

Бизнес-дары: КОМУ, ЧТО И СКОЛЬКО?

Новый год не за горами, а значит, пришла пора задуматься над вечными вопросами в канун главного праздника: где найти оригинальный подарок, чем удивить близких, друзей, коллег и партнёров по бизнесу? Ведь если для родственников и друзей подобрать подарок достаточно просто, то с бизнес-партнёрами всё сложнее. С одной стороны, нужно соблюсти формальность, а с другой — сделать так, чтобы формальностью это не выглядело. Задача не из легких.

По ранжиру становись

Сегодня многие компании заранее закладывают в свой бюджет расходы на корпоративные подарки и бизнес-сувениры. Дело это нужное и полезное. Но при этом главный вопрос, на который предстоит ответить заказчику: сколько и какие именно подарки необходимо закупить? Есть два варианта решения этой проблемы.

Вариант первый и самый простой: дарим всем одинаковые презенты. Но у такого подхода есть один большой минус. Клиентов одинаковых не бывает. То есть либо приходится дарить не всем, либо у вас мало клиентов, либо много денег.

Вариант второй (большинство, кстати, его и выбирают): делим подарки по ранжиру на две-три, максимум четыре категории. Например, подарки VIP-клиентам, просто клиентам и самые «простенькие» — посетителям офиса в предпраздничный день, из серии «мелочь, а приятно».

Классика жанра

Для тех, кому не очень хочется ломать голову над подарками или кому просто не хватает времени, всегда есть «классика». Это шампанское, конфеты, ручки с гравировкой, ежедневники с тиснением, кружки, настенные календари или ёлочные игрушки. Эти вещи, с одной стороны, проверены временем, с другой — набили оскомину. Их сможет сделать практически любая рекламная фирма.

Но небольшой уход от стандарта — и подарок уже становится оригинальным. По словам директора производственно-рекламной компании «КМС-Пермь» Юрия Серебрякова, самый простой вариант — сменить материал или размер.

Юрий Серебряков:

— Например, квартальный календарь. Почему он должен быть бумажным? Сегодня его можно напечатать на атласе или на двунитке, и тогда он будет выглядеть как холст. Можно сделать его длинным, и даже в виде панно. Нам приходилось изготавливать тканевый календарь размером 140x140 см. Или ещё пример: ёлочная игрушка. Почему это должен быть именно стеклянный шар? Шар может быть деревянный с ручной росписью, или это могут быть плоские деревянные игрушки в стиле ретро — так сказать, из модного экоматериала, в модном ретро-стиле. Вариантов много.

Добавь изюминку

Ещё один немаловажный момент — эксклюзивность подарка, которой можно добиться, сделав памятную надпись (персонализацию). Здесь главное, чтобы фирма, в которую вы обратились, обладала необходимыми технологиями. Правда, иногда сделать нанесение непосредственно на изделие по ряду причин нельзя, в этом случае можно сделать оригинальную упаковку. Для шампанского подойдут тубусы из гибкого шпона, для конфет — ажурные коробочки из берёзовой фанеры, для наборов косметики — симпатичные сумочки из искусственного войлока и многое другое.

При выборе бизнес-сувениров нужно помнить одно золотое правило: для того чтобы подарок был действительно памятным и не стал очередной вещью, просто занимающей место и не вызывающей никаких эмоций, важно, чтобы он выражал получателю заботу дарителя и демонстрировал хороший вкус.

Юрий Серебряков:

— Если ваш бренд не является общеизвестным и престижным, как, например, популярные спортивные бренды, то не стоит делать логотип основным элементом сувенира. Прежде всего, подарок должен быть красивым, оригинальным и желательно полезным, а ваш логотип может скромно в уголке долгие годы напоминать о дарителе.

Процесс выбора деловых презентов всегда будет неотъемлемой частью бизнес-отношений. При верном подходе он непременно поспособствует не только улучшению имиджа дарителя, но и продвижению его деловых интересов.



КМС

ПРОИЗВОДСТВЕННО-РЕКЛАМНАЯ КОМПАНИЯ

Пермь бульвар Гагарина, 73
ул. Дзержинского, 17
ул. Монастырская, 14

www.KMS-PERMЬ.PO