

## Целимся подарком в десятку или подарок как способ коммуникации

Для чего мы дарим подарки нашим клиентам, потенциальным покупателям, партнерам, коллегам? В каждом отдельном случае мы преследуем ту или иную цель. Но, заметьте, цель присутствует всегда! Например, в одном случае мы хотим с помощью рекламного сувенира оповестить, чем наша компания занимается

и как с нами связаться. В другом — стремимся с помощью подарка укрепить отношения с «нужными» людьми — поставщиком, госчиновником, партнером, представителем СМИ.

Много факторов влияет на то, чтобы наш бизнес-сувенир попал в цель и не промахнулся. Много уже говорилось и про целевые группы, и про оригинальность подарков, и про функциональность сувениров и т.п. Конечно, все это способствует тому, чтобы подарок действительно попал в нужные руки, понравился «нужному» человеку, оставил информацию о нашей компании или напомнил постоянно о ней. Но есть еще один немаловажный момент, который не учитывается в большинстве случаев при выборе подарка — это степень открытости человека, который будет пользоваться Вашим бизнес-сувениром в дальнейшем.

Было бы неправильно игнорировать эмоциональное состояние человека, в котором он находится, когда пользуется нашим подарком! Ведь, чем человек расслабленнее, благодушнее настроен, тем легче наше рекламное сообщение дойдет до него, ляжет на благодатную почву. А также подсознательно знание о нашей компании будет ассоциироваться с чем-то хорошим, положительным. Назовем для удобства такое внутреннее состояние человека — «открытым».

И наоборот, чем человек напряженнее, скованнее, тем труднее «пробиться» к нему. Как правило, человек на работе собран, неосознанно выстраивает вокруг себя барьеры. Назовем такое состояние — «закрытым».

А теперь ответьте, когда наше послание легче пройдет через его барьеры? Правильно! В «открытом» состоянии, когда наш директор сидит с друзьями и попивает пиво из кружки, на которой красуется логотип вашей компании (например, как на рис. 1).

Давайте теперь подумаем, в каких ситуациях человек находится в «открытом» состоянии и, сам того не осознавая, готов впитывать нашу информацию. Наверняка можно назвать следующие:

1. человек в кругу друзей,
2. человек в кругу семьи,
3. человек в минуты короткого отдыха,
4. человек в повседневной жизни.

Разделение условное, но суть одна — человек готов к положительному восприятию информации.

Приведем примеры подарков для вышеперечисленных ситуаций.

1. Человек в кругу друзей.

Станет центром внимания всей компании оригинальный и нужный подарок «Последний герой» (см. рис. 2)! Этот набор для выживания включает кучу мелочей, необходимых настоящему



рис. 5

мужчине: компас, спички, леску, рыболовные крючки, ну и конечно, сапёрную лопатку!

Ну а «мастерок», изображенный на рис. 3, размягчит даже самые суровые сердца!

2. Человек в кругу семьи.

Здесь весьма актуальными окажутся корзина для пикника (см. рис. 4) и плед со специальными ремешками и ручкой-держателем (см. рис. 5).

Фотографии близких и дорогих людей на рабочем столе создадут ауру вокруг Вашего логотипа на фоторамке (см. рис. 6).



рис. 1



рис. 3



рис. 2



рис. 4

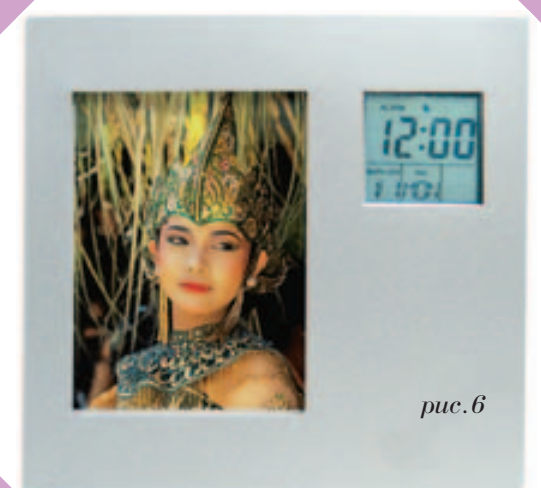


рис. 6

### 3. Человек в минуты короткого отдыха.

Существуют такие подарки, которые относятся к серии «Релакс». Т.е. их использование расслабляет человека, успокаивает, отвлекает от рабочей суеты, настраивает на спокойный философский лад — т.е. делает человека на какое-то время «открытым» даже на работе.

Примером такого сувенира является прибор «Relax» (см. рис. 7), ко-



рис. 7



рис. 9



рис. 8

торый совмещает в себе радио, часы, календарь и (главное!) возможность воспроизведения различных звуков природы: как шумит летний лес, как журчит горный ручей, как бьется наше сердце, как пле-



рис. 10



рис. 11



щутся волны океана, как идёт дождь и многое другое! Уместен и в офисе, и дома.

Хорошо помогает сбросить напряженность и набор для кабинетного гольфа (см. рис. 8).

Традиционным новогодним подарком являются свечи — ничто так не умиротворяет, как горящая свеча! Свечи могут быть как простые, но с интересным оформлением, так и ароматизированные (см. рис. 9).

### 4. Человек в повседневной жизни.

В эту группу входят подарки для личного пользования. Например, такие как зонт или портмоне (см. рис. 10). Или набор инструментов для автомобиля (см. рис. 11), у которого 36 функций, — не раз помянет Вас добрым словом владелец такого суперчемоданчика!

Да, цели, к которым мы стремимся разные, но есть один общий момент, который важен при вручении подарка. Мы хотим, чтобы поставленная цель действительно была достигнута! Надеюсь, данная статья поможет Вам с помощью сувениров более эффективно достигать своих целей! Удачи! ●

**Ирина Гришина,**  
руководитель отдела маркетинга группы компаний «КАЛЕЙДОСКОП»