

Говорят профессионалы

В ПОИСКАХ ОРИГИНАЛЬНОГО ПОДАРКА

Автор: Александр Лёвкин



В последнее время участники сувенирного рынка озабочены проблемой поиска оригинальных бизнес-сувениров. Рынок перенасыщен брелоками и зажигалками и хочется чего-нибудь необычного, но чего именно, не всегда знают даже профессионалы. Чтобы немного прояснить ситуацию и понять, какими бывают оригинальные подарки и как избежать абсурда в поиске креативных решений для бизнес-сувениров, журнал «Лидер МАПП» поговорил с руководителем проекта «GIFTSPARK» Анной Пчелкиной (рекламное агентство «МАЙ»). Сотрудники агентства уже не первый год на фоне сувениров в стиле «casual» предлагают своим заказчикам яркие нестандартные решения.

— Какой сувенир можно назвать оригинальным? То есть где проходит грань между оригинальным и не оригинальным подарком?

— Проблема оригинального сувенира сегодня стоит остро. К нам часто обращаются с просьбой сделать сувенир, характерный для отрасли заказчика. Например, если это нефтяная компания, то она, как правило, готова подарить своим партнерам сувенир в виде нефтяной вышки или масляной лампы. Это было оригинально пять лет назад, сегодня этим никого не удивишь. Наша компания старается предложить заказчику действительно оригинальный сувенир. Например, что может подарить своим партнерам компания, специализирующаяся в области предоставления финансовых услуг? Визитницы, зажимы для денег...? Нам показалось это не очень интересным. Мы обратили внимание на корпоративные ценности компании, на ее молодой динамичный коллектив. В итоге подарок



www.giftspark.ru

получился простым, но оригинальным — пара настоящих боксерских перчаток, с логотипом и слоганом компании, который по достоинству был оценен его получателями.

— А какой оригинальный подарок Вы бы предложили в качестве промо-сувенира?

— В промо-сувениры гораздо легче вложить интересную креативную идею. Если навскидку — можно наделить функционалом логотип компании или другой элемент фирменного стиля. Кто обратит внимание просто на флешку — обыкновенный пластиковый прямоугольник с логотипом? А вот флешка в форме логотипа компании или отраслевого продукта — уже интереснее. Надо уметь выделяться.

— Получается, каталоги можно даже не смотреть?

— Каталоги однозначно имеют право быть! Производство оригинальных сувениров — это длительный процесс. Не у всех компаний есть возможность ждать больше месяца, а чаще всего о сувенирах вспоминают вообще в последний момент, но это не означает, что сувенир должен быть стандартным. Каталоги ежегодно обновляются. В них можно найти интересные «неизбитые» идеи, но есть и некоторые минусы:

— каталоги находятся в свободном доступе и через некоторое время оригинальность и новизна идеи теряются; — в процессе просмотра каталогов от обилия сувениров в голове образуется калейдоскоп из картинок при полном отсутствии конкретики.

Поэтому если стоит задача выбрать бизнес-сувенир из каталога или разработать оригинальный подарок, который запомнится, имея до мероприятия некоторый временной запас, лучше обратиться к профессионалам.

— А как Вы считаете, что важнее в бизнес-сувенире — практичность или ею можно пожертвовать в угоду оригинальности?

— Сегодня оригинальность гораздо важнее. Практичный подарок можно самостоятельно купить в любом специализированном магазине*. Вы хотите подарить партнеру или своему сотруднику визитницу с логотипом Вашей компании? Задумайтесь, а какое количество визитниц уже есть

у делового человека на его рабочем столе? Бизнес-сувенир уже не просто знак внимания, он должен быть заметным и уметь выделять компанию-дарителя, в противном случае, подарок просто не решает свою задачу.

— То есть, если бы эта визитница была, скажем, в форме лягушки, то она непременно пришлась бы по вкусу получающей стороне?

— Если она при этом еще бы прыгала по столу и квакала, думаю вполне. Получатель, как минимум, отметит и запомнит компанию-дарителя.

— А если серьезно, ведь такой безудержный креатив может отпугнуть клиентов и партнеров. Как быть строгим консервативным компаниям?

— Конечно, чувство меры и гармония просто необходимы. Строгие консервативные компании тоже могут, и, наверное, должны делать оригинальные подарки, просто в этом случае, креатив будет более сдержанным. Ведь оригинальность не только привлекает внимание, но и демонстрирует своеобразную игру ума, умение находить интересные яркие решения.

Смелый, дерзкий креатив больше подходит брендам, ориентированным на молодежную аудиторию или рекламным агентствам — наши подарки всегда должны удивлять. Ведь хорошее рекламное агентство — это фабрика креатива.

*По мнению редакции, оригинальный подарок может быть только массовым (единичный экземпляр подразумевает понятие «эксклюзив»), исходя из этого, оригинальность и практичность должны в нем сочетаться, пусть и не в равной степени. ☒

Looking for an original gift

Do souvenirs need to be useable or original nowadays? A lot of professionals working in the souvenir industry discuss this issue. In her interview for the Leader IAPP magazine, Director of the GIFTSPARK project Anna Pchelkina shares her opinion about original business souvenirs. She thinks people give a lot of souvenirs as gifts nowadays, and it is important to distinguish from others.

