

«СЛАДКАЯ ЖИЗНЬ» против финансового кризиса

Автор: Александр Лёвкин

Прежде, чем спокойно вздохнуть и начать наслаждаться заслуженными новогодними каникулами, сотрудникам рекламных отделов крупных (да и не очень) компаний приходится как следует поработать. И главная «головная боль» – это именно бизнес-сувениры. Они не только суровая необходимость, правило хорошего тона, которое нельзя нарушать, но и повод в очередной раз напомнить о себе. Сделать это красиво и оригинально – вот главная задача специалиста рекламы. В интервью журналу «Лидер МАПП» руководитель PR-проектов ОАО «КИТФортисИнвестментс» Татьяна Николаева рассказала о том, как идёт подготовка к Новому году в их компании. А также о том, как подсластить горькую пилюлю наступающего кризиса.



— Какой примерно бюджет планируете потратить на новогодние бизнес-подарки?

— Средняя цена по подарку составит около 1000 рублей за единицу. Если учесть всех агентов и партнеров, с которыми мы работаем, новогодние бизнес-подарки обойдутся нам примерно в 500-800 тысяч рублей.

— Расскажите, какие подарки будете вручать сотрудникам компании, её партнерам, клиентам? Какие VIP-подарки вы подготовили в этом году?

— В нашей компании основную нагрузку несет идея, ее задача и внутренне наполнение, а не цена вопроса. В нынешних непростых финансовых условиях мы готовим «Набор для сладкой жизни», название рабочее, думаю, до момента вручения еще претерпит изменения. Не исключаю, что среди читателей вашего журнала есть те, кому будет вручен подарок, поэтому говорить про его содержание заранее не буду, упомяну только, что это вкусно и, конечно же, съедобно. VIP-подарки, будут отличаться от средней категории только своим объемом.

— Какая концепция, смысловой посыл будет вложен в ваши новогодние бизнес-подарки?

— Как я уже говорила, сейчас российский и мировой финансовые рынки переживают очень непростые времена, отголоски которых могут продлиться и в будущем году. Мы хотим своим подаркам настроить людей на оптимизм и подарить им приятные и сладкие минуты, несмотря ни на что. Сгладить, так сказать, горечь переживаний.

— Кто должен заниматься разработкой новогодних бизнес-подарков: непосредственно рекламный отдел компании или, например, рекламное агентство? Опишите этапы создания новогоднего бизнес-подарка от компании «КИТФортисИнвестментс».

— Кто должен? Чтобы рекламное агентство смогло предложить нашей компании подарок, который мы утвердим, это рекламное агентство должно очень хорошо «чувствовать» компанию. Дарить просто брелки, диски или даже очень дорогие настольные офисные сувениры мы никог-

да не будем. Лучше от подарка совсем отказаться. Разрабатывая концепт, мы идем от ценностей компании, ее преимуществ, от того, что мы хотим выразить, сказать о компании через подарок. Затем добавляем к нему дополнительный смысл – что в этом году мы хотим пожелать клиенту, затем придумываем форму и содержание. За ними следуют технические вопросы – поиск и выбор одного или нескольких подрядчиков, выпуск сигнального экземпляра и так далее.

— Офисы «КИТФортисИнвестментс» расположены в Петербурге, Москве и Казахстане. У компании более 45 агентов по продаже продуктов, множество партнеров и клиентов. Вы делаете одинаковые подарки для всех?

— Да. Для нас не имеет значения, где географически находятся наши партнеры, мы дарим в первую очередь идею и хорошее настроение. По моему мнению, в прошлое уходят времена, когда лучшим подарком была 10-килограммовая банка черной икры или ее эквивалент. Теперь можно удивить только смыслом или необычной подачей презента. Подарок должен понравиться и запомниться, а не стоять гранитной глыбой сверху ведра с квашеной капустой в качестве утяжелителя.

— Есть ли у Вас план, какие бизнес-сувениры будете использовать в будущем году?

— Есть планы, на Дни рождения клиентов хотим использовать современные электронные фоторамки, но не пустые, а с содержанием.

— Лично Вам, какие новогодние бизнес-подарки, подаренные в прошлом, особенно запомнились?

— Из новогодних ничего вспомнить не могу. Но запомнился другой подарок-сувенир, который пришел как рекламный носитель вместе с визиткой компании – рыболовный крючок, а к нему прилагалось письмо с интерпретацией смысла: «вы у нас на крючке». Вот такие вещи действительно цепляют. ☒

The whole world has got ants in their pants; the financial crisis is making its headway. However, KIT Fortis Investments is not going to give up or panic. This asset management company is preparing New Year business gifts for its numerous partners and clients at full speed. Director of the KIT Fortis Investments' PR Department Tatiana Nikolayeva informed the Leader IAPP magazine that they were preparing a "La Dolce Vita Gift Set." The company plans to inspire optimism in its clients and provide them with precious and "sweet" moments to help them rub through the hardships of the crisis.

