алюминиевых конструкций, но когда клиенту нужен эксклюзив и премиальный уровень, то вариант вывески из нержавейки — лучший.

Внешний вид таких букв зависит от типа подсветки. Если она лицевая, то для передней панели используют акрил, и тогда приходится делать обечайку. Это металлическая оправа, которая помогает присоединить лицевую часть буквы из акрила к торцам и заднику из металла. У обечайки может быть разная ширина, но больше всего она заметна на элементах небольшого размера.

Если подсветка контражурная, то передняя и боковые панели буквы полностью сделаны из нержавеющей стали. Такая конструкция отличается максимальной прочностью и долговечностью. Она не портится под воздействием осадков и не ломается даже от ударов.



Вот сравнительная таблица плюсов и минусов разных технологий производства букв. Ознакомьтесь, чтобы сделать правильный выбор.

Пластиковые клееные	Алюминиевые с листовым акрилом	Алюминиевые с жидким акрилом
<ul style="list-style-type: none"> + Большой выбор глубины борта + Изготовление в домашних условиях - Непрочность - Невозможность применять качественный материал - Большое влияние человеческого фактора на сборку - Сложный шрифт не получится сделать эстетично - Деформируются при нагреве - Долго изготавливаются - Задерживают пыль и грязь, сложны в уходе 	<ul style="list-style-type: none"> + Прочность + Прочность + Правильная форма + Сохранение формы и цвета + Незаметный теневой контур + Изготовление от 4 часов + Не задерживают грязь + Не задерживают тепло, продлевая службу подсветки - Небольшой ассортимент цветов - Небольшой выбор глубины борта 	<ul style="list-style-type: none"> + Прочность + Большой выбор сложных шрифтов + Высокая яркость + Нет теневого контура + Изготовление от 6 часов + Не задерживают грязь + Не задерживают тепло, продлевая службу подсветки + Идеальны для светорассеивающих цветных пленок - Небольшой ассортимент цветов - Небольшой выбор глубины борта - От ультрафиолетового излучения появляется желтизна

Если компания производит вывески из алюминия по рекомендованной технологии, то ремонт для такой конструкции обойдется совсем недорого. Мы же ремонтируем без оплаты, пока длится гарантийный срок на изделие.

Рекомендации:

1. Отдавайте предпочтение технологиям производства вывесок, которые применяются не менее 7-10 лет.
2. Лучше всего, если гарантия на вывеску составляет 3-5 лет. В этом случае можно исключить тревогу насчет неожиданной поломки: специалисты быстро приедут и устранят неисправность.
3. Если ваш заказ сложный, объемный и дорогой, проверьте, свое ли производство у компании, в которую вы обратились. Это важный момент для контроля технологии и качества. И вы сможете лично осмотреть материалы и

оборудование, на котором изготавливают вывески.

4. Проконтролируйте монтаж конструкции. Нужно убедиться, что она надежно зафиксирована, а подсветка подключена по нормам электробезопасности.

Вывески из гибкого неона

У нас смешанные чувства по отношению к вывескам из неона. Они и нравятся, и не нравятся одновременно. И этому есть свое объяснение.

- Неоновые вывески выглядят эффектно, если у них крутой дизайн. А еще они эффективны в привлечении клиентов.
- Неоновые вывески очень сложно изготавливать, а их долговечность зависит и от материала, и от качества сборки.

Гибкий неон — это светодиодная лента внутри полимерной трубки.

Непрофессионалам кажется, что работать с таким материалом проще простого: нужно гнуть в нужных местах и паять. Но это ошибочное представление, и оно чревато потерей средств.

Лучшим материалом для трубки, в которую вставляют ленту диодов, считается силикон. Он не ломается при сгибании и долго сохраняет цвет. Впрочем, из Китая поставляют и такой силикон, который теряет цвет за 3 месяца, и становится желто-прозрачным.

Для создания рекламы используют неон толщиной 5-11 мм. Самый маленький диаметр подходит для изготовления мелких элементов. На прямые линии, подводки и обводки идет неон от 8 мм. Для интерьерных конструкций подходят трубки толщиной 6 мм.

Наши специалисты изготавливают неоновые вывески из трубок марок ELF LED, MAXILED, Arlight, Piton. Эти бренды нравятся нам за качество, подтвержденное сертификатами. Опыт работы с ними показывает, что из этого неона получаются вывески, которые объективно можно назвать высококлассными и которые нравятся клиентам.



Чем плох дешевый неон

Практически в 100% случаев дешевые неоновые трубки в вывесках с резкими изгибами очень быстро выгорают на солнце. Можно и не пытаться отремонтировать такую конструкцию: дешевле полностью создать новую. Мы не делаем вывески из низкокачественного неона, потому что для нас важно предоставить клиенту гарантию. А нормальный по длительности гарантийный срок может быть обещан только при условии использования качественных материалов.

Один из наших клиентов решил сэкономить и заказал неоновую вывеску на Авито. Через несколько дней одна буква в надписи потухла. Клиент обратился к нам с просьбой о ремонте, потому что производитель заявил, что ремонт не предусмотрен. Ну, а мы не занимаемся ремонтом рекламы от других производителей.

Лучше запомнить и принять, что вывеска из неона не может стоить дешево из-за того, как много труда нужно потратить на ее создание. Кроме того, сборщик неоновой конструкции — это мастер высокой квалификации. Он знает, как и где лучше согнуть трубку, как грамотно припаять ее, как влияет разница сечений кабеля и как распределить электрическую нагрузку по элементам конструкции.

Вывеску с большим количеством изгибов, например, до 180 градусов, просто невозможно изготовить из дешевого неона, а если это получится и даже будет выглядеть эстетично, то через несколько месяцев она просто погаснет. Потому что сгибы под таким большим углом дают большую нагрузку на неон при постоянном свечении. Тем более, если мощность свечения достигает 150 Вт. В этом случае нужно обращать внимание и на сечение кабеля: оно должно быть не меньше 0,75 мм.

И совершенно точно нельзя делать вывеску из акустического кабеля. Это уменьшит стоимость вывески, но увеличит количество потраченных вами нервов. В том числе из-за тревоги по поводу безопасности такой конструкции.



Как производитель может обмануть клиента

В этом разделе разбираем очень важный вопрос. В первую очередь проблема обмана связана с неверным выбором производителя. В этой ситуации потеря денег становится наименьшим злом.

Мы работаем с рекламными вывесками более 15 лет и знаем, почему даже крупные компании производят продукцию низкого качества. Производители прибегают к обману — осознанно и неосознанно, и вот примеры того, как они общаются с заказчиками в обоих случаях.

Осознанный обман означает, что производитель намеренно вводит клиента в заблуждение относительно условий производства. Например, он рассказывает, что работает в собственном цехе, поэтому предлагает очень низкие цены. Но низкая стоимость вывески — это больше о том, что компания использует максимально дешевые материалы. Есть производители, которые экономят также и на зарплате сотрудников.

Неосознанный обман связан с некомпетентностью руководства и сотрудников компании-производителя вывесок.

Рассказываем о самых вопиющих случаях некачественного производства и установки рекламных конструкций, о которых мы узнали от своих клиентов и на своем опыте.

Дешевые низкокачественные материалы

Это самая главная проблема для качества продукции. Она вышла на первый план, когда резко подорожал доллар, и усилилась после введения экономических санкций. На российский рынок хлынул поток дешевых материалов из Китая. Об этом рассказывают наши поставщики, которые в том числе закупают и дешевку для тех, у кого на нее есть спрос.

Конечно, в этих условиях стало сложнее работать отечественным компаниям, которые стремятся сохранить высокий уровень качества изделий, реализуя их по разумным ценам. Зато многие производители с радостью воспользовались дешевизной китайского ширпотреба, чтобы сэкономить на изготовлении вывесок и получить прибыль с незадачливых заказчиков.

На вопрос о странно низкой цене они рассказывают одно и то же: мол, у них собственное производство и закупаются они напрямую у производителей материалов. Но стоит вам только напроситься на экскурсию в их цех, вы будете неизменно слышать отказ.

Между тем, закупать материал напрямую у производителя могут позволить себе менее 1% компаний. Например, мы бы сами назвали лишь 3 таких известных нам компании, и то, если бы долго вспоминали. Прямые закупки — очень дорогостоящий процесс, поскольку в этом случае материал покупают сразу огромными объемами и перевозят например, морскими контейнерами.

Вообще, стоимость вывески не сильно снижается, когда ее делают на собственном производстве. Самые главные преимущества этого фактора — возможность тщательного контроля сроков и качества изделий. Кроме того, собственное производство улучшает уровень сервиса для клиентов. Использование же дешевых материалов приведет к жалобам и постоянным ремонтным работам по гарантии, даже если вы работаете на собственном оборудовании.

Компании, которые обманывают клиентов на материалах, не задумываются о сервисе и партнерстве в бизнесе. Для них такое ведение дел — просто способ заработать. Никакой другой цели они не преследуют, поэтому берут только низкой ценой на услуги. Благодаря жадным производителям и заказчикам постоянно встречаются вывески, которые криво собраны, а их подсветка перестала работать.



Пленка. Качественная немецкая виниловая пленка Oracal 8500 со светорассеивающим эффектом стоит больше 1200 рублей за кв.м. Если производитель предлагает слишком дешевую вывеску с такой пленкой, то скорее всего ее закупили в Китае за 150 рублей за кв.м. За несколько летних месяцев эта пленка на поверхности рекламных элементов сильно выгорит. Ее замена обойдется в несколько десятков тысяч, и в результате вся вывеска подорожает почти в 2 раза относительно новой качественной конструкции.

Светодиоды. Еще один неприятный момент. Если производитель сэкономил на пленке, то скорее всего он сэкономил и на светодиодах, установленных внутри корпуса. Тогда ко времени выцветания пленки подсветка может потерять яркость на 50%, и на ее замену тоже понадобятся средства.

Да, на подсветке экономят во вторую очередь после пленки. Неспециалист просто не разберется в огромном количестве типов и видов световых элементов для рекламных конструкций. А значит ему остается надеяться только на добросовестность производителя. И если последний не обладает этим качеством, то качество свечения вывески неизменно будет падать со временем. Зато производитель заработает на вашем незнании и доверчивости, установив самые простые и дешевые светодиоды, которые могут вообще не подходить для вашей вывески.

Иногда, чтобы радикально сократить траты на световую фурнитуру, такие бракоделы используют не просто заведомо некачественные, но даже бывшие в употреблении и не подходящие по размеру диоды. Именно из экономии производители, закупив светодиоды одного типа и размера, устанавливают их во все вывески подряд, не заботясь о том, как при этом будет светиться реклама.

Мы никогда не позволяем себе поставить светодиоды, не соответствующие ширине элемента, или разместить их криво. От качества элементов и их монтажа зависит равномерность свечения и безопасность конструкции. Правильно установленная подсветка не накапливает тепло внутри вывески, обеспечивая необходимую вентиляцию.



**Как ставят модули
«конкуренты»**



**Как ставят модули
мы**

Для этого вокруг светодиодных модулей внутри рекламных элементов должно быть достаточно пространства, иначе вывеска может загореться. Поэтому если вы выбираете производителя, который экономит в том числе на подсветке, будьте готовы к пожару. Между тем, возгорание из-за некачественной вывески не относится к страховым случаям.

Конструкция может загореться не только из-за неподходящих по размеру светодиодов. Для пожарной безопасности вывески важен выбор сечения проводки, а на него в первую очередь влияет мощность, которую потребляет подсветка. Например, если использовать кабель с сечением 0,4 мм вместо сечения 0,75 мм, то он будет быстро перегреваться, увеличивая риск возникновения пожара.

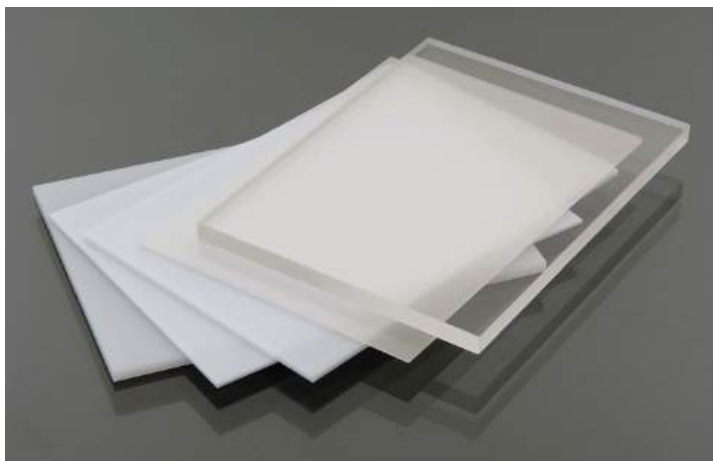


Вы думаете вывески не умеют гореть? Умеют.

Лицевая панель. Эту часть буквы или светового короба изготавливают из листового акрила, например, бренда Plexiglass. Акрил такого качества сделан из оригинального сырья. Он не портится под воздействием ультрафиолетового излучения и хорошо рассеивает свет. Но если использовать акрил производства Китая или России, изготавливаемый из вторсырья, то лицевая панель потеряет в способности рассеивать свет, хотя сохранит устойчивость к солнечным лучам.

Можно и гораздо больше сэкономить на фронтальной части вывески, если сделать ее из полистирола. Его стоимость вдвое меньше, чем у акрила, но этот материал известен тем, что желтеет через полгода эксплуатации. И есть производители, которые не упоминают об этом качестве полистирола при заказе вывески.

Еще хуже вариант, когда полистирол выдают за акрил. И в том, и в другом случае главный мотив — просто заработать на клиенте, продав ему вывеску подешевле, не заботясь, как долго она будет служить и какой вид приобретет. Даже если полистирол позиционируют как материал с защитой от УФ-лучей, не верьте: он обязательно пожелтеет на солнце, и на это понадобится всего несколько месяцев.



Акрил



Полистирол

В нашей практике был пример, когда заказчик появился с предложением от конкурентов, в котором бюджетный вариант конструкции с использованием полистирола и даже пенополистирола стоил 25 000 рублей, а стандартный с использованием акрила Plexiglass стоил 29 тысяч рублей.

Нас сразу смутила цена на вывеску с акрилом, потому что мы изготавливаем такую же минимум за 35 000 рублей, но по договору отвечаем за ее высокое качество и даем 3 года гарантии. Еще один момент, который нам не понравился — использование пенополистирола — непрочного и горючего материала.

Несмотря на то, что мы предлагали несколько современных способов производства подобной вывески по одной и той же цене, клиент заявил, что у конкурента с более низкими ценами точно такие же материалы, и ушел за более выгодным с его точки зрения предложением. А через полгода вновь пришел к нам, но уже с просьбой отремонтировать ту самую дешевую вывеску, пришедшую в негодность.

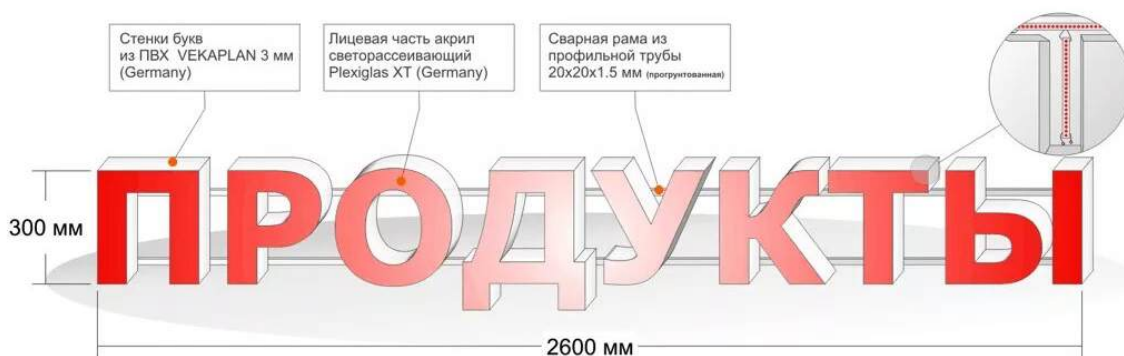
Когда заказчиков привлекают такие якобы выгодные предложения, у нас даже комментариев не возникает, только удивленное молчание. Цена за 1 см буквы высотой 12-100 см в среднем должна быть около 100 рублей. Это позволяет создавать качественную конструкцию, давать на нее длительную гарантию и соблюдать ее, делая бесплатный ремонт, в котором обычно не возникает нужды.

В эту же стоимость можно заложить брак материала и ошибку при сборке: это обстоятельства, которые всегда нужно предполагать даже в случае заказа у крупной компании с хорошей репутацией.

Существуют несколько причин, по которым вас могут завлекать низкими расценками на вывески:

- кроме дешевизны предложить больше нечего и заказ могут получить только за счет низкой цены;
- у производителя финансовые проблемы, и их стремятся срочно решить за счет заказчика, не обсуждая с ним никакие моменты сотрудничества;
- компания не способна рассчитать себестоимость производства.

Последняя ситуация — самая распространенная. Можно пару раз сделать скидку на свою продукцию, но если постоянно занижать цены, появится финансовая дыра, которая будет быстро расти, влияя на все процессы и угрожая существованию бизнеса. Например, производитель уже не сможет предоставлять сервисные услуги клиентам: у него просто не останется ресурсов на обслуживание уже установленных вывесок. Между тем, к нам так часто обращаются заказчики, которые просят о ремонте конструкции, которую сделали не мы, что если бы нам платили за такие обращения, мы бы давно стали миллионерами.



Непрофессиональный персонал. Это еще один способ навязать клиенту вывеску по низкой цене.

Любая компания, крупная или мелкая, имеет фонд оплаты труда. И это важная часть организации производства. Но и на этой части умудряются экономить. Если взять на работу низкоквалифицированных сотрудников, то можно платить им минимальную зарплату. Например, нанимать таких людей на стажерскую должность, а по окончании испытательного срока увольнять и по такой же схеме нанимать новых.

Для качественной сборки вывески человек должен обладать знанием технологии, разбираться в электрике. Чтобы он приобрел практические навыки, нужно потратить несколько месяцев на его обучение. При этом нужно учитывать порчу материала и постоянные консультации, а толк из таких работников выходит далеко не всегда.

Иногда такого ученика приходится увольнять, так как он не показывает понимания процессов и уверенности в ручных манипуляциях. Поэтому мы уже несколько раз подумаем, прежде чем возьмем человека без опыта. Тем более, что некоторые из неудавшихся учеников обижаются на увольнение и позже открывают собственный бизнес по изготовлению рекламы. Возможно, в этом причина большого количества некачественных вывесок в наших городах.

Резюме

- Для рекламной вывески лучше выбирать надпись на русском языке. Если все же хотите установить конструкцию на иностранном языке, то сразу продумайте ее написание на кириллице и зарегистрируйте товарный знак.
- Когда присматриваете место для открытия точки и установки вывески, ориентируйтесь не только на арендную ставку. Узнайте примерное количество людей, проходящих мимо этой точки, изучите состав аудитории — много ли в ней ваших потенциальных клиентов. Кроме того, учитывайте архитектуру и благоустройство.
- Позаботьтесь о внешнем оформлении бизнес-точки. Если оно эстетично и функционально, то это положительно влияет на эффективность и развитие дела.
- Чтобы выбрать надежного подрядчика для изготовления вывески, постарайтесь объехать их производственные цеха. Не стоит доверять рекламным сообщениям и телефонным разговорам. Лучшее доказательство профессионализма производителя — показ образцов материалов и готовых работ. Это важно, так как вывеска станет визитной карточкой вашего заведения.
- Рассчитывайте бюджет на рекламную конструкцию. Это не означает, что надо экономить на всем подряд. Это значит, что нужно считать не только деньги, но и время эксплуатации вывески. Если вам условно предлагают рекламу за 50 рублей, хотя обычно она стоит 100 рублей, то вспомните, что 50-рублевой рекламы хватит на год работы, а 100-рублевая провисит 7 лет без серьезных поломок. Если же каждый год менять вывеску за 50 рублей, то ее итоговая стоимость за 7 лет возрастет до 350 рублей, и вы потеряете 250 рублей в сравнении с покупкой вывески за 100 рублей. Эти 250 рублей можно было бы вложить в развитие бизнеса.
- Не допускайте мыслей о том, что можно заказать вывеску позже, после открытия бизнеса, посмотрев, как пойдут дела. Дела не пойдут, мы в РПКЛюксэкспо знаем это по опыту. Если боитесь тратиться на наружную рекламу, можно не тратиться на точку вовсе. При таком подходе она закроется в лучшем случае через год. Лучше собрать больше средств или обратиться к инвестору, а потом полноценно заняться бизнесом. Ну, и уверенность в успехе не помешает.
- В сфере изготовления рекламных конструкций встречается очень много бракоделов. Поэтому выбирайте подрядчика с умом и осторожностью. Ошибка будет небезопасной для окружающих, если вывеска загорится или упадет на тротуар. Заказчику же это грозит уголовным делом.

Резюме

- Для рекламной вывески лучше выбирать надпись на русском языке. Если все же хотите установить конструкцию на иностранном языке, то сразу продумайте ее написание на кириллице и зарегистрируйте товарный знак.
- Когда присматриваете место для открытия точки и установки вывески, ориентируйтесь не только на арендную ставку. Узнайте примерное количество людей, проходящих мимо этой точки, изучите состав аудитории — много ли в ней ваших потенциальных клиентов. Кроме того, учитывайте архитектуру и благоустройство.
- Позаботьтесь о внешнем оформлении бизнес-точки. Если оно эстетично и функционально, то это положительно влияет на эффективность и развитие дела.
- Чтобы выбрать надежного подрядчика для изготовления вывески, постарайтесь объехать их производственные цеха. Не стоит доверять рекламным сообщениям и телефонным разговорам. Лучшее доказательство профессионализма производителя — показ образцов материалов и готовых работ. Это важно, так как вывеска станет визитной карточкой вашего заведения.
- Рассчитывайте бюджет на рекламную конструкцию. Это не означает, что надо экономить на всем подряд. Это значит, что нужно считать не только деньги, но и время эксплуатации вывески. Если вам условно предлагают рекламу за 50 рублей, хотя обычно она стоит 100 рублей, то вспомните, что 50-рублевой рекламы хватит на год работы, а 100-рублевая провисит 7 лет без серьезных поломок. Если же каждый год менять вывеску за 50 рублей, то ее итоговая стоимость за 7 лет возрастет до 350 рублей, и вы потеряете 250 рублей в сравнении с покупкой вывески за 100 рублей. Эти 250 рублей можно было бы вложить в развитие бизнеса.
- Не допускайте мыслей о том, что можно заказать вывеску позже, после открытия бизнеса, посмотрев, как пойдут дела. Дела не пойдут, мы в РПКЛюксэкспо знаем это по опыту. Если боитесь тратить на наружную рекламу, можно не тратить на точку вовсе. При таком подходе она закроется в лучшем случае через год. Лучше собрать больше средств или обратиться к инвестору, а потом полноценно заняться бизнесом. Ну, и уверенность в успехе не помешает.
- В сфере изготовления рекламных конструкций встречается очень много бракоделов. Поэтому выбирайте подрядчика с умом и осторожностью. Ошибка будет небезопасной для окружающих, если вывеска загорится или упадет на тротуар. Заказчику же это грозит уголовным делом.

Заключение

Мы решили написать этот гайд, потому что для большинства людей, в том числе тех, кто заказывает у нас рекламу, изготовление вывесок — это неизведанный и непонятный мир. И каждому новому клиенту приходится объяснять, что качественная конструкция не может стоить дешево. Вы не можете переплатить за свое время, усилия и репутацию. Поэтому не выбирайте производителя вывески, которая станет лицом вашего бизнеса, исходя только из ее стоимости.

Чтобы достойно представить ваш бизнес потенциальным клиентам, нужно просчитать все плюсы и минусы предложения от производителя, принять решение на основе этого расчета и только тогда вкладываться в вывеску. Обязательно осмотрите место, где производят рекламу. Получите там ответы на несколько важных вопросов: какое оборудование используется, есть ли образцы продукции, компетентные ли сотрудники работают, материалы какого качества применяются для производства?

Для каждого нового клиента мы создаем дизайн-макет и тщательно рассчитываем смету будущей вывески. Иногда заказчик забирает эти документы и продолжает искать другого производителя в надежде, что он предложит цену ниже. Но в этом случае не может быть никакой уверенности, что какая-либо из компаний просто не назовет заниженную вдвое стоимость, лишь бы получить заказ.

Проблема в том, что позже производитель пытается изобрести несуществующую конструкцию по выдуманной цене, и чтобы уложиться в этот мизерный бюджет, использует технологию попроще, а материалы подешевле.

В этой игре, где заказчик стремится купить вывеску подешевле, а производитель заработать на ее изготовлении побольше, проигравшим как правило бывает заказчик. Этот гайд мы написали, чтобы бизнесмены более бережно и уважительно относились к своему делу и не допускали описанных нами ошибок.

RPKLUXEPO