

За гранью каталога

С началом индустриальной эры и появлением конвейера мир развернулся на 90 градусов и взял курс на стандартизацию и поточно-массовое производство. Никто не станет отрицать, что благодаря этому цивилизация смогла существенно обогатиться, создавая огромное количество различных доступ-

ных благ.

Естественно, населению развитых стран индустриализация пошла на пользу. Существенно сократился порог бедности, люди получили доступные товары первой и второй необходимости, рабочие завода Ford могли позволить себе купить выпускаемые ими же автомобили.

Время кустарного, ручного труда, время индивидуальных мастеров, производящих штучный товар, не то, чтобы ушло совсем, но заняло свою строго определенную нишу. Появились понятия одежда «от кутюр» (с французского — высокое шитьё), то есть индивидуальные заказы, эксклюзивные платья, единственные в своем роде; и prêt-à-porter (с французского — «готовое для носки») — массовое производство одежды для среднего класса. То есть во многих видах деятельности произошло своеобразное разграничение: с конвейера сходит недорогая продукция «для

всех», а эксклюзивную, оригинальную вещь «только для вас» сделают в специальной мастерской, причем, понятно, за совсем другие деньги.

Также и с сувенирами. Быстро и легко заказчик может найти всё необходимое для повседневных сувенирных нужд в каталогах компаний-продавцов. Как в супермаркете, там есть полка с товарами первой необходимости, один отдел с дорогими продуктами, другой — с демократичными ценами.

Нечасто заказчики сувениров решаются потратить, в первую, очередь своё время и, возможно, какие-то дополнительные финансы на разработку собственного, индивидуального, что называется эксклюзивного сувенира. А между тем, на такие бизнес-сувениры надо обратить самое пристальное внимание. К тому же сейчас самое подходящее для этого время. Почему? Разберемся ниже.

Зачем нужен индивидуальный бизнес-сувенир?

Мировая тенденция начинает всё больше ориентироваться как раз на создание таких

бизнес-сувениров — не обязательно оригинальных, главное, чтобы именно такого больше ни у кого не было. Все более-менее крупные бренды просто обязаны держать в своем портфеле пару-тройку подобных вещей, хотя бы брелки из PVC в виде собственного логотипа. Кроме того, относительно недавно, собственно, и стало возможно использовать PVC и другие материалы для производства небольших партий какого-либо товара, в том числе и бизнес-сувениров. Раньше китайские (и не только) фабрики просто не брались за заказ на маленькие партии, так как невозможно было окупить пресс-форму, клише и сам процесс производства. Либо такая партия стоила слишком дорого. Сейчас технологии позволяют выполнять и небольшие заказы. Этим не могла не воспользоваться сувенирная отрасль. И ничего удивительного в этом нет. Даже если и придется немного переплатить, то результат, несомненно, будет того стоить.

Судите сами. Некоторые заказчики готовы на стену лезть, лишь бы их собственный сувенир был не похож ни на один другой. А имея дело только с каталогами, добиться этого просто невозможно — вся их продукция представлена в открытом доступе, любой может купить



такую же зажигалку, что и вы. Конечно, может спасти необычное нанесение или упаковка, но бизнес-сувенира эксклюзивного на 100% все равно не получится. Тогда остается один выход — сделать свой собственный сувенир. И поверьте, это того стоит.

Во-первых, очевидна имиджевая составляющая. В собственном сувенире вы можете максимально полно передать тот образ, который и должен, по вашему мнению, олицетворять компанию. Любой, даже оригинальный, интересный и подходящий вам по духу сувенир из каталога не сможет сравниться в области передачи заданного образа с собственным — даже если это простой значок или брелок, но выполненный по вашему эскизу.

Во-вторых, он будет говорить о вашей компании и только о вашей компании. Ведь многие бизнес-сувениры сделаны — как бы это правильнее сказать? — из продукции других брендов. Зажигалки VIG, ручки Prodir, футболки Fruit of the Loom, но с нанесенным логотипом заказчика. А сувенир по собственной разработке не будет выглядеть как чья-то «чужая» пепельница с вашим логотипом, а будет смотреться как от начала до конца продукт, созданный компанией-дарителем.

В-третьих, эксклюзивность. Например, только определенный круг людей получит этот брелок с таким милым котиком, все остальные будут довольствоваться поточно-конвейерными изделиями. Здесь можно даже применить словосочетание «коллекционный сувенир», в том смысле, что выпущен он строго ограниченным тиражом и скоро в свободном доступе его не станет. Это даёт, пусть даже не большую, возможность получателю подарка как-то выделиться, почувствовать себя избранным владельцем почти уникального предмета, которого просто не купишь в магазине.

И наконец, собственный сувенир даёт расширенные возможности для проведения оригинальных рекламных кампаний. Здесь лучше всего привести пример из книги «100 сувенирных историй» (издана рекламно-производственным холдингом «Прагматика», г. Екатеринбург). «Продвижение на рынок новой автомобильной батареи «Мораг» осуществлялось в подразделениях «Крайслер», местных центрах по обслуживанию и главных департаментах по сотрудничеству. Собрав целевую аудиторию, продавцы представили гигантский красный брелок в форме ключа, который также выполнял функцию скребка для льда. Эта вещь, с напечатанным на ней логотипом и надписью «Ваш ключ к удачному старту», сопровождалась текстовым описанием преимуществ нового товара. Дилерам так же была предложена стимулирующая программа «Заряд в лето». По условиям этой программы, удачно продавая товар, они могли выиграть внушительные призы. В течение 45 дней объем продаж новой продукции превысил 8% от установленной цели. С достаточно высокой степенью уверенности можно ска-

Некоторые заказчики готовы на стену лезть, лишь бы их собственный сувенир был не похож ни на один другой. А имея дело только с каталогами, добиться этого просто невозможно — вся их продукция представлена в открытом доступе, любой может купить такую же зажигалку, что и вы.

зать, что без сувенира собственной разработки кампания не была бы столь яркой и, следовательно, навряд ли достигла высоких результатов.

Из выявленных минусов можно назвать уже упомянутую более высокую конечную стоимость индивидуальных сувениров, включающую не только производство, но и разработку. Особенно если речь идёт о более габаритных предметах — легче сделать небольшой значок, чем уникальную подставку для ручек.

Виды индивидуальных сувениров

Здесь мы приведем небольшой обзор наиболее распространенных сегодня типов собственных сувениров. Начнем с самых очевидных. Это, конечно, значки. Точнее, если говорить обобщенно, значковые изделия, к которым также можно отнести подвеску для мобильного телефона, зажимы для галстука, запонки, брелоки из металла и так далее. Часто они приобретаются для использования сугубо внутри компании, как общая составляющая фирменного стиля. «Еще подобные сувениры дарят сотрудникам на юбилей компании, — рассказывает Наталья Олифиренко, директор компании «Олсам», специализирующейся на изготовлении сувенирных значков. — Но, кроме того, их нередко заказывают для распространения на выставках и промо-акциях. А иногда такие сувениры заказывают для последующей продажи». Что касается стоимости производства, то, например, в компании «Олсам» значок размером 20 мм. обойдется в 160 руб. за штуку при заказе партии в 100 экземпляров, и 31 руб., если общее количество партии не меньше 1000 экземпляров. Подвеска для телефона 20 на 20 мм., соответственно, 185 и 53 руб. за штуку, а брелок 40 на 40 мм. — 300 и 98 руб. Для сравнения: цена каталожного металлического брелка колеблется от 20 до 100—130 руб.

Технология PVC (она же ПВХ) тоже поможет создать такой сувенир, какого больше нет ни у кого. Свою безграничную фантазию можно приложить к изготовлению таких разнообразных предметов, как брелоки, магниты, костеры, подставки для телефонов, фоторамки и так далее. Из PVC можно отлить практически любую форму по заранее разработанному эскизу, как плоскую, так и трехмерную, ограничения составляет только толщина изделия (в среднем до 30 мм.). Кстати, изделия из PVC не надо окрашивать — краситель замешан уже в саму массу мате-

риала. К несомненным плюсам сувениров из PVC можно отнести их достаточно высокую износостойчивость. Минусом, на мой взгляд, можно назвать фактуру материала. Всё-таки как-то приятней держать в руках рамку из дерева или металла, чем из ненатурального материала. В то же время в отличие от совсем безжизненного пластика, фактура изделий из PVC более «бархатиста» — как

В еще одну категорию можно отнести бизнес-сувениры, изготавливаемые в авторских мастерских. Здесь уже цена и подход будут качественно другими. Сувениры, рожденные в недрах таких мастерских, предназначены для более серьезных задач и чаще всего имеют приставку VIP.

считают некоторые заказчики бизнес-сувениров. Но для массовой раздачи где бы то ни было — на выставке или на улице — они крайне подходящая вещь. Кстати, особо стоит отметить, что из PVC также можно создать флеш-карту любой формы, и за такой сувенир вам будут благодарны всегда, не важно из какого материала он сделан. А оригинальная форма, как уже говорилось выше, добавить к нему все вышеперечисленные преимущества.

Веще одну категорию можно отнести бизнес-сувениры, изготавливаемые в авторских мастерских. Здесь уже цена и подход будут качественно другими. Сувениры, рожденные в недрах таких мастерских, предназначены для более серьезных задач и чаще всего имеют приставку VIP. Даже самая богатая в мире компания не будет раздавать их у метро, но вручит их ключевым клиентам или партнерам, которые, будуче уверены, по достоинству оценят подобный подход. Среди таких сувениров часто можно встретить нефункциональные предметы — статуэтки, поздравительные таблички. Большой процент этой категории представляют предметы для офиса, точнее аксессуары

для солидного директорского кабинета — держательница для визиток, пресс-папье, подставка для ручек, часы. Наиболее распространенный материал для сувениров этой категории — стекло и металл, в том числе и драгоценный. Но есть небольшой сегмент и более демократичных авторских подарков, и для их изготовления чаще всего применяют керамику.

Напоследок

Несмотря на обилие лестных слов в пользу индивидуального сувенира, автор ни в коем случае не считает их единственно возможным или преимущественным вариантом деловой и рекламной коммуникации. Отнюдь. Иначе если бы у бизнеса действительно была необходимость заказывать только такие подарки, многочисленных каталогов просто бы не существовало. Но они существуют, и спрос на представленную в них продукцию постоянен и стабилен. Хотя бы потому, что они могут помочь конечному заказчику сэкономить на сувенирной продукции, и иногда весьма существенно. Да и сегодняшнее разнообразие каталогов и миллионы представленных в них артикулов позволяют, при должном старании, найти сувенир близкий к индивидуальному. Кроме того, большую роль играют нанесение, упаковка и другие инструменты, позволяющие привнести в стандартный сувенир новые смыслы. Это тоже интересная работа, благодаря которой эффект от сувенирной коммуникации может существенно возрасти, и в последнее время конечные заказчики всё чаще подобным образом «тюнингуют» свои деловые подарки (на эту тему мы поговорим в следующем номере). Поэтому, когда возникает необходимость применения бизнес-сувениров, надо, как всегда, сначала поставить перед собой четкие цели, которые необходимо достигнуть этой коммуникацией, а уже потом определиться со средствами. Если, как, например, в случае с автомобильными батареями «Мораг», без собственной разработки пусть простенького, но оригинального сувенира не обойтись, то лучше не скупиться на средства и силы и сделать его.

Примерно как и в обычной жизни: для некоего особого застолья может и действительно надо поехать в деревню, чтобы там купить по-настоящему свежего и вкусного гуся, а для повседневного ужина вполне сойдет бройлерная курица.

Александр Лёвкин



Beyond the catalogue

Author of this article talks about some advantage of the business-gifts, which can not be founded in catalogue, but which can be order. We call such gifts as own, individual or exclusive. Such gifts can be: trinkets, signs, watches, statuettes and etc.