

Канцтовары в 2026-2027 году — миф или реальность?

Немного идей про маркетинг с ИИ



Константин Румянцев, Ликор, сеть магазинов GrossHaus, Сыктывкар

+7 90 91 200 500 · boss@likor.ru

Чтобы цифры читались одинаково

Кэшник

450 м²

Остальные магазины

35–50 м²

В расчёте

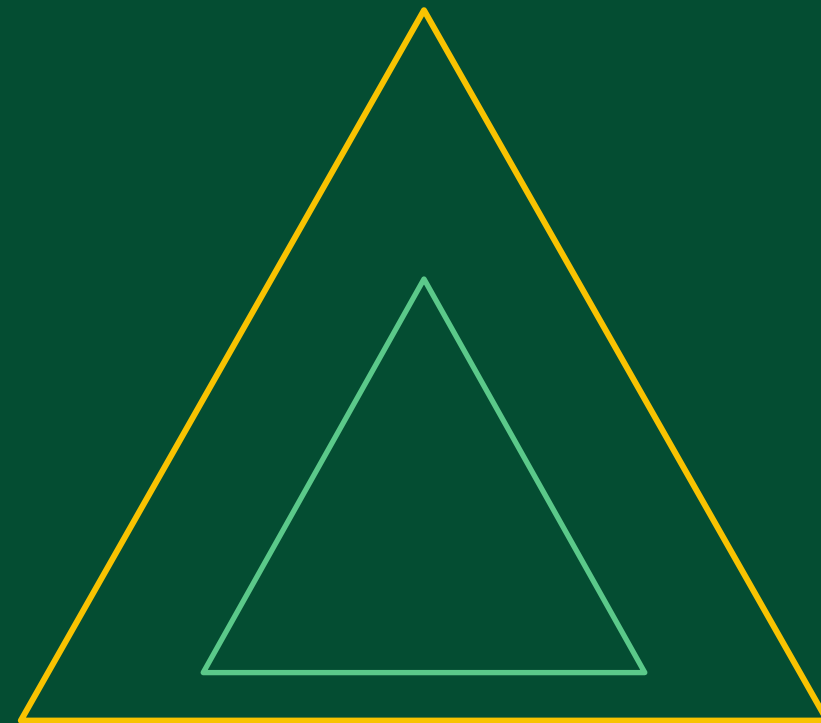
только магазины
старше 2 лет

Динамика

в рублях, август 2026
к августу 2025

Про сезон 2026

«Тренды всё те же — мы все умрём))»



Два формата — две разные жизни

Крупный формат

–15%

Некрупный, 35–50 м²

+15%

Всё это — про «состоявшиеся» магазины. «Хрупкие» — так идохнут

Что это значит для поставщика

1

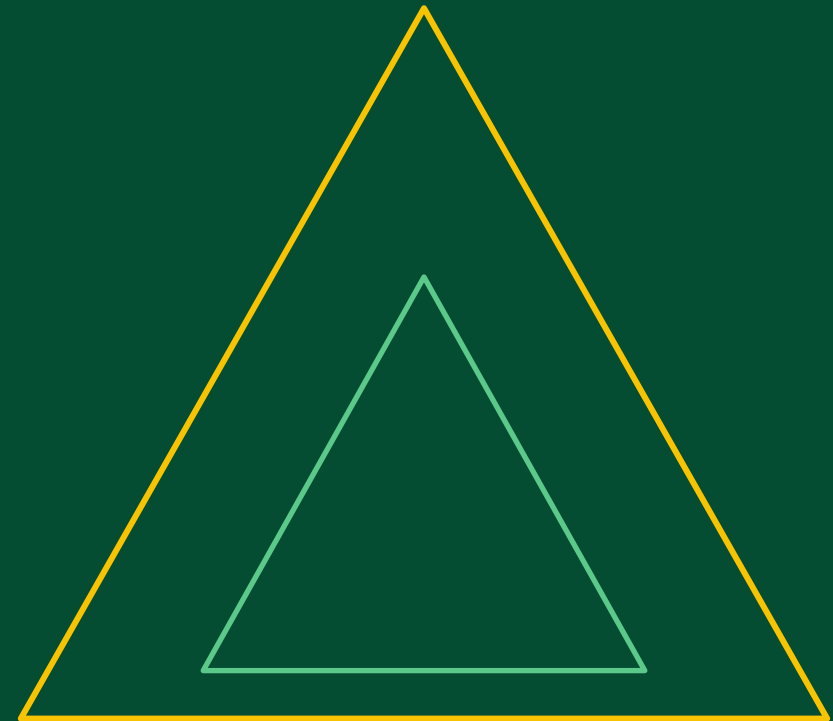
Ставка на крупный формат — против течения

2

Точка роста — некрупные магазины в регионах

Про маркетинг

*Кто и почему не делает того,
что давно пора делать*



Поставщики не делают маркетинг для розницы

Это большая ошибка

1

ErichKrause, Луч, Pilot выделяют деньги — спасибо

2

Но можно эффективнее

Моё предложение

Кладёшь товар на полку — поставщик делает маркетинг

Онлайн — 60%

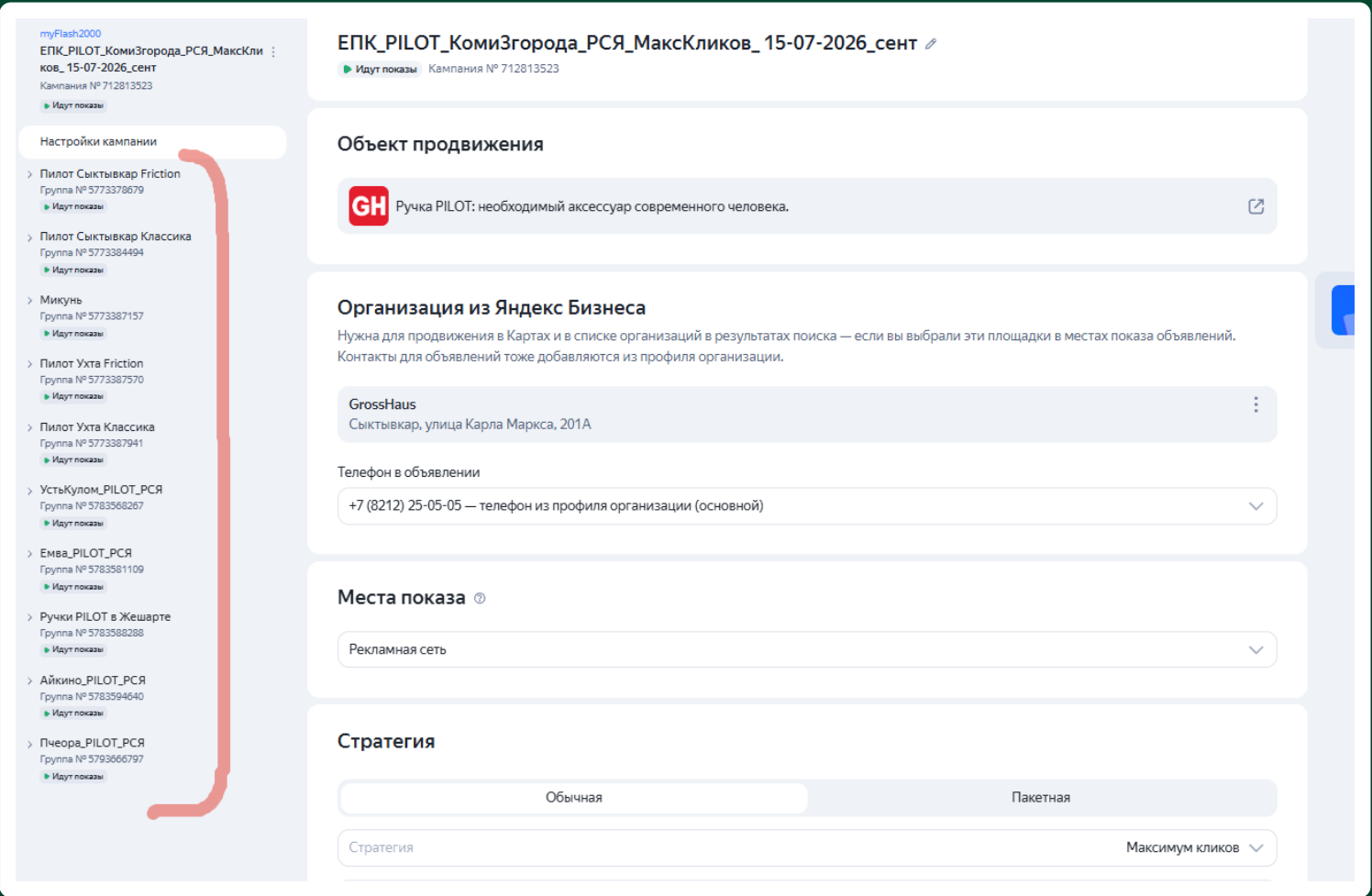
рынка нонфуда

1 ₽ офлайн × 2,5

онлайн доберёт

Откуда я знаю? Сам так делаю

Шаг 1. Кампания в Директе с нужными локациями

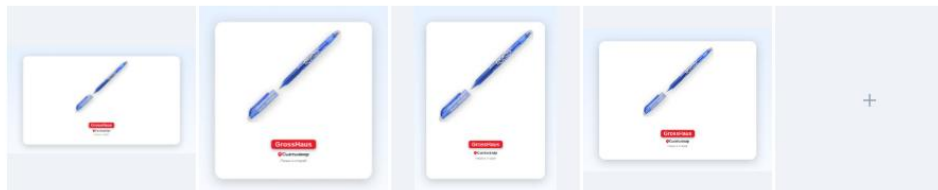


11 групп
по городам Коми

Шаг 2. Креативы для себя

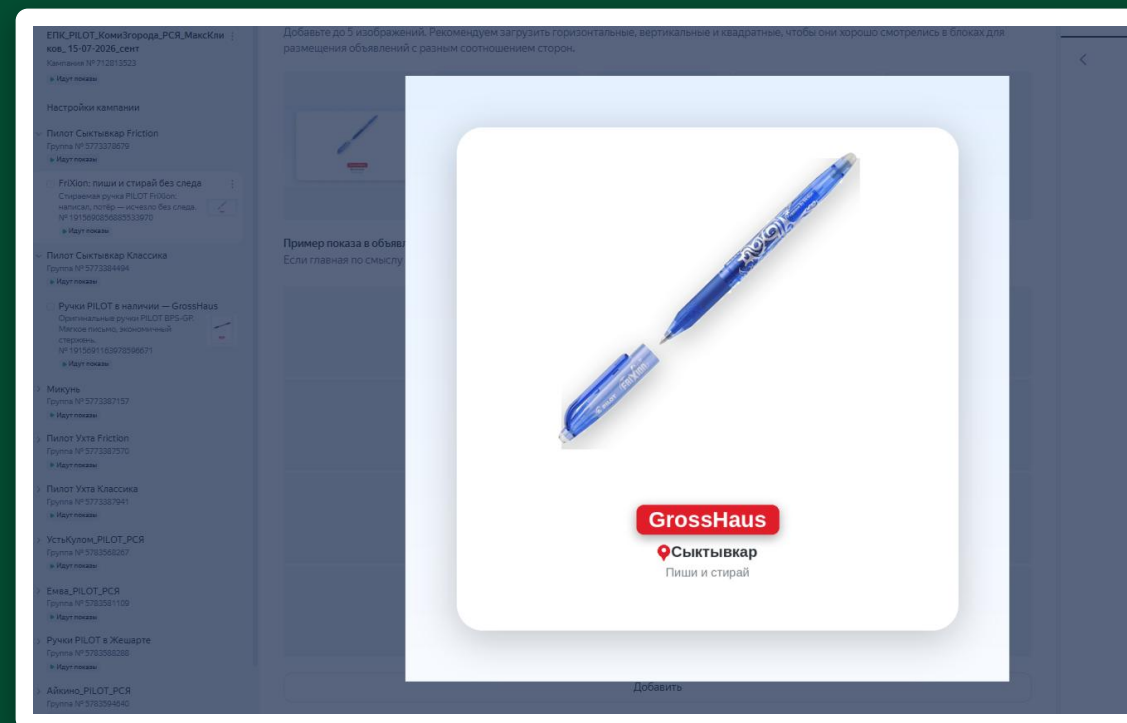
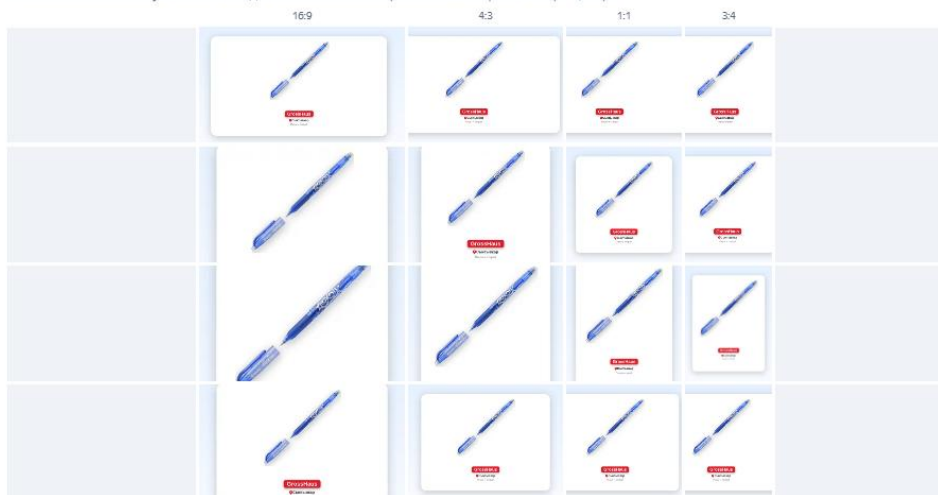
Изображения ②

Добавьте до 5 изображений. Рекомендуем загрузить горизонтальные, вертикальные и квадратные, чтобы они хорошо смотрелись в блоках для размещения объявлений с разным соотношением сторон.



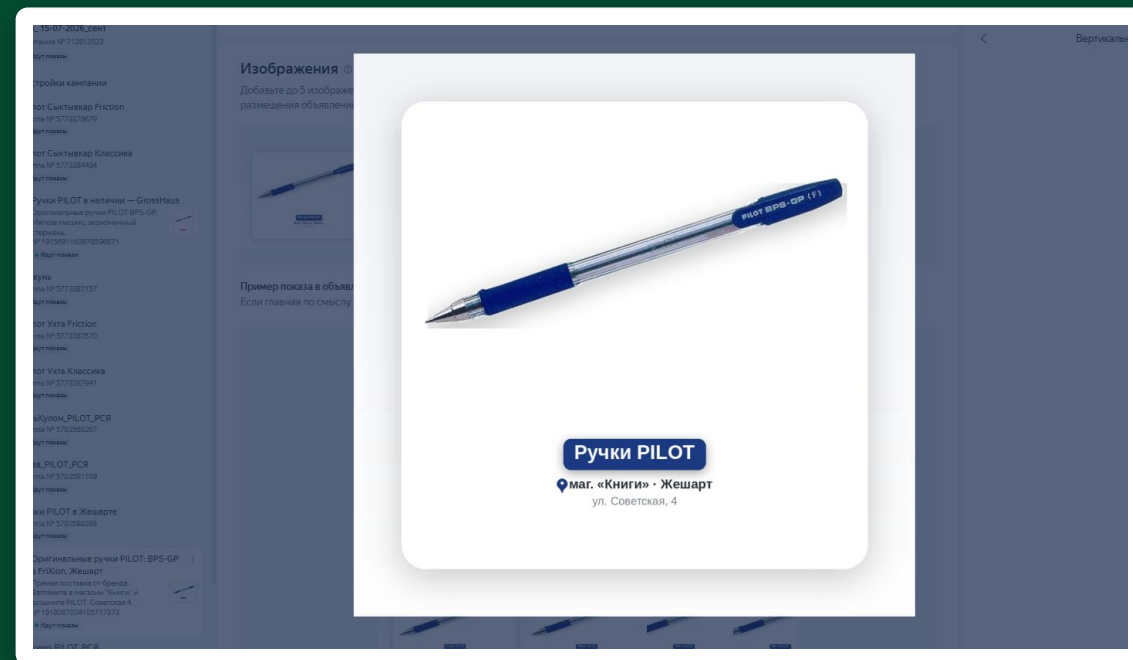
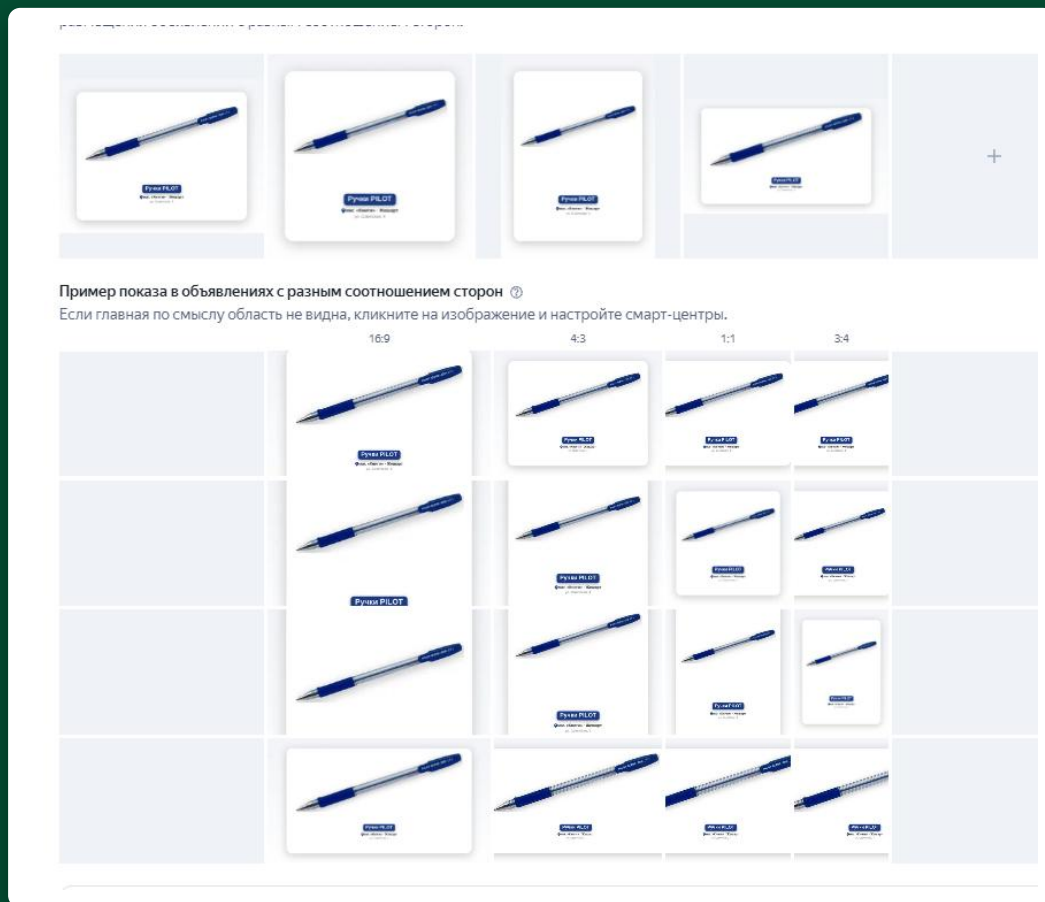
Пример показа в объявлениях с разным соотношением сторон ②

Если главная по смыслу область не видна, кликните на изображение и настройте смарт-центры.



Свой бренд, свой город

Шаг 3. Креативы для партнёров



Себя не указываю вообще: ни слова про GrossHaus — только бренд и адрес партнёра

Шаг 4. Куда приземляю клики

GrossHaus

товары для офиса и школы

Товары ▾ Новинки Бонусы Выбрать магазин

0.00 руб.
Позиция: 0

Сыктывкар: Сеть GrossHaus (ул. Карла Маркса, 201А; ул. Орджоникидзе, 18; ул. Коммунистическая, 46/6; ул. Куратова, 73/6, ТРК «Рубиль») |
Ухта: маг. GrossHaus (ул. Строительная, 2А, ТРЦ «Ярмарка») |
Микунь: маг. GrossHaus (ул. Ленина, 34, ТЦ «Новый континент») |
Корткерос: маг. GrossHaus (ул. Советская, 178) |
Усть-Кулом: маг. «Книги» (ул. Ленина, 1Б) |
Емва: маг. «Княженника» (ул. Коммунистическая, 7) |
Жешарт: маг. «Книги» (ул. Советская, 4) |
Айкино: маг. «Книги и игрушки» (ул. Центральная, 104) |
Печора: маг. «Школьники» (ул. Гагарина, 41; ул. Строительная, 19)



Инженерная история длиной в столетие

Мало кто знает, но бренд **PILOT** появился не в кабинете маркетологов, а в руках японского инженера. В 1918 году профессор Токийского колледжа торгового судоходства Рёсукэ Намики всерьёз озадачился качеством пишущих инструментов — и вместе с коллегой Масео Вадой создал компанию NAMIKI. Позже, отдавая дань общей страсти к морю, партнёры дали бренду имя PILOT — «лоцман», прокладывающий курс.

С тех пор сменилось не одно поколение ручек, а принцип остался неизменным: инженерный подход к, казалось бы, простому предмету.

Что скрывается в стержне BPS-GP

Возьмите в руку PILOT BPS-GP — одну из самых продаваемых моделей в мире. Прозрачный корпус, резиновый упор для пальцев, металлический наконечник. Вроде бы ничего особенного. Но стоит провести линию по бумаге — и разница становится очевидной.

Секрет — в **чернилах на масляной основе**. Их уникальный состав даёт три ключевых преимущества:

- **мягкое, непрерывное письмо** без нажима и пробелов;
- **экономичный расход** — стержня хватает заметно дольше аналогов;
- **никаких подтёков и клэкс** — ни на бумаге, ни на пальцах.



[Наверх](#)

Сайт покупателя
или статья про бренд
у меня — с его
адресами

Акции тоже хорошо «заходят»

GrossHaus
Товары ▾ Новинки Бонусы Выбрать магазин
0.00 руб.
Позиция: 0

товары для офиса и школы

🔍

Акция распространяется на все категории товаров ErichKrause.

Как участвовать?

- Купи товары ErichKrause от **499 руб** (сохрани чек).
- Отсканируй QR-код на плакате, воблере, листовке.
- Зарегистрируйся (имя, телефон, город, магазин) и загрузи чек.
- Выигрывай призы каждую неделю!

В рамках акции будет разыграно **300 подарков!** Каждый покупатель сможет выиграть ценные призы, среди которых ноутбук, планшеты, смартфоны и самое главное — семейная поездка в Москву в «Остров Мечты» для трёх человек!

Пусть подготовка к школьному сезону станет началом увлекательного приключения! Присоединяйтесь к участию в акции, собирайте рюкзак вместе с ErichKrause и выигрывайте полезные призы!

Акция «Собери рюкзак с ErichKrause» проходит с 15 июля по 15 сентября

15 июля – 15 сентября 2026

Выиграй поездку в «Остров Мечты»!

Покупай товары ErichKrause
на сумму **от 499 Р**
и участвуй в еженедельном
РОЗЫГРЫШЕ ПРИЗОВ!

*Подробные условия проведения акции размещены на сайте erichkrause-promo.ru, и по QR-коду

ErichKrause

СУПЕРПРИЗ –

семейное путешествие
в Москву в «Остров Мечты»

ErichKrause — российский бренд канцелярских товаров, присутствующий на рынке с 1996 года. Компания специализируется на производстве и продажах широкого ассортимента канцелярских товаров.

В ассортимент ErichKrause входят следующие категории:

- ✔️ текстовая продукция

GrossHaus Товары ▾ Новинки Бонусы Выбрать магазин

Корзина
0.00 руб. Просмотров: 0

Введите фрагмент наименования или код товара

В ШКОЛУ С ЛУЧОМ

ЛУЧ ПОКУПАЙ, ПРИЗЫ ПОЛУЧАЙ!

1 ИЮЛЯ - 31 АВГУСТА 2026

- 1** ПОКУПАЙ ПРОДУКЦИЮ «ЛУЧ» НА СУММУ ОТ 250Р
- 2** ЗАГРУЖАЙ ЧЕКИ
- 3** ВЫИГРЫВАЙ ПРИЗЫ

* Большой подарок может выиграть от 1 миллиона до нескольких миллионов.
Количество призов в зависимости от даты.

СУПЕРПРИЗ
СЕМЕЙНОЕ ПУТЕШЕСТВИЕ В СОЧИ (ПАРК!)

<https://luch-promo.ru>

Механика поставщика + мои адреса

Как это масштабируется

1

Новый магазинчик → клоню готовую кампанию на его локацию

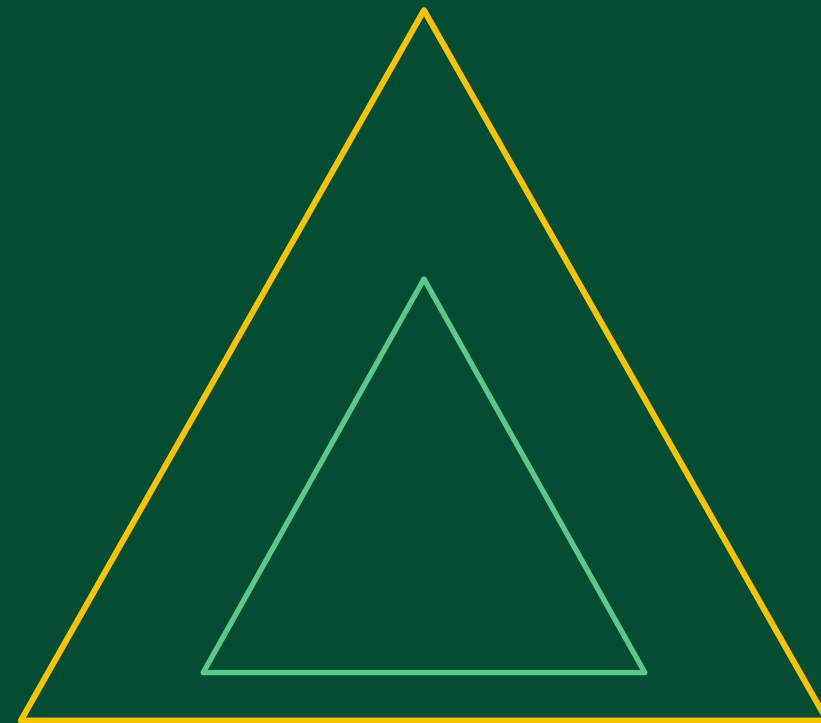
2

Плюс креативы с его названием и адресом

Всё.

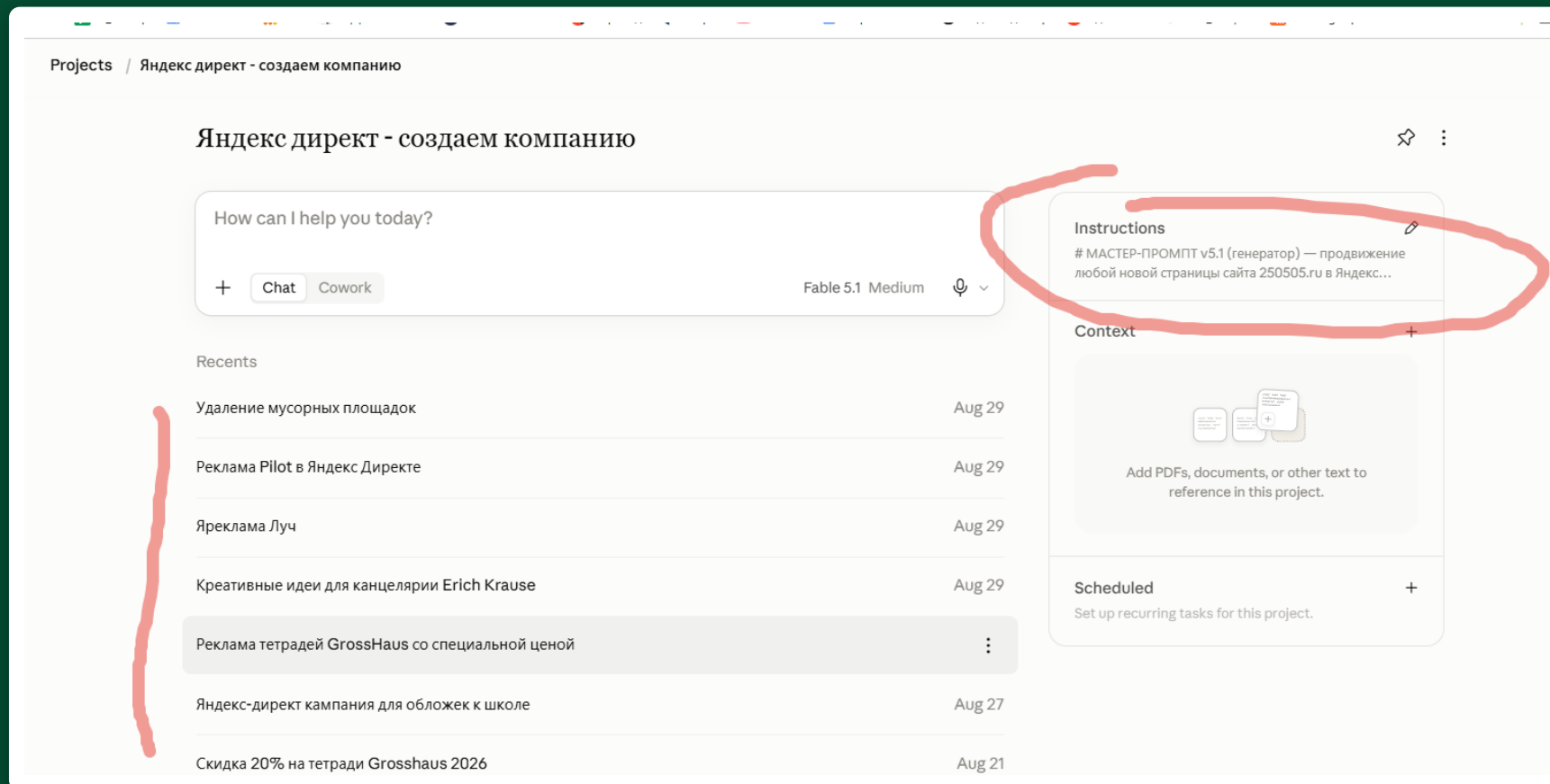
При чём тут ИИ?

*«При том, что сейчас появились
невиданные возможности»*



Проект с мастер-промтом

Кладёте «идеальную» инструкцию: компания, марка, продукт, лого



Все акции сразу в фирменном стиле

На выходе — подробная инструкция

БЛОК 0. ЯНДЕКС МЕТРИКА — ЦЕЛИ ДО ЗАПУСКА

Создать до старта. Путь: **Метрика** → **счётчик** → **Настройка** → **Цели** → **Добавить цель**.

1. Имя цели: **PILOT новость — открытие страницы** — тип **Посещение страниц** → url → содержит → **ruchka-pilot-neobhodimyj-aksessuar**. Сохранить.
2. Имя цели: **Вовлечённость — визит от 60 сек** — тип **Продолжительность визита** → **≥ 60 секунд** (если есть «Вовлечённые сессии» — лучше её). Сохранить.
3. Имя цели: **Просмотр Магазины и Контакты** — тип **Посещение страниц**, url содержит **Stores**; «Добавить условие» (ИЛИ): url содержит **Contacts**. Сохранить.

Проверка: открыть новость, побыть минуту → **Отчёты** → **Конверсии** — у цели **PILOT новость — открытие страницы** загорается конверсия.

Если счётчик не установлен на 250505.ru — сначала создать счётчик, отдать код разработчику, дождаться «Данные получены», потом цели.

БЛОК 1. КАМПАНИЯ (одна на все 5 групп; поля сверху вниз)

Создание: **Кампании** → **Добавить** → **Режим эксперта** → **Единая перфоманс-кампания (ЕПК)**.

1. **Название:** **ЕПК_PILOT_КомиЗгорода_Рся_МаксКликов_бессрочно**
2. **Ссылка на сайт:** URL новости (см. шапку).
3. **Места показа:** только «**Рекламная сеть Яндекса**». Снять «Поиск», «Главная страница и Карты», «Товарная галерея».
4. **Организация (Яндекс Бизнес):** привязать карточку GrossHaus (по

Вплоть до целей
в Метрике

Новый рекламируемый — просто пишешь инструкцию

К акции подключилось несколько партнеров - вот адреса:

Усть-Кулом: маг. «Книги» (ул. Ленина, 1Б)

Емва: маг. «Княженика» (ул. Коммунистическая, 7)

Жешарт: маг. «Книги» (ул. Советская, 4)

Айкино: маг. «Книги и игрушки» (ул. Центральная, 104)

Важно: эти партнеры - не GrossHaus, поэтому нельзя упоминать гроссхаус ни в тексте рекламы, ни в креативах.

В остальном - всё то же самое, только в другой локации.

Сделай продолжение групп и объявлений на эти локации, я добавлю в рекламную компанию.

Thought for 3m 3s >

Понял задачу и ключевое ограничение: партнёры — не GrossHaus, значит бренд GrossHaus не появляется ни в текстах, ни на креативах. Делаю отдельную ветку под 4 партнёрские локации.

Обычным языком, как коллеге

Вуаля — готовая инструкция что менять

Параметр	Усть-Кулом	Емва	Жешарт	Айкино
Имя группы	УстьКулом_PILOT_РСЯ	Емва_PILOT_РСЯ	Жешарт_PILOT_РСЯ	Айкино_PILOT_РСЯ
Гео	Усть-Кулом	Емва	Жешарт	Айкино
utm_campaign	pilot_ustk_rsy	pilot_emva_rsy	pilot_zhesh_rsy	pilot_aikino_rsy
Локальный заголовок	Ручки PILOT в Усть-Куломе	Ручки PILOT в Емве	Ручки PILOT в Жешарте	Ручки PILOT в Айкино
Креативы (все 4 пропорции ×2)	*_ustk_*	*_emva_*	*_zhesh_*	*_aikino_*

Готовые UTM-строки целиком (в поле «Параметры URL» группы):

```
utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign=pilot_ustk_rsy&utm_content={ad_id}&utm_term={phrase_id}
utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign=pilot_emva_rsy&utm_content={ad_id}&utm_term={phrase_id}
utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign=pilot_zhesh_rsy&utm_content={ad_id}&utm_term={phrase_id}
utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign=pilot_aikino_rsy&utm_content={ad_id}&utm_term={phrase_id}
```

Локальные тексты объявления (Т2, свой у города; Т1 и Т3 — общие без бренда):

↓

UTM-строки целиком.
Копируй и вставляй

И сразу готовые креативы

Отображаемая ссылка у партнёрских объявлений — 250505.ru/pilot (домен GrossHaus, но без слова «GrossHaus»). Если решите вести партнёрский трафик не на 250505.ru — поменяю и отображаемую ссылку, и посадочную.

Хотите — впишу эти 4 группы отдельным разделом «Партнёрские локации» в основной файл-инструкцию, чтобы всё лежало в одном месте.

	Pilot frixion ustk 1200x1200 Image · PNG	Download
	Pilot frixion ustk 1920x1080 Image · PNG	Download
	Pilot frixion ustk 1440x1080 Image · PNG	Download
	Pilot frixion ustk 1080x1440 Image · PNG	Download
	Pilot klassika ustk 1200x1200 Image · PNG	Download
	Pilot klassika ustk 1920x1080 Image · PNG	Download
	Pilot klassika ustk 1440x1080	Download

+ Write a message .0, v



Всех форматов Директа

Собственно, это всё

Тупо копипастишь — получаешь приличную кампанию. Плюс инструкции, как сделать её эффективнее.

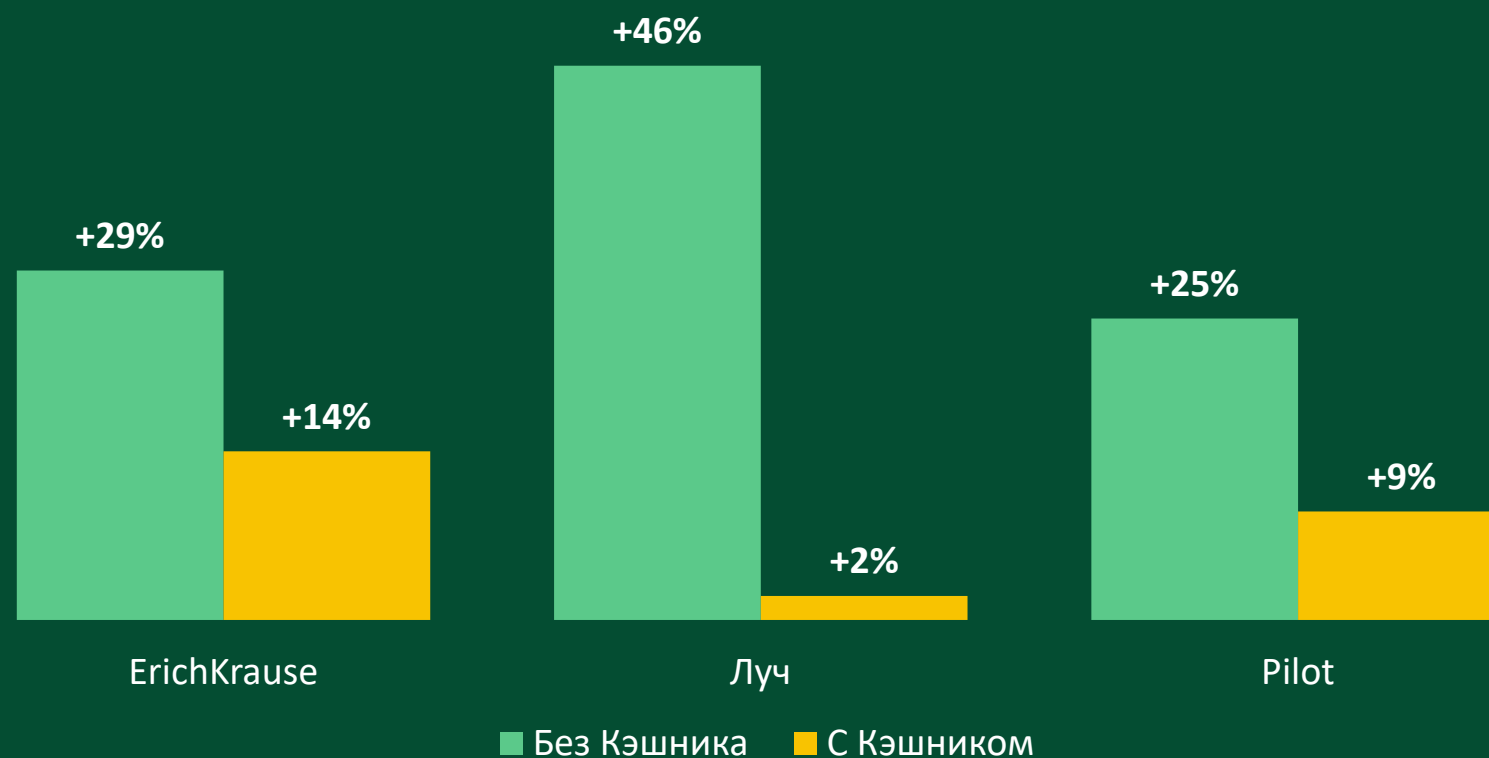
Вывод 1

Я сделал точно не на 5+.
Значит поставщик обязан делать
это намного эффективнее и
намного постояннее

Вывод 2

Остальное тоже можно поручить
ботам — следить и
корректировать хоть ежедневно.
И это ничего не стоит

Каковы результаты? Август



Кэшник

-14%

один магазин съедает
большую часть роста сети

Динамика в рублях, август 2026 к августу 2025, магазины старше 2 лет

Может показаться, что рост не такой уж большой, но:

1

В прошлом году маркетинг тоже был — сравниваем маркетинг с маркетингом

2

Deli без маркетинга: –10%. Год назад с маркетингом: +25%

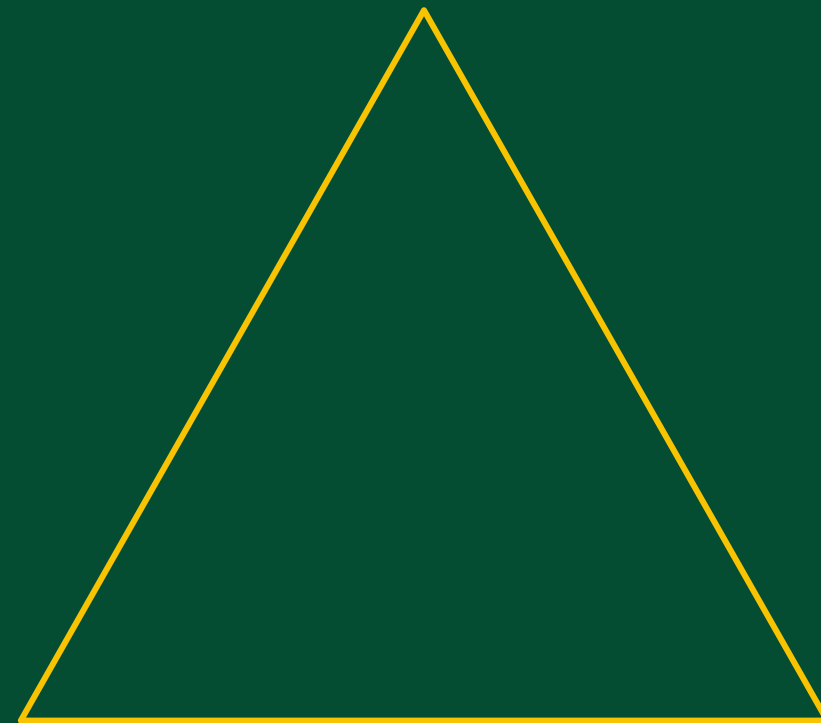
Маркетинг работает. Но можно лучше

Итог

- Мы живем во время ИИ революции
- Идеи для развития еще случаются
- Но их всё меньше
- ВОПРОСЫ?

Константин Румянцев, Ликор, Сыктывкар

+7 90 91 200 500 · boss@likor.ru



Наведите камеру:
контакт в телефоне

