

Подарков на всех не хватит!

«А мне что-нибудь неординарное и ранее невиданное»

С данными проведенного статистического исследования «Что мы хотим получить в подарок?» знакомит руководитель специализированного производственного центра «Сувениры.ру» Алексей Нестеренко.

Дорогая и уважаемая Аудитория!

Пытливое изучение сувенирной тематики, возможно, оживит взгляд на данный вопрос. Вопрос прямиком звучащий — «Где деньги?» и «Зачем вообще мы тратим их на подарки?». Только подарков на всех может не хватить!.. Рынок корпоративных сувениров сегодня — быстро растущий и перспективный. А следовательно, спрос на качественную *продукцию-сервис* на сегодня превышает предложение, которое формируют множество новорожденных зубастых компаний. Это предопределено в большей степени тенденциями современной рекламы и повышенным вниманием к *новым носителям*, «цепляющим» качественную целевую аудиторию, вовлеченную в процесс «зарабатывания денег», чем бы ни занималась компания. Это так. И это не гимн самим себе, сувенирщикам. Это реальность объективная и стратегически просчитанная. Качественно новые рекламные носители для BTL-..., ПРОМО-... и любой другой БИЗНЕС-... сувенирной продукции, пронзающей «вашу» целевую группу навывлет, чтобы зацепить еще кого-то попутно... Это то, к чему стремится сверхконкурентная рекламная индустрия. Новые рекламные носители + усиление точечного воздействия на нас с вами. Это то, что нас ждет завтра. Это то, над чем МЫ работаем сегодня!

Каким будет бизнес-сувенир?

Изучая этот вопрос, компания СПЦ «Сувениры.ру» совместно с молодежным фестивалем рекламы **Miracle-club** провела исследование на профессиональной интернет площадке www.souvenirs.ru. Акция по изучению мнения целевой аудитории портала прошла успешно. Позвольте познакомиться вас с некоторыми полученными статистическими данными. Прежде короткая вводная информация о целевой группе, которая может быть охарактеризована так: средний возраст опрошенных

попадает в интервал от 19 - 27 лет, 63% составили женщины, география распределена по крупным городам России. Всего в опросе приняло участие 273 человека, из которых 70% — сотрудники компаний и работающие студенты.

Вернемся к главному вопросу — «**что Я хочу в подарок?!**». Ответы типа «Хочу квартиру!» по понятной причине не учитывались... Подробно с результатами проведенного опроса можно познакомиться на сайте www.souvenirs.ru. Ниже мы рассматриваем некоторые выявленные тенденции.

Удалось установить: 85% опрошенных *покупают сувениры на различных мероприятиях, фестивалях, в музеях, во время путешествий*; но не более 48% готовы потратить свыше 300 рублей на такой презент. Чаще всего *«раскошеляются»* на подарки «для задобривания», «любовные» и на *«поправившиеся оригинальные для поднятия настроения»* — это в среднем 55% опрошенных. 29.6% приобретают подарки по необходимости — *«обязаловка по любому событию»*. 3% честно признались: дарим *«корысти ради»*, хотя мы ожидали более высокого рейтинга этого вопроса. Практически никто не дарит подарки *«в знак благодарности»*, что расстраивает, — меньше 1%. 7% мастерят подарки самостоятельно!

Это, как вы понимаете, не совсем о бизнесе. Это о *Жизни* в бизнесе — *Увы* или *Ах!* Кому как нравится.

На вопрос *«Когда вам дарят подарок, вы: ...?»* респондентам были предложены на выбор шесть вариантов ответа, которые распределились в следующем порядке: *«благодарите и радуетесь»* — 74% опрошенных, *«получаете удовольствие от внимания»* — 70%; спрашиваете себя «чего это он (а)?» — 3.7%; *«ну вот опять не то, что я хотел(а)»* — 3.4%, *«забываете забрать»* полученный подарок — 3.3% опрошенных. Не получил особой поддержки ответ *«дарим дальше»* — 0.73%.

Что такое оригинальный подарок?

Отвечаем: «Это абсолютно неожиданный, вызывающий и бесполезный предмет!» Согласны? Да? Хорошо. А как такая версия: *«Это подарок от начальства»*. Или тот, что *«оригинально преподнесли?»*. Придет ли кому в голову разбрасывать ручки с вертолета или поставить на тротуаре автомат, бесплатно выплевывающий брелоки с логотипом брэнда? Да вряд ли: как говорится, дураков нет. Так оно и есть. А следовательно, *«что-нибудь новенькое»*, *«необычное, красивое и яркое»* должно быть еще и экономически оправданным. Так возникает одна из проблем сувенирного дела — экономическая нецелесообразность очередного *креатива*. На что только не пойдешь в поисках *гипероригинальности* своего подарка. Значит ли это, что успех Дела в гармоничном сочетании дизайна и технологии, которая «семимилит» впереди паровоза, быстро устаревающего на ходу в скрежете перегруженных тампопечатных станков? Видимо, да. Так сделаем же оригинально *«большой и пушистый»*, *«неожиданный и красивый»*, *«тот, о чем мечталось»*, *«тщательно подготовленный сюрприз!»* *

«Дарите оригинальные подарки — уважайте труд уборщиц!»

Практически девиз, претендующий на слоган сувенирной действительности...

Как обычно в канун праздников, нам успевают подарить всё и вся! И, как правило, добрая половина летит в мусорную корзину... Как быть? Изобретать новое или дарить старое, традиционное? Ответ однозначный — изобретать! Изобретать новое и оригиналь-

ное! И в этом убеждает не только здравый смысл, но и данные проведенного опроса. Дарите *«что-нибудь неординарное и ранее невиданное»!* Дарите *«большую плюшевую мышь»!* Или дарите просто *«что-то полезное»!* И вы не ошибетесь. Просто, дарите от души.

Вспомнилось... *«Советы мы давать не прочь, не зная, как себе помочь!»* Цитата не из нашей песни... Споем же вместе свою родную народную: *«Дай денег! Денег дай!!!»*

Умеем ли мы действительно работать профессионально? Умеем ли мы дарить подарки? Как будем совершенствоваться? Буду рад ответить на ваши вопросы. Пишите! Обсудим.

Пользуясь случаем, хочу поблагодарить всех принявших участие в опросе и всех, кто помог его провести. Ваше мнение очень важно, обещанные подарки если еще не доставлены, то они в пути к вам. Всего вам самого доброго и удачи в 2004 году! ■

С уважением,
Алексей Нестеренко
E-mail: mos@souvenirs.ru

* - умышленное цитирование участников опроса. Статья публикуется на правах рекламы.

СУВЕНИРЫ.РУ
специализированный производственный центр
www.souvenirs.ru
(095) 967-3305 (812) 245-8933