

# СЕРВИС В ПОДАРОК

## О том, чего так не хватает российскому бизнесу в целом и рекламно-сувенирному в частности

Три дня из жизни молодого рекламщика, перед которым встала нелегкая, но почетная задача выбора подарков к волшебному празднику под названием «Новый год».

18 октября

Идет второй месяц моего испытательного срока в рекламном агентстве. Институт остался позади, и я с азартом применяю на практике полученные знания. Руководство поставило передо мной задачу подобрать для клиента подарки к Новому году. Разумеется, у нашего Агентства есть наработанные контакты по сувенирке. Но шеф попросил «промониторить»



сайте успел подсмотреть). «Эти, к сожалению, закончились», – был ответ. Сожаления, правда, в голосе не чувствовалось, а вот досады на то, что я поздно «проснулся» – хоть отбавляй. «Я еще что-нибудь посмотрю и Вам позвоню», – говорю я. Моя собеседница радостно соглашается со мной и с облегчением заканчивает разговор. С разговором заканчивается мой рабочий день. Попытаю счастья завтра.

19 октября

Снова пытаюсь решить проблему поставщиков. Выслушав мою речь,



имеющихся основных игроков рекламно-сувенирного рынка. Дескать, всегда нужно иметь запасной вариант. Не дожидаясь завтрашнего дня, я приступил к делу.

Первая контора (именно контора, и не что иное): секретарь равнодушно просит меня перезвонить завтра, хотя на сайте фирмы указано, что конец рабочего дня в 18.00, а на часах – 17.30.

Меня здесь явно не ждали, и завтра вряд ли что-то изменится.

Во всяком случае, я не собираюсь доверять деньги своей компании тем, кто за полчаса до окончания рабочего дня спешит домой (или занят, или отсутствует).

Второй телефонный номер, и сердце замирает в груди: неужели и здесь ничего не получится? Но нет, поинтересовавшись, конечник я или рекламное агентство, барышня на проводе соединяет меня с менеджером. Услышав запрос на новогодние подарки, собеседница сетует, что я поздно ватно спохватился: сезон в разгаре, и часть ходовых товаров уже успела закончиться. Интересуюсь ежедневниками бордового цвета (на

на какой-то из рекламных выставок. Я тогда еще подумал, что информация очень удобно структурирована. Офис-менеджер довольно оперативно соединяет меня с менеджером по работе с клиентами.

Мария (так зовут девушку) спрашивает, какого типа подарки меня интересуют, и предлагает адрес сайта компании, на котором находятся товары из каталога, их фото и цены. Маша обращает мое внимание на три группы товаров: ежедневники Bruno Visconti, календари и оригинальные сувениры новогодней тематики.

Захожу на сайт: радуется, что скорость загрузки хорошая, это позволяет мне сэкономить время.



С легкостью нахожу то, о чем говорила мне менеджер.

Казалось бы, ежедневник – он и есть ежедневник. Предмет для планирования деятельности. Но нет, оказывается, аксессуары для планирования «Bruno Visconti» – это особая коллекция. В этом сезоне в ней появилось много новых материалов, как классических, строгих, повседневных, так и совершенно неожиданных, дизайнерских, гламурных, винтажных (еще несколько лет назад немыслимых, как материал для деловой продукции).

Вся коллекция разделена на два основных блока: Business и Exclusive. Легко догадаться, что отличаются они по дизайну, материалу исполнения и, как следствие, цене. Кроме того, коллекция делится на несколько серий. В рамках практически каждой серии возможны разные цветовые решения. Причем в любую из них входит разное количество продуктов. В нескольких комбинациях могут быть представлены ежедневники, еженедельники, планинги, телефонные книги, визитницы, обложки для паспорта.

Зная о том, что клиенты моего Агент-

ства крайне взыскательны, я выбрал серию Windsor. Выполненная из натуральной кожи, она рассчитана на деловых людей со строгим вкусом. Вопрос решен, но я взял на заметку и то, что в ассортименте присутствуют ежедневники линий Ancona и Seviglia, предназначенные для любителей нестандартных решений. Эти линии отличаются оригинальными материалами «под пробку и нубук» и наличием металлической пластины с изящной гравировкой торговой марки, придающей изделиям дополнительный лоск.

Серии Forma, Linia и Valentine – изящны и преисполнены классического обаяния. A Button, Ciak и Rondo предназначены для молодых и энергичных профессионалов новой волны. Этими изделиями удобно пользо-

Забыл сказать, что на сайте я увидел широкий спектр новогодних подарков: от брелоков, похожих на елочные игрушки, до наборов посуды (приятно, наверное, в холодный зимний вечер пить горячий глинтвейн из блестящих бокалов).

Звоню Марии и говорю, что определился с выбором. Она интересуется, куда можно выслать договор и счет, и мы прощаемся.

1 декабря

Сегодня получили заказ по каталогу «Happy gifts». Шеф остался доволен: оперативно, вполне разумная цена и клиенту мы угодили. Скорее всего, мы продолжим работать с оператором этого каталога и... с Машей.

Виктория Рязанова

## HAPPY GIFTS

(495) 101-36-90

8 800 200 36 90 -  
бесплатная линия  
для регионов

[www.happygifts.ru](http://www.happygifts.ru)



ваться не только на работе в офисе, но и не стыдно взять с собой на вечеринку в кафе или модный ночной клуб.

Кроме аксессуаров для планирования я решил, что в качестве новогоднего подарка могут выступать настенные календари. Благо, выбор их на [www.happygifts.ru](http://www.happygifts.ru) достаточно широк: от календарей с фотографиями символа 2007 года – очаровательной розовой хрюшки до репродукций Моне и Ван Гога. Если подарить это партнерам, то логотип компании-дарителя будет постоянно на виду у самого владельца и посетителей его кабинета.

Кстати, у Агентства, в котором я работаю, нет собственной производственной базы. Так вот, оператор каталога «Happy Gifts» может сделать нанесение на заказанную продукцию.