

Ef-office

стр. 2

ДЕВУШКИ В ИТ, КАКИЕ ОНИ?

Интервью

стр. 7

КАК МОНТИРОВАТЬ ИБП В СТОЙКУ?

Техника в деталях

стр. 20

ИДЕАЛЬНЫЙ ПОРЯДОК В ШКАФУ ПО МЕТОДУ TLK

Максимум возможностей

стр. 12

РАНЬШЕ
БЫЛО
ЛУЧШЕ?

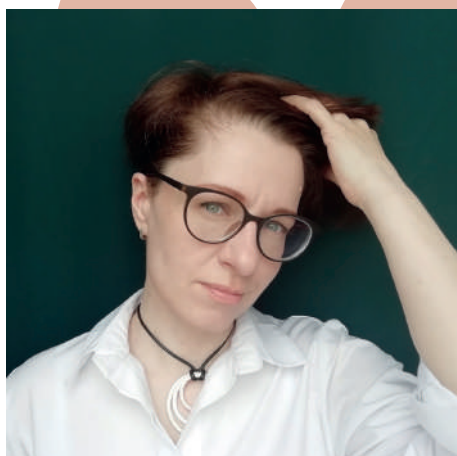
Главная



Девушки в ИТ, какие они?

В преддверии замечательного праздника, посвященного самым прекрасным созданиям, которые существуют в нашей вселенной, я собрал для вас интересные и милые истории о наших любимых девушках в ИТ-сфере.

Историй накопилось немало, ведь женщины уже давно доказали, что могут работать в отрасли информационных технологий не хуже мужчин, и “айти мир” без них уже невозможно представить.



Светлана Ивченко

Менеджер по внутренним коммуникациям, г. Санкт-Петербург

Купили квартиру, а там кабель был проложен абы как – то под плинтусом, то сверху, то под полом. И закрыли случайно собаку в комнате. Она от страха так ломилась в дверь наружу, что кабель разодрала...

Вызвали мастера... сидит вздыхает, ковыряется. Я прохожу мимо в смешной пижамке домашней, и чуть ли не накручивая прядь на пальчик, вопрошаю:

- Ну, что тут? почините?

- Починю, запас есть.

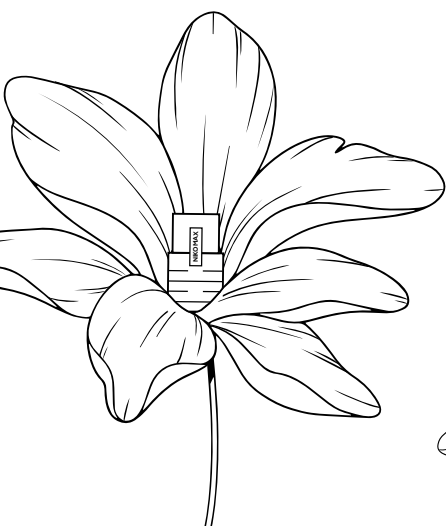
- Ну, а чего? Не скрутку же делать будете? Так же нельзя. Скотч-локами соедините?

Мастер поднимает удивленно-восхищенный взгляд и чутка заикаясь:

- “скотч-локами”...

- А, ну супер. — И удаляюсь в закат.

Такого восторга своей персоной я по-моему на тот момент никогда не испытывала.





Юлия Тюрина

Старший менеджер по продажам, г. Краснодар

По истории, даже не знаю :) Наверное, только то, что мои близкие друзья из других сфер деятельности до сих пор каждый раз удивляются, как я в этом всем разбираюсь, особенно, когда слышат разговоры с партнерами. Шкафы, коммутаторы, ИБП, кабели, СКС, ВКС, СХД – для них волшебные слова... А “перекоммутировать” вообще что-то запредельное, мозг ломается.

Поздравляю прекрасную половину человечества! Пусть ваши улыбки и нежные голоса всегда будут для нас гармонизирующим началом в хаотичном мире жесткой конкурентной борьбы ИТ-сферы!



Станислав Ставцев

Старший менеджер по продажам, г. Орёл



Татьяна Корсакова

Старший менеджер по работе с клиентами, г. Красноярск

Необходимо было увеличить оперативную память компьютера, на котором я работала. Для этого ИТ-отдел выслал нам соответствующее оборудование. Когда все поступило, кто-то должен был установить модули в системный блок.

На тот момент технического специалиста не было в штате нашего филиала, а коллеги-мужчины были заняты. Поэтому пришлось самой разбирать системный блок и устанавливать модуль. Всё получилось!





Примерно в 2014-2015 годах мы активно продавали Zuxel, в который входили роутеры Keenetic. И они очень часто ломались — у клиентов и клиентов клиентов. То есть, это была обычная гарантия. Но т.к. в нашем городе мы были единственным приемным «сервисным» центром, то все нам и приносили.

Мы сначала их принимали и отправляли на ремонт в Москву, но т.к. поломки были мелкие, а клиенты хотели получить замену или решить вопрос «здесь и сейчас», нам сам Zuxel прислал большую коробку с блоками питания и парочкой роутеров.

Я со временем поднаторела с этой гарантией, примерно поняла какие основные проблемы возникали (в данном случае это выходящие из строя блоки питания).



Виктория Миленькая

Старший менеджер по работе с клиентами, г. Красноярск

Поэтому когда нам приносили мужчины (бородатые и большие) эти роутеры по гарантии, я быстренько включала их в сеть — если не включается, лезла в волшебную коробочку, доставала оттуда кучу блоков питания, с умным видом выискивала нужный (глаза у мужчин увеличивались), подключала к питанию и отдавала рабочий комплект обратно в течение пяти минут. И вот оно, мужское счастье! Их лица, полные удивления и восторга, нужно было видеть... после того, как через пять минут я отдавала им рабочее устройство :)

Главное, всё делать с умным видом, поцокать ещё языком: "Ну да, ну да, как я и думала..."



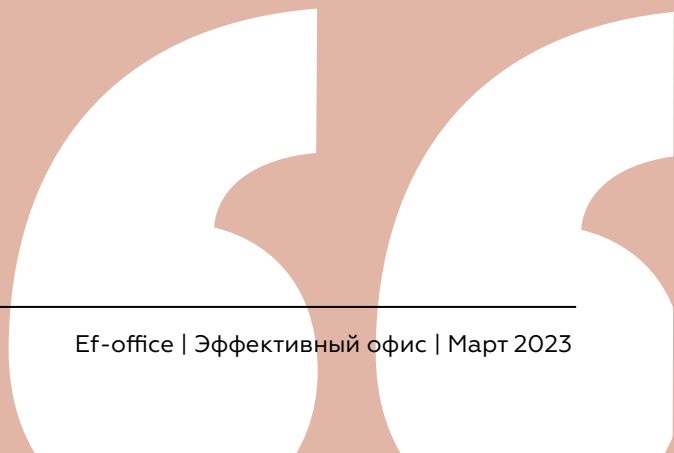
Александр Соложонкин

Менеджер по развитию,
г. Челябинск

Дорогие девушки, конкретных историй не вспомнил, но очень хочу пожелать вам среди холодных железок, штекеров и кабелей оставаться прекрасными, светлыми и любимыми!

Пусть улыбки не покидают ваших лиц, а счастье — ваших сердец!

Поздравляю вас с 8 марта!





Алексей Романовский

Руководитель филиала
г. Новосибирск

Много лет назад, когда только-только начала развиваться ИТ-сфера в Новосибирске, нашим менеджерам часто звонили девушки-закупщицы и просили розовые патч-корды и однопортовые свичи. Сразу становилось понятно, что над ними подшучивают старшие коллеги-мужчины :)

Конечно, это было сделано не со зла и в шутку! Хочется сказать, спасибо вам девушки, за то, что вы скрашиваете каждый наш день и приносите счастье в ИТ-среду!



У системного администратора Полины, сотрудницы одного из наших партнёров, был день рождения 22 февраля.

А так как она была единственной девушкой в коллективе, ей на дни рождения за пять лет подарили 8 розовых клавиатур, безумное количество всяких красивых компьютерных мышек и даже плюшевый монитор!



Видел однажды, как сотрудница Тайле, увидев провисший кабель с оптической муфтой, быстро определила какой это конкретно кабель и все характеристики муфты, тем самым повергнув в шок присутствующих людей "не в теме".

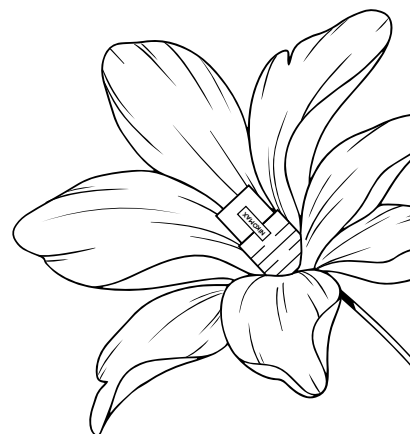
Еще помню случай... На вопрос: "Что тут за провайдер у вас на даче?", был дан ответ: "А у нас тут нет интернета, только через сотового оператора". Наша коллега быстро донесла до собеседника, что на столбах проложена оптика, а это значит, что интернет точно должен быть, и скорее всего PON, так как на столбах висит "кабель-бабочка" — такие познания сильно удивили собеседников.

Однажды наблюдал и за тем, как девушки оценивают шкафы, которые висят в общем доступе, в метро, например, или в магазине. Видят, шкаф висит/стоит, смотрят, что за оборудование установлено, и обсуждают все технические моменты и вопросы по этой продукции. Находящиеся рядом люди после увиденного обычно находятся под впечатлением.



Константин Хараузов

Ведущий менеджер по развитию
GIGALINK, г. Москва





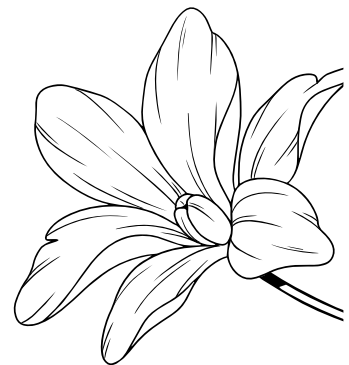
Елена Ткаченко

Менеджер по работе
с клиентами, г. Ярославль

Был один случай... Общалась с клиентом по телефону, и он был в шоке, что я знаю, что такое полезная глубина у телекоммуникационного шкафа.

Скорее всего это было связано с тем, что я девушка и работаю в клиентском сервисе, но при этом знаю какие-то технические тонкости.

Он был приятно удивлен и так и сказал: «Вы не представляете, как приятно общаться с человеком, который знает, что продает».



Когда я только начинал свою карьеру и узнавал, что в нашей ИТ-сфере работают девушки, это вызывало некое недоверие, казалось, что эта работа не для них.

Но по прошествии времени, все больше взаимодействуя с прекрасной половиной человечества, приходило понимание, что если уж женщина работает в ИТ, то она отдается работе на все 100%! И так уж вышло, что «глупых» вопросов, на самом деле, всегда было больше от мужчин :)

Желаю девушкам побольше терпения, так как работать в сфере, где подавляющее число работников – мужчины, не так уж и просто. Желаю личностного и профессионального роста и хотя бы маленького (лучше, конечно, огромного), но чистейшего счастья.



Игорь Николайчук

Руководитель отдела
разработки, г. Ярославль

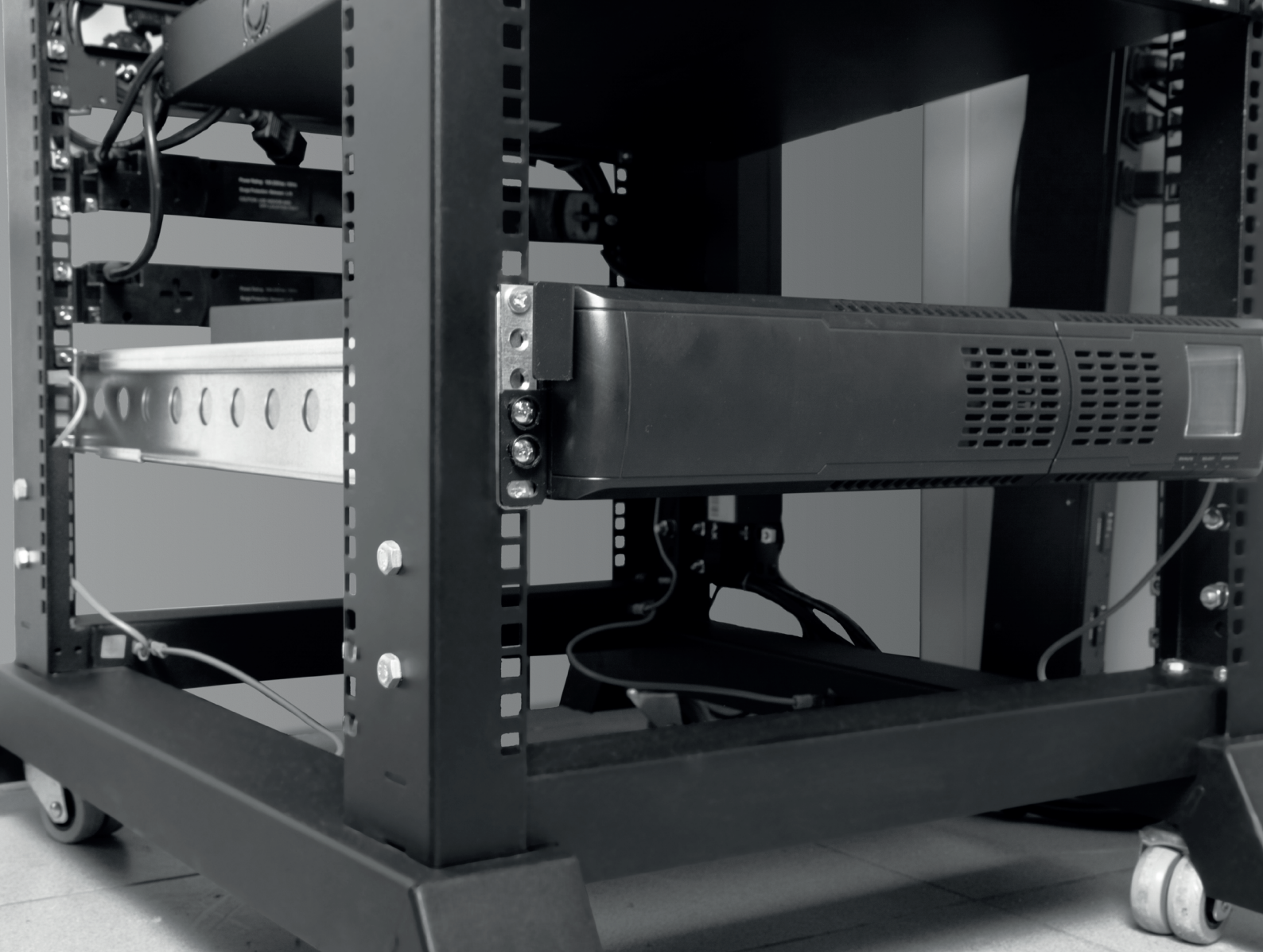


“

От себя, как от автора статьи, хочу добавить: Девушки, отдохните в этот день, не вбегайте сегодня в горящие избы и не останавливайте коней на ходу.

Лучше вбегайте в любимые магазины и берите всё, что захочется, останавливайте взгляды мужчин и будьте как всегда прекрасны – будьте собой!

Автор статьи:
Ян Лысцев, маркетолог



Рельсы-рельсы, стойки-стойки...

Как монтировать ИБП в стойку?

Одним из необходимых элементов телекоммуникационного шкафа является устройство, способное обеспечить непрерывность электроснабжения при отключении сетевого напряжения. Простыми словами, источник бесперебойного питания, или ИБП.

А каким образом происходит монтаж ИБП в серверную стойку? Оборудование не имеет в своей конструкции слоты для монтажа, да и его вес может достигать более 60 кг – поставь его на другое устройство, то печальных последствий не избежать. Поэтому для крепления ИБП рекомендуется использовать монтажные рельсы.

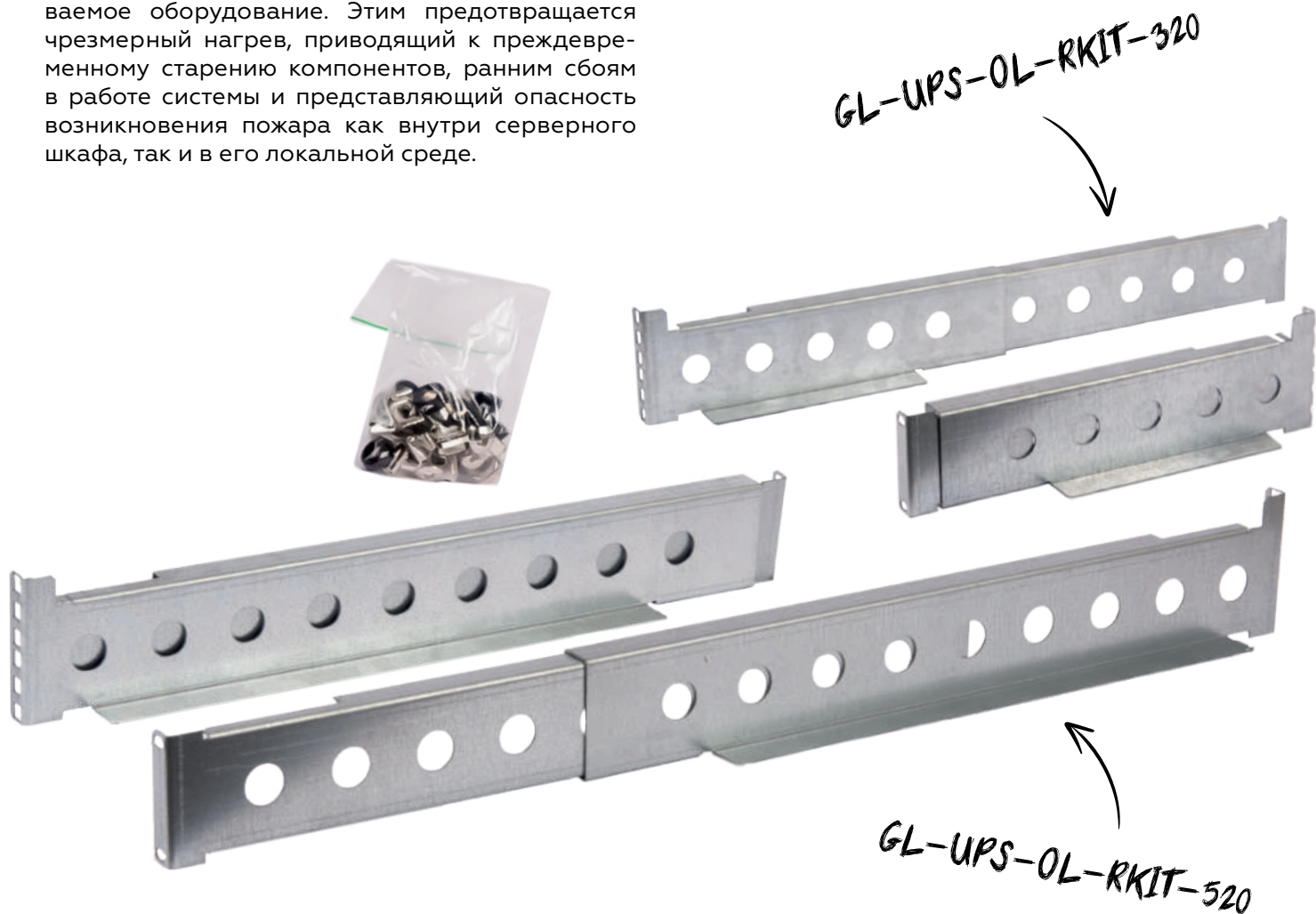
Авторы статьи:

Полина Демина, менеджер по продуктовому маркетингу
Владислав Чистяков, старший технический специалист

Монтажные рельсы – это регулируемые направляющие, предназначенные для размещения в телекоммуникационных шкафах габаритного и тяжелого 19" оборудования, такого как ИБП, батарейные блоки, розетки PDU. Они обеспечивают максимально надежную установку и жесткую фиксацию оборудования в шкафу.

А еще монтажные рельсы способствуют эффективной циркуляции воздуха сквозь устанавливаемое оборудование. Этим предотвращается чрезмерный нагрев, приводящий к преждевременному старению компонентов, ранним сбоям в работе системы и представляющий опасность возникновения пожара как внутри серверного шкафа, так и в его локальной среде.

Направляющие GIGALINK состоят из двух раздвигающихся частей, что позволяет использовать их при изменении полезной глубины шкафа. Сам комплект изготовлен из высокопрочной стали и способен выдержать вес оборудования совместно с аккумуляторными батареями (АКБ), суммарно до 100 кг.



Характеристики	GL-UPS-OL-RKIT-320	GL-UPS-OL-RKIT-520
Диапазон регулировки точек крепления/ монтажная глубина, мм	320-530	520-930
Максимальная грузоподъемность, кг	100	100
Высота, U	2	2

А ТЕПЕРЬ ПРИСТУПАЕМ НЕПОСРЕДСТВЕННО К МОНТАЖУ

Видеоинструкция
прямо по QR-коду



1. Подготовка оборудования и рабочего места

Чтобы монтаж был наиболее удобным, быстрым и качественным, необходимо заранее организовать и подготовить все его элементы. В нашем случае мы использовали:

- Источник бесперебойного питания Line-Interactive GL-UPS-LI 011/2*9a
- Монтажный комплект GL-UPS-OL-RKIT-520

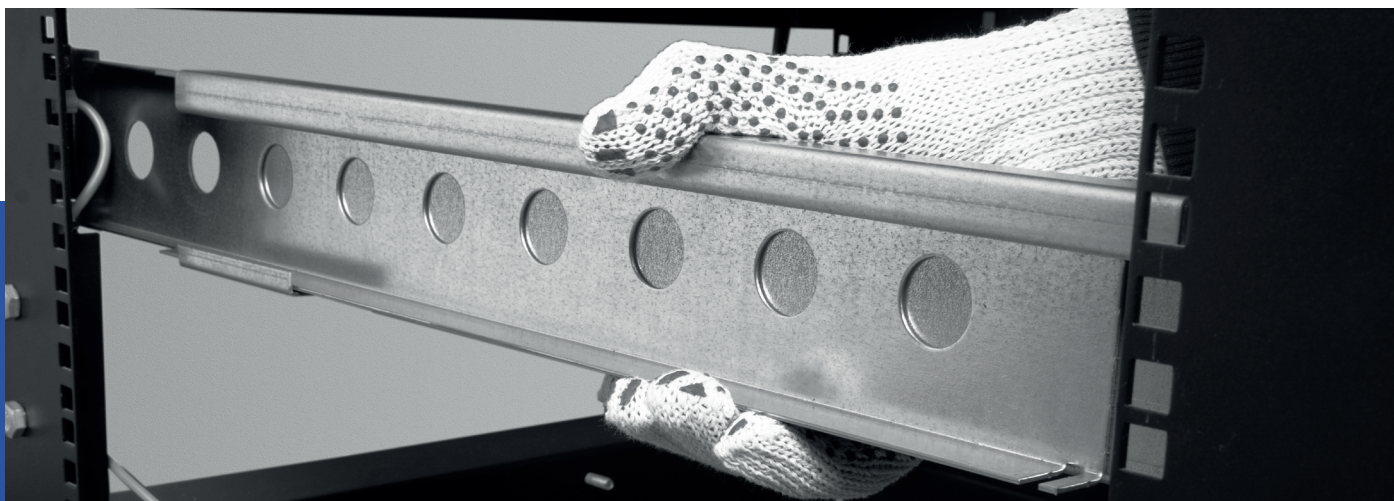


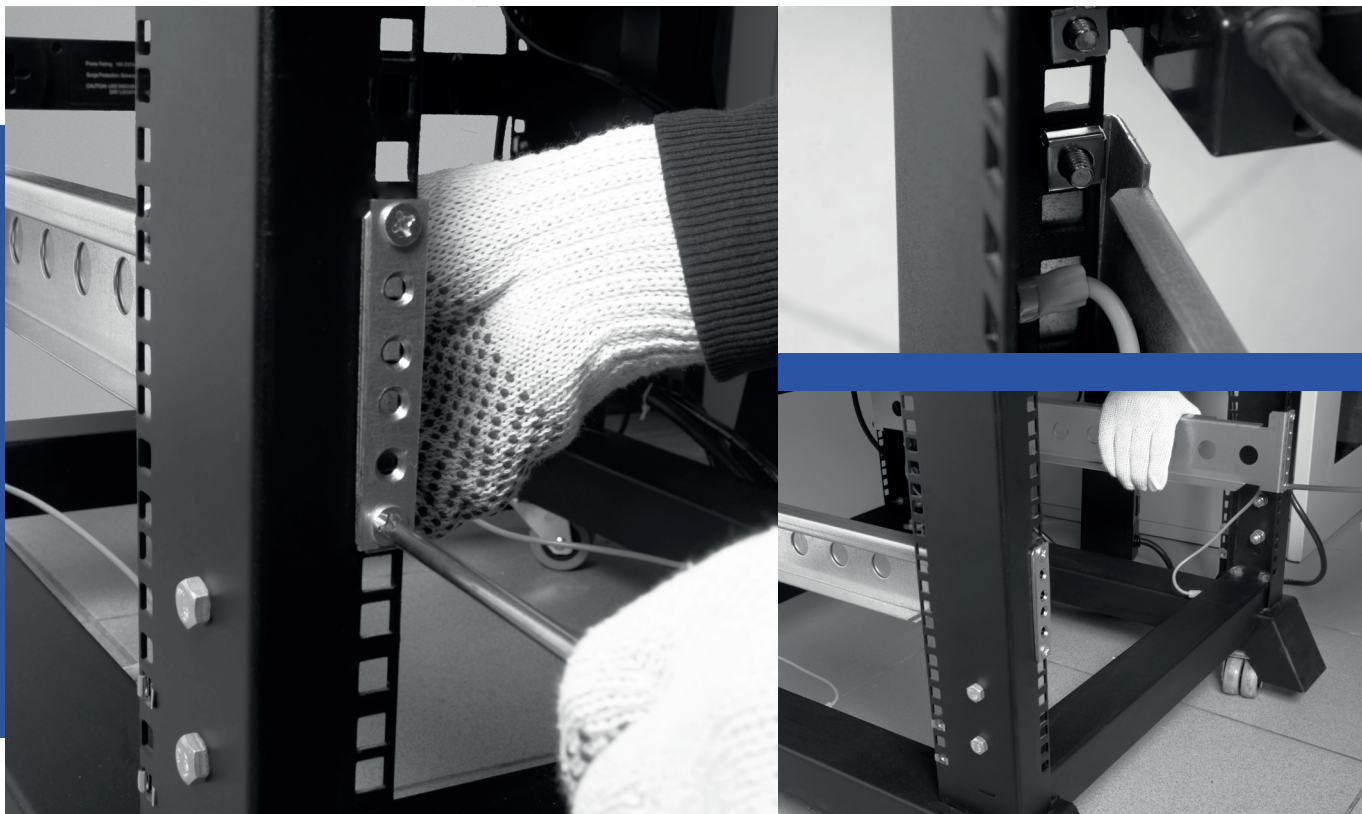
- Телекоммуникационный шкаф с глубиной 800 мм
- Инструменты и средства индивидуальной защиты рук (перчатки)

В состав монтажного комплекта уже входят телескопические направляющие и крепежный комплект (винт, шайба, гайка), так что нет необходимости в покупке дополнительных деталей для объединения конструкций.

2. Монтаж направляющих в телекоммуникационный шкаф

На этом этапе воспользуемся крестовой отверткой, предварительно отрегулировав направляющие по максимальному расстоянию между направляющими шкафа. Важно определиться – на какие юниты (U) мы установим направляющие. Для этого необходимо учесть высоту размещаемого на них оборудования. В нашем случае высота ИБП составляет 2U.





3. Фиксация горизонтальных направляющих

Закрепляем монтажные рельсы с двух сторон – спереди и сзади – на вертикальные направляющие шкафа с помощью винтов.

Рельсы установлены и надежно зафиксированы в шкафу!

4. Установка комплектных креплений на корпус ИБП

Следующим шагом нам необходимо подготовить оборудование к установке в шкаф с помощью крепежного набора на корпус ИБП.

Обратите внимание на обозначения, которые нанесены на монтажные крепления: L – Left, R – Right. Это поможет пользователю избежать ошибок при монтаже, в противном случае вы не сможете зафиксировать ИБП на направляющих – крепежные отверстия не совместятся.



Для фиксации креплений на корпус мы также используем комплектные винты от ИБП. Подготовительный этап с ИБП можно считать завершенным, как только крепления будут установлены на корпус.



5. Размещение ИБП в телекоммуникационный шкаф

Крепления имеют специальные зацепы для пальцев, с помощью которых удобно перемещать ИБП по горизонтальным направляющим. Далее мы устанавливаем ИБП на направляющие и переходим к финальной стадии монтажа – фиксации оборудования в шкафу.

Для этого необходимо совместить отверстия на креплениях ИБП с отверстиями на горизонтальных направляющих. И всё это надёжно зафиксировать винтами из того же комплекта.

Мы наглядно продемонстрировали полный этап монтажа от установки направляющих до фиксации конечного оборудования в шкафу. Таким способом возможно надёжно и жестко зафиксировать любое габаритное 19-дюймовое оборудование в шкафу или стойке.

Раньше было лучше?

Рынок меняется. Меняется контекст окружающих событий: то, как страна взаимодействует с другими рынками, как растет или падает ее экономика, как вслед за экономикой – меняется состав клиентов, а вместе с ним и наши подходы к взаимодействию с ними.

С чего мы начинали? Большинство клиентов – это были небольшие организации на стадии роста. Достаточно было просто заявить о себе, предложить некий продукт и дальше одним телефонным звонком договориться об условиях сделки. Эти компании сильно выросли, появилось существенное количество конкурентов. Сами компании-клиенты и партнеры стали более опытными, знающими и понимающими, что происходит на рынке.

И теперь по-разному должны действовать отделы продаж и каждый отдельный менеджер, по-разному мы должны относиться к разработке продукции и к тому, как она представляется рынку.

Это статья – беседа сотрудников компании Тайле о том, что важно было и что является важным сейчас.

Развитие продукции

ИЗМЕНИЛСЯ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ АССОРТИМЕНТА ПРЕДЛАГАЕМОЙ ПРОДУКЦИИ?

Владимир: Раньше он был направлен на широту ассортимента, так скажем, предоставление по максимуму различных решений, потому что в какой-то степени каналы продаж не до конца были ясны. Сейчас, плюс-минус, рынок всем понятен, как и его основные игроки. Да и в целом заказчики понимают – чего ждать от сегмента СКС. Поэтому стоит задача не расширять ассортимент (многие сейчас не воспринимают это каким-то глобальным плюсом), а работать над решениями, которые позволяют точно решить проблему того или иного заказчика.

В NIKOMAX ассортимент формировался на протяжении последних 10 лет. Тенденция у нас идет не в пользу его раздутия. Старые продукты или те, что не совсем нашли применение, замещаем на более удачные – в лучшем случае такие продукты, которые могли бы объединять в себе элементы функционала сразу нескольких.

Владимир Коваленко

Руководитель направления
NIKOMAX



*Кассетная панель NIKOMAX,
совмещающая медь и оптику*

ПРИОРИТЕТ ОТДАЕТСЯ ПОТРЕБНОСТЯМ КОНЕЧНОГО ЗАКАЗЧИКА, А НЕ ТОМУ, ЧТО МОЖЕШЬ ДОСТАТЬ, ПРИВЕЗТИ ИЛИ ПРОИЗВЕСТИ

Владимир: Можно сказать, что большинство продуктов – это симбиоз работы с заказчиком. Когда мы на объекте видим проблему, появляется четкое понимание, что нужно для ее решения. Исходя из этого, уже приступаем к проработке решения. Необязательно с нуля – берем за базу уже существующий в портфеле продукт и на его основе стараемся что-то сделать. Таких примеров масса. И бывает так, что мы не останавливаемся на конечной точке – за одной ревизией следует другая, если продукт можно еще улучшить.

Это глобальная работа. Процесс разработки не быстрый, может быть не один тестовый

Татьяна Дмитриева
Руководитель филиала в Уфе



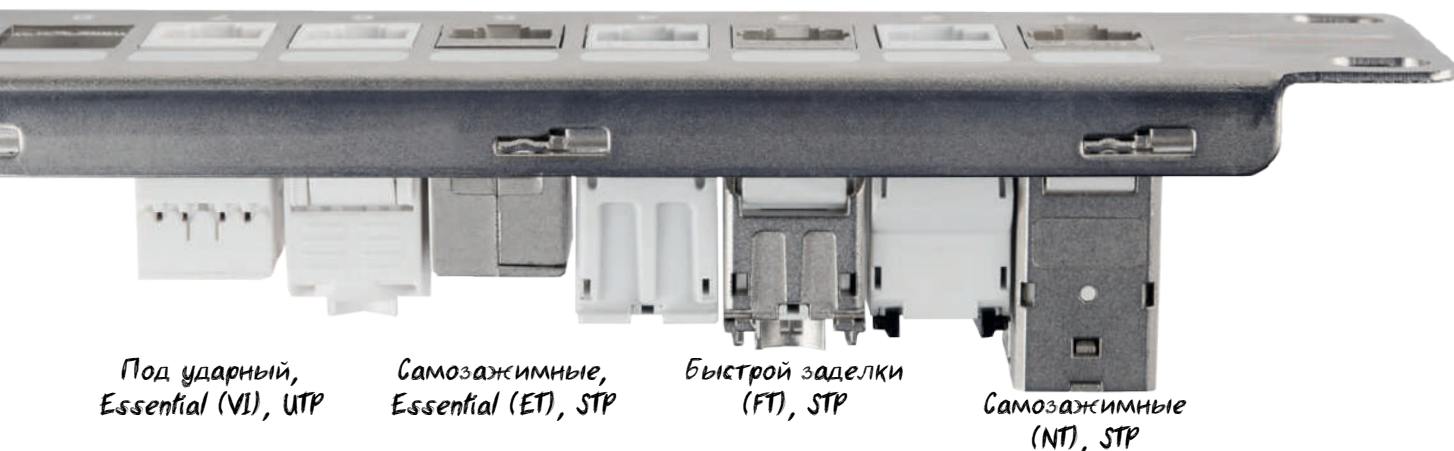
образец. Приличное время занимает путь от идеи в голове до серийного выпуска – когда мы понимаем, что мы можем этот продукт не только конкретному заказчику поставлять, а он найдет применение и у остальных потребителей, или по крайней

мере имеет полноценные шансы на это. Получиться может действительно что-то классное!

Татьяна: Именно критическая масса доработок решений в проектах, реализованных за последние 10 лет, помогла нам собрать продуктовый портфель.

Мы четко понимаем, кто наша целевая аудитория, что помогает нам направлять и формировать содержание наших продуктовых линеек. То, как мы гибко реагируем на запросы клиентов, заказчиков, я считаю нашим преимуществом относительно рынка.

Это удачные связки проектов мультирегионального масштаба, когда задействовано много подразделений. Это присуще, например, банковской сфере, когда по всем объектам ставятся одинаковые требования в плане построения сетей.



Под ударный,
Essential (VI), UTP

Самозажимные,
Essential (ET), STP

Быстрой заделки
(FT), STP

Самозажимные
(NT), STP

Самозажимные,
Essential (ET), UTP

Быстрой заделки
(FT), UTP

Самозажимные
(NT), UTP

ПРИ РАЗРАБОТКЕ ДЕЛАЕТСЯ УПОР НА СОВМЕСТИМОСТЬ КОМПОНЕНТОВ

Владимир: Раньше этому никто не уделял внимание. Думаю, что некоторые производители до сих пор не уделяют. Когда у какого-то продукта первого поколения заканчивается срок жизни, его перестают производить, но не использовать. Мы стараемся находить применение

наших решений, чтобы с продуктом можно было работать из поколения в поколение, чтобы решения разных поколений были совместимы, а также – и в рамках текущих линеек. Это позволяет в целом гибко выстраивать работу. Даже если на какой-то стадии проектирования проектировщик случайно перепутает артикулы и забудет, к примеру, модуль совершенно другого дизайна,

он все равно подойдет во все корпуса. А представьте, если бы этот модуль был совместим только с конкретными решениями для рабочего стола. Проектировщик запустил проект, его согласовали, дальше это ушло в реализацию, купили 5 тысяч штук, привезли коробки (а монтаж обычно происходит в сжатые сроки), и при этом выясняется, что этот модуль ни в какую не подходит...

Владимир: На текущий момент в проекте звеньев может быть очень много. И мы всегда в первую очередь стараемся исходить от первоисточника. Это базовый момент. Если мы с ним не общаемся, то не будем до конца уверены – а понравился ли наш товар, а решил ли он задачу.

Клиент скажет одно проектировщику, проектировщик добавит свой интерес, свое понимание, дальше он транслирует это следующему участнику, главному подрядчику, – и так по цепочке до нас. По итогу информация искажается.

Поэтому важно на начальном этапе понять, что точно нужно конечному заказчику/потребителю, потому что все-таки он будет использовать этот продукт. А дальше нужно исходить из того, что важно именно в тех или иных аспектах каждому участнику цепочки – проектировщику (модели в AutoCADe), субподрядчику, генподрядчику...

**СТРУКТУРА РЫНКА СКС
И ПРИНЦИПЫ РАБОТЫ ЕЕ
ИГРОКОВ ИЗМЕНИЛИСЬ.
ЦЕНА В КОНКУРЕНТНОЙ
ГОНКЕ ТЕПЕРЬ ИМЕЕТ ВТО-
РОСТЕПЕННОЕ ЗНАЧЕНИЕ?**

Татьяна: Думаю, цена все-таки остается одним из ключевых факторов. Является ли она определяющей – все зависит от самого объекта. Всегда можно найти дешевле. Все зависит от того, какие технические требования заказчик предъявляет.

Наша сильная сторона заключается в том, что мы как производитель даем определенные гарантии, помощь, обучения непосредственно конечным заказчикам, которые рассматривают эти возможности и уже принимают решения, основываясь не только на стоимости.

Иван: И в то же время, многие производители успели себя зарекомендовать и как-то проявить на рынке. Есть ряд производителей, на чью цену уже не особо обращают внимания. И на самом деле не важно – сколько стоит их продукт, их хотят купить или не будут покупать ни в коем случае, только услышав название бренда, цена в этом смысле уже никого не волнует.

Владимир: Цены стоит рассматривать вкрупне с компетенциями. Как по мне, эти факторы ша-



гают рядом. Раньше цена действительно была фактором №1, и многие не понимали, что за ней стоит. Есть, кто сравнивает по бумажке, читают – витая пара, категория 5е, неэкран, 305 метров, на жилу еще взглянут – тут 0,5 мм, и там тоже, и на цену – тут цена 10 тысяч, а там – 5. Все просто и очевидно, брали подешевле. А есть те, кто включает понимание самого рынка, те самые компетенции. И хотя по-прежнему можно первый вариант встретить, в целом у партнеров и заказчиков появилось понимание, что даже в разрезе витой пары сложно сравнивать просто по бумажке. Очень много аспектов, продукт действительно сложный – цена на него формируется не так просто.

Нагляднее будет взглянуть со стороны производителей. Чуть

меньше 10 лет назад у многих производителей, особенно тех, кто выходил на рынок, критерием была цена, потому что в принципе это прокатывало, привозили. Да, бывало попадались привередливые заказчики, но их было не так много. Однако эта доля росла. За этой долей определенным вендорам и пришлось перестраиваться. И качество поднималось. Они уже не могли держать предельно низкую цену, продавать условно сильно дешевле всех и активно этот рынок захватывать.

Поэтому сейчас, можно сказать, что картина соответствует реальностям – кто какую точку для себя занял в разрезе «цена/качество». Но глобального перекоса как раньше нет, потому что выросли компетенции на рынке.

ЛОКАЛЬНЫЕ ПРОИЗВОДСТВА СОСТАВЛЯЮТ ДОСТАТОЧНО СИЛЬНУЮ КОНКУРЕНЦИЮ

Иван: Помните, что раньше клиенты говорили по поводу места происхождения продукта? Все, что угодно, но только не Китай.

Насколько радикально сейчас все изменилось. Конечно, повлияли внешние обстоятельства. Критерий «где произведен товар» сильно трансформировался. Уже нет формулировки «все, что угодно, только не Китай».

Владимир: Да, раньше говорили: «Только не Китай». Но, на мой взгляд, в ближайшее время эта формулировка может смениться на «только не Россия». Объясню почему.

Области разные. На текущий момент многие российские заводы, производящие витую пару, оптоволокно и прочие качественные продукты, которые можно было на местных производствах получить, столкнулись с тем, что большинство сырья и различных материалов было импортным, и далеко не всегда исключительно китайское. И с весны 2022-го многие

стали искать альтернативы. Но понятно, что опыта применения у них нет. Образно: ты покупал европейский полиэтилен (Borealis), а потом вдруг стал российский рассматривать, с которым ранее не работал, либо китайский. Как он там себя поведет – кто его знает. Что даст в этом плане месяц... В любом случае, должен пройти тестовый период, чтобы тот или иной материал себя зарекомендовал.

В России в определенных продуктах наблюдается период тест-драйва. А соответственно – процент брака какое-то вре-

Иван Кузьменко
Заместитель исполнительного
директора по продажам



мя будет выше, поскольку те, кто не работал, например, с китайскими поставщиками, пока до конца не знают, как обеспечить необходимый контроль качества сырья.

Поэтому поспешно переходить на исключительно российские товары не стоит.

ПРЕМИАЛЬНОСТЬ БРЕНДА БОЛЬШЕ НЕ СЧИТАЕТСЯ КРИТЕРИЕМ ДЛЯ ВЫБОРА. НА ЧТО СМОТРИТ КЛИЕНТ ПРИ ВЫБОРЕ ПРОДУКТА?

Владимир: Если брать бренд и имидж – да, не каждый сейчас готов переплачивать. Здесь нет сверхкачества. Даже если взять зарубежные бренды витой пары – это огромные корпорации, у которых принято делать кабель под разные рынки абсолютно разного качества. Поэтому в связи с последними событиями заказчики очень сильно переориентировались. Зарубежный бренд, не зарубежный – стараются соотносить цену с качеством.

Но, я считаю, премиальность за собой все же что-то несет: дополнительные фишки, сервис, обособленная гарантия, функционал и прочее, что дает бренд. Здесь тоже можно исходить из клиента и его потребностей.

Присутствует четкое разделение в плане сегментов. В продукте, который мы позиционируем чуть выше, стараемся предусмотреть абсолютно все аспекты – начиная с монтажа (максимально быстрый), заканчивая гарантией. Важно не перегружать ценой какие-то дополнительные сервисы.

Низкий сегмент я связываю все-таки с качеством проекта. Они тоже делаются на разном уровне. От того, как качественно проект сделан изначально, зависит то, что туда попадет в конце. Зачастую заказчик снимает с себя эту ответственность, поэтому она находится где-то на стороне: проектировщике, подрядной организации, еще ком-то. И если в проект заложили «какой-то кабель категории 5е», становится ясно – подрядчик купит по самому низу рынка псевдо СКС-решение, которое в моменте, конечно, будет работать.

Все хотят купить дешевле, продать дороже. Все зависит от того, что хотят получить сейчас и в перспективе, дорожат ли своей репутацией.

Татьяна: Пару лет назад мы могли сказать, что наша ниша – это твердая уверенная середина. Но мы всегда смотрели вверх, где находились мировые бренды. У нас была мотивация двигаться туда, где есть все эти бренды, пробовать «сместить»

их с этого пьедестала. Где они находились? Чаще всего у приверженцев, в основном государственных структур.

Обстоятельства в корне перевернули положение дел. Весь этот пласт топ-сегмента ушел,

добровольно или принудительно. Теперь у российских разработчиков есть возможность занять эту нишу. Поскольку мы ничем не уступаем ни по возможным вариантам построения СКС от 5е категории до 8, ни по соответствию мировым стандартам и сертификатам пожарной безопасности. Более того, мы можем формировать технически сложные комплексные решения.

Иван: Действительно, с уходом большинства премиальных брендов наш NIKOMAX уверенно шагает на эту территорию. Причем не только потому, что там нет какой-либо жизни, а поскольку фактически мы соответствуем этой категории, наши продукты подтянулись. Далеко за примерами ходить не надо – система AIM или шкафы TFA, которые изначально целились в этот сегмент.

Наполненный шкаф TLK серии TWC-R с пристенной секцией



ПРИ ВЫБОРЕ ПРОДУКТА ПЕРЕСТАЛИ УЧИТЫВАТЬ ЛИШЬ ТЕХНИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Владимир: Начнем разбор с упаковки. В первую очередь смотрим – что за сегмент и какая у нас цель. Если кабель для простых целей, например, наша 2-й серия либо шкафы TLK серии TFI-R, то здесь упаковка подвергается некоторой оптимизации – мы это называем “достаточным минимумом”.

У премиальных продуктов упаковка уже более функциональная, позволяет решать какие-то задачи, выступает плюсом для заказчика (в качестве, характеристиках) и, конечно, для монтажника. Например, определенные упаковки позволяют

делать быстрее развертку кабелей, удобнее монтировать компоненты, комфортнее собирать шкафы.

Критична бывает и комплектация. В бюджетном продукте будет эдакий пазл, который нужно собрать. А чем продукт выше, тем комплекснее и совершеннее он становится. Покупаешь кросс, а адаптеры уже винтиками прикручены. Монтажник просто берет и начинает разваривать. Когда у тебя 100 кроссов и в каждый нужно закрутить энное количество адаптеров винтиками – тоже время, тоже деньги.

Усовершенствованный корпус оптического кросса NIKOMAX линейки Premium



Клиенты, партнеры, заказчики

НЕБОЛЬШИЕ КОМПАНИИ ПРЕВРАТИЛИСЬ В ХОЛДИНГИ ФЕДЕРАЛЬНОГО УРОВНЯ, ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С КОТОРЫМИ ПРЕДСТАВЛЯЕТ ОТДЕЛЬНЫЙ КВЕСТ

Иван: Я был знаком с принимающим решения закупки менеджером ныне крупнейшего аграрного холдинга. Общались на одной волне. Решения при закупке товара на несколько миллионов рублей он принимал просто по звонку телефона.

На сегодняшний день сложно себе такое представить. Просто так не пробиться – нужен особый подход, нужно понимать, как к ним подступиться, с какой стороны, какие у них интересы. И важно понимать, что далеко не мы одни хотим наладить с ними взаимодействие.

Татьяна: У нас в принципе происходит трансформация клиентов – это естественный процесс. Если оглянуться немного назад, клиенты более четко делились по своей структуре (ресейлы, интеграторы, провайдеры). Сейчас в чистом виде таких клиентов практически не найти. Это такой микс из компетенций клиента, который возвращает в себе и отдел, работающий с тендерами, и монтажные подразделения, и мультирегиональные представительства.

Владимир: И мы помогаем клиентам эти компетенции наращивать в том числе. Допустим, раньше занимался партнер только пожаркой, потом решил в смежные области тоже вникнуть и расширить свой бизнес. И здесь мы предлагаем обучение проектированию и монтажу СКС NIKOMAX – легкий и проверенный способ адаптации в новом деле.

ВСЕ ЧАЩЕ РЕШЕНИЕ ПРИНИМАЕТСЯ НЕ ДИРЕКТОРОМ, СОБСТВЕННИКОМ, А КОЛЛЕКТИВНО, РАБОЧЕЙ ГРУППОЙ. ЕЕ НУЖНО ВЫЧИСЛИТЬ, А ПОСЛЕ УЧЕСТЬ ИНТЕРЕСЫ КАЖДОГО ЕГО УЧАСТНИКА

Татьяна: Мультирегиональная структура компании клиента (когда центральная голова находится в одном месте, а объекты и монтажные работы – в другом регионе), конечно, усложняет нашу работу. И без подготовительной базы отыскать нужное «окошко» – практически невозможно. Если были какие-то контакты, зацепки, сделки, то можно подумать, с какой стороны зайти, в какое подразделение, отдел, которые принимают эти решения. Конечно, раньше было проще. Еще 10 лет назад мы были достаточно локальны со своими партнерами. Мы не выходили сильно за пределы регионов. Узнаваемость в лицо работала больше на доверие. Сейчас в виду масштабируемости и мультирегиональности сложнее становится выходить куда-то далеко.

Владимир: Действительно, есть некая специфика в регионах. Если компания некрупная, несколько проще найти подход и в целом понять, кто все-таки принимает решения. Если говорить о каком-то более глобальном формате, о компаниях федерального масштаба, од-

ним визитом тяжело понять, кто все-таки ЛПР. Поэтому здесь только каждодневная работа менеджера, который ведет этого партнера, общение с большим количеством лиц. Необходимо понять специфику «а как устроено у них», и кто насколько в процентном соотношении может повлиять. Расширять свой кругозор, таким образом повышая эффективность.

ВАЖНО ВЕСТИ ПРОДУКТ ОТ НАЧАЛА ПОЯВЛЕНИЯ ПОТРЕБНОСТИ У КОНЕЧНОГО ЗАКАЗЧИКА И ДО ТОГО, КАК ЭТОТ ПРОДУКТ НАЧНЕТ ВЫПОЛНЯТЬ СВОЮ ЗАДАЧУ

Татьяна: Мы работаем над проектным направлением на протяжении последних 8-10 лет, вкладываемся в развитие партнеров именно в проектной деятельности. Проектировщики начали вырастать в интеграторов, интеграторы вводить в свой штат проектировщиков, магазины выросли в корпоративных клиентов, которые в свою очередь обросли проектными и монтажными подразделениями.

Совершенствование продуктового портфеля, обучения, максимальная информационная база помогают нашему партнеру, вселяют уверенность, что он может на нас рассчитывать.

Высшая точка пилотажа здесь – это оказаться в wish-листе у заказчика, присутствовать уже на старте зарождения нового строительства.



Как организованы продажи

ВАЖНО, КАК ПРЕДСТАВЛЯЕТСЯ ПРОДУКТ ПАРТНЕРАМ И КОНЕЧНЫМ ЗАКАЗЧИКАМ

Иван: Конечно, в первую очередь это касается стиля работы продавцов.

Для компаний нашего уровня продажи выстраивались от растущих потребностей наших клиентов: было много входящих запросов, звонков, писем. И в компаниях, похожих на нашу, на тот момент отделы продаж больше работали на реакцию рынка.

На сегодняшний день ни одна компания – маленькая или крупная – не может себе позволить просто сидеть и ждать, когда же поступит запрос.

Все участники рынка вынуждены работать активно, потому что:

1. Много конкурентов, много разных продуктов представлено на рынке. Ты должен убедить

в том, что твой продукт лучше остальных.

2. Много разных менеджеров, работающих в куче разных компаний. Только своей активной работой можешь доказать, что с тобой надо иметь дело и стоит работать, а вот с твоими “коллегами” из других компаний – не надо.

Татьяна: Следует отметить, что общение ведется не только на волне экспертности, но и некой эмпатии. Наш индивидуальный подход во многом помогает работать с партнерами, выстраивать человеческие деловые отношения. А потом зачетка, как говорится, работает на тебя, подключается сарафанное радио – а мне сказали, а мне рекомендовали... Тем самым получают нужные контакты. Главное держать руку на пульсе.

Иван: Сейчас входящий запрос – это скорее следствие активной работы, активного взаимодействия с большинством партнеров, которые уже передают информацию о нас.

Владимир: Я бы не сказал, что теплых запросов совсем нет. Крупные игроки сейчас тоже

зашевелились. Если раньше кто-то сидел и знал, что у него под боком Commscope, Panduit, и не о чем было беспокоиться. А сейчас задача – понять, что есть на рынке. Речь не идет о каких-то ежеминутных закупках. Поэтому с их стороны тоже совершаются шаги навстречу, и здесь себя тоже можно активно проявить, зарекомендовать – сделать свой шаг навстречу.

Иван: И таким образом у нас выстраивается некая синусоида. Начинали мы на вершине растущего спроса, потом некий спад, связанный с насыщенностью рынка (много предложений), и сейчас мы снова поднимаемся на очередную вершину, где часть компаний рынок покинула, а мы уже наработали себе определенное имя (то, о чем говорила Таня), снова оказываемся близкими к тому моменту, когда количество входящих запросов увеличивается.

Менеджер 2023

- Коммуникабелен, умеет расположить к себе
- Грамотно выстраивает цели, руководствуется системой SMART
- Проводит тщательную подготовку перед общением с клиентом

МЕНЕДЖЕР ОБРАЗЦА 2010 И 2023 ГОДОВ – ДВА РАЗНЫХ ЧЕЛОВЕКА

Иван: Раньше большое значение имел навык операционной работы и грамотного документального ведения сделки.

На сегодняшний день преимущественное значение имеет навык общения с людьми, расположения их к себе, грамотного выстраивания цели и взаимодействия с клиентами. Преимуществом обладают те менеджеры, которые изначально имели или могли в себе прокачать этот навык.

Татьяна: Сейчас надо больше думать. Я это называю “думать”, потому что информации становится много, и надо уметь использовать эту информацию, превратить ее в преимущество при подготовке к общению с клиентом. Надо быть неспешным, сдержанным, подкованным, правильно преподносить свою экспертность.

Иван: Да, навык коммуникации, экспертность в своем поведении в продажах – от анализа клиента, тщательной подготовки до старта работы с ним и ведения самого процесса сделки. Тогда это был бездумный обзвон клиентов по справочнику. Сейчас же менеджер изучает свою цель, задается вопросом – «А нужен ли мне этот клиент?».



**МНОГИЕ КОМПАНИИ ВЫ-
СТРОИЛИ ТАКУЮ СХЕМУ
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ, В КО-
ТОРОЙ ЧЕЛОВЕК В ПРИН-
ЦИПЕ ОТСУТСТВУЕТ. КЛИ-
ЕНТ ОБЩАЕТСЯ ТОЛЬКО С
СИСТЕМОЙ**

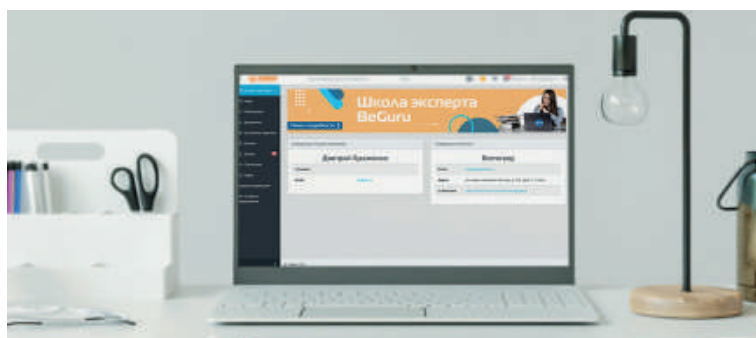
Иван: Одна из черт, характери-
зующих продажи сегодня, это
различные системы, в частно-
сти – B2B-порталы. У разных

компаний они организованы
по-разному. На мой взгляд,
компания Тайле выгодно отли-
чается. Эта система не выступа-
ет полной заменой, а является
дополнением к работе с менед-
жером.

Для многих клиентов считае-
тся важным иметь возможность
взаимодействовать с менедже-
ром – разные вопросы решают-
ся в разных каналах. Менеджер

нужен для того, чтобы обсудить
вопросы, выходящие за рамки
B2B-портала.

Татьяна: Это действительно
удобный канал взаимодей-
ствия с клиентом. Это помогает
высвободить время менедже-
ра, которое занимает операци-
онная работа, и направлять его
на развитие своих компетен-
ций.



B2B-Портал Тайле
Минимум усилий -
точность исполнения

**ПРЕЖДЕ ЧЕМ ВЫВЕСТИ
ПРОДУКТ, НЕОБХОДИМО
ПРОДУМАТЬ К НЕМУ ОПРЕ-
ДЕЛЕННУЮ СИСТЕМУ ЦЕН-
НОСТЕЙ. ЛИШЬ В ТАКОМ
СЛУЧАЕ ЕГО ЖДЕТ УСПЕХ**

Иван: У нас есть продукт, ко-
торый мы дополняем опреде-
ленными возможностями от
нашей компании и от меня как
от менеджера – то, что я могу
для вас сделать лично: органи-
зовать доставку или какие-то
особые коммерческие условия,
согласовать отсрочку платежа,
помочь в проработке специфи-
кации. Весь этот набор отража-
ется в ценностях, в разрезе ко-
торых работает компания, – это
определенный подход в работе
с проектом, определенные зна-
ния о продукции.

Татьяна: Иначе это будет не-
конкурентный продукт. Хотя

некоторые производители мо-
гут себе позволить не продумы-
вать все “от и до” в виду есте-
ственного развития компании.

То, что сейчас нашим преиму-
ществом является, – это те кир-
пичики, которые постепенно
выкладывались на протяжении
прошлых лет. Все то, что ты пе-
речислил, в руках менеджера
может выступать инструмента-
ми в построении его продаж,
достижения целей – как лич-
ных, так и компании.

Владимир: Это действительно
плюс. У нас есть какой-то ба-
зис, если брать сервисы и про-
чие составляющие моменты,
которые мы предлагаем вкупе
с продуктом. Но, конечно, мы
также ориентируемся и на кли-
ента.

Например, тестирование, кото-
рое мы можем провести, может

быть абсолютно разным. Неко-
торым важно, чтобы оно про-
водилось каким-то конкрет-
ным прибором, конкретной
модели, потому что они у себя
так используют, – им не важ-
но, как делают другие. Либо,
когда просят протестировать,
но где-то на северном полюсе,
куда нужно на оленях доби-
раться – это мы рассматриваем
не только как плюс для клиен-
та, но и для себя. Нам интерес-
но посмотреть, как себя ведет
продукт в критических услови-
ях, тех или иных температурных
диапазонах.

С точки зрения сервисов и про-
дуктов – это помощь для раз-
вития. Мы стремимся сделать
наш продукт в соответствии с
потребностями нашего заказ-
чика, его потребителя.

Не важно, как быстро одно событие сменяется другим, как кардинально переворачивается мир лишь по
щелчку пальцев, – вы всегда можете рассчитывать на нас.

Каждый временной отрезок, в прошлом или настоящем, мы отводим на решение ваших задач, совер-
шенствуя продукцию, повышая качество предоставляемых услуг, оттачивая профессиональные навыки
и просто оставаясь с вами на расстоянии телефонного звонка.

С Тайле надежно в любое время.

Идеальный порядок в шкафу по методу TLK

Организовать себя дается далеко не каждому, а вот организовать кабель в шкафу – получится у всех. Для этого не нужно долго собираться с мыслями, медитировать и зажигать благовония... Достаточно иметь в своем арсенале один из **вертикальных органайзеров TLK** или, например, **новенький zero unit**.

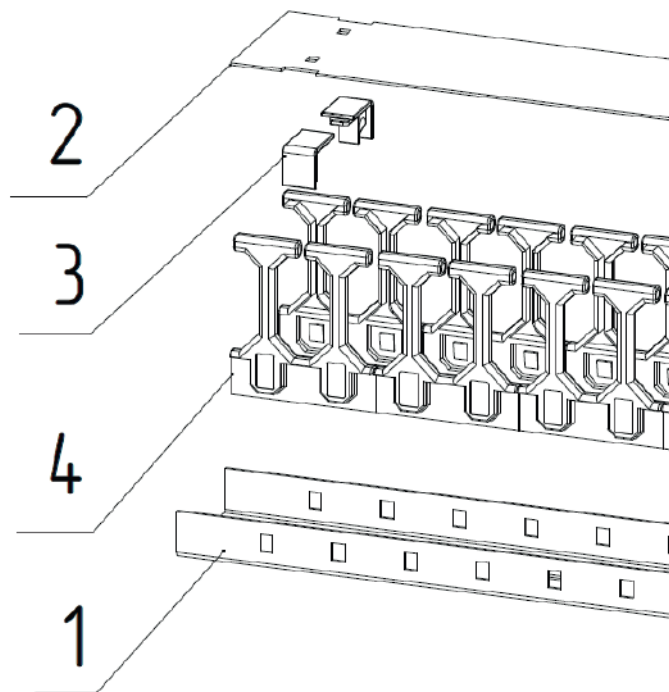


Вертикальный кабельный органайзер TLK-OV70-XXU-ZZ

Новинка 2022 года – вертикальный кабельный органайзер **TLK-OV70-XXU-ZZ**. Он состоит из металлического основания (1), двух легкоъемных крышек (2), пластиковых петель (3) и элементов для разведения кабеля (4). Подобно конструктору LEGO, он собирается и разбирается без крепежного комплекта и всяких инструментов – буквально голыми руками. Так что на его упаковке смело можно ставить отметку 6+.

Перед тем как выпустить его в свет, конструкторы TLK изучили запросы клиентов, проанализировали рынок и произвели тестирование на «удобство разведения» кабельной продукции внутри органайзера. Все это было необходимо для получения оптимальной формы (габаритов) изделия для комфортной работы с ним.

Более ранние версии, например, **TLK-OV650-2-XXU-ZZ**, имеют полностью металлическую структуру, что значительно увеличивает вес изделия, тем самым затрудняя его установку в шкаф. А TLK не любит что-то затруднять.



Авторы статьи:
Елизавета Малярова, старший менеджер по продуктовому маркетингу
Игорь Николайчук, руководитель отдела разработки

Крышек здесь две, и они предоставляют локальный доступ в органайзер, позволяя решать задачи более точно. Крышки **TLK-OV70-XXU-ZZ** можно не только снять, но и открыть, причем одной рукой. То есть можете в одной руке держать кружечку с чаем, аристократично отведя мизинчик, а другой – открывать органайзер. И это не шутка!



Давайте поговорим о боковом пространстве – важнейшей детали изделия. Овальные отверстия для заведения кабеля в «старом» органайзере выдавливаются пряником из листа металла. В обновленной версии стальное боковое пространство полностью заменили пластиковые элементы под кодовым названием «пальцы». В отличие от металлических отверстий пальцы не позволяют кабелю, проведенному через них, перетираться. А все ведь знают, как это важно?!

Один палец, высотой 2 юнита, содержит в себе 2 гребенки по центру юнита. Такое разделение обеспечивает разведение кабеля по всему юнитовому пространству шкафа, и ни один юнит не сидит без дела.



Еще одно преимущество пластиковых элементов в том, что при повреждении (или если захотелось что-то изменить) они легко снимаются, перемещаются и заменяются.

Овальные отверстия в основании позволяют разводить кабель не только по ширине и высоте, но и по глубине. Следовательно, при наличии двух вертикальных органайзеров развести кабель можно по всему пространству шкафа – от края до края. И вновь – ни одного миллиметра, упущенного зря.

Пластиковые пальцы



Пару слов об установке изделия. Она осуществляется при помощи крепежного комплекта «винт, шайба, гайка» через круглые отверстия. А кабель, в свою очередь, крепится к органайзеру стяжками-липучками с мягкой и жесткой пряжкой, а также нарезными текстильными или нейлоновыми вариантами.

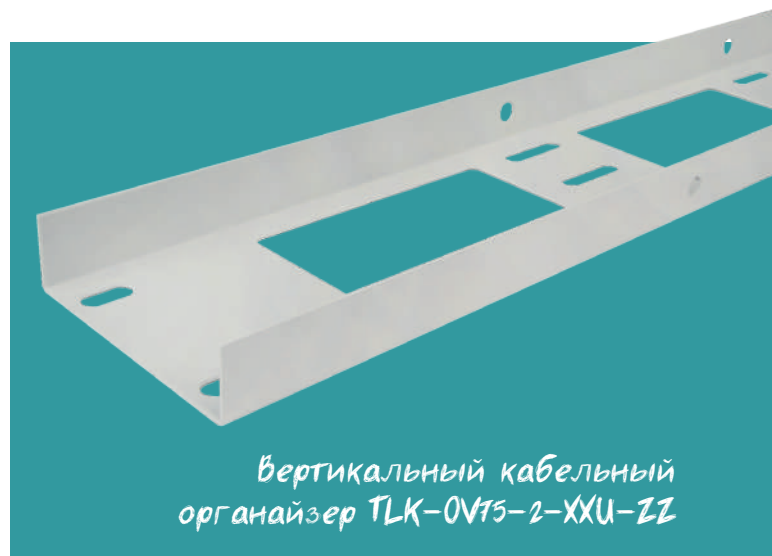
Вертикальный органайзер TLK-OV70-XXU-ZZ является универсальным решением, так как подходит ко всей линейке напольных шкафов TLK шириной 800 мм и высотой 33, 42 и 47 юнитов.

Второй вертикальный кабельный органайзер – **TLK-OV75-2-XXU-ZZ** – также предназначен для организации различного кабеля (патч-кордов, кабеля питания и т.п.). Его можно разместить как в переднем, так и в заднем юнитовом пространстве. Эта великолепная особенность позволяет отказаться от использования горизонтальных органайзеров, сохранив место под оборудование.

Такой органайзер может упорядочить в себе и кабельные линии (кабельные пучки, идущие от патч-панелей) при его установке в пространстве между юнитовыми направляющими. Это позволяет компактно закрепить кабельные трассы внутри шкафа и облегчить доступ к задней части оборудования в будущем.

Использовать такой органайзер можно не со всеми шкафами (а может даже и не нужно), подходит он только в шкафы шириной 600 и 800 мм серии TFI-R.

Аксессуар имеет достаточно компактные размеры Ш75хВххххГ20мм, т.е. его можно разместить в шкафу, даже очень плотно набитом оборудованием. Такой органайзер представлен в нескольких вариантах исполнения: 18U, 24U, 33U, 42U и 47U в черном и сером цветах.



Вертикальный кабельный органайзер TLK-OV75-2-XXU-ZZ

Органайзер представляет собой металлический П-образный профиль и крепится на силовые перемычки напольных шкафов при помощи болтового соединения. По всей высоте органайзер имеет специальные прорези в основании для крепления пучков кабеля стяжками, а также окна, позволяющие выводить через них кабель в сторону (при установке нескольких шкафов без боковых стенок в стек) или идентифицировать расположенные в нем кабельные пучки.





И напоследок, наша новинка – металлический П-образный профиль с разветвленной разнообразной системой перфорации **TLK-ZU-XXU-ZZ** (далее – zero unit или лоток).

Лоток изготовлен из листовой стали толщиной 1,5 мм и предназначен для организации и укладки кабелей, распределения кабельных жгутов, крепления пучков кабеля стяжками, крепления блоков горизонтальных розеток и органайзеров формата 19", одиночных колец, а также может быть использован для крепления вертикальных блоков распределения питания с помощью угловых кронштейнов, и даже безинструментальным способом (да-да, и такой существует).



Установка
кольца



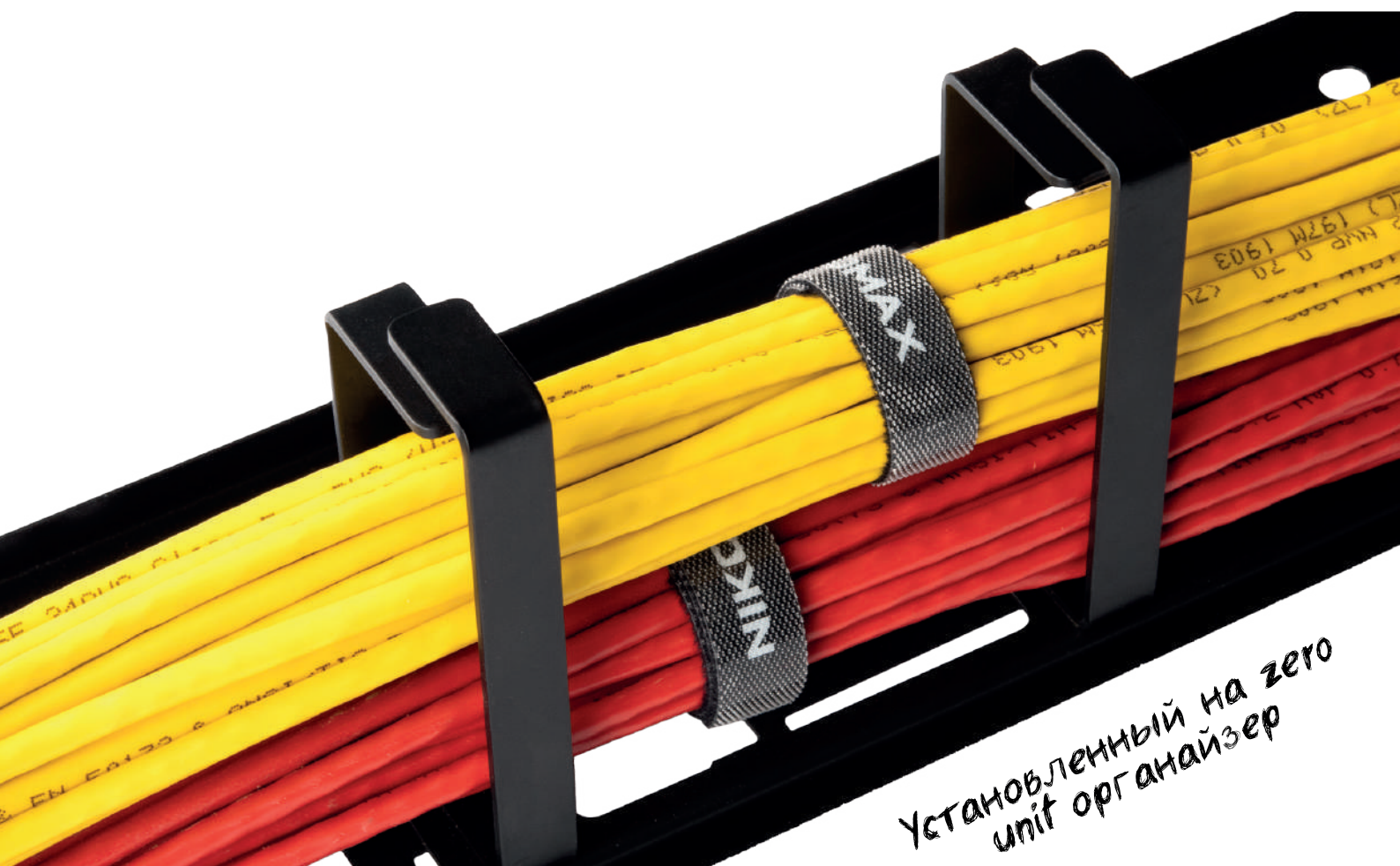
Установка
блоков розеток

Ширины лотка достаточно для установки 2-х вертикальных блоков розеток или 19" кабельных органайзеров. И это не единственная вариация его использования. Лоток имеет окна, позволяющие выводить через них кабель при установке нескольких шкафов в стек или идентифицировать проложенные в нем кабели.

Лоток крепится вертикально на силовые перемычки напольных шкафов серии TFR-R и TFA шириной 600 и 800 мм при помощи болтового соединения. Установка лотка в пространстве между юнитовыми направляющими в шкафах шириной 800 мм позволяет компактно закрепить кабельные трассы внутри шкафа и облегчить доступ к задней части оборудования в будущем.

Изделие, представленное в вариантах на 42 и 47U, имеет достаточно компактные размеры Ш121хВххУхГ10мм, что позволяет размещать его в шкафу с большим количеством установленного оборудования.

Чтобы организовать себя, начните с пространства вокруг, а лучше – с пространства в своем шкафу.



Установленный на zero
unit организатор

Ef-Office

Издание зарегистрировано в Министерстве связи и массовых коммуникаций РФ.
Свидетельство о регистрации СМИ
ПИ № ФС77-63438 от 22.10.2015

При полном или частичном воспроизведении материалов статей ссылка на Ef-office обязательна.

Главный редактор
Виолетта Преловская

Верстка
Алина Старосельская
Полина Демина

Корректор
Светлана Ивченко

Ведущий дизайнер
Максим Ефименко

Фотографы
Елизавета Малярова
Виолетта Преловская
Полина Демина

Адрес редакции
127410, Москва,
Алтуфьевское шоссе, д. 41
Тел.: 8 800 600-72-65
(Звонок бесплатный)
office@ef-office.ru

Бесплатная подписка
www.tayle.ru/ef-office
8 800 600-72-65

Тираж
Распространяется бесплатно
Выход в свет 10.03.2023
© ООО «Тайле Рус»
www.tayle.ru



Возьмите выпуск
в одном из наших
офисов