

МЕМО РИАЛЬЩИК

ЖУРНАЛ МЕМОРИАЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

№2 МАЙ 2024



**МЕМОРИАЛЬНОЕ
ИСКУССТВО**



ФОТОКЕРАМИКА



ПСИХОЛОГИЯ



**МЕМОРИАЛ
МАРКЕТИНГ**



**ЮРИДИЧЕСКИЙ
ЛИКБЕЗ**



**МЕМОРИАЛЬНЫЙ
ДИЗАЙН**





Отраслевой портал
мемориальной сферы

Централизованное решение всех задач



Каталог компаний
и исполнителей



Мемориальная
академия



Витрина товаров
и услуг



Биржа
вакансий



Календарь
мероприятий



Отраслевой
журнал

Успей бесплатно
разместить свою компанию
до конца 2024 года



Переходи по ссылке
и начни прямо сейчас!
memorialist.ru

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:



Содержание:



7

*Закон, которого
заждались*



10

*Каменный микс: как на заводе
в Кукморе «подружили»
цветные граниты*



13

С любовью к камню



14

*Когда камень
меняет обличие*



19

*Всегда стремиться
к развитию*



22

*Где найти самый
чёрный габбро?*



30

*Добавим света в мир
темного гранита!*



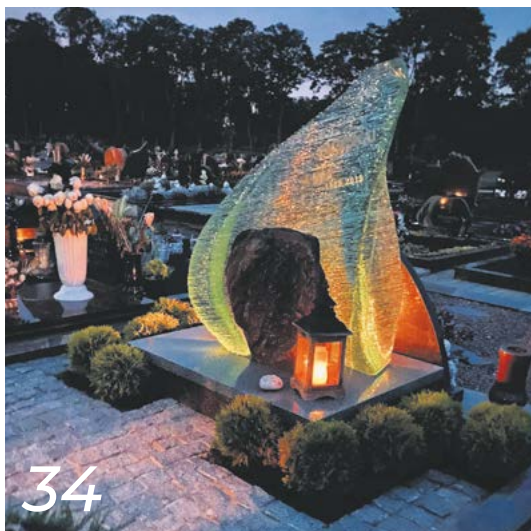
31

*Александр Фокин
и тайные смыслы стекла*

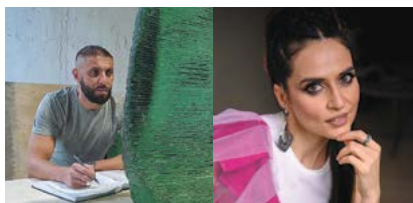


24

*Ульяна Орёл: «Памятник
должен быть таким, чтобы
помогать человеку»*

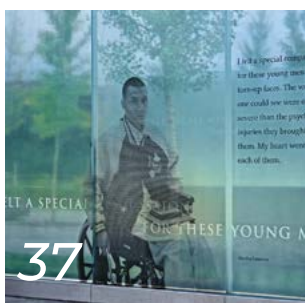


Изящно, прочно, долговечно...



36

**Комментарии
экспертов**



Известны во всем мире



**Первая нейросеть
для ретуши под гравировку на камне**



**Как выбрать материал
для ритуального портрета?**



40

**«Я возвращаю
ваш портрет»**



**Сроки, штрафы, предоплата: что прописать
в договоре поставки,
чтобы поставщик
соблюдал дедлайн?**



**Топ-5 интернет-площадок
для продвижения
в непростой нише**



Как работать с клиентом в горе?



**«Мемориал Форум» —
ежегодная отраслевая
online-конференция**

Журнал «Мемориальщик». Выпуск №2, май 2024 г.

Учредитель: Покрышкин Станислав, ООО «ГРАНИТ»

Редактор: Наталья Никонова

Дизайн и вёрстка: Олеся Шаблинская

Рекламная служба: ne@granit-pamyati.ru

Наталья Емельянова: +7 (917) 820-98-38

Мария Сергеева: +7 (909) 363-95-41

Редакция журнала:

445031, Самарская обл, г. Тольятти, ул. Тополиная, 4«Б»

Редакция не предоставляет справочной информации. Ответственность за содержание коммерческой информации, размещённой на правах рекламы, несёт рекламодатель.

Редакция оставляет за собой право на литературную обработку публикуемых материалов. Мнение редакции может не совпадать с точкой зрения авторов.

Полное или частичное воспроизведение, либо размножение/копирование материалов, опубликованных в настоящем журнале, допускается только с письменного разрешения редакции.

При цитировании материалов ссылка на журнал обязательна.

Отпечатано в типографии
ООО «Типографский комплекс «Девиз»

190020, Санкт-Петербург,
Вн. тер. г. МО Екатеринбургский,
наб. Обводного канала, д.138, к.1, литера В,
пом. 4-Н-6-часть, ком. 311-часть.

Тираж 300 экз. Заказ РБ-5793



Уважаемые коллеги, дорогие друзья!

У нас отличные новости! Портал «Мемориальщик» официально введен в эксплуатацию. Наша команда проделала гигантскую работу по совершенствованию функционала портала, и эти усилия были не напрасны. Мы создали полноценный личный кабинет и реализовали на портале внутренний мессенджер. Уже сейчас вы можете регистрироваться, создавать страничку своей компании с логотипом и описанием, добавлять товары и услуги, загружать фотографии, писать статьи и вести авторский блог о своём бизнесе.

Кстати, журнал «Мемориальщик» трансформировался в онлайн-журнал, и теперь его можно прочесть не только на бумажных, но и на электронных страницах.

Ещё одна хорошая новость: портал и его наполнение уже индексируется поисковыми системами. Ведётся большая работа по SEO-оптимизации, так что не удивляйтесь, если в ближайшем будущем «Мемориальщик» выйдет в топ! И если вы уже являетесь пользователем «Мемориальщика», информация о вашей компании, ваших товарах и услугах уже разлетается по интернету с бешеной скоростью.

В этом году нами был сделан ещё один важный шаг. Мы приняли решение реализовать на портале B2C-направление, предоставив возможность розничному потребителю формировать свои микротендеры. К нам на портал приходят ИП, которые оказывают услуги в мемориальной сфере, и одновременно приходят игроки, которые продают этим предприятиям камень, блоки, оборудование, расходные материалы. И ключевая

наша задача — сделать так, чтобы предприниматели из разных городов России могли договариваться о купле-продаже прямо на портале. Для этого мы планируем создать тендерную площадку, куда будут приходить крупные и малые компании, создавать заказы, размещать их и получать отклики от исполнителей и поставщиков. А чтобы заказчику было легче выбрать самого надёжного контрагента, мы создали рейтинг компаний, формируемый на основе реальных отзывов. Если исполнитель качественно отработал заказ, он получит заслуженный отзыв от клиента и баллы к уровню своей репутации.

Во втором полугодии мы планируем продвинуться ещё дальше и реализовать функционал размещения вакансий и резюме. Компании прямо на портале смогут размещать информацию о вакантных местах, привлекая тем самым потенциальных сотрудников в свой бизнес в своём регионе, а соискатели — публиковать резюме, фото своих работ и получать предложения от работодателей и заказчиков.

Не отступая ни на шаг, мы идём к намеченной цели! Но одно отступление всё-таки было сделано... Мы решили, что весь 2024 год портал «Мемориальщик» будет доступен пользователям бесплатно. Поэтому начинайте пользоваться новой интернет-площадкой прямо сейчас и на выгодных условиях привлекайте новых клиентов в ваш бизнес!

Станислав Покрышкин,
основатель отраслевого портала
и журнала «Мемориальщик»

Календарь мероприятий 2024

31 мая — 2 июня

Белый тополь

Новосибирск
ул.Кропоткина, 112

Октябрь 2024

Мемориальное искусство

Выездные практические семинары
в регионах. Место и дата уточняются

Анонсы и архив: memorialforum.ru

25 июня — 27 июня

Индустрия камня

Москва
Крокус Экспо Павильон 1, залы 1 и 2

29 октября — 31 октября

Некрополь

Москва
Крокус-Экспо, павильон 2, зал 7

23 июля — 25 июля

Первый Всероссийский Съезд Мемориальных компаний

Фрязино
Усадьба Гребнево

Ноябрь 2024

Мемориал Форум

V Ежегодная online-конференция
Даты уточняются.

memorialforum.ru



Будьте в курсе всех самых
значимых событий отрасли

Смотрите календарь
на мемориальщик.рф

Закон, которого заждались



Какие ключевые моменты не были учтены в законопроекте «О похоронном деле», анализирует ведущий юрист похоронной отрасли Наталья Савченко.

Проект закона «О похоронном деле», который должен модернизировать российский рынок ритуальных услуг, называют одним из самых долгоиграющих в истории законодательства. Попытки внести изменения в действующий с 1996 года Закон «О погребении и похоронном деле» предпринимаются более двадцати лет, и очередной проект нововведений был внесён в Госдуму Министром в 2022 году. В этом документе предлагается создать единый реестр компаний и ИП, получивших разрешение на предоставление услуг по погребению, сделать открытой информацию о стоимости ритуальных услуг, ввести наказание за незаконную передачу данных о смерти граждан и кражу персональных данных, провести инвентаризацию кладбищ и разрешить регионам самим принимать решения о создании частных погостов. И вот уже два года воз и ныне там, а между тем принятия этого основополагающего документа ждёт целая отрасль.

Каковы последствия принятия новой редакции законопроекта для ритуальных и мемориальных компаний, и чего не хватает документу, чтобы наконец стать законом? Свои разъяснения дала ведущий юрист похоронной отрасли Наталья Савченко.

— В нашей стране давно назрела необходимость обновления законодательства для похоронной отрасли. Нам нужен закон, который чётко сформулирует, что такое специализированная служба, в чьей собственности могут находиться объекты похоронного назначения, что такое похоронные дома и т.д. И законопроект, который вот уже два года лежит на рассмотрении в Госдуме, в целом отвечает на эти вопросы, однако когда он будет принят, остаётся только гадать. В то же время в нём есть масса недостатков, которые впоследствии придётся решать путём внесения поправок, а также через судебную практику.

Наша сфера условно делится на два направления: мемориальное и ритуальное. Мемориальщикам в проекте посвящено всего несколько пунктов, но и они не нравятся мемориальным компаниям. В основном из-за странной системы установки надмогильных сооружений, при которой органы местного самоуправления сами определяют, какие организации будут заниматься установкой памятников на кладбищах. Если же за установку возьмётся компания не из перечня,

ей придётся добиваться согласия властей на проведение работ. Данная норма изначально противоречит требованиям закона о защите прав потребителей, поскольку потребитель вправе сам выбирать ту компанию, у которой он хочет заказывать услуги. Поэтому, на мой взгляд, это положение нуждается в срочной корректировке.



Для ритуальных компаний, предоставляющих услуги по погребению, законопроект неплохой. Он предлагает ввести отдельные реестры добросовестных и недобросовестных участников рынка. Думаю, этот документ очень ждут владельцы крематориев, поскольку он определяет крематории не только как объекты предоставления ритуальных услуг, но и объекты похоронного назначения. Кроме того, проект закона не содержит двояких трактовок относительно того, в чьей собственности могут находиться крематории, — такие объекты могут целиком находиться в частной собственности.

Для граждан законопроект ничего не меняет: как и прежде люди смогут рассчитывать на обязательный перечень услуг по погребению и социальное пособие. Разве что порядок получения выплат будет ужесточён, и делается это для того, чтобы пособие нельзя было получить дважды.

Закон-невидимка

И всё же некоторые положения застрявшего между инстанциями законопроекта уже работают. Органы местного самоуправления многих субъектов создают свои внутренние реестры ритуальных компаний, официально работающих на рынке услуг по погребению. Работают положения, касающиеся выплат социального пособия, а также порядка оказания гарантированных услуг по погребению. Работают частные крематории, но не как объекты похоронного назначения, а как объекты по оказанию ритуальных услуг, и наверняка им будет спокойнее, если в будущем будут исключены двойные трактовки относительно их деятельности. Отрасль должна как-то функционировать, и зачастую регулирование в вопросах, не отражённых в законе от 1996 года, происходит через нормативные документы регионов. Но этого, разумеется, недостаточно.

Так, в нормативных документах многих регионов нет чётких указаний о процедуре перезахоронения. И людям, разыскавшим могилу своего родственника, приходится идти в суд, чтобы получить разрешение на перезахоронение. Хотя подобных сложностей можно было избежать, просто прописав комфортный для всех порядок действий.

Ещё одна серьёзная проблема, которая не нашла отражения в законопроекте, — проблема транспортировки тела от места смерти до бюро судмедэкспертизы (СМЭ) либо до патологоанатомического отделения в тех случаях, когда есть основания для проведения вскрытия. До сих пор не решено, в круг чьих обязанностей она входит. И тут кто во что горазд! Даже в тех ситуациях, когда телом



должны целиком заниматься правоохранительные органы, местные власти проводят торги и поручают обязанность по транспортировке посреднику. Причём непонятно, на каком основании органы местного самоуправления вообще вмешиваются в данную услугу.

К слову, упоминание об этой услуге содержится в ГОСТе, но ГОСТ для нас носит рекомендательный характер и не является обязательным к исполнению. А в действующем законодательстве эта услуга вообще выпадает из сферы ритуальных, а значит, местные власти не считают себя обязанными закладывать для неё строку в бюджете и поэтому выводят услугу по транспортировке на торги.

И раз уж затронули тему патологоанатомических отделений и СМЭ, не могу не сказать ещё об одной большой проблеме. Многие руководители этих служб (если не сами, то через родственников) владеют «карманными» ритуальными компаниями. Выходит, что в этих подразделениях получают персональные данные, чтобы в дальнейшем продавать ритуальные услуги своей компании людям в горе, которые зачастую не в состоянии понять, что им просто навязали услугу, пользуясь своим профессиональным положением. Причём правоохранительные органы в упор не хотят видеть этих нарушений. Мы, юристы, часто сталкиваемся с подобными ситуациями, и решать их приходится только через суд.

Есть ещё одно противоречие, которое должен разрешить новый закон «О похоронном деле». В действующем законодательстве ясно сказано, что обязанность по погребению осуществляется «супругом, близкими родственниками, иными родственниками либо законным представителем умершего. В случае мотивированного отказа кого-либо из указанных лиц от исполнения волеизъявления умершего оно может быть исполнено иным лицом, взявшим на себя обязанность осуществить погребение умершего, либо осуществляется

специализированной службой по вопросам похоронного дела» (Федеральный закон от 12.01.1996 г. № 8-ФЗ). В то же время справку о смерти могут получить только родственники умершего либо законные представители, если родственников нет. Медицинские организации, подкованные судебной практикой, просто отказывают в выдаче медицинской справки о смерти (например, другу или второй половине, не состоявшей в зарегистрированном браке с усопшим) на том основании, что данное лицо не входит в установленную группу субъектов. В некоторых регионах людям, не состоящим в родстве с умершим, но взявшим на себя обязанность по погребению, не выдают на руки свидетельство о смерти, и усопших захоранивают как безродных. Я считаю, что это недопустимо, и новый закон должен дать возможность людям, не являющимся родственниками, проводить близкого человека в последний путь согласно его волеизъявлению.

Пока единственный выход из подобной ситуации — составлять доверенность в простой письменной форме от имени родственников усопшего и за их подписью. На основании доверенности медицинская организация может выдать справку о смерти. Но есть один нюанс. Вместе с доверенностью необходимо взять у родственников согласие на распоряжение персональными данными. Эта на первый взгляд формальность имеет под собой достаточно жёсткое основание в виде Федерального закона «О персональных данных» от 27.07.2006 №152-ФЗ. За соблюдением этого закона сейчас пристально следят.

Ещё один серьёзный вопрос, который, на мой взгляд, должен найти отражение в законодательстве, — это вопрос подзахоронения на закрытых кладбищах. Согласно СанПиНу, разрешено подзахоронение только урн с прахом. Хотя человек ещё при жизни определяет вид погребения (к примеру, он хотел быть погребённым рядом с матерью или бабушкой), либо этот выбор за него делают родственники. И действующее законодательство учитывает важность волеизъявления. Но если человек не хотел быть кремированным, значит, и подзахоронение невозможно. Значит, и его последняя воля не может быть выполнена. Остаётся неясным, на каком основании должен меняться вид погребения, если есть техническая возможность захоронить тело?

Возникает ощущение, что нормативы для нашей отрасли писались в попытках. Поэтому ждём с нетерпением, чтобы новый закон расставил всё по местам. Главное, чтобы самые большие «дыры» были заделаны, и решение основных проблем нашло в новом законе своё отражение ■



Елена Андреева,
исполнительный директор Союза похоронных
организаций и крематориев (СПОК)

— Наше сообщество давно ждёт этот законопроект. Нам нужны общие правила работы для всех предприятий и компаний похоронной индустрии. Сейчас у нас нет законодательного барьера для входа на рынок, и это рождает множество проблем. В частности, есть проблема появления недобросовестных компаний, не всегда этично решаются вопросы конкуренции. От этого в первую очередь страдают потребители — люди, находящиеся в ситуации переживания утраты. В этой ситуации похоронные компании должны помогать людям решать их проблемы, а не строить козни друг другу. Но поскольку нет чётких правил, закреплённых в законодательстве, нет реестра добросовестных организаций, то и получается, что некоторые участники рынка позволяют себе игры без правил.

В такой ситуации мы оказались с момента отмены лицензирования в 2003 году. И теперь, спустя двадцать лет, пора на законодательном уровне прописать общие требования к организациям, оказывающим услуги в области похоронного обслуживания, создать реестр добросовестных компаний, чтобы сделать рынок более прозрачным и дать потребителям возможность выбирать ритуальную компанию на основе достоверной информации.

Важно также создать правовое поле для работы частных объектов — крематориев, кладбищ, колумбариев, чтобы инвесторы могли спокойно заходить в эту сферу, не опасаясь за свой бизнес. Мы надеемся, что в ближайшее время работа над законопроектом будет продолжена, тогда мы получим возможность поэтапно его дорабатывать.

КУКМОРСКИЙ
КАМНЕОБРАБАТЫВАЮЩИЙ
— ЗАВОД —



Каменный микс: как на заводе в Кукморе «подружили» цветные граниты

Производители памятников всё чаще стараются уйти от однообразия за счёт новых форм, материалов и дополнительных элементов. В Татарстане, на Кукморском камнеобрабатывающем заводе пошли на эксперимент и предложили «подружить» в одном памятнике граниты разных пород и месторождений. Насколько удачным оказался эксперимент, рассказал руководитель проектов компании «Мастер и камень Индустрия» Сергей Чумаченко.



Сергей Чумаченко

Сергей, Кукморский завод специализируется на строительной отрасли. Как вы обратили внимание на мемориальный рынок?

— Завод в Кукморе изготавливает плоскостные изделия из мрамора и гранита для строительного направления на протяжении 10 лет. Эта родственная сфера и привела нас на мемориальный рынок. С 2022 года на заводе открылось мемориальное B2B-направление, и в дополнение к стройке мы начали производить памятники оптом и продвигать их на российский рынок и рынок СНГ. Мы поняли, что у нас есть надёжные поставщики камня, есть хорошая команда и современный парк оборудования, что поможет нам создавать массовый продукт, который будет интересен для рынка.

Сегодня основной наш продукт — комбинированные памятники из чёр-

ного и цветного гранитов. На данный момент мы производим ежемесячно порядка тысячи комплектов и вскоре намерены выйти на 1400 памятников в месяц. В перспективе мы планируем расширить линейку до полноценного комплекса, который будет интересен конечному потребителю, в том числе и с точки зрения цены.

Почему именно комбинированные памятники?

— Это был эксперимент. Однако продукт появился не в виде внезапной идеи и сиюминутного воплощения. Помимо комбинированных памятников, мы запускали одновременно ещё несколько предложений, которые не были приняты рынком. Сегодняшний вариант нашего продукта — это результат двухгодичного сложного и тернистого пути. Хотелось найти идею, в которой бы

соединился наш опыт и возможность дальнейшего роста. Мы обратили внимание, что на рынке широко представлены цветные граниты, проверенные годами и руками наших мастеров. Мы знали, что граниты можно миксовать, создавать различные сочетания, а значит, и новые модели стел и полноценных комплексов. Вот, например, в 2022 году мы ввели в производство гранит из месторождения в Ленинградской области. Он почти не использовался для мемориальной сферы, и его не так часто привозят с карьера, как Мансуровский или Елизовский, но в то же время он интересно раскрывается в сочетании с чёрным камнем. И для мемориальной сферы любые подобные сочетания, особенно с чёрным габбро, всегда смотрятся необычно и вызывают интерес.



Для начала мы создали линейку комбинированных памятников, состоящую из восьми форм, которые соответствуют параметрам серийного продукта и пользуются спросом, и занялись её продвижением.

Вы были уверены в успехе?

— И да и нет. Никогда не знаешь на сто процентов, будет ли идея востребована. Но конкретно наше производство может запустить какие-то продукты в тестовом режиме, получить обратную связь и уже потом выпустить на рынок. Для производства самое сложное — не придумать продукт, а оптимизировать идею под конкретные задачи. Технически в небольшой мастерской сделать наш продукт несложно. Сложно сделать из него что-то массовое, что будет интересно и в Воркуте, и в Улан-Удэ. Цветной гранит капризный, есть тонкости в полировке и обработке. Его нужно раскрывать дополнительными инструментами, подбирать сочетание и композицию. Только тогда он заиграет по-особенному. Ещё немаловажным фактором является соотношение цены и качества, и серийное производство памятников позволяет нам постоянно работать в этом направлении — сокращать издержки и регулярно работать над снижением цены.

Кроме того, 95% российских точек продаж памятников на мемориальном рынке используют в качестве

основного материала чёрный гранит. Для нас это тоже был определённый сигнал, что в сфере можно работать, экспериментировать и предложить рынку нечто интересное. И запрос на это есть. Во многих городах предприниматели предлагают идентичную продукцию, а их точки продаж иногда даже расположены на одной улице. Мы даём возможность предпринимателям расширить ассортимент и тем самым получить конкурентное преимущество, предложив клиенту эксклюзивную модель комбинированного памятника.

Сложное это дело — перевернуть рынок?

— Мемориальная сфера в РФ эволюционирует медленно. Но эволюционирует. Помните, как наша индустрия работала на цементе, на бетоне с крошкой, потом появился металл, мрамор, и только лет 20 назад начали работать с чёрным гранитом? Это связано со многими факторами, но в том числе и с освоением карьеров, и с появлением нового инструмента и оборудования для камнеобработки. Поэтому перевернуть рынок за два года — сложная задача, но мы движемся в этом направлении. Когда мы запустили производство памятников, у нас было 3 вида цветного гранита, сейчас — 10. Это говорит о том, что продукт интересен рынку, и для нас

это важно. Как важно сохранить качество продукции при увеличении объёмов его производства.

Какие граниты у вас в ходу?

— Мы используем 10 видов гранита. Работаем в основном с российскими месторождениями — Уралом, Карелией, Ленинградской областью. Также используем гранит из Казахстана, в перспективе планируем привлекать камень из Ирана и, возможно, из Индии. Мы постоянно ищем новые граниты, которые могут быть интересны и с точки зрения поставки, и с точки зрения практического применения.

Как выбираются «фавориты»?

— Даже если гранит хорошо показал себя в строительстве, он может не подойти для мемориальной отрасли. Например, однажды при полировке на одном из образцов гранита начали проступать крупные поры, похожие на пулевые отверстия. Такой образец не прошёл испытания и не попал в серийное производство, ведь чтобы изделие из такого гранита было жизнеспособно, его нужно дорабатывать, а доработанный гранит уже не даст нужного качества. Поэтому перед отправкой камня в массовое производство мы проверяем все его свойства, и только самый надёжный образец становится памятником.



Как удаётся добиться прочности в местах соединения гранитов?

— Наша технология склеивания работает уже 10 лет — именно столько, сколько мы работаем в строительстве. И до сих пор она подвергается испытаниям. Мы используем двухкомпонентный клей, и применяемая нами технология себя оправдывает. С претензией по качеству склейки за эти годы клиенты к нам не обращались ни разу. А ведь мы работаем на данный момент с 50 регионами, и во всех климатических зонах наш продукт ведёт себя одинаково — выдерживает и лютые морозы, и сильную жару.

Есть ли проблемы с качеством сырья?

— Получить хороший, качественный продукт не так просто. Тем более что не все карьеры ориентированы на мемориальное направление. Для мемориальных изделий нужен цельный, отобранный материал, поэтому не каждый гранит попадает в серийное производство мемориалов. Если на камне трещины, для памятника он уже не годится. В прошлом году не было взято в работу порядка 12 новых гранитов. Мы эту проблему, как можем, пытаемся решить: взаимодействуем с карьерами, участвуем в отборе сырья.

А с клиентом вы работаете напрямую?

— Упор мы делаем на собственный отдел продаж в сегменте B2B, такой подход повышает ответ-

ственность производства. Также есть опыт работы с представительством и дилерством. К нам на завод можно приехать в любое время, посмотреть, как мы делаем памятники, каким инструментом, на каком оборудовании, увидеть, как полируется камень, как склеивается, в каких условиях хранится продукция. Второй момент: нет дополнительной наценки, а значит, нет дополнительной финансовой нагрузки на клиента. Плюс ко всему мы сразу получаем обратную связь от клиента, что позволяет делать нашу продукцию ещё лучше.

Кстати, за пару лет что-то изменилось в требованиях клиента?

— Если бы мы с вами затронули эту тему в начале 2022 года, я ответил, что в приоритете доступная цена. Но сейчас, работая в этом направлении два года, могу сказать, что факторов гораздо больше. Наши клиенты — предприниматели, и они обладают особым чутьём и опытом, которые им подсказывают, что с большой долей вероятности будет пользоваться спросом в тот или иной период в конкретном регионе. Поэтому из года в год продаются совершенно разные позиции.

На мой взгляд, в сезоне 2024 года клиент будет искать оптимального соотношения цены и качества, а также композиционной завершенности. Второе говорит о том, что в нашей стране постепенно формируется мемориальная культура. Приведу пример. В Беларуси, в городе Гродно, практически везде используется надгробная плита.

Мемориальные комплексы не вычурные, не отличаются большим размером, но они сделаны со вкусом. И что-то подобное постепенно проявляется и в регионах России. Зарождается понимание композиции, необходимости дополнительных элементов, и заказчики готовы потратить чуть больше ради завершенности, эстетики мемориала.

Какие новинки появятся к сезону 2024 года?

— К новому сезону планируем расширить линейку цветных гранитов. Появится зелёный гранит иранского месторождения, так как есть запрос на зелёный цвет от мусульманских регионов нашей страны, а также из Казахстана. Эту новинку мы как раз анонсировали на выставке «Некрополь». Прорабатываем вопрос создания полноценного комплекса из цветного гранита. Кстати, премьера комплекса состоялась в феврале на выставке в Республике Беларусь. Планируем также использовать цветной гранит для керамических вставок. Ну и конечно, в планах видоизменить комплекты из светлых гранитов, сделать их более завершенными, разнообразными. Я думаю, к началу сезона всё это мы сможем реализовать.

Какую гарантию даёт завод на свою продукцию?

— До 30 лет. Лабораторные испытания, которые мы проводим, показывают, что изделие спокойно простоят несколько десятков лет без сколов и деформации. К тому же мы осуществляем технический контроль на каждом этапе изготовления памятника, а таких этапов больше двенадцати. Мы работаем от блока до готового изделия. И каждый этап производства у нас под контролем, чтобы наш заказчик получил качественный и надёжный мемориал, который он сможет с чистой совестью предложить своему клиенту ■

Контакты:

+7 (495) 778-93-39

+7 (925) 010-38-63

kukmorstone.ru

С любовью к камню



«Любовь не лежит на дороге, как камень; её надо всё время творить заново и воссоздавать». Это глубокое высказывание — о любви деятельной. Ведь чего бы не коснулось это прекрасное чувство, нельзя сидеть сложа руки — нужно творить его и воссоздавать. Особенно если это большая любовь к природному камню. Специалисты компании Impos Stone прекрасно знают, что только с помощью качественного профессионального оборудования можно по-настоящему выразить свою заботу о камне и любовь к нему. Такое оборудование для карьеров и камнеобрабатывающих предприятий компания поставляет из Челябинска во все регионы России.

Impos Stone поставляет различные станки для резки камня: мостовые, порталные, канатные, полировальные, комплектующие для них, а также другие инструменты для камнеобработки. И если вам в короткие сроки необходимо закупить оборудование для камнеобрабатывающего производства и наладить его работу или оснастить предприятие по добыче камня качественными машинами, компания Impos Stone возьмёт на себя всю технологическую часть оснащения цехов и карьеров.

Помимо поставок, мы решаем ещё ряд важных технических задач:

- подбор технологического оборудования для камнеобрабатывающих производств;
- сервисное обслуживание с полным циклом работ;
- первичное обучение персонала (выежаем на производства, оставляем подробные и доступные для понимания инструкции);
- проектирование и изготовление станков ЧПУ, промышленных роботов, автоматических линий, комплексов оборудования для импортозамещающей продукции;
- водоочистка и отопление;
- энергосбережение и аудит.



Чтобы сэкономить время на организацию производства, мы разработали для наших клиентов готовые кейсы — комплекты оборудования для разных отраслей камнеобрабатывающих производств. Например, специально для мемориальных компаний у нас разработан кейс по изготовлению заготовок ритуальных плит. Impos Stone поставляет оборудование для всех этапов производства ритуальных изделий: переработки каменного блока из карьера, проработки слэбов в плиты, а также обработки и шлифовки готовых изделий.

Кроме того, наши клиенты всегда (то есть в режиме 24/7) могут рассчитывать на помощь и консультацию технических специалистов по любым вопросам.

Наша цель — экономия средств, времени и душевных сил обратившихся в Impos Stone клиентов, поэтому мы готовы полностью взять на себя решение ваших технических задач: подберём нужное оборудование под ваши запросы, осуществим монтаж, пуско-наладочные работы и обучим персонал. У нас есть готовые проекты под любые условия клиента: бюджет, материал, объём



производства, рабочие помещения, и эти проекты будут реализованы специалистами Impos Stone. На все виды работ предусмотрена гарантия. А для тех, кто уверен, что любовь к камню — это дорого, помимо стандартных форм оплаты, мы предлагаем лизинг оборудования.

Мы поставляем оборудование для тех, кто по-настоящему любит камень, и мы хотим, чтобы эта любовь была деятельной и прибыльной ■



IMPOSSTONE.RU



Когда камень меняет обличье

Иногда камень преподносит сюрпризы — приятные и не очень. То он трескается, то шелушится, то обнаруживает скрытые поры. И если основные звенья технологической цепочки камнеобрабатывающей компании в полном порядке, возникает вопрос: что не так с этим камнем? Ответ порой бывает шокирующим, особенно если материал пришёл из-за рубежа от продавца, с которым вы ещё не имели дело. Как избежать подмены камня, и как использовать ГОСТ, чтобы получать качественный продукт, делится мнением наш эксперт. В гостях у «Мемориальщика» заведующий Отделом облицовочных материалов из природного камня института ВНИПИИСтромсырье, кандидат геолого-минералогических наук, человек, посвятивший 49 лет работе с облицовочным камнем, Николай Моторный.



Николай Моторный,
заведующий отделом
облицовочных материа-
лов из природного камня
института ВНИПИИСтром-
сырье, кандидат геолого-
минералогических наук

Мрамор, который стал травертином

— Не всегда поведение камня бывает предсказуемым, — говорит Николай Иванович. — Когда камень попадает в руки строителей, монтажников, порой он начинает вести себя не так как надо: то трескается, то шелушится, то на нём появляются пятна. В этот период (обычно в начале года) для нашей лаборатории начинается сезон физико-механических испытаний, когда мы проверяем строительный и мемориальный камень на соответствие ГОСТу — на 8 обязательных параметров и 5–7 вспомогательных. И часто оказывается, что камень не соответствует параметрам ГОСТ, а значит, его нельзя применять в наружной облицовке. В связи с этим у покупателя камня появляются сомнения: а тот ли камень прислали?

В камнеобрабатывающей отрасли, особенно в строительном секторе, нередко встречается проблема соответствия поставленного материала требуемому: покупатель заказывает камень из-за границы, но часто не знает наверняка, что ему привезли. К примеру, покупатель заказал известняк «Малеанос» из Португалии, а ему привозят «Мокка Крем». Да, это тоже известняк, внешне он напоминает «Малеанос», но по своим свойствам это совсем другой камень, он менее морозостойкий, а значит, мало годится для наружных работ.

Был случай, когда заказчику прислали целых три разновидности «Малеаноса». С помощью неразрушающих методов контроля удалось доказать, что камни были с трёх разных карьеров. Причём заказ был довольно крупный, и весь объём брака, с которым заказчик обратился в нашу лабораторию, пришёлся как раз на третью разновидность камня ►

1. Шелушение мраморизованного не морозостойкого известняка

2. Развитие плесени и окислов железа и меди по плитам китайского гранита с большим водопоглощением.



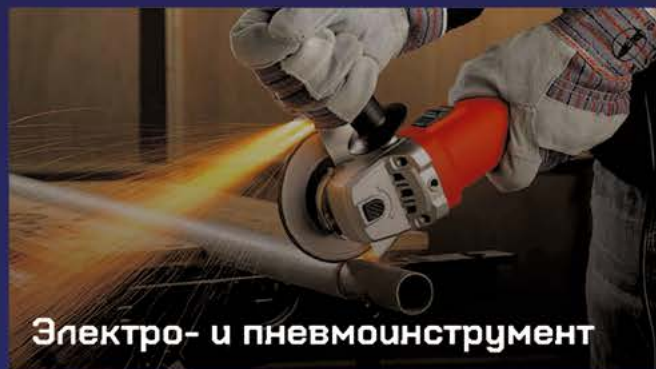
PEIVE

СОЗДАВАЙТЕ ШЕДЕВРЫ ИЗ КАМНЯ

с профессиональным оборудованием и инструментом PEIVE:



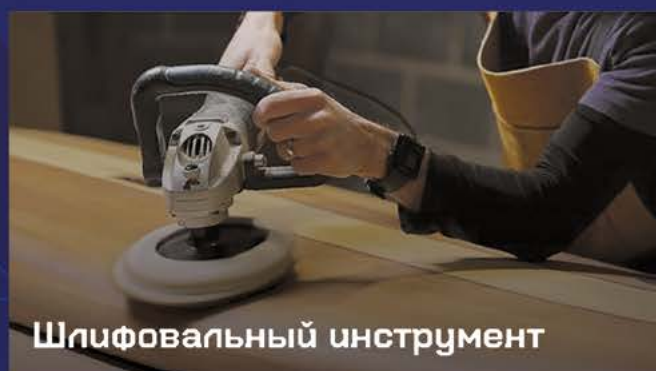
Отрезной инструмент



Электро- и пневмоинструмент



Сверлильный инструмент



Шлифовальный инструмент



Фрезы



Пескоструйные установки

Звоните и пишите:

+7 926-526-11-01

zm1101@mail.ru

Наш адрес:

142900, Московская область, г. Кашира

Главпочтамт, а/я №7м

Цены на оборудование
и инструменты здесь:





Пятна ржавчины на плитах мощения внутренней территории Кремля



Пятна ржавчины на пьедестале Царь-пушки

Мне запомнился ещё один шокирующий случай, когда на экспертизу привезли плиту натурального камня, но в результате тщательного анализа выяснилось, что камень... искусственный.

Были и зеркальные случаи. Остроумные предприниматели однажды предлагали купить патент по производству искусственного камня за крупную сумму. Исследованиями в нашем отделе было установлено, что представленный покупателю образец, якобы выращенный в промышленной установке, является натуральным, природным камнем.

Российские месторождения хорошо знакомы покупателям. Если в документах на поставку написано «гранит», в 99% случаев можно быть уверенным, что пришёл именно тот гранит. Иная ситуация с поставками из-за рубежа. Дело в том, что большинство потребителей камня не имеют образования в области геологии, многие даже

не учились на строителей, поэтому их довольно легко ввести в заблуждение относительно поставляемой продукции и продать «кота в мешке». Плюс ко всему поставками камня занимается множество фирм, и редко у какого поставщика есть свой геолог — специалист, который смог бы отличить габбро от других пород чёрного камня. А под формулировкой «чёрный гранит» может скрываться всё что угодно: и габбро, и лабрадорит, и пироксенит и даже гнейс и кварцит. Но к этим камням предъявляются разные требования, и в работе ведут они себя совершенно по-разному.

Однажды при проведении минералого-петрографических исследований карбонатных пород выяснилось, что заказчику прислали вместо мрамора — мраморизованный известняк, вместо известняка — мраморизованный известняк. Внешне эти горные породы очень схожи, но в нормативных документах к ним предъявляются совершен-

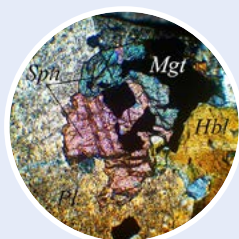
но разные требования показателей прочностного сжатия, водопоглощения, морозостойкости, объёмной массы. Был случай, когда прислали на исследования мрамор, который в процессе изучения оказался травертином. А с травертином нужно быть очень осторожным. В его структуре много пор, и по этим порам он может раскалываться.

О камне позаботится ГОСТ

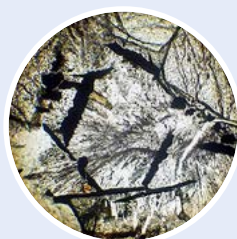
Вот для чего нам нужен ГОСТ 9479-2011 Блоки из горных пород для производства облицовочных, архитектурно-строительных, мемориальных и других изделий. ГОСТ заботится о покупателе, указывая такие характеристики, благодаря которым материал не разрушается долгие годы. А долговечность — самое главное свойство камня.

По действующему российскому ГОСТу поставщик камня должен сопровождать свой продукт техническим паспортом — документом,

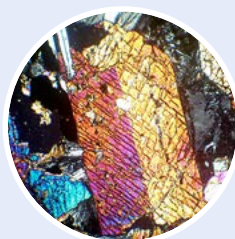
Камень под микроскопом:



Зерна сфена (Spr) в камне ICE GREEN/PACIFIC BLUE (G1306). Видны полисинтетические двойники сфена.
Mgt — магнетит, Hbl — обыкновенная роговая обманка, Pl — плагиоклаз



Иголки ильменита в камне «Гранит G684»



Простой двойник пижонита (пироксена) в камне «Гранит G684»



Зерна авгита (цветные пятна) в шлифе базальта Ивано-Долинского месторождения. Фенокристаллы часто имеют двойниковое строение

содержащим основные физические и механические характеристики камня. Но надо признать и тот факт, что ГОСТ у нас носит чисто рекомендательный характер, и принимают во внимание его далеко не все. Кроме того, у нас 80–90% камня идёт из-за рубежа, а зарубежные поставщики обычно не представляют покупателю технический паспорт на камень.

Взамен паспорта поставщик выдаёт некий сертификат, который якобы свидетельствует о качестве продукции. И в этих сертификатах есть всё, кроме действительно важной информации — показателей водопоглощения, прочностного сжатия, объёмного веса, морозостойкости и других. Кроме того, зарубежные ГОСТы предусматривают определение необходимых нам параметров по другой методике.

Отдельно нужно сказать о морозостойкости камня, так как она крайне важна для наших климатических условий. Это свойство насыщенного водой камня выдерживать попеременное замораживание и оттаивание. После завершения испытаний на морозостойкость образцы не должны иметь видимых повреждений — трещин, выкрашивания, также прочность на сжатие не должна снизиться более чем на 20%. За рубежом проводят испытания на морозостойкость путём помещения материала в раствор хлористого натрия. У нас же применяют стандартный способ. Контрольный образец камня помещают в воду температурой 20°C и оставляют до полного водонасыщения.



Потом ставят в морозильную камеру и замораживают при -20°C , затем вынимают и оттаивают в воде при температуре $+20^{\circ}\text{C}$. После того как камень оттаял, его снова ставят в морозильную камеру. Однократный процесс заморозки и оттаивания называется циклом. И камень, чтобы он хорошо сохранялся в наружной облицовке, должен выдерживать 150 таких циклов. Если камень будет использован для мемориалов — достаточно 50 циклов. Если камень не прошёл испытание на морозостойкость, значит, он непригоден к работе, а значит, вы вправе предъявить претензии поставщику.

Испытания на морозостойкость у нас и за рубежом проходят по-разному, и между этими двумя способами нельзя ставить знак равенства. Вот и вынужден покупатель иностранного камня сдавать образцы в лабораторию и проверять на соответствие нашим ГОСТам, потому что заказчик каменной облицовки может потребовать от него технический паспорт на камень со всеми характеристиками, включая морозостойкость. Самые продвинутые так и поступают: сначала

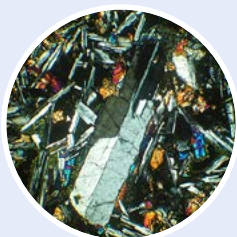


заказывают полный цикл физико-механических испытаний, и только потом закупают камень партиями.

Основная проблема, с которой наши покупатели камня сталкиваются чаще всего, — это несоответствие поставляемого в Россию зарубежного камня нашим российским климатическим условиям, соответствие которым заложено в наших ГОСТах и СНИПах. Для Западной Европы температура -5°C и снег — это уже стихийное бедствие, для некоторых городов Сибири -35°C считается отоплением. Поэтому камни, широко используемые в Западной Европе, могут оказаться у нас не пригодными для использования в каменной облицовке.

5. Сколы на смежных гранях деталей вследствие отсутствия шва. Фасад 2.1, колонна G, деталь 2.1/G/2.2

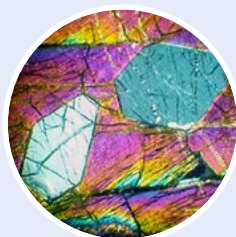
6. Шелушение серпентинита на выходе станции метро



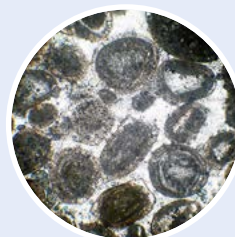
Зерна лабрадора (серые призмы) в шлифе базальта Ивано-Долинского месторождения. Фенокристаллы часто имеют простые двойники, кристаллы основной массы более мелкие



Коелгинский мрамор под микроскопом. Мономинеральная горная порода, состоящая из кальцита $[\text{CaCO}_3]$.



Зерна апатита (серое) по авгиту (цветное) в образце камня



Пеллеты в образце № 2 имеют концентрическое строение и могут достигать 0,45 мм в поперечнике. Цементирующее вещество камня перекристаллизовано на 95%

Требования к камню включаем в договор

Что делать, если приходится заказывать камень за рубежом или даже у наших производителей? Параметры покупаемого материала необходимо прописать в договоре на поставку.

В договоре нужно обязательно указать физико-механические свойства камня: показатели водопоглощения (если это гранит, габбро или другие интрузивные породы, не более 0,75 г/см³), прочности на сжатие (для гранитов не менее 100 МПа), объемной массы, истираемости (если камень будет использоваться для настила горизонтальных поверхностей — площадей, тротуаров, прилегающих территорий, прочность на удар должна быть не менее 30 см), морозостойкость мемориального камня должна быть не менее 50 циклов. Все эти параметры берутся из ГОСТ 9479-2011, и ничего своего изобретать не нужно.

Цвет и рисунок

Еще один актуальный пункт, который тоже рекомендую в обязательном порядке включить в текст договора, поскольку он может стать причиной серьезных (иногда судебных) разногласий, — это цвет и рисунок камня.

Когда вы обращаетесь к продавцу, вам показывают эталонный образец. Ориентируясь на рисунок эталона, вы покупаете партию камня. Но очень часто бывают расхождения. Например, вам нужен был розовый оттенок камня, а когда

пришла партия, выяснилось, что камень не розовый, а скорее бледно-желтый, или его оттенок ушел в зелень... Для камня это нормально. Камень — это натуральный продукт, его свойства целиком зависят от геологических условий, в которых он формировался. Например, хорошо известный у нас в России и за рубежом коелгинский мрамор может быть и чисто белым, и переходить в серый, может образовывать темно-серые, а иногда желтые и бурые пятна. Это природная особенность коелгинского мрамора, и поставщик должен заранее предупреждать обо всех его цветовых вариациях, чтобы избежать разногласий. То же касается рисунка. Не каждого устроит, если ему продают камень, согласно эталону, с размыто-пятнистым рисунком, а привозят полосчатый.

Был такой характерный случай. В Подмоскowie изготавливали мемориал из серо-розоватого гранита «Ала-Носкуа», и вдруг в блоке обнаружилось крупное пятно черного цвета. Брак? Нет. Просто в блоках, добываемых на данном месторождении, встречаются линзовидной формы включения (так называемые шлиры) черного цвета. Эти природные включения — это характерное свойство данного месторождения. Нашими исследованиями установлено, что в данном случае на качество камня, на его прочность, долговечность такие включения не влияют. Включения, из-за которых возникает цветовой контраст, приводит только к снижению декоративности.

Поэтому, если вы знаете такую особенность месторождения, потрудитесь указать в договоре, что хотите гранит без темных включений. Этот пункт в дальнейшем может стать ключевым в процессе защиты своей позиции. Если вы указали в договоре, что приобретаете гранит однородного цвета без темных включений, вы наверняка сможете добиться замены «бракованного» блока. Если в договоре указано только наименование гранита — шансов на замену почти нет. Также в договоре обязательно советую прописывать соответствие продукции ГОСТ 9479, чтобы избежать множества проблем, в том числе блоков с трещинами.

Считаю необходимым при заключении договоров на поставку пользоваться следующими нормативами:

- плиты облицовочные должны соответствовать ГОСТ 7480;
- архитектурно-строительные изделия — ГОСТ 23342;
- изделия строительно-дорожные — ГОСТ 32018;
- плиты декоративные на основе природного камня — ГОСТ 24099.

Прописав в договоре необходимые характеристики камня, и указав, что качество покупаемой продукции должно соответствовать ГОСТам, вы минимизируете риск недоброкачественной поставки, чем избавите себя от головной боли и потери содержимого вашего кошелька ■

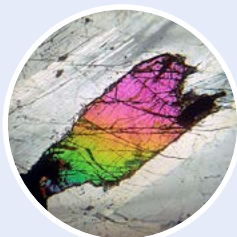


STROMS.RU

Камень под микроскопом:



Удлиненные, игольчатые пластинки биотита (зеленовато-розовые) по краям зерен магнетита в образце камня



Зерно оливина в образце камня



Окаменелые остатки синезеленых нитевидных водорослей в камне травертин Coffee Waves из Казахстана



Обломки окаменелых раковин фораминифер в мраморизованном известняке Marv Dasht из Ирана



Всегда стремиться к развитию

ЗАО «Интеркамень» производит и поставляет изделия из габбро-диабазы оптом. Предприятие основано в Карелии в 1997 году и за годы работы прошло путь от получения лицензии на разработку месторождения «Другорецкое-3» до позиции одного из крупнейших предприятий по добыче и переработке блочного камня. О пути развития и долгосрочных планах мы поговорили с директором компании Дмитрием Соловьём.

Дмитрий, компания «Интеркамень» уже 25 лет работает в сфере горной добычи. Какие стратегии ведения бизнеса позволяют поддерживать конкурентоспособность?

— Мы придерживаемся стратегии концентрированного роста, которая в первую очередь ориентирована на качество нашей продукции, его постоянное улучшение и модернизацию процессов производства. Делаем акцент на добросовестной работе сотрудников, контролируем каждый этап производства, из года в год модернизируем и улучшаем его. Мы опираемся на многолетний опыт, знания наших инженеров, тенденции рынка, проводим регулярные планёрки, а также собираем отзывы и реагируем на обратную связь от клиентов и партнёров.

Эти два года были для вас весьма продуктивными. Какие шаги были предприняты для развития компании?

— Мы всегда стремимся к развитию. И 2022 год действительно был для нас очень продуктивным и революционным. Мы провели ребрендинг компании, разработали новый фирменный стиль. Впервые приняли участие в выставках «Карелфорум» и «Некрополь». Мы закупили новое профессиональное оборудование для карьера и завода, расширили штат сотрудников, а также вошли в состав Горного Совета Карелии!



#ПРОИЗВОДСТВО

В 2023 году рынок камнеобработки пережил кризис. Нам, как и многим компаниям, пришлось непросто. Однако мы достигли определённых результатов: завершили масштабный ремонт на заводе, участвовали в 3-х специализированных выставках, включая «Некрополь», где получили награду за «Лучший выставочный стенд», выступили в качестве генерального партнёра на выездных мероприятиях и отраслевых форум-выставках. Но главное достижение года — это, конечно же, наш революционный продукт «Конструктор памятников», который является интеллектуальной собственностью компании. Мы на протяжении долгого времени кропотливо прорабатывали каждый этап, продумывали каждую деталь и вкладывали много сил в эту идею!

Расскажите подробнее о «Конструкторе памятников». Это настоящий конструктор с деталями и инструкцией по сборке?

— Именно. Наш многолетний опыт показал, что самый главный и ценный ресурс — время. И мы задумались над тем, чтобы создать уникальный, но при этом простой в использовании инструмент, который поможет сэкономить время нашим клиентам и партнёрам при работе с заказчиками. Поэтому мы разработали инновационный на рынке ритуальных услуг продукт — «Конструктор памятников», упрощающий процесс подбора памятников и мемориальных комплексов для заказчиков. Он включает в себя 17 стандартных деталей, из которых можно собрать более 50-ти вариантов мемориальных комплексов. В комплекте идет каталог с готовыми решениями памятников. Модели памятников из каталога стандартизированы и всегда есть в наличии на нашем складе. На них нет наценки за индивидуальные размеры. Поэтому заказчик получает эксклюзивную и качественную продукцию в короткие сроки и по приятным ценам.

В компании создано производство полного технологического цикла. Как удаётся эффективно выстраивать взаимодействие этой цепи?

— В первую очередь хочется отметить, что абсолютно все этапы требуют максимального контроля качества. Наше производство — это сложная цепочка процессов. В случае ошибки мы теряем много времени и ресурсов, поэтому очень требовательно относимся к контролю на всех этапах технологического цикла. Эффективность взаимодействия достигается путём работы опытных и квалифицированных специалистов, а также грамотно выстроенной системы руководства.





Кстати, о специалистах. Как вы решаете проблему нехватки кадров?

— В нашей компании мы придерживаемся концепции преемственности поколений и карьерного роста. Наши сотрудники — как управленцы, так и рабочие — стремятся к собственному развитию. Мы поддерживаем их и даём возможность развиваться, в том числе финансируем дополнительное образование. В результате получаем высококлассных специалистов. Также в компании присутствует династичность: многие дети наших сотрудников идут по стопам родителей и, видя успехи и стабильность, посвящают свою жизнь горному делу, устраиваются и успешно работают в нашей компании.

Наверное, ставка на развитие сотрудников и есть ключ к эффективному производству?

— Эффективность производства предприятия определяется по нескольким критериям, начиная от профессионализма сотрудников и качества продукции, заканчивая стратегией управления и рыночным положением.

Но есть конкретные составляющие, благодаря которым удаётся успешно выстраивать работу. Это современное высокотехнологичное оборудование, слаженная работа коллектива, отработанные системы менеджмента, креативность и предприимчивость управляющего звена компании. И конечно, успех компании напрямую связан с тем, насколько её работники мотивированы и готовы достигать результатов. Поддержка и стимулирование персонала, а также возможность для профессионального роста — это ключевые моменты, благодаря которым удаётся успешно выстраивать работу компании.

С какими самыми большими рисками приходилось сталкиваться компании, и как вы с ними справлялись?

— В нашей сфере большие риски были связаны с пандемией и здоровьем, стоит упомянуть также финансовые кризисы и валютные колебания. И конечно же, нельзя оставлять без внимания геополитические риски. За 25 лет работы компании мы переживали разные времена, но это лишь укрепило наш дух, и перед нами открылись новые возможности и горизонты. Для нас непростые времена в мировой экономике стали своего рода точкой роста. Например, в пандемию нам пришла идея разработки прорывного продукта для ритуальной сферы — «Конструктора памятников».

А что с новыми месторождениями?

— Мы планируем ввод в эксплуатацию новых месторождений габбро-диабазы. На одном из проявлений габбро на севере Республики Карелия уже проведена геологическая разведка.

Поделитесь планами долгосрочного развития компании.

— У нас в планах расширение линейки строительной продукции: производство плитки и брусчатки, расширение географии присутствия в других регионах России, открытие розничных точек, увеличение добычи сырья и объёма поставок. В перспективе мы планируем расширить производственные мощности, модернизировать технологическое оборудование, провести детальную разведку новых месторождений ■



Где найти самый черный габбро?

Мемориальщики любят черный габбро за его способность выдерживать большие нагрузки и частые перепады температур. А еще — за его благородный, черный как ночь окрас. Любят его и потребители, ведь чем чернее и однороднее габбро, тем ярче и богаче выглядит памятник. Главное — найти надежного поставщика, который привезет по-настоящему качественное изделие из камня, соответствующее международным стандартам.

Самый черный габбро привозят в Россию из Китая. Благодаря глубокому чёрному, без вкраплений, цвету этот камень лучше всего подходит для нанесения портретов. Вот только найти камень для идеального портрета, который не подвергся бы критике за «китайское качество», не так просто.

Индивидуальное предприятие Суслова А.В. Уральской Мемориальной Компании с 2000 года занимается изготовлением и оптовой продажей памятников из природного камня, а с 2008 года работает напрямую с производителем готовых изделий из черного камня в Китае. Добывают черный габбро, который предприятие вот уже 15 лет привозит на российский рынок, в провинции Шанси. Габбро из этих мест считается одним из лучших разновидностей черного камня. По своим характеристикам он не уступает карельскому, но имеет более глубокий и равномерный черный окрас.

Не всякий поставщик памятников из Китая работает с производителем без посредников, из-за чего на российский рынок под видом габбро часто приезжают изделия из более белесых пород, обработанные специальной красящей пропиткой. Отличить крашенный камень без специальных исследований не получится, но после установки мемориала его цвет довольно скоро начинает выгорать. Через 1-2 года камень показывает свое истинное лицо. Промежуточных звеньев между ИП Суслова А.В. и китайским производителем не существует. Мемориальные изделия предприятие поставяет напрямую с завода-изготовителя, что гарантирует покупателю качественную продукцию из черного камня высшего сорта.

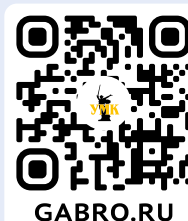
Готовая продукция поступает на огромный склад в Челябинске. Территория этого складского комплекса способна вместить около 20 вагонов готовых мемориальных

изделий. Склад постоянно пополняется, поэтому поставщика невозможно застать врасплох, запросив ходовую модель памятника или, наоборот, очень редкую. Здесь всегда можно найти прямые и фигурные модели, памятники для одного человека и семейные, мемориалы из цветных гранитов и черного камня, есть большой выбор моделей экономкласса. Принимаются заказы от 3 комплектов, причем можно заказать не только памятники из габбро. В наличии у ИП Суслова А.В. большой выбор гранитных памятников из камня российских и индийских месторождений, а благодаря развитой системе логистики продукция в целости и сохранности будет доставлена в любой регион страны по оптимальной цене ■



Контакты:

Челябинск, Кузнецова, 47/3
+7 (351) 269-71-91
+7 (951) 230-58-18
gabro_351@mail.ru



GABRO.RU



IMPOS STONE

камнеобрабатывающее оборудование

КАЧЕСТВЕННОЕ И ПРОВЕРЕННОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

ДЛЯ ДОБЫЧИ И ПЕРЕРАБОТКИ ПРИРОДНОГО КАМНЯ



Надежность



Выгодные цены



Гарантия



Сервис



Запчасти в наличии



Сервисное обслуживание



Техническая поддержка 24/7



Отгрузка с 2 складов

- Челябинская обл, г. Еманжелинск
- Свердловская обл, г. Полевской

+7 (351) 799-59-06

info@imposstone.ru



imposstone.ru



Ульяна Орёл: «Памятник должен быть таким, чтобы помогать человеку»



Установка памятника — один из этапов проживания потери, некое посмертное обязательство сохранить память об ушедшем близком человеке. Именно поэтому клиенты мемориальных компаний с таким трепетом и тщательностью выбирают надгробия. И чтобы конкурировать на современном рынке, своему клиенту нужно предложить памятник не только удобный по цене, но и красивый, эргономичный и... осмысленный. О новых смыслах, символах и аллегориях в дизайне, и о том, как памятник помогает человеку пережить потерю, мы поговорили с мемориальным дизайнером, автором первой в России коллекции памятников со смыслом, спикером международных отраслевых выставок Ульяной Орёл.

Ульяна, с точки зрения мемориального дизайнера, почему на кладбищах так много типовых памятников? Некому заниматься их внешним видом?

— Некому. В России до недавнего времени не было ни мемориальных дизайнеров, ни мемориальных архитекторов. Но, думаю, причина здесь даже не в отсутствии профильных кадров, а в отсутствии людей с художественным образованием. В нашу сферу приходят из других профессий, многие не обладают образным, пространственным и художественным мышлением, поэтому им проще идти по проторённому пути и работать с готовыми каталогами. И из-за этого мемориальная сфера, с точки зрения дизайна, в массовом сегменте долгое время почти не развивалась.



Ситуация как-то поменялась?

— Да, в лучшую сторону. Мемориальная сфера расширяется, появились специалисты, готовые делиться своим видением развития бизнеса, обучать коллег, и за счёт этих течений весь рынок стал более открытым. Если вы полистаете сайты знаменитых европейских компаний, то увидите отдельно продажу каталогов мемориалов. Они продают свои коллекции любому желающему — и конкуренту, и простому розничному заказчику. Наши дизайнеры пока не готовы к такой открытости, поэтому развиваемся мы очень медленно, хотя и у нас стали появляться свои каталоги.

И модели памятников свои, самобытные?

— Нет, сейчас больше актуальна адаптация европейских моделей. Хотя это несколько огорчает. Всё-таки у нас глубокая история, многовековая культура, религия. Памятник — это часть культурного кода, однако то, что присуще нашей культуре, мало отражается в дизайне памятников (не считая устаревших изображений берёз). Когда я была на кладбище в Ереване, то обратила внимание, насколько современны их решения в дизайне надгробий, и при этом они сохраняют свою этническую идентичность. В дизайне они используют национальные орнаменты, изображения животных и растений в присутствии только армянской культуры. Их современные мемориалы минималистичны, в них почти всегда присутствует этническая составляющая. Кстати, как раз сейчас я работаю над коллекцией памятников, которая будет передавать наш культурный код.



Будет ли решена проблема дефицита мемориальных дизайнеров?

— Думаю, в мемориальном бизнесе профильных дизайнеров всегда будет не хватать. Повторюсь, сфера у нас специфическая, и люди с художественным или архитектурным образованием приходят к нам по воле случая. Как это случилось со мной. Будучи по образованию графическим дизайнером, я открыла свою мастерскую памятников — «Первая Каменная Мануфактура» и стала развивать мемориальное направление. В компаниях дизайнер нужен для индивидуальных проектов, а для тех, кто работает в массовом сегменте, просто нет смысла содержать такую кадровую единицу. Да и финансовые возможности у всех разные. Лучше обучить менеджера по продажам, который будет грамотно консультировать клиентов и помогать подбирать варианты памятников, а акцент сделать на своевременном обновлении каталогов.

Какие тренды в дизайне памятников актуальны сегодня?

— У нас практически все существующие дизайны пришли из 1990-х: волна, берёза, розочки, лебеди. И вся эта «резнина» сейчас массово уходит с рынка. Когда я четырнадцать лет назад начинала погружаться в мемориальный дизайн, в наших мастерских были только самодельные «каталоги» — папки с распечатками из интернета с чужими водяными знаками. В Китае же появились полноценные каталоги, отпечатанные в типографии, и эти каталоги поставщики китайских памятников раздавали своим партнёрам бесплатно. В результате китайские модели хлынули на наш рынок и используются мемориальными компаниями до сих пор. Но сейчас вектор интереса клиента смещается, и смещается он к более интересным и современным решениям.



Рынок сам хочет перемен. Рынок сам задаёт тенденцию к визуальным изменениям памятников. Если раньше в нашей стране доминировал чёрный габбро, то сейчас больше работают с цветными гранитами, комбинируют разные породы камня, ищут новые цветовые решения. И за счёт этого можно выделиться, получить конкурентное преимущество и... запрыгнуть в уходящий вагон, потому что и этот тренд с цветом начинает смещаться. Но если компании из массового сегмента начнут комбинировать камень, больше работать с цветом, они станут более узнаваемыми для конечного потребителя. И тогда им не придётся демпинговать, ведь они делают продукцию не так, как другие.

Как новые решения в дизайне скажутся на ценнике?

— Не так давно мы с коллегами рассчитали стоимость мемориала из моего каталога, который они собирались у себя реализовать. Они взяли для расчёта семейный памятник на двоих. Стоимость этого двойного памятника вышла 150-160 тысяч рублей. А при учёте, что средний ценник за памятник у них 80 тысяч рублей, новое дизайнерское решение не нанесло урон бюджету. За счёт актуального минимализма, добавления в концепцию мемориала акцентов мы получаем новый уникальный продукт, стоимость которого

либо останется на прежнем уровне, либо пойдёт на снижение. Создавая свои работы, я стараюсь учесть стоимость готового изделия, чтобы не уйти за рамки типового проекта, потому что мой каталог рассчитан именно на массовую аудиторию, на компании, работающие в типовом сегменте.

Расскажите о своей коллекции памятников?

— Коллекция памятников со смыслом, презентованная участникам выездного мероприятия в Краснодаре в 2023 году, была первой, которая вышла так масштабно. В дальнейшем я планирую выпускать каталог, который смогут приобрести все желающие. В нём будет максимум 40 проектов, и это ограничение связано с тем, что каталог будет регулярно обновляться, идти в ногу со временем. Я проанализировала каталоги различных компаний и выяснила интересный факт: из 100 моделей памятников пользуются спросом лишь 20! Остальные модели или заказывают редко, или они вообще остаются не у дел. Представьте себе коллекцию одежды. Одежда должна соответствовать духу времени, поэтому дизайнеры выпускают небольшие коллекции и ежегодно их обновляют. Памятники должны быть актуальными, поэтому волшебного каталога на все времена не обещаю, а вот следить за трендами в мемориальном дизайне вы с моей помощью сможете.



Кстати, о трендах. Что будет востребовано в ближайшие 5 лет?

— За последние 3-4 года мемориальный рынок стремительно поменялся. Как я уже сказала, производители стали чаще использовать цветные граниты и меньше габбро (у многих так и лежат каталоги с габбро 20-летней давности, где почти нет комбинированных моделей). Активно обновляется художественная составляющая: гравированные розы и гвоздики востребованы гораздо меньше, клиенты выбирают более современные визуальные решения. Ведь происходит смена поколений наших заказчиков, и мы сегодня работаем с людьми более искушёнными, которые умеют выбирать. И нам нужно этот выбор предоставить и в эконом-, и в стандарт-, и в премиум классе, причём выбор не однотипных моделей из габбро, а выбор качественный и интересный. Пока же только премиальная ниша заполнена качественным визуальным контентом.

Памятники станут более осмысленными. В памятниках появляется характер, эмоция (кстати, добавить характера монументу можно даже при помощи формы). Я советую создавать легенду для клиента, закладывать в памятник смысл, идею. Люди любят легенды. Возьмём вышеупомянутый памятник на двоих. Что мы видим? Две стелы, между ними свободное пространство, но они соединены между собой каменной перегородкой — мостом, на котором распо-

ложены фигурки людей. Какая легенда здесь заложена? Два человека идут навстречу друг другу по мосту через вечность, где их душам суждено встретиться. В эту легенду мы увлекаем своего заказчика, и он покупает у нас не просто стелу, а памятник со смыслом.

Если вы используете в дизайне кристаллы Swarovski, у вас рождается ещё одна легенда. Мы любимся ночным звёздным небом, мы чувствуем в нём тайну. Тёмное небо в памятнике воплощает чёрный габбро, звёзды — кристаллы (между прочим, концепция звёздного неба очень популярна в Европе). Звезда — символ ушедшего человека, душа которого стала звёздочкой и теперь глядит на своих близких с неба. И это прекрасный символизм! По моему глубокому убеждению, памятник — не просто знаковый объект с ФИО. Памятник должен выглядеть так, чтобы помочь человеку пережить его потерю. Сейчас памятники на кладбищах усугубляют горе. Почитайте эпитафии — это всегда про боль и трагедию. А нужно, наоборот, помогать человеку примириться с ситуацией, облегчить страдание и утрату. Это очень важный момент духовного развития мемориальной сферы. Европейцы, например, почти не работают с тяжёлыми, тёмными цветами, они стараются добавить красок, и это тоже важный психологический момент.

Видоизменяются урны для праха. В городах, где есть крематории, урны используются всё чаще. Причём урны не для колумбариев, а для захоронения в могилу. И сейчас всё больше запросов поступает на создание специальных легкосъёмных конструкций, чтобы можно было эти урны подзахоронить. То есть в перспективе урны будут размещаться не вертикально друг над другом, а укладываться в горизонталь. Но пока каких-то концептуальных дизайнерских решений в этом направлении не создано.

Славянский культурный код— это не только берёза...

Какой камень, на ваш взгляд, будет самым востребованным?

— Не будет одного доминирующего камня. Мы будем работать с большой палитрой. От габбро-диабазы мы не уйдём, но мы уйдём от монотонности. Габбро прекрасен. Габбро — чёрный, а чёрный цвет базовый в дизайне, и он будет отлично сочетаться с другими цветами. Возьмите любой мемориальный комплекс. Если стела, цветник,



подставка, балюстрада, мощение сделаны из одного камня, они визуально сливаются. Поэтому любой камень лучше всего смотрится в комбинации с камнем другого оттенка. Большой интерес сейчас проявляют к мансуровскому и дымовскому гранитам, они как раз очень удачно сочетаются с габбро.

По моим наблюдениям, меньше спрашивают красные граниты, а раньше они были в тренде, и габбро сочетали в основном с красными гранитами. Сейчас красный камень уступил свои позиции более спокойным оттенкам.

Часто стали использовать амфиболит. Но вряд ли он когда-то будет суперпопулярным, потому что этот камень — для ценителей. Он специфичен своей пестротой, и его нужно уметь грамотно подать. Не каждый заказчик его выберет, хотя он, конечно, роскошный.

Будут ли актуальны портреты?

— Гравированные портреты теряют свою актуальность. За последние два года, работая над заказами, мы практически полностью ушли от гравированных портретов. На сегодняшний день у нас 80% заказчиков предпочитают фото на стекле и керамике, и только около 20% остаются верны гравировке. Скажу больше, мы перестали гравировать тексты и пользуемся только фрезеровкой. И я это объясняю тем, что сместился акцент с габбро-диабазы, который позволял наносить любые надписи и рисовать любые портреты, в сторону цветных гранитов. Да и сами заказчики уже хотят фотографичный портрет, и мало кто хочет портрет гравированный.

Конечно, будут компании, которые продолжают делать акцент на художественном портрете, но, на мой взгляд, написанный художником портрет — это своего

рода эксклюзив, художественная ценность, и он должен стоить дорого. А в массовом потоке заказов больше подойдут керамогранит и стекло хорошего качества.

Вместе с портретами уйдут гравированные рамочки, тюльпаны и другие флористические композиции, хотя ещё 5-6 лет назад выпускались целые каталоги с гравированным оформлением. От художественного наполнения мы идём к акцентным изображениям, нестандартным решениям.

Рекомендую обратить внимание на изделия из бронзы, латуни. Я с большим удовольствием слежу за немецкими памятниками, где в массовом сегменте в дополнение к минималистичным стелам используются бронзовые или латунные фигурки птиц, ангелочков и другие элементы. Пока такое декоративное дополнение к памятнику стоит очень дорого, но на последней выставке «Некрополь» уже были представлены подобные решения, и, думаю, они тоже будут развиваться и в скором времени станут более доступными. Дополните с помощью фигурки птицы минималистичную стелу с изображением дерева — получится очень стильный, красивый памятник со смыслом. Ведь красота памятника не в изобилии элементов, не «дорого-богато», а в стиле, концепции, идее, смысле... И это те памятники, возле которых хочется остановиться, рассматривать их и задуматься о чём-то более глубоко ■



РЕКЛАМА

Плиты, памятники и ограды в цветах Белый, Серый, Жёлтый, Коричневый и Чёрный леопард!

Бесперебойные поставки
продукции по всей стране
от Мурманска до Уссурийска
с 2013 года! Широкий выбор
форм, размеров и дизайна



Балюстрада



Геометрия



Классика



Белый леопард



Серый леопард



Жёлтый леопард



Коричневый леопард



Чёрный леопард



НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ

KRISTALUX

Добавим света в мир темного гранита!

В каждой культуре существуют традиции, которые сопровождают самые важные моменты в жизни человека — рождение, свадьбу и похороны. И в этих традициях отражается богатый духовный опыт народа, его мировоззрение и культурный код. Одна из таких традиций — установка памятника человеку после его ухода из жизни.

В последние годы российская культура стала более яркой, открытой и духовно богатой. Благодаря новым технологиям и влиянию различных культур мы имеем возможность создавать уникальные произведения мемориального искусства не только из камня, но и многих других материалов. Однако мы видим, что при таком многообразии и доступности самыми распространёнными остаются чёрные памятники. Чёрный камень используют при создании надгробий настолько часто, что он стал ассоциироваться с горем и утратой, создавать атмосферу скорби и уныния.

Стоит ли нам передавать будущим поколениям только ощущение скорби и утраты? Ведь памятники — это именно то, что мы оставляем будущему в память о прошлом. И эти памятники могут напомнить о чём-то хорошем, о благих делах ушедшего человека.

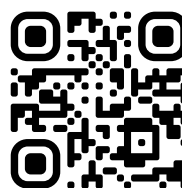
Мы хотим добавить света в мир тёмных гранитов! Компания KRISTALUX разрабатывает новые, современные памятники из различных материалов, таких как стекло, архитектурный бетон, сплавы металла и износостойкий пластик. Мы применяем современные цифровые технологии и инновационный дизайн, чтобы создавать памятники,

которые будут отражать яркую индивидуальность каждого человека, жившего на этой планете и оставившего свой след если не в истории, то в сердцах своих близких.

Чёрные гранитные памятники, несомненно, имеют свою эстетику и своих поклонников. Однако сегодня технологии позволяют нам выходить за привычные рамки и создавать памятники яркие, пронизанные светом, даже если они сделаны на основе чёрного камня. Мы верим, что память о человеке должна быть светлой, наполненной любовью. Наверняка ушедшие родственники и друзья хотели, чтобы мы не только оговаривали, но и вспоминали те достижения и ценности, которые они привнесли в нашу жизнь.

Мы приглашаем гранитные мастерские присоединиться к нам в этом творческом процессе. Вместе мы можем создавать прекрасные памятные места, которые будут служить символом жизни, красоты и мудрости наших предков. Давайте вместе строить лучшее будущее на основе уважения к прошлому и глубокого понимания ценностей, которые мы передаём следующим поколениям ■

Евгений Разбаков, «KRISTALUX»



KRISTALUX.MEMORIAL



Александр Фокин и тайные смыслы стекла



Глядя на этот мемориал, невозможно остаться равнодушным. Он будто бы сделан из льда, и только зелёный цвет объёмных конструкций, окружающих постамент с бюстом политического деятеля, выдаёт истинное происхождение материала, из которого они изготовлены. Это стекло! «Мемориальщику» удалось познакомиться с автором стеклянной композиции — заслуженным художником России Александром Фокиным и его уникальными произведениями, которые, преломляя лучи света, погружают зрителя в таинственный мир стекла.

Молодой Пальмиро

В октябре 2022 года в Тольятти был открыт необычный памятник. Герой мемориала — Пальмиро Тольятти, чьё имя автомобильная столица носит с 1964 года. Тольятти известен всему миру как лидер антифашистского движения в Италии, коммунист и борец за права рабочих. В центре мемориальной композиции — бронзовая голова политического деятеля, установленная на стеклянном постаменте, а на заднем плане — два монумента из стекла, похожих на волны и достигающих в высоту 4,5 метра. Днём, особенно в солнечную погоду эти стеклянные волны насыщаются светом, обретают глубину и выглядят почти волшебно. Автор композиции — заслуженный художник России Александр Фокин, известный своим искусством гравированных картин из стекла и многослойных стеклянных мемориалов.

«Каждый видит в этой абстракции что-то своё, — говорит Александр Фокин. — Кто-то видит горы, кто-то — Жигулёвское море, а кто-то — полотнища знамён. В этом мемориале мне хотелось отойти от привычных образов героев «в возрасте» и воссоздать именно молодого Пальмиро. Его взгляд устремлён вверх, он верит в светлое будущее, как верили в него молодые строители, съезжавшиеся со всех уголков страны на строительство города. Когда проект бюста был готов, мы показали его родственникам Пальмиро Тольятти, и они его одобрили».

Работа над памятником от макета до готового мемориала заняла около года. В нём художник применил технику многослойного стекла: и волны-полотнища, и сам постамент представляют собой множество стеклянных листов, склеенных между собой по особой технологии. Весит стеклянный мемориал 23 тонны!

Нехрупкое стекло

Мастеров стеклянной скульптуры в России пока довольно мало, как немного и самих мемориалов из стекла. Но в городе Никольске Пензенской области, где живёт и работает автор памятника Тольятти, такие мемориалы есть. Кстати, лет десять назад там прошла выставка работ Александра Фокина и его детей — Антона и Таисии, которые тоже, как и отец, увлечены искусством стеклянной скульптуры. Созданные ими произведения по сей день украшают различные уголки города. И этот факт сам собой опровергает представление о стекле как о хрупком материале. Скульптура из стекла прочная, её даже считают антивандальной. Её устойчивость, по словам мастера, достигается путём соблюдения технологий варки, отжига и правильной склейки.

С 1981 года стекло стало основным материалом для творчества Александра Фокина. Вырабатывая свой собственный почерк, он учился на примерах работ своего наставника — питерского художника Александра Иванова, черпал вдохновение в работах чешского гравёра Иржи Гарцубы, создававшего портреты на стекле. Теперь же, признаётся мастер, он часто поглядывает и на работы молодых коллег.

Но не только стеклянными тяжеловесами известен художник. С помощью матовой гравировки он воссоздаёт портреты на оптическом стекле, поражающие детальной проработкой и психологизмом.

Оптическое стекло — это прозрачное стекло особого состава, которое применяется для изготовления деталей оптических приборов. Оно отличается от обычного технического стекла высокой прозрачностью, чистотой, отсутствием цвета, однородностью, а также строго контролируемой преломляющей способностью и дисперсией. Гравированное стекло Александра Фокина известно и в России, и за рубежом. Его пейзажи, жанровые композиции и портреты считаются классикой, а имя самого художника связывается с возрождением традиционного искусства гравированного стекла. Его произведения находятся в известных российских музейных и частных коллекциях, а также за рубежом. В 2005 году художник получил звание лауреата Международного симпозиума по гравированному стеклу в Чехии.

После окончания Пензенского художественного училища Фокин продолжил обучение в Государственной художественно-промышленной академии имени Штиглица. Интерес к гравировке появился у Александра после знакомства с опытными мастерами



на стекольном заводе в городе Никольске. Он создал множество уникальных портретов, используя контрасты прозрачного и матового стекла и свою способность передавать психологию черт лица. Его руками выполнены портреты известных художников и писателей, мастеров-гравёров, политиков, и конечно, близких и родных.

В своих работах мастер обращался и к более сложным композициям. Философский подход к искусству привёл его к созданию работ на библейские темы, такие как «Тайная вечеря», и образов святых — апостола Петра и Святителя Николая Чудотворца. Его творчество разнообразно и ярко отражает его талант и воображение. В коллекции работ Александра Фокина можно найти и пейзажные зарисовки на стекле, которые благодаря пластическому моделированию приобретают объём и показывают, насколько в руках настоящего мастера безграничны возможности стекла ■



24-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

ИНДУСТРИЯ КАМНЯ

ДОБЫЧА ОБРАБОТКА ПРИМЕНЕНИЕ

Россия, Москва

 **КРОКУС ЭКСПО**
Международный выставочный центр

павильон 2
залы 5 и 6

**25-27
ИЮНЯ
2024**

WWW.STONEFAIR.RU





Изящно, прочно, долговечно...

Все чаще мемориальщики обращают внимание на стекло как на материал для изготовления памятников. И тут нет ничего удивительного: порой клиенты не хотят создавать на могиле излишне давящей атмосферы, и в этом смысле стекло может стать полноценной заменой ритуальному камню, только визуально более легкой и изящной. Многим наверняка покажется, что стекло не очень-то подходит для мемориалов, ведь оно такое хрупкое... Но так ли это на самом деле?

Многослойный «сэндвич»

Технику создания скульптуры из стекла освоили ещё в середине прошлого столетия — вспомним хотя бы работы известного советского скульптора Веры Мухиной. В современном же мире зачастую происходит переосмысление наследия прошлого, идеи того времени ставятся на рельсы новых технологий, и в результате чего получают совершенно новые произведения. Такой трансформации подверглась и стеклянная скульптура. Теперь скульптуры из стекла украшают не только общественные пространства, музеи или частные коллекции, они широко применяются при производстве надгробий.

Памятники из стекла визуально очень эффектны. Благодаря своей прозрачности стеклянный мемориал не производит гнетущего впечатления, не создаёт атмосферы траура. Наоборот, стекло даёт ощущение лёгкости, радует глаз, настраивает на светлые мысли. Большинство стеклянных мемориалов изготавливается из силикатного стекла — разновидности стекла, состоящего из соединения кремния (SiO_2) и щелочных металлов — натрия (Na_2O)

и калия (K_2O). Силикатное стекло широко применяется в строительстве, автомобилестроении, электронике, медицине, производстве бытовых товаров, а теперь оно распространилось и в мемориальной сфере.

Чаще всего стекло обвиняют в хрупкости. Ещё не развеяно окончательно предубеждение, что стеклянный мемориал, как и окно, легко повредить. Но нужно учесть и тот факт, что стеклянный мемориал и окно в доме — не одно и то же, и у мемориального стекла есть свои отличительные особенности. Например, при строительстве памятников используется техника многослойности. Детали вырезаются при помощи алмазного или твердосплавного стеклореза, обрабатываются при помощи абразивов и полировальных инструментов, а затем наслаиваются друг на друга и фиксируются. Получается многослойный «сэндвич». К примеру, для небольшого мемориала высотой 0,8 м понадобится примерно 100 стеклянных слоёв. Именно слоистая структура обеспечивает прочность всей конструкции памятника, вот и выходит, что одно стекло хорошо, а сто — ещё прочнее.



Хрупкое стекло?

Силикатное стекло подвергается термообработке. Высокая температура плавления (от 300 до 2500 °С) делает стекло для памятника устойчивым к термическим перепадам. Кроме того, оно устойчиво к кислотам и другой очистительной химии. Поцарапать такое стекло довольно трудно, если, конечно, вы не попытаетесь использовать стеклорез с алмазным наконечником.

На стеклянный мемориал можно наносить любое изображение. При этом портрет можно монтировать на поверхность либо помещать в глубину мемориала между слоями. На стекле легко создать 3D-изображение или нанести на один из слоёв надпись долговечной керамической краской. В стекло также можно добавлять инородные элементы (как это делал художник из Бруклина Дастин Йеллин): ракушки, различные камни, золотые украшения. Словом, дизайн мемориала могут ограничить только фантазия и площадь мастерской.

Однако при всех достоинствах стеклянных памятников минусы у них тоже есть. Несмотря на то, что технология обработки стекла делает его достаточно устойчивым к агрессивной среде, бить по нему молотком или другим тяжёлым предметом нельзя. Хотя то же самое можно сказать и о каменных монументах.

Стекло тяжёлое. Вес даже небольшой многослойной конструкции измеряется сотнями килограмм. Да и стоит силикатное стекло отнюдь не дёшево. Сложность в обработке и дороговизна материала дают о себе знать при расчёте конечной стоимости продукции, особенно если речь идёт о больших комплексах.

Как ухаживать за стеклянным памятником?

Ухаживать за памятником из стекла довольно просто. Удалить пыль и загрязнения можно при помощи сухой мягкой щётки. Жёсткую щетину и абразивы лучше не использовать, чтобы избежать истирания и царапин. Влажную чистку рекомендуется делать не более 2 раз в год, чтобы грязь не попала в микроскопическое пространство между слоями стекла. Для уборки желательно взять влажную, но не мокрую ткань или губку, а также спрей-очистители для стёкол на спиртовой основе ■

Какие памятники можно сделать из стекла?



Стеклянная стела толщиной от 3–15 см. Стела может быть прямоугольная, овальная, трапециевидная или с волной на вершине памятника.



Барельеф из стекла. Барельеф на прямоугольной стеле из стекла придаст дополнительный объём всей конструкции памятника, а форма барельефа наполнит смыслом мемориальную композицию.



Комбинация стекла и камня в одном мемориале. Особенно впечатляюще выглядит сочетание стекла с белым мрамором. Белый камень визуально придаёт лёгкость мемориалу, а в сочетании со стеклом выглядит ещё изящнее.



Стеклянные скульптуры: кресты, лебеди, ангелы и др. На скульптуру можно нанести любой орнамент, а при правильной обработке такое стекло можно даже перепутать с хрусталём.



Памятник-абстракция. Путём наслоения пластов стекла можно создавать необычные абстрактные скульптуры, которые будут напоминать о событиях, связанных с усопшим человеком.

Комментарии экспертов



Александр Титов,
директор компании Stela



Ульяна Орёл,
мемориальный дизайнер

— Стекло воспринимается как что-то светлое и лёгкое. И в этом свойстве заключается глубокая философия применения данного материала. Памятник должен помочь человеку справиться с потерей и настроить на светлые воспоминания, и стекло позволяет создать именно такой памятник — визуально лёгкий и светлый. Я считаю, что стоит обратить внимание на стеклянные композиции. Можно начать с небольших декоративных элементов и интегрировать их в дизайн памятников. Решение очень актуальное и интересное.

— Из стекла создаются довольно сложные вещи. Хотя в плане детализации нельзя из многослойного стекла сделать какие-то тонкие переходы, но, поскольку все изделия получаются довольно объёмные, этого и не требуется. Мемориалы из стекла ненамного легче гранитных, один кубический метр весит примерно 2500 кг. По цене они скорее превосходят гранит, но и смотрятся интереснее.

Мемориалы изготавливаются вручную из стекла крупного формата. Для каждого изделия разрабатывается проект с раскроем слоев. Каждый слой мастер вырезает вручную. Склеивание происходит послойно при помощи полимерного ультрафиолетового клея, который специально разработан для использования в любых климатических условиях. В результате получается монолитное изделие, по своим свойствам не уступающее камню. Но если при работе с камнем убирают все лишнее, а затем полируют, то мы как бы выращиваем наши изделия.

После склейки изделие шлифуют и полируют, выполняют фрезеровку, сверление и оснащают по необходимости монтажной пластиной с приваренным к ней штырем из нержавеющей стали. Монтажная пластина устанавливается через слой герметика, который является демпфером между стеклом и металлом. После высыхания герметика изделие упаковывается в ящик из деревянной доски, все поверхности и пустоты внутри ящика заполняются пеноплексом. На своем производстве мы всегда держим в наличии стекло зеленого оттенка, а также осветленное (полностью прозрачное) и селективное стекло (стекло с заводским напылением частиц металла, которое при склеивании придаёт изделию фиолетовый оттенок с эффектом «хамелеон»).

Стеклянные памятники устойчивы ко всем возможным погодным явлениям, они устанавливаются в любом климате, просты в уходе, не меняют внешний вид со временем и могут быть созданы как целиком из стекла, так и в комбинации стекла с гранитом или валуном. Мы провели все возможные термические испытания, которые даже в природе невозможны, и стекло показало свою прочность и практичность.

Благодарим компанию Stela за предоставленные фотографии — vk.com/stelastudio

Известны во всем мире

В мире довольно много мемориалов из стекла, «живущих» на улице и испытанных годами на прочность.



Мемориал американским ветеранам-инвалидам

В Вашингтоне в 2014 году установлен мемориал, посвященный американским военным, ставшим инвалидами при прохождении военной службы.



Разбитые портреты

Швейцарский художник и скульптор Саймон Бергер создает портреты и изображения различных объектов, разбивая стекло. От удара по поверхности расходится сеть трещин и сколов, которые удивительным образом превращаются в картину.



Дромеас

Восьмиметровый бегун из зеленовато-серого стекла работы греческого художника Костаса Варотсоса был построен в 1988 году к фестивалю современных искусств в Афинах. Он состоит из сотен стеклянных пластин на металлическом каркасе, расположенных таким образом, чтобы придать скульптуре размытый контур — иллюзию стремительного движения вперед.



Стеклянные скульптуры в Пензенской области

Серия стеклянных скульптур в Никольске Пензенской области была приурочена к VII Международному симпозиуму по художественному стеклу: композиция «Память», посвященная 70-летию Великой Победы в Великой Отечественной войне, «Лесная сказка», «Диалог» и другие работы семьи скульпторов Фокиных.



Портрет для доработки художником



Готовый портрет под станок с ореолом



Готовый портрет под станок без ореола

Первая нейросеть для ретуши фото под гравировку на камне

Memory – это уникальный продукт, в разработку которого мы вложили весь опыт, накопленный нами за 10 лет работы на рынке ритуальных услуг.

Благодаря чему стало возможно создание такой нейросети?

1. За 10 лет работы мы создали многотысячный архив отрисованных нами фотографий, лучшие из которых были отобраны для обучения нейросети.
2. Вести процесс ретуши фото мы систематизировали, каждый отдельный этап процесса оцифровали и создали уникальный алгоритм.
3. Мы знаем все технические особенности ретуши, которые необходимо учесть для гравировки на ЧПУ-станке, чтобы на камне получился отличный портрет.
4. Также мы учли необходимость полного сходства фото с оригиналом, которое крайне важно для ваших клиентов.
5. Мы объединили в Memory все функции нейросетей, которые используют ретушеры для упрощения процесса по отдельности.

Memory позволит вам:

- сократить время обработки фотографий;
- увеличить производительность и оптимизировать производственный процесс;
- справиться с любым объемом работы по ретуши портретов;
- сократить расходы на персонал;
- пользоваться преимуществами нейросетей, не покупая мощный компьютер и видеокарты;
- загрузить ваши станки на 100% и избежать простоя оборудования.

Мы предлагаем вам воспользоваться **БЕСПЛАТНЫМ ТЕСТОВЫМ ПЕРИОДОМ** и оценить работу Memory. Напишите нашему менеджеру, отправьте фото и получите быстрый результат! ■



ПОПРОБУЙТЕ ПРЯМО СЕЙЧАС



Полина Бирюкова

Руководитель направления ретуши компании «Ретушь24», бизнес-тренер.

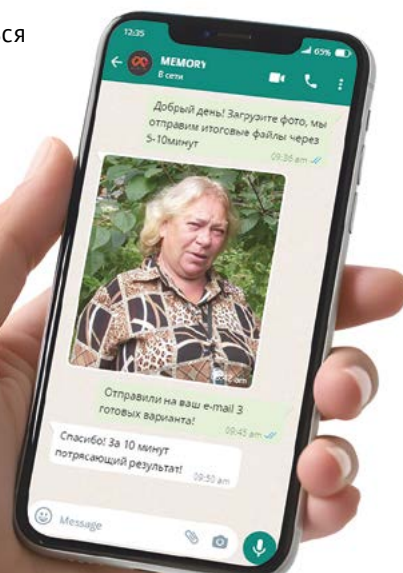


Анна Омелик

Эксперт по ретуши, автор курса «Ретушь для гравировки». Руководитель компании «Ретушь24».

Контакты:

+7 (913) 035-75-61
memory24.pro





Как выбрать материал для ритуального портрета?

Срок жизни ритуальной фотокерамики зависит и от качества тонеров, и от технологии печати, и, конечно, от материала, на который наносится портрет. Если качество всех составляющих на высоте, портрет не потеряет яркости даже через 30-50 лет. Вместе с Евгением Титовым, директором компании KERAMID выбираем материал для ритуального портрета.



Евгений Титов

KERAMID производит ритуальную фотокерамику методом горячей деколи. Портреты, созданные в технике деколи, устойчивы и к капризам погоды, и к беспощадному времени. «Мы печатаем портреты на современном итальянском оборудовании, — говорит Евгений Титов. — Для печати используются керамические краски, которые содержат в своем составе оксиды металлов. Они впекаются в поверхность при температуре 800-900 °С. Такой метод позволяет нам добиться максимальной долговечности продукции. Для печати портретов мы используем несколько видов материалов — металлокерамику, керамогранит российского производства, стекло и премиальный итальянский фарфор». Каждый из этих материалов отлично подходит для печати ритуальных портретов. Но какой именно подойдет в конкретной ситуации?

Металлокерамика

Металлокерамика — пожалуй, самый недорогой материал, применяемый для создания ритуальных портретов. В его основе — металлическая заготовка, покрытая грунтом и специальной эмалью. «В советские годы портреты печатались именно на металлокерамике — это был недорогой способ увековечить образ человека, — говорит директор компании **KERAMID**. — Сегодня

на металлокерамику чаще обращают внимание, если бюджет покупки сильно ограничен, либо клиент считает своим долгом привести могилку в порядок, но не хочет тратить на это большие деньги».

Керамогранит и фарфор

В 90-е годы материалов для изготовления ритуальных портретов стало больше. Стал широко применяться керамогранит, а позднее в линейке **KERAMID** появился премиальный материал — итальянский фарфор. Изделия из керамогранита и фарфора смотрятся дороже изделий из металла. К тому же портреты из фарфора и керамогранита можно сделать большего размера, придать более изысканную форму. Керамогранит представляет собой спрессованную обожженную глазурованную глину. В глине нет металлических включений, и, следовательно, портрет не подвергается коррозии. А потому ничто не может подпортить внешний вид ритуального портрета даже спустя десятилетия.

Итальянский фарфор производится из беложгущихся глин высших сортов. Глиняная основа для нанесения портрета имеет приятный белый цвет с легким голубоватым оттенком. В мировой практике создания ритуальных портретов фарфор считается традиционным материалом, в свое

время это был первый материал для фотокерамики. Фарфоровое изделие покрывается тугоплавкой стекловидной глазурью, из-за чего портрет приобретает глубокий глянец.

Стекло

Портрет на стекле визуально очень легкий и глубокий. Такой портрет можно прикрепить к стене или установить в сквозную нишу памятника. Стекло так же, как и другие материалы, проходит процедуру обжига при высоких температурах, а керамические краски как бы вплавляются в поверхность стекла и остаются там на долгие годы.

Всю работу по созданию ритуального портрета **KERAMID** делает под ключ. Получив заказ от клиента, специалисты компании ретушируют фото, изготавливают макет и отправляют в производство. Портрет на металлической основе будет готов в течение 3-4 дней, а на керамической — 4-5 дней. Готовое изделие упаковывается и доставляется заказчику, в каком бы регионе он ни находился. Созданный в технике горячей деколи портрет гарантированно прослужит не один десяток лет ■

KERAMID



KERAMID.RU

«Я возвращаю ваш портрет...»

Почему одни материалы для изготовления овалов и арок служат десятки лет, а другие быстро теряют яркость, и портреты возвращают на реставрацию? Как отличить долговечный продукт от однодневки, и почему рядом с портретом могут образовываться неприглядные подтёки? Ответы на эти вопросы ищем вместе с экспертами — специалистами в области ритуальной фотокерамики.

Существует довольно много технологий нанесения изображения на твёрдую поверхность. Но не все они хороши для ритуальной фотокерамики — портретов, которые десятилетиями должны выдерживать капризы погоды, перепады температур и при этом сохранять чёткость и яркость изображения. Какие сегодня существуют технологии печати фотокерамики, и какие из них гарантируют клиенту качественное и долговечное фото его близкого человека.

Кому нужны ускоренные технологии?

Современные технологии позволяют быстро напечатать портрет на любой поверхности, в том числе на металле, покрытом глазурью, фарфоре и керамограните. И от того, какая именно технология будет применяться при нанесении портрета, зависит конечный результат — долговечность изображения.

Один из способов напечатать портрет быстро — сублимационная печать, или сублимация. Сублимацию отличает довольно точная цветопередача, насыщенность оттенков и устойчивость к воздействию воды. Принцип этой технологии заключается в использовании бумаги с декстриновым слоем, подходящей для холодной деколи и для любых поверхностей, и сублимационных чернил на водной основе. Напе-

чатанное на бумаге изображение прикладывается к фарфоровому изделию, покрытому полимерным слоем, и зажимается в термопрессе. Под воздействием температуры 180–200 °С сублимационные чернила за считанные минуты проникают в полимерный слой заготовки.

Такой способ печати даёт очень чёткое, яркое, но, увы, недолговечное изображение. Для печати на кружках и тарелках сублимация годится, но для долговечных портретов, которые будут круглый год пребывать на улице, — нет. Прослужит яркая картинка всего пару лет, затем начнёт стремительно выцветать.

Однако даже при таком значимом недостатке сублимацию нельзя сбрасывать со счетов. Напечатать изображение сублимационными чернилами можно всего за 1 час. Поэтому к печати методом сублимации часто прибегают в ходе организации похорон, когда портрет необходимо сделать быстро. Предназначен такой портрет для временной установки, и через год-другой его меняют на постоянный. Кроме того, не каждый клиент готов увеличивать расходы на фотокерамику даже в пользу её долговечности. Таким образом, к сублимации чаще всего прибегают, когда нужен результат быстрый и недорогой.

Ещё один способ нанесения портрета — ультрафиолетовая печать. Заготовка для печати помещается

на печатающий станок, а затем специальными УФ-чернилами наносится изображение, которое потом затвердевает под воздействием УФ-ламп. Готовое изделие покрывают лаком для придания блеска и увеличения срока службы, и такое изделие действительно может прослужить десятки лет. Но есть одно но: применять метод УФ-печати можно только на стекле, поскольку для него нужна идеально гладкая поверхность. И фарфор, и керамогранит даже при идеальном покрытии будут иметь микроскопические шероховатости на поверхности, из-за чего подвергать эти материалы УФ-печати нецелесообразно.

Как отличить «однодневку»?

Тем не менее ещё находятся изготовители фотокерамики, которые пытаются выдать сублимацию за горячую цифровую деколь, и порой вполне успешно, поскольку визуально отличить сублимацию сможет не каждый.

Если ваша задача — предоставить клиенту долговечную фотокерамику, которая не поблекнет с годами, обязательно уточните у поставщика, какую технологию печати он применяет. Но и самому не стоит терять бдительность. Научитесь отличать портрет-однодневку, чтобы через год его не вернули на реставрацию ▶

ИЗГОТОВЛЕНИЕ ФОТОКЕРАМИКИ ДЛЯ ПАМЯТНИКОВ

*Портрет из фотокерамики — это самый надежный способ
надолго сохранить память о близком человеке.*

**Предоставьте нам фотографию,
и мы сделаем всё остальное:**

- поможем подобрать подходящую форму и материал;
- профессионально выполним ретушь фотографии;
- внесём все предложенные вами правки в кратчайшие сроки.

Надёжная технология

Печать на принтере с использованием итальянского керамического тонера Baltea DC и последующий обжиг при 920°C придадут яркость, прочность и долговечность изображению.



Контроль качества
изделий



Изготовление
точно в срок



Аккуратная доставка
по России и СНГ



Пожизненная гарантия
от выцветания

Подольск, пр. Metallургов, 3

Приём заказов по телефону и WhatsApp:
+7 977 934 35 66

E-mail: 9067300011@mail.ru

Производство:
+7 906 730 00 11





Евгений Титов,
директор компании KERAMID

— Отличить сублимацию очень просто. Достаточно поскоблить острым предметом по изображению, и оно начнёт стираться. Изображение, выполненное в технике горячей деколи, скоблить бесполезно. Кроме того, поверхность сублимационной печати — полимерная, а пластик подвержен быстрому разрушению. Чаще всего сублимацию наносят на металлокерамику, реже — на керамогранит. Конечной целью использования сублимационной печати является удешевления готовой продукции.



Андрей Булыка,
заместитель директора
компании-представителя
в России BALTEA D.C.
(ИП Булыка Т.В.)

— Сублимационная печать, как правило, более яркая, чем другие виды печати. Но эти яркие изображения намного сильнее подвержены воздействию ультрафиолета. К тому же на них остаются следы от острых предметов. Керамические тонеры после обжига практически невозможно чем-либо поцарапать. Много раз на выставках мы предлагали гостям попробовать испортить острым предметом изображение, напечатанное керамическими тонерами, — ни у одного не получилось.

Как сохранить портрет?

В отличие от дешёвых аналогов портреты, выполненные методом горячей деколи нельзя стереть (деколь — от французского «décalcomanie»). Изображение наносится на специальную гуммированную бумагу при помощи лазерного принтера и керамических тонеров. Затем распечатанная версия портрета покрывается лаком и через воду переносится на фотокерамику. В процессе высокотемпературного обжига фотокерамики эмаль, покрывающая изделие, размягчается, и тонер «утопает» до основания черепка. В результате получается желаемое изображение — яркое, чёткое и долговечное.

Секрет долговечности деколи — в составе керамических тонеров. Керамический тонер состоит из органических и неорганических соединений. В процессе высокотемпературного обжига фотокерамики органические компоненты сгорают, а неорганические встраиваются в глазурь декорируемой поверхности. Готовый продукт, изготовленный методом горячей цифровой деколи, не потребует особого ухода, а выглядеть будет как новый в течение долгих лет.

«Керамические краски представляют собой оксиды металлов, которые впекаются в поверхность, образуя устойчивый единый, неделимый слой, — поясняет Евгений Титов. — Такое изображение нельзя повредить или стереть».

«Срок жизни фотокерамики зависит от материала, на который наносится портрет, — поясняет Андрей Булыка. — Керамические тонеры обладают химически сбалансированным составом, поэтому сохраняют яркость и чёткость на протяжении многих лет. Они не подвержены воздействию ультрафиолета, погодным условиям. Завод-изготовитель нашего керамического тонера даёт гарантию на выцветание 50 лет. Когда мы начали с ним сотрудничать, нам приходилось сдавать образцы для исследований, их подвергали различным испытаниям, после чего мы получили заключение о том, что тонеры простоят более 50 лет, а после 65 лет службы потеряют яркость где-то на 5-7 %».

Когда портрет «плачет»

Иногда на каменных стенах, в местах соединения камня и портрета могут образовываться бледные, сероватые подтёки. В чём причина такой неприятности? Как утверждают эксперты, к качеству портрета подтёки не имеют отношения. «Если появились подтёки, виной тому может быть монтаж, выполненный с использованием некачественных материалов, — говорит Андрей Булыка. — На рынке строительных материалов встречаются дешёвые цементы, содержащие оксиды и всевозможные добавки. Под воздействием природных явлений, в частности, перепадов температур эти компоненты разрушаются. Именно поэтому при монтаже нужно всегда обращать внимание на состав цементных смесей, приобретать цемент без добавок и, конечно, соблюдать технологию монтажа».



**КОСАТКА
МАРКЕТИНГ**



Топ-5

интернет-площадок для продвижения в непростой нише

Какие интернет-площадки обязательно подготовить к сезону 2024 и как с ними работать? Своим мнением делится маркетолог-практик, директор по маркетингу агентства «Косатка Маркетинг», эксперт по позиционированию и интернет-продвижению Ирина Коваленко.



Ирина Коваленко,
директор по маркетингу
маркетингового агент-
ства полного цикла
«Косатка Маркетинг»

В отношении бизнеса по продаже памятников бытует ряд стереотипов, что это закрытая ниша, что люди ищут памятники где угодно, только не в интернете, а сами интернет-площадки закрыты для рекламы этого вида услуг. Но дело обстоит совсем иначе. Wordstat показывает, что даже не в сезон множество людей в каждом городе вбивают запросы «заказать памятник», «изготовление памятников». Да, памятники действительно ищут в интернете, и статистика тому подтверждение. Что касается закрытости площадок — это тоже отчасти психологическое самоограничение. На самом деле есть множество площадок и ресурсов, которые уже используют мемориальные компании. Среди них и доски объявлений, и контекстная реклама, и собственные сайты, и медийная реклама. Большой опыт работы этих компаний показывает, что если хорошо поискать, можно найти пути обхода

любых ограничений и рассказать людям о вашей компании, что к вам можно обратиться и заказать качественный памятник.

Сколько всего можно использовать онлайн-площадок для продвижения в этой непростой нише? Приведу пример нашей совместной работы с компанией «Гранит Памяти». Информацию об услугах компании в Самаре можно найти на 35 интернет-площадках, и это не предел. Метрика показывает большое количество и хорошую глубину просмотров, высокое качество обращений в компанию, низкий процент отказов. Это говорит о том, что площадки релевантны, и люди, которые переходят с этих площадок на сайт компании, находят ответы на свои вопросы.

Мы выбрали пятёрку топовых по эффективности рекламных площадок, которые и рекомендуем мемориальным компаниям подготовить к старту сезона-2024 в первую очередь.

Яндекс.Бизнес

Яндекс.Бизнес должен стать номером один для региональных компаний, потому что на сегодняшний день этот сервис — главный источник целевого и недорогого трафика в мемориальной отрасли.

После ухода с рынка основного конкурента Яндекс фактически стал монополистом, в том числе в сфере предоставления пользовательских сервисов. А наводнившая его аудитория предъявила к этому интернет-ресурсу довольно высокие требования, и волей-неволей Яндексу этим требованиям приходится соответствовать, активно развиваться и развивать свои сервисы, в частности, сервисы для бизнеса.

Как использовать эту площадку в своих интересах? Чтобы разместить компанию на Яндекс.Бизнес, нужно заполнить карточку компании, указав в ней название, контактные данные, базовую информацию по продуктам, действующие скидки, заполнить каталог продукции, загрузить фото выполненных работ, оставить клиентам ссылку для добавления отзывов. Информация с этой площадки будет автоматически отображаться в Яндекс.Картах, и, чем подробнее заполнена карточка компании, тем больше сведений будет отображено в поисковой выдаче пользователя.

Информацию об услугах компании «Гранит Памяти» в Самаре можно найти на 35 интернет-площадках, и это не предел.

Но самое интересное на этой площадке — функционал посадочных страниц. Когда вы загрузили все необходимые данные о компании, Яндекс сам создаёт для вас полноценные посадочные страницы, к которым вы руку не прикладывали, но они уже работают на вас в интернете. Эти посадочные страницы выходят по вашим целевым запросам, а пользователи, оказавшись на странице, сразу могут позвонить, написать или перейти на сайт компании. Этот функционал позволит вам продвигаться, постоянно наполнять свой лендинг актуальной информацией, отслеживать статистику и получать заявки. Причём одна заявка из этого сервиса обойдётся вам в сезон в 10 раз дешевле аналогичной заявки из контекстной рекламы.

Рекламная кампания в Яндекс.Бизнес настраивается автоматически. Вы делаете только первичную настройку, приобретаете тариф в зависимости от запросов и потребностей компании, настраиваете сквозную аналитику, а дальше просто отслеживаете дополнительный трафик, приходящий с этой площадки.

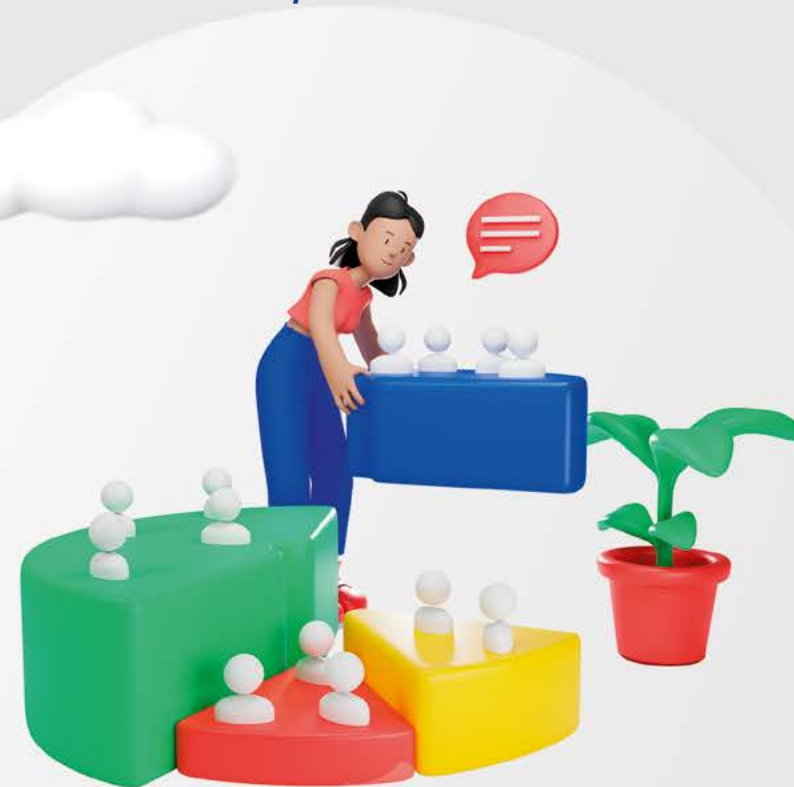
Яндекс.Услуги

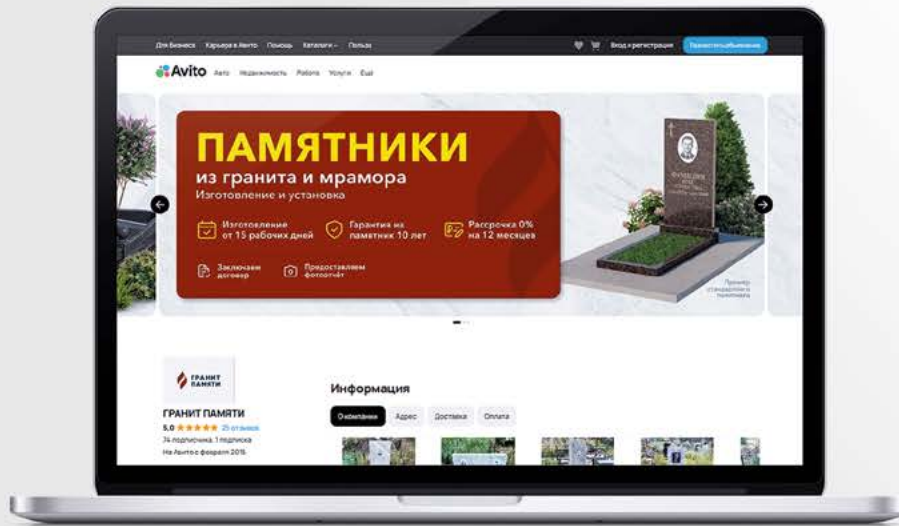
Для крупных игроков Яндекс.Услуги — вторая по эффективности площадка применительно к лидогенерации, зато для маленького компаний и частных мастеров она может занять и первое место в рейтинге. На Яндекс.Услугах тоже очень важно максимально заполнить карточку компании: добавить описание услуги, цены, сроки исполнения, элементы фирменного стиля, который обеспечит фирме узнаваемость, загрузить фотографии, сертификаты на продукцию, дипломы об участии в выставках, график работы. Чем полнее информация о компании, тем лучше, по мнению сервиса, вы заботитесь о своих пользователях, и Яндекс будет лучше индексировать вашу страницу и продвигать ваши услуги.

«Авито»

Многие компании опасаются работать с «Авито», полагая, что на этой площадке продают только бэушные вещи, что там нет целевой аудитории, подтверждённой аудиторией, и новые, а тем более дорогие товары и услуги здесь продавать нельзя. Лет пять назад это было действительно так. Но с переделом рынка в 2022 году «Авито» пережил второе рождение, и теперь на этой площадке продают буквально всё.

В работе нашего агентства есть успешные кейсы продвижения именно через «Авито», когда в сравнении с этой площадкой соцсети и сайт работали в разы хуже и давали более дорогие лиды.





Начать работу с «Авито» советую с грамотной упаковки. Заполните карточку компании, загрузите каталог продукции и фото выполненных работ. Чаще всего наших клиентов волнует, какие фотографии размещать — живые работы или брендированные макеты? Вместе с компанией «Гранит Памяти» мы тестировали разные форматы размещения и пришли к выводу, что работает и то и другое.

Есть два секрета повышения конверсии этой площадки. Первый — это отзывы клиентов. Разумеется, реальные, потому что алгоритмы очень тщательно проверяют отзывы на правдоподобность. Как только число положительных отзывов в аккаунте превысит 10, площадка сама поднимет ваш профиль в рейтинге выдачи. Поэтому мотивируйте клиентов оставлять отзывы. Работайте не только с благодарным клиентом, но и с негативно настроенным. Вместо того чтобы просто удалить отрицательный отзыв, точно проработайте его: признайте ошибку или, наоборот, укажите на неправоту клиента или причину появления негатива. В обоих случаях ваше равнодушие будет замечено, и даже отрицательный отзыв сработает на повышение репутации вашей компании. Работа с отзывами — часть внутреннего маркетинга, и она всегда приносит хороший результат.

Второй секрет «Авито» — возможность запускать разные объявления на разные города с разными информационными посылами, разными фотографиями. И чем больше будет протестировано вариантов с отслеживанием статистики по каждому объявлению, тем больше шансов, что среди пробных объявлений вы найдёте свою «золотую антилопу», которая будет приносить вам большое количество заявок.

По стоимости «Авито» близка к площадке Яндекс.Бизнес и гораздо привлекательнее Яндекс.Директ. Качество выдачи в Яндекс.

Директ в горячем поиске чуть выше, чем у «Авито», но лишь на 5-7 %. Поэтому при грамотной настройке рекламы, релевантном послании, релевантной картинке, где вы не просто показываете клиенту фото куска гранита, а даёте понять, что продаёте именно памятники, качество выдачи этих площадок будет достаточно высоким. Ни Яндекс.Бизнес, ни «Авито» пока не считают тему памятников или ритуальной продукции запретной, и нужно этим активно пользоваться.

Некоторые виды бизнеса целесообразно продвигать именно через «Авито». В сравнении с этой площадкой многие соцсети и сайт срываются в разы хуже и дают слишком дорогие лиды

Маркетинговый квиз для сайта

Квиз — это викторина, опрос и одновременно маркетинговый инструмент для генерации лидов, который можно использовать для сайта компании. Он может помочь протестировать новую локацию, новую аудиторию или продукт, помочь сбыть складские остатки и при этом не тратить огромные деньги на разработку сайта. У этой методики привлечения есть и сторонники, и противники, но истина в том, что многим такой игровой формат рекламы действительно «заходит». Задача пользователя — ответить на ряд вопросов, раскрывающих его потребности. Считывая ответы клиента, организатор квиза подбирает подходящий памятник.

Для оформления квиза рекомендуется использовать нейтральный фон, так как тематическая обложка с памятником просто

не пройдёт модерацию. Но пользоваться в квизе словом «памятник» можно — оно пока не под запретом. Затем выберите три простых вопроса, ответив на которые, клиент расскажет о своих потребностях (например, «Для кого вы планируете установить памятник?»). Клиент кликает по плашке с ответом и тем самым запускает игровой механизм. С каждым последующим вопросом можно увеличивать размер скидки, вовлекая пользователя в игру. В конце игры клиент получает от компании предложение конкретных моделей памятников со скидкой.

Многие компании столкнулись с запретом на рекламу памятников в соцсетях, особенно теперь, когда стала обязательной маркировка рекламы. И хотя существуют способы обойти ограничения, репутационные риски и штрафы будут в разы больше выгоды от нескольких заявок с этой рекламы. Но это не значит, что в соцсетях нельзя использовать инструменты маркетинга. И квиз может стать тем самым инструментом, который, с одной стороны, помогает обойти ограничения и запускать рекламу там, где сайту с памятниками вход воспрещён. С другой стороны, квиз даёт возможность получить быстрые заявки в разгар сезона. Подобный квиз по продаже памятников мы размещали и «ВКонтакте», и в «Одноклассниках» (в меню групп), и запускали в рекламу в MyTarget. В результате мы получили конверсию 3%, а для сайта — это просто великолепная конверсия. Для работы с квизами советуем платформу Markviz.

«ВКонтакте»

Из «ВКонтакте» приходят тёплые клиенты. Их даже не приходится «догревать» таргетированной рекламой. В сезон эта площадка из органического трафика генерирует достаточное количество заявок. И если вы успеете правильно настроить её, пользователи без всякой рекламы будут находить вас, задавать вам вопросы и оставлять заявки. Кстати, именно из «ВКонтакте» приходит довольно большой процент заказов на дорогие комплексы. Поэтому если у кого-то ещё живёт представление о «ВКонтакте» как о «детской» соцсети, спешу вас разубедить. С уходом запрещённых игроков с российского рынка «ВКонтакте», так же, как и «Авито», обрела второе дыхание.

Эта площадка позволяет размещать красивые дизайнерские обложки, информативное меню с переходом на внутренние разделы, галереи, всевозможные виджеты, квизы, с помощью которых клиент может получить бесплатную консультацию и подобрать памятник.

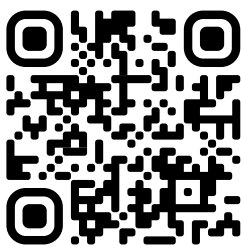
Как работает мультиканальность?

Взглянув на сквозную аналитику площадок из топ-5, можно убедиться, что каждая из них работает. Все эти площадки хорошо индексируются Яндексом в органическом поиске, и поэтому размещение на них гарантирует компании более высокую выдачу в SEO. Это ваши точки контакта с клиентом.

Однако все эти интернет-площадки эффективны только в совокупности. В процессе привлечения клиента срабатывает именно мультиканальность. Сначала пользователь видит вашу вывеску на рекламном щите, на бортах троллейбуса, затем на «Авито», в Яндекс.Услугах или на Яндекс.Картах, и, когда он уже вбивает поисковый запрос и получает список площадок с памятниками, он узнаёт вашу компанию из сотни других предложений. Такой клиент придёт за покупкой именно к вам, потому что он вас уже знает, у него сформировано доверие к вашей компании.

Но есть ещё один важный момент. Все перечисленные площадки не будут работать, если у компании нет единого позиционирования. Если нет единого фирменного стиля, уникального торгового предложения, ждать результата не стоит, потому что у такой компании нет силы бренда, которая должна накапливаться за счёт мультиканального подхода и давать результат. Поэтому прежде чем приступить к размещению в интернете, спросите себя, что лежит в основе позиционирования компании? Какое место в нише занимает ваш товар, за счёт чего будет происходить отстройка от конкурентов? Как только принято решение по этим ключевым вопросам, станет гораздо проще транслировать своё торговое предложение и в социальных сетях, и в скриптах для продавцов, и в различных рекламных кампаниях.

Создавайте ценность, не конкурируйте по цене и делайте хороший маркетинг. Он действительно работает в любой, даже самой непростой нише! ■



KOSATKA-MARKETING.RU



ПОМНИМ-ЛЮБИМ

СЕТЬ ПОМИНАЛЬНЫХ ТРАПЕЗНЫХ

РЕКЛАМА

Франшиза «Помним-Любим» с прибыльностью 20%

Предлагаем присоединиться к поминальной сети №1 в России. Мы существуем с 2011 года и за это время изучили все секреты этого непростого и перспективного бизнеса, которыми и делимся с нашими франчайзи.

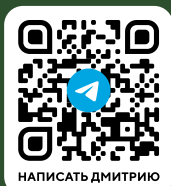


Результаты нашего франчайзи Алексея в Калининграде (1 трапезная):

Период	Выручка, ₽	Средний чек, ₽	Кол-во мероприятий
Август 2023	1 379 410	29 349	47
Сентябрь 2023	1 363 879	30 997	44
Октябрь 2023	1 055 225	30 149	35
Ноябрь 2023	1 351 195	32 956	41
Декабрь 2023	1 100 340	36 678	30
Январь 2024	1 381 302	32 123	43
Февраль 2024	1 050 895	33 900	31
Март 2024	1 653 450	35 180	47



Дмитрий Борисов
Основатель федеральной
сети трапезных
«Помним-Любим»



НАПИСАТЬ ДМИТРИЮ



SPB.POMINKY.RU/FRANCHISE

Мы научим ваших администраторов
продавать дорого.

За счёт своего уровня вы отстроитесь
от конкурентов.

Вы получите подробный план открытия с такими разделами, как:

- поиск помещения;
- подбор и расчёт стоимости необходимого оборудования;
- поиск поставщиков;
- взаимодействия с контрагентами;
- план подбора и обучения персонала;
- маркетинговый план;
- подключение к глобальной CRM системе.

+ Помощь в получении целевых лидов.

Предлагаем взаимовыгодное сотрудничество
ритуальным компаниям

+7 (911) 157-50-50





Дарья Васина,
психолог и психотерапевт,
преподаватель клини-
ческой психологии

Работу с людьми часто называют одной из самых сложных и энергозатратных. Между тем специалистам мемориальных компаний каждый день приходится иметь дело с непростым клиентом — человеком, испытавшим потерю близкого. Они не просто принимают заказ, а встречаются лицом к лицу с историей утраты и даже с непрожитым горем. Как найти подход к клиенту, если он пребывает в состоянии горевания, и как самому при этом избежать эмоционального выгорания, рассказывает психолог и психотерапевт, преподаватель клинической психологии Дарья Васина.

Как работать с клиентом в горе?

Помочь принять

— К сожалению, смерть — такая же объективная часть нашей жизни, как и рождение, как и сама жизнь. Каждому человеку, и в особенности мемориальному специалисту, очень важно внутренне принять тот факт, что все мы смертны, уйти от отрицания смерти, от непринятия её. Нужно научиться уважать уход близкого человека, помнить о том, что он имел право уйти, как когда-то имел право появиться на свет. И мемориальному специалисту важно смотреть на ситуацию клиента именно через призму этого осознания. Ведь клиенты приходят с очень разными эмоциями. Многие из них подсознательно, совершенно не отдавая себе в этом отчёта, сильно злятся на того, кто от них ушёл, оставил их. И в такой эмоционально сложной обстановке перед мемориальным специалистом помимо его воли возникает непростая задача — помочь своему клиенту принять уход близкого человека.

Как это сделать? Для начала обозначим временные границы самого периода горевания. Удивительно, насколько точно они совпадают с днями ритуального поминовения!

Очень часто, потеряв близкого, человек испытывает шок — он заторможен, не плачет, может вести себя немного странно. Окружающим кажется, что он нормально справляется с горем, но на самом деле в этот

период он максимально уязвим, и в любой момент его могут накрыть эмоции. Важно не оставлять человека в этом состоянии одного. Можно даже специально разозлить его, чтобы он скорее перешёл на следующую стадию и начал проживать свои чувства. Стадия шока длится до 3 дней. За ней наступает осознание потери близкого, которое длится 9 дней, и этот временной отрезок становится началом периода горевания.

Если человеку не дают прожить горе и пройти период горевания до конца, он капсулирует боль внутри себя, закапывает ее глубоко-глубоко внутрь и делает вид, что боли нет. В этот момент происходит удивительная штука — расщепление личности.

Острая стадия горевания длится 40 дней. Затем боль начинает притупляться, но не уходит. Период достаточно сильного горевания длится год. И в этот год человек сталкивается с разными датами: первая весна без близкого человека, первый день рождения без него... И так вплоть до первой годовщины со дня его ухода.

Правильно — дать горевать

Самое сложное для человека в утрате — пережить первый год. Если за год он успевает смириться с уходом близкого — это самый экологичный сценарий проживания горя.

Но бывает так, что человеку не дают прожить горе и пройти период горевания до конца. Со стороны доброжелательных друзей и близких могут звучать такие фразы: «Не плачь!», «Держись, будь сильным!», «Возьми себя в руки!» Тогда человек капсулирует боль внутри себя, то есть закапывает глубоко-глубоко внутрь и делает вид, что боли нет. В этот момент происходит удивительная штука — расщепление личности. Одна часть внутри нас как будто отрывается и остаётся насовсем в непрожитом горевании. И в таком случае горевание может продолжаться годами. Порой люди приходят заказывать памятник через десять лет после смерти близкого. И они кажутся спокойными, но вот в разговоре вы «ковырнули» болезненную тему, и человек моментально попадает в непрожитую стадию горевания.

Часто не дают горевать детям, хотя они так же остро, как и взрослые, переживают уход родителей, бабушек, дедушек и других членов семьи. Но им не дают прожить это горе. Их отвлекают, увозят в интересные места, часто от них скрывают произошедшее, не подозревая, что такое поведение ведёт к закапсулированному гореванию, которое потом проявляется в привычках, паттернах поведения, нездоровых реакциях. И даже спустя тридцать лет закапсулированное горевание может проявить себя. Например, к вам

пришёл заказывать памятник взрослый человек, который в детстве столкнулся с ужасной потерей, и новая потеря только усугубила непрожитое им горе. На первый взгляд, он спокойно выбирает памятник, но где-то глубоко внутри снова делает «шаг назад» и оказывается наедине со своей травмой.

Именно поэтому правильная стратегия поведения мемориального специалиста — дать погоревать и помочь прожить горе. Нельзя горюющего человека отвлекать. Нужно дать ему отплакать. Нельзя переводить тему разговора. Если он хочет говорить о своей потере, даже если он проговаривает одно и то же в тысячный раз, и вам самим тяжело, нужно дать ему выговориться. Если у вас есть ресурс, послушайте этого человека.

Конечно, это не панацея. Не факт, что, поплавав, человек выкарабкается из своего состояния. Ведь все люди разные, разные истории близости с ушедшим человеком, разные истории ухода. Но совершенно точно человеку надо дать отгоревать и помочь ему прожить это горе. Но, к большому сожалению, боль бывает настолько глубокой, что без помощи специалиста вашему клиенту просто не справиться.

Если у клиента случился приступ плача, подойдите к нему, возьмите стул и сядьте на одном уровне с клиентом. Поставьте рядом с ним стакан воды. Если в данной ситуации это корректно, возьмите человека за руку, погладьте или легонько похлопайте по плечу.





Если клиент нуждается в помощи

Каждый клиент сам решает, когда заниматься установкой памятника. Для одного важно сделать это как можно быстрее, ведь памятник — это последнее, что он может сделать для близкого человека в материальном мире, а для другого важно оттянуть момент и как можно дольше не сталкиваться с материальным фактом смерти.

И в том и в другом случае мемориальному специалисту нужно быть готовым к появлению клиента в острой стадии горевания.

У человека может случиться приступ плача. Как вести себя в подобной ситуации? Если вы сидите по обе стороны стола, встаньте, обойдите стол, поставьте стул рядом с клиентом и сядьте с ним на одном уровне. Поставьте рядом с ним стакан воды. Если в данной ситуации это корректно, возьмите человека за руку, погладьте или легонько похлопайте по плечу. Произнесите: «Я понимаю, как вам непросто», «Я понимаю, что с вами сейчас происходит. Если вам надо поплакать, поплачьте. Плачьте, сколько вам нужно. И когда вы будете готовы, тогда мы продолжим». Скорее всего, после того как человек отплачется, он будет готов продолжить работу над заказом и совершить покупку. Ведь для него это важный шаг и непростое решение — столкнуться

с материальным фактом смерти и окончательное в нём удостовериться. И если человеку в этот момент важно пройти через слёзы, пусть пройдёт. Когда он успокоится, можно мягко задать вопрос: «Можем ли мы продолжать?»

Скорее всего, человек скажет «да», и я предлагаю не отрицать желание этого человека оформить заказ, а наоборот, помочь ему в этом.

На всякий случай я рекомендую иметь наготове телефон горячей линии бесплатной психологической помощи и телефон психолога. Если ситуация располагает, можно предложить клиенту воспользоваться помощью специалиста, но делать это стоит очень корректно и аккуратно. Можно сказать так: «Я уже сталкивался с людьми, которые прошли то же самое, что и вы. Им было сложно, и они выкарабкались с помощью психолога (психологической службы). Я спрашивал у человека контакты и могу поделиться с вами». Такое предложение будет выглядеть корректно, ненавязчиво, как добрый человеческий совет.

Однако есть ещё один момент. Способность в трудный момент помочь клиенту во многом зависит от внутреннего ресурса менеджера. Очень сложно проживать слёзы других людей, помогать справиться с ними, если у тебя самого недостаточно сил. А мы все знаем, что такое сезон для мемориальных

менеджеров, и понимаем, насколько они вымотаны в этот период. И вот тут важно задать себе вопрос: достаточно ли моих ресурсов, чтобы помочь этому клиенту?

Быть в ресурсе

Для работы с клиентами в горе нужно быть психологически готовым. Задайте себе вопрос: насколько меня ситуация клиента трогает, приносит ли дискомфорт. Если дискомфорт присутствует, стоит самому обратиться к специалисту и проработать какие-то проблемные ситуации.

Если просто становится тяжело, не хватает сил общаться с клиентами — проблема в нехватке внутреннего ресурса. Ресурс нужен нам не только для работы с людьми в утрате, но и чтобы в целом быть эффективными и успешными.

В поисках ресурса мы обращаемся к себе и задаём вопросы: что меня делает счастливым, от чего мне становится хорошо, от чего я улыбаюсь, от чего мне комфортно? Затем садимся и пишем список: покупка новой одежды, массаж, просмотр интересных фильмов, поход в театр, путешествия, хорошие книги, обучение и т.д. Написали, и стараемся сделать так, чтобы в каждой неделе, а в идеале в каждом нашем дне был реализован какой-то пункт. Не обязательно этот пункт должен быть затратным или поглотить всё ваше время. Вы можете полежать



в ванной, зажечь свечи и включить хорошую музыку или полчаса перед сном почитать, посмотреть любимый сериал — это будет для вас и расслаблением, и хорошим способом восполнить ресурс.

Важный момент! Источником ресурса не может быть скроллинг (перелистывание лент соцсетей), это обман организма. Просмотр коротких видеороликов даёт нам мнимое ощущение радости, потому что в этот момент в организме вырабатывается много быстрого дофамина. Это вещество даёт мнимое ощущение удовольствия, и организм подсаживается на него, как на наркотик. Надолго этого эффекта не хватает, и мы проваливаемся в «дофаминовую яму», и возникает потребность листать ещё и ещё, чтобы возобновить ощущения. Поэтому стараемся убирать телефон минимум за час до сна и заменять каким-то качественным, долгоиграющим дофамином, тем, что приносит удовольствие именно вам: ванна, книга, фильм, музыка...

НЛП не повредит

Мемориальщик — не психолог. И редко кто из мемориальных специалистов имеет профподготовку в области психологии. Кроме того, у менеджеров зачастую нет такого количества времени, чтобы обучаться новым навыкам. Тем не менее, чтобы комфортнее взаимодействовать с клиентами

в горе, сохранять свой внутренний ресурс, я рекомендую обучиться навыкам НЛП (нейролингвистического программирования). Закончить курсы НЛП несложно, не очень долго и, кстати, не очень затратно.

Зачем они нужны? На курсах НЛП вам расскажут, как найти подход к человеку, как понять, какой у него тип восприятия, как овладеть рефреймингом и перевести человека из состояния негатива в состояние позитивной оценки. Знание основ нейролингвистической психологии не сделает вас психологом, но поможет комфортнее взаимодействовать с людьми независимо от того, переживают ли они утрату или находятся в стабильном эмоциональном состоянии. Дело в том, что работа с горем — одна из самых глубоких, поднимающая на поверхность глубокие травмы и трудности человека. Разобраться в них под силу только профессионалу, однако мемориальный специалист благодаря НЛП-подготовке вполне способен научиться грамотно управлять ситуацией при работе с клиентом

На стороне жизни

Для работы в мемориальной сфере противопоказаний нет. В то же время многое зависит от обстоятельств жизни человека: нет ли у него сильных, непрожитых травм, связанных с утратой, которые так или иначе будут возвращать его к проживанию этой утраты при работе с клиентами в горе. Ещё психологи выделяют «сверхчувствительный» тип людей, которым сложно выдерживать напряжение, чужое горе, шумные эмоции. Наверное, вот таким людям я как раз не рекомендовала бы искать работу в мемориальном направлении.

Всем остальным путь открыт. Но открывая для себя эту дверь, придётся всё же провести некоторую работу над собой. Порой клиент приходит за заказом имея стойкое ощущение, что мемориальщики — это те, кто на стороне смерти. И ваша задача как мемориального специалиста — признать чувство этого человека, его утрату. Не механически выполнить или получить заказ, а понять, что человек чувствует. Задать ему вопросы, попросить рассказать о близком человеке, рассказать, как он пережил сложный этап жизни, и обратить внимание клиента, что благодаря мемориалу он снова будет видиться с этим человеком. Ведь теперь у них будет новый формат встреч. То есть у клиента должно возникнуть понимание, что мемориальщик — это не тот, кто заодно со смертью, а тот, кто является своего рода проводником, помогающим пройти ему этот путь и принять материальную сторону смерти. Тогда у вашего клиента появится ощущение вашей крепкой руки и понимание того, что вы на его стороне — на стороне жизни ■

Источником внутреннего ресурса не может быть скроллинг. Просмотр коротких видео даёт мнимое ощущение радости, так как в этот момент в организме вырабатывается много быстрого дофамина. Организм подсаживается на него, как на наркотик.



Сроки, штрафы, предоплата:

что прописать в договоре поставки, чтобы поставщик соблюдал дедлайн?

Чтобы изготовить памятник, нужен камень, оборудование, инструмент и множество других материалов. И для каждого производителя памятников важно, чтобы сроки поставок этих материалов соблюдались с точностью до дня. Гость нашей рубрики «Юридический ликбез» — ведущий юрист похоронной отрасли Наталья Савченко дала несколько советов, как обезопасить себя от срыва дедлайна по вине поставщика, и что прописать в договоре поставки на материал между двумя юридическими лицами, чтобы контрагент соблюдал дедлайн.



Наталья Савченко,
ведущий юрист похоронной отрасли. 25 лет в ритуальной сфере. Член рабочей группы Государственной Думы РФ по совершенствованию законодательства по погребению и похоронному делу.

Прописываем сроки и штрафы

«Для каждого вида взаимоотношений есть свой договор, — говорит Наталья Савченко. — В частности, во взаимоотношениях, в которых одна сторона выступает в качестве покупателя (например, мемориальная компания закупает материалы для производства памятников либо готовые изделия под гравировку), а другая сторона — в роли поставщика (скажем, производитель материалов, оборудования), закон диктует оформлять договор поставки.

В таких договорах одним из ключевых пунктов должен стать срок поставки. Срок поставки прописывается либо в самом договоре, либо в приложении к договору, и прописать его нужно настолько чётко, чтобы не допустить двояких толкований. Если вам поставляют продукцию партиями, то прописывать сроки поставки следует для каждой партии материала.

В договоре могут быть предусмотрены штрафные санкции за каждый день просрочки, и не по банковской ставке рефинансирования, а в размере 0,1 % от стоимости продукции. Можно не рубить с плеча и до введения санкций уста-

новить приемлемый для вас срок ожидания, например, 10-15 дней, по истечении которого вы вправе отказаться от поставки, потребовав возврата денег или компенсации всех произведённых расходов. Вы также можете прописать сумму штрафных санкций для крайних случаев, когда вы вынуждены отказаться от продукции из-за нарушения дедлайна и заказать материал у другого поставщика. То есть указывайте в договоре максимально жёсткие сроки с ответственностью за их невыполнение, вплоть до отказа от данного договора.

Предусмотрите возможность минимальной предоплаты. Чем меньше сумма предоплаты, тем меньше риски. Если ваша компания работает не первый год на рынке, вы можете добиваться того, чтобы поставщики привозили продукцию по факту оплаты, а то и с рассрочкой платежа. Но если вы новичок в мемориальном бизнесе, диктовать условия вряд ли получится. Однако нужно настаивать, чтобы сумма предоплаты ни в коем случае не составляла 100 %, иначе исчезают механизмы и рычаги воздействия на недобросовестных поставщиков».



Проверяем контрагента

«Обязательно проверяйте контрагента, особенно если работаете с ним впервые, да ещё и с частичной предоплатой, — говорит эксперт. — Сейчас существует много правовых баз, которые достаточно широко и подробно раскрывают сущность контрагентов. Не только их ИНН, ОГРН, но и показывают, внесена ли данная компания в реестр недобросовестных поставщиков, проходила ли (или проходит на данный момент) процедуру банкротства, участвовала ли в судебных разбирательствах вплоть до судебных разбирательств общей юрисдикции. Из специализированных баз данных вы сможете узнать, пользовалась ли компания лизингом, блокировались ли расчётные счета, есть ли задолженность перед бюджетом. Мне кажется, в современном мире не пользоваться такими базами проверки — всё равно что работать вслепую.

Если поставщик, с которым вы намерены заключить договор, реально существует по месту «прописки», не внесён в реестр недобросовестных поставщиков, участвует в тендерах — это хороший знак. Он говорит о том, что эта компания дорожит своим авторитетом, репутацией, и с такой компанией можно иметь дело.

Помимо проверки юридической чистоты необходимо проверить факт существования самого производства, с которым вы собираетесь вступить в договорные отношения. Не поленитесь — съездите на производство или направьте своего представителя, чтобы тот увидел всё своими глазами, сфотографировал цех, его местоположение. Убедитесь, что производство реально существует. Не может поставщик, если он сам производит продукцию, находиться где-то вдали от производственной базы. Если таковой не обнаружено, скорее всего, перед вами посредник, который может исчезнуть в любой момент,

либо откровенная фирма-однодневка». Необходимо обратить внимание на численность персонала. Если в штате компании-поставщика работает всего два человека, это должно насторожить. Вариантов немного: либо вы имеете дело с посредником, либо с одной из составляющих группы компаний, которую в случае чего не жалко ликвидировать. Задавайте вопросы, выясняйте все обстоятельства, советует юрист.

Собираем досье

«Всю информацию о контрагентах вы сможете найти самостоятельно из различных источников: на сайте арбитражного суда, на сайте налоговой и из других бесплатных ресурсов. Но это очень трудоёмко, работать с готовыми реестрами гораздо проще, — говорит Наталья Савченко. — И при проверке налогового органа, если такая случится, при помощи выписок из информационных баз вы сможете доказать, что проверяли контрагента с той степенью надёжности и осмотрительности, которая в данной ситуации необходима.

Представим, что к вам постучались с проверкой налоговики. Что у вас есть на поставщика, кроме учредительных документов? Скорее всего, ничего. А через информационную базу вы сможете запросить и договор аренды, и фотографии офиса, и коммерческие предложения, контакты ответственных лиц. То есть у вас будут задокументированные факты, доказывающие, что вы реально общались с данным контрагентом, собрали о нём всю необходимую информацию. И если в какой-то момент поставщик исчез, перестал платить налоги, а у надзорных органов появились к вам вопросы, вы сможете предъявить досье, собранное вами до начала совместной работы с поставщиком. Тогда к вам не будет никаких претензий» ■



Первый выездной семинар в Краснодаре: как это было

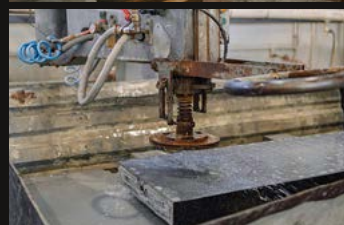
Хотите снова побывать в Краснодаре? Именно там 20-24 октября прошёл первый выездной практический семинар для работников мемориальной отрасли, подготовленный компанией «Гранит Памяти» и организаторами профильной выставки «Карелфорум».

Для участников подготовили насыщенную программу: лекции и мастер-классы от Ульяны Орёл, Станислава Покрышкина, Вячеслава Комарова, Андрея Капустина, Александра Романченко, Владимира Архипова и других экспертов рынка и мастеров, состоялась экскурсия на производство компании «Мемориал» и, конечно, было организовано пространство для живого общения профессионалов. Каждый гость получил в подарок эксклюзивный экземпляр каталога дизайнерских памятников, а также план анализа рынка и изучения конкурентов.

Давайте снова окунёмся в атмосферу тех событий, вспомним лучшие моменты и обязательно запланируем поездку на следующий выездной семинар!

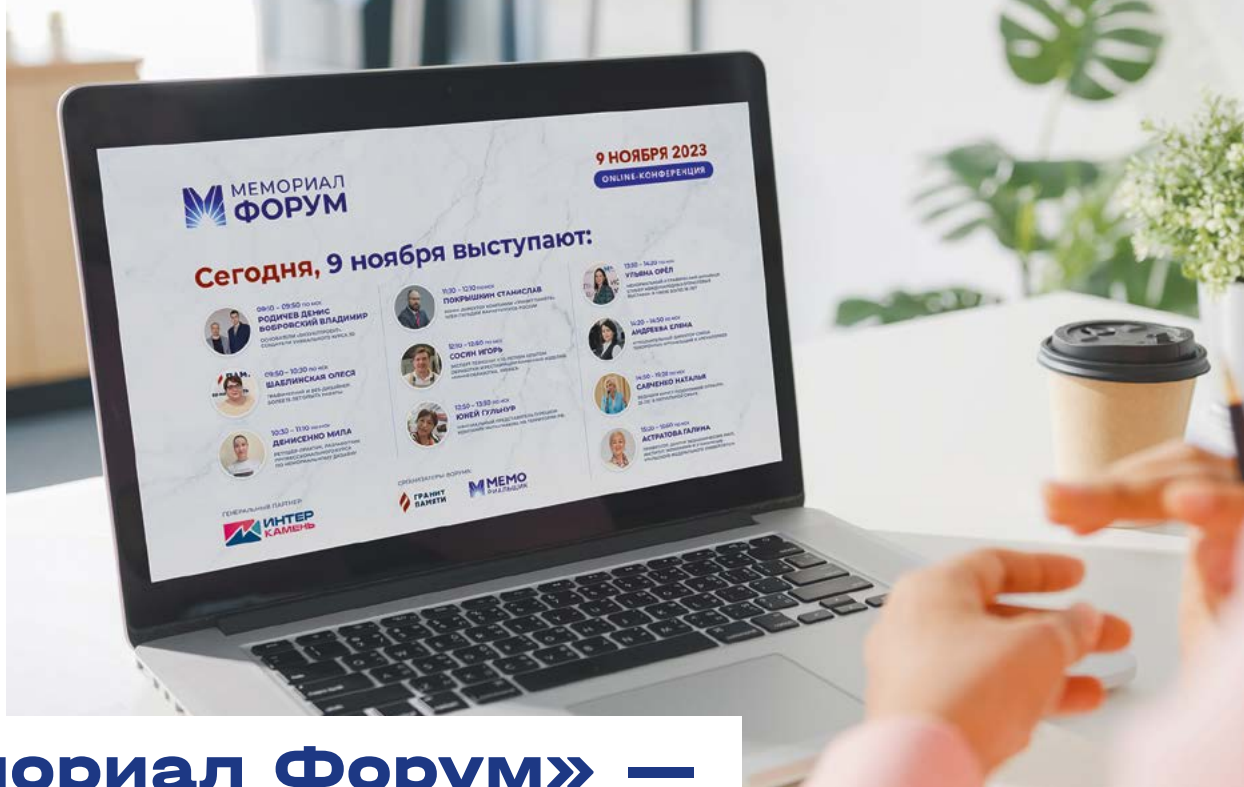


Смотрите видеоотчёт на нашем YouTube-канале









«Мемориал Форум» — ежегодная отраслевая ONLINE-конференция

Что такое «Мемориал Форум»? Представьте, что на протяжении 2-х дней с вами делаются знаниями, опытом и реальными кейсами из практики мемориальной сферы. И это не выставка, к каким мы с вами привыкли. Для того чтобы посетить форум, не нужно выпадать из рабочего процесса, покупать билеты и куда-то ехать. Это онлайн-пространство! Тут делаются секретами дизайна, рабочими рекламными каналами и методами построения эффективного производства в режиме реального времени. Как прошла 4-я online-конференция и как готовятся к юбилейной 5-й, с нами поделились организаторы.

В этот раз на форум зарегистрировалось более 260 человек, максимально присутствовали в режиме онлайн 183 человека. Это отличный показатель посещаемости! Наши сотрудники обзвонили 10,6 тысячи компании из России, Белоруссии и Казахстана, послали чуть больше 6 тысяч приглашений, запустили 6 рекламных компаний и удачно протестировали 1 геймификацию. Суммарно мы провели на телефоне 1 620 часов и привлекли к участию в форуме 12 компаний.

Генеральным партнёром форума выступила компания «Интер Камень». Кстати, они действительно молодцы не только с точки зрения цен и качества продукции, но и с точки зрения сервиса и взаимодействия с клиентами — сегодня это крайне важно.

Форум длился 2 дня. За 13 часов интенсивной работы выступили 18 спикеров. Открыла конференцию команда «Визуал Проект». Денис Родичев и Владимир Бобровский рассказали о современных технологиях моделирования памятни-

ков. Вслед за ними выступила графический дизайнер Олеся Шаблинская с докладом о композиции в мемориальном искусстве. С дизайнером Милой Денисенко разобрали работу с клиентом при создании макетов, а мастер-реставратор Игорь Сосин углубился в проблемы ухода за натуральным камнем.

Директор компании «Гранит Памяти» и организатор форума Станислав Покрышкин выступил дважды: в первый день он уделит внимание кадрам и HR, а во второй день — конкурентной разведке и распределению рекламного бюджета в «не сезон».

Гульнура Юней, официальный представитель турецкой компании Mutlu Makin на территории РФ, подсказала, как организовать безотходное камнеобрабатывающее производство и сразу в ходе конференции прислала участникам практический материал и конкретные примеры. Мемориальный дизайнер Ульяна Орёл поведала о трендах в отрасли на примере моделей из своего каталога (оттуда, кстати, можно почерпнуть немало интересных идей).



Исполнительный директор Союза похоронных организаций и крематориев (СПОК) Елена Андреева рассказала о новациях в похоронной отрасли, а руководитель Многопрофильного центра обучения сервису, эксперт и координатор СПОК Алёна Кочарова предложила участникам форума современную концепцию предоставления ритуальных услуг.

В продолжение темы владелец компании «Дело Чести» Татьяна Федотова подсказала участникам, как можно заработать на благоустройстве и уборке мест захоронений, приведя пример из личного опыта. Соучредитель компании «Меморус» Ксения Скибицкая дала несколько советов, как продвигать свой бренд через интернет, а ещё она провела целое расследование о продажах «мемориалки» на «Озоне» и рассказала о нем слушателям.

Основатель федеральной сети трапезных «Помним-Любим» Дмитрий Борисов на реальном примере показал, как можно работать в коллаборации и отстроится от конкурентов.

О добыче камня, новых месторождениях и о мероприятиях для мемориальных компаний сообщил директор GMM по СНГ, руководитель форум-выставки «Карелфорум» Вячеслав Комаров, наш друг, партнёр и бессменный спикер.

Директор по маркетингу в компании «Косатка Маркетинг» Ирина Коваленко буквально загрозила слушателей и своим голосом, и информативностью доклада. Она рассказала, какие интернет-площадки нужно подготовить к началу сезона и что с ними сделать в первую очередь.

Ведущий юрист мемориальной отрасли, член рабочей группы Госдумы РФ по совершенствованию законодательства по погребению и похоронному делу Наталья Савченко всего за 30 минут погрузила нас

в тему нового законопроекта о похоронном деле (кстати, очень советую почитать!) и в перспективы, которые он несёт для мемориальных и ритуальных компаний.

Ильгам Фазлиахмедов, основатель платформы «Биржа Камня», выступил с актуальной темой привлечения покупателей мемориальных товаров и услуг в интернете. В завершении программы выступила владелица и руководитель похоронного дома «Содействие», бизнес-тренер, коуч, психолог Виктория Новикова с темой «Как расширить границы бизнеса за счёт нового уровня продаж».

В финале состоялся обещанный розыгрыш от партнёра форума «Мемориал. Камнеобработка» (г. Минск). При помощи генератора случайных чисел мы разыграли 10 именных билетов на выставку и целую секцию на 4 кв.м! Победители вместе с записями выступлений предыдущих онлайн-мероприятий получили сертификаты с ценными подарками.

Хочется сказать спасибо всем спикерам и участникам форума!

Ежегодно online-конференция проходит в первой половине ноября. Не отступая от традиций, 5-ю конференцию мы тоже проведём 14-15 ноября. Этот год — юбилейный для «Мемориал-форума». И в честь этого события в программу форума-2024 мы включаем не только лекции, но и уроки практики от наших спикеров. Программа получается очень насыщенная, поэтому... в традиционные два дня можем не уложиться. А если и хотите не только получать, но и делиться знаниями, становитесь спикером «Мемориал Форума». Покажите свой профессионализм и расскажите о своей компании! ■

Мария Сергеева

Спикеры



Наталья Савченко,
ведущий юрист похоронной отрасли:

Я была в полном восторге от организации. Два дня шёл марафон, столько было выступающих – и ни одного сбоя, работали слаженно. Получилась достаточно интересная, разноплановая подборка тем и спикеров. Для начинающего специалиста, который хотел бы окунуться в мемориальную отрасль, такое мероприятие как раз дало бы возможность получить представление о том, как она работает, посмотреть на отрасль с разных сторон. По информативности «5» баллов! Меня как спикера поддерживали на всех этапах: напоминали о времени, проверяли готовность, помогали подключиться к эфиру. Люди в кадре были сосредоточены, не расслаблялись, хотя, наверное, им это далось нелегко. Молодцы, есть чему у них поучиться!



Дмитрий Борисов,
основатель холдинга «Хранитель Памяти»:

Очень крутое по организации мероприятие, душевный и внимательные слушатели! Спасибо, Мария и Станислав, приглашайте ещё!



Алёна Кочарова,
эксперт и координатор СПОК:

Мемориал-форум – это прекрасная площадка, которая собрала специалистов и экспертов, работающих в отрасли, и явилась логичным продолжением тех тем обсуждения, которые мы начали обсуждать на конференции в Москве, а позднее затронули на выставке «Некрополь». Именно на Мемориал-Форуме мы смогли продолжить общение, дораскрыть многие темы и поставить некую точку в начатом разговоре. Это было важно, интересно и полезно.

Участники

Анна, г. Енакиево:

Посещаю конференцию уже в четвёртый раз. В этот раз пришлось совмещать всё с работой, так как на тот момент мы только закрывали сезон. Впечатления о мероприятии очень положительные. Каждый раз открываю для себя новую информацию. Очень благодарна ребятам за такой вклад в развитие нашей мемориальной сферы, вы большие молодцы!

Ева, г.Тольятти:

Очень увлекательная и познавательная конференция, 2 дня пролетели быстро, многое подчеркнула для себя и, конечно, узнала новое. В будущем было бы интересно послушать про обучение сотрудников после 45.

Виктор, г. Прокопьевск:

Спасибо вам огромное за организацию такого рода мероприятий. Очень интересно и познавательно. Вы большие молодцы!!!

Нина, г. Калуга:

Мемориал-Форум – это было просто великолепно! Спасибо организаторам! Спасибо всем спикерам! Отдельная благодарность Марии, которая не пропустила ни одного вопроса! Здорово, что мы – мемориальщики – можем собраться, обсудить все вопросы и найти решения!

Оксана, Самарская область:

Огромное спасибо организаторам конференции. Также огромная благодарность всем спикерам, которые уделили своё время и подготовили качественный и интересный доклад. Много полезной и новой информации в разных сферах деятельности.

Искусство создавать красоту из камня

Где послушать лекции крутых экспертов, напиться информацией, посетить мастер-класс по выведению пятен с камня, съездить на производство и своими глазами увидеть, как это работает «у них»? Конечно, на выездном мероприятии «Мемориальное искусство», которое состоялось в Екатеринбурге 13 апреля.

Это был второй выездной семинар, подготовленный компанией «Гранит Памяти» и организаторами Карелфорума. На обучающую программу семинара были приглашены собственники бизнеса, директора компаний, руководители отделов снабжения и продаж, работники камнеобрабатывающих производств и все, кто интересуется мемориальным искусством.

Первую половину дня гости провели на территории Дома прощания «Вознесение» — там для них были подготовлены доклады и презентации от ведущих спикеров отрасли. А после обеда делегация отправилась на производственную площадку завода Katarina, где их ждала не менее насыщенная программа: мастер-классы по художественной резке, выведению пятен, работе с химией для камня и полировке нестандартных изделий.

Всё шло по плану: художник и скульптор Владимир Архипов показывал зрителям тонкости резки, создавая из камня изящный бутон тюльпана, как вдруг... из-за высокого темпа работы (а у каждого мастера был чёткий регламент) камень дал трещину, и бутон отвалился. На помощь пришёл мастер-реставратор Игорь Сосин, который проводил мастер-класс по выведению пятен с камня. У мастера был с собой профессиональный клей для камня, и он смог преподать внеплановый урок по склеиванию деталей скульптуры. Мастерская камня «ПроПамять» пригласила своего полировщика с опытом полировки нестандартных изделий и скульптурных элементов из камня. И когда каменный бутон вернулся на место, специалист вручную отполировал до блеска лист тюльпана, показав, как без воды, «на сухую», в полевых условиях сделать красивую, качественную полировку.

— Мы плодотворно поработали. Наш закрытый клуб директоров пополнился 14 новыми участниками, а это значит, наше сообщество развивается, — говорит коммерческий директор компании «Гранит Памяти» Станислав Покрышкин. — Выездное мероприятие собрало 43 участника, и для второго



по счёту семинара это отличная цифра. Очень порадовало, что приехало много наших подписчиков, которые следят за нами в соцсетях, смотрят нас в YouTube и участвуют в обсуждениях. Но были и те, с кем мы познакомились впервые. Мемориальщики приехали из разных уголков страны: из Питера, Перми, Челябинска, Екатеринбурга, Новосибирска, Адыгеи, Свердловской и Тюменской областей. Я благодарен нашим партнёрам за предоставленный Дом прощания «Вознесение» и лично Наталье Гузаировой за качественную подготовку зала для проведения лекций, шикарный кейтеринг, интересную экскурсию и помощь в организации мероприятия. Всё было на высоте! Очень благодарен нашим спикерам — Вячеславу Комарову, Ульяне Орёл и другим выступающим, а также всем, кто принял участие в подготовке мероприятия.

Следующий выездной семинар намечен на конец мемориального сезона. Организаторы как раз обсуждают место проведения встречи. Но уже сейчас можно делать пометку в календаре на сентябрь и планировать поездку, чтобы не упустить возможность поделиться опытом, пообщаться с коллегами и завести новые знакомства и связи в регионах.

Хотите увидеть события семинара «Мемориальное искусство» своими глазами? Следите за новостями YouTube-канала «Гранит Памяти» и ждите видеообзор! ■





ГРАНИТ ПАМЯТИ

ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЕТЬ

ФРАНШИЗА ПАМЯТНИКИ

12

ГОРОДОВ

7

ПРОИЗВОДСТВ

40

ФИЛИАЛОВ

- 1С УНФ: Памятники
- Обучение менеджеров
- Настройка CRM системы
- Приток клиентов



Контакты:

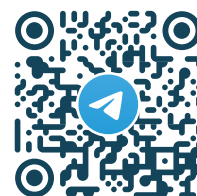
+7 (495) 136-73-97

+7 (909) 363-95-41

fr@granit-pamyati.ru

ПРЯМЫЕ ЭФИРЫ

с профессионалами нашей отрасли.
Освещение значимых мероприятий
мемориальной отрасли.



ОБУЧАЙСЯ И ОБЩАЙСЯ!

КОНФЕРЕНЦИИ ФОРУМЫ СЕМИНАРЫ

ОКТАБРЬ 2024

Выездной практический
семинар в регионе

МЕМОРИАЛЬНОЕ ИСКУССТВО

Мастер-классы и лекции
от экспертов отрасли

НОЯБРЬ 2024



V ЕЖЕГОДНАЯ ONLINE-КОНФЕРЕНЦИЯ

2 ДНЯ 20 СПИКЕРОВ

ПОДПИСЫВАЙСЯ НА НАШ ТЕЛЕГРАМ,
чтобы не пропустить самое важно в отрасли

