

# ЕСЛИ ВРЕМЕНИ НЕТ...

## (В помощь рядовому маркетологу)

«Времени нет! Все надо сделать очень быстро! Три вида сувениров, наш логотип на каждом, презентация через месяц. Жду Ваших предложений через два дня и ни минутой позже!»

Вы думаете, я ждал что-нибудь другое? Нет, но за что же такое наказание? Вечно мы куда-то торопимся. Сидел бы дома, книжки читал. Теперь «перелопатить» гору каталогов, выклянчить фото, показать боссу, он скажет, это же зеленый, доказывай ему что есть,

точно такой же, только синий. Вот она, судьба рядового маркетолога. Дотянуть бы до пенсии или хотя бы до отпуска. Как бы себе жизнь облегчить? Ну и утро...

Не расстраивайся, милый рядовой маркетолог, поможем! Для начала нужно определиться с допустимыми затратами и видом подарка. Здесь понадобится наша **уникальная таблица**, разработанная специалистами фирмы «ОЛПРИНТ» для нового каталога «МИР СУВЕНИРОВ 2006-07». В предложенном перечне все сувениры указаны в порядке увеличения цены, от 15 центов до 5000 долларов! Просто и гениально, не правда ли? Сэкономили массу времени!

Далее, тематика. Работаешь ты, например, в строительной компании или в банковской отрасли, или, если совсем повезло, в нефтяной, и захотелось боссу сделать дилерам смысловые подарки. Да нет ничего проще! Открываешь тематическое приложение нашего каталога и выбираешь нужный сувенир указанного направления де-

ятельности. Начальнику говоришь, что работал всю ночь, чтобы сделать выборку (дружеское похлопывание по плечу, завистливые взгляды коллег), а сам...ну, ты знаешь, всегда найдется, чем заняться. (Уважаемое руководство, мы надеемся, что не ошеломили Вас этим откровением, надо же рядовому маркетологу как-то выживать, простите его!)

А теперь (оркестр, форте!) наше последнее ноу-хау. Суть нового подхода заключается в том, что мы разбили основную массу бизнес-сувениров, поставляемых на наш склад, по цветовому признаку и поместили данные группы в наш каталог. Проще говоря, теперь не надо тратить много времени, дабы найти что-нибудь красненькое, и ломать голову, как бы из этой картинки с зелеными часиками сделать желтые, чтобы босс «представил». И это при широчайшем предложении!!!

Было установлено, что самые популярные цвета, предпочитаемые клиентами для собственного фирменного лого, это синий и черный, далее идут красный, зеленый и желтый. А знаете ли Вы, что синий цвет означает интеллект, творческие способности, красный говорит об агрессии и безудержной сексуальности, белый – это чистота и

непорочность и т.д. Видимо, дизайнеры, разрабатывающие символику той или иной фирмы, либо пользуются своими познаниями в области науки о цвете, либо данные предпочтения являются подсознательными. Имеют значение и вид продукции (нефть-черный, синий, золотой,



электроника-цвета, вызывающие доверие к качеству (синий, серебро)), и репутация компании (крупное консалтинговое агентство-независимость, надежность (серебро, синий, черный)), и стратегия развития (активное наступление-красный, оранжевый), и возраст целевой группы покупателей (дети-яркие, веселые цвета), и даже территория деятельности (мусульманские страны-зеленый) и т.д.

Именно поэтому в каталоге «МИР СУВЕНИРОВ 2006-07» представлены разделы рекламных сувениров в основных заказываемых цветах. И если Вам предстоит выбрать целый комплект сувениров в разных цветовых группах, это займет совсем немного времени благодаря нашей **цветовой классификации**. Компания «ОЛПРИНТ» старается сделать все возможное, чтобы Ваша работа с нами была приятно быстрой, надежно стабильной, а главное, взаимовыгодной!!! Милый рядовой маркетолог, мы тебя ждем!

Ведущий менеджер фирмы «Олпринт»,  
Юлия Цветкова

