

# АКСЕССУАРЫ - САМАЯ ПОЛЕЗНАЯ РЕКЛАМА

Мы начинаем серию публикаций, посвященную текстильным рекламным бизнес-подаркам, элементам корпоративного стиля и их персонализации

С неизбежным усложнением условий работы на рынке, соответственно, меняются требования к рекламе. В нынешних условиях совершенно недостаточно использовать для продвижения товаров и услуг лишь информацию о них, а в качестве рекламных сувениров — традиционный джентльменский набор: авторучки, футболки, зажигалки, ежедневники. Компаниям, заботящимся о своём имидже, требуются новые нестандартные носители рекламы и средства PR. К таковым, несомненно, относятся аксессуары для одежды, заслуженно признанные во всём мире неотъемлемым атрибутом корпоративного стиля.



Аксессуары для одежды — самый простой и доступный способ создания престижной внешности, и именно поэтому они очень популярны. Более того, только правильно подобранные аксессуары делают внешний облик действительно цельным и завершённым, индивидуальным и запоминающимся.

Повсеместность их использования заслуженно ставит галстуки, платки, шарфы, зонты на первые позиции среди популярных подарков и сувениров. Такой подарок всегда будет востребован, будет встречен с неизменной благодарностью, оставит добрую память о дарителе. А что еще нужно для успеха рекламной акции?

Применение аксессуаров в рекламной и PR деятельности весьма разнообразно и во многом зависит от креативного наполнения конкретной акции, которое, в свою очередь, определяется основной деятельностью заказчика и поставленной им целью. Поэтому ограничимся, для начала, самыми общими сведениями.

## Промоакции

В данной области известны три целевых категории: *аксессуары для промоутеров, сувениры для потребителей продукции и подарки, прилагаемые к продукции.*

Для выделения промоутеров и создания положительного имиджа рекламируемого продукта используются галстуки, шарфы и платки с определенным логотипом.

В качестве подарков и сувениров потребителям применяют недорогие и относительно небольшие изделия: шейные платки, шарфы, носовые платки и т.п., обязательно содержащие символику проводимой акции.

Подарком, прилагаемым к продукции, могут стать небольшие изделия, которые одновременно служат элементом упаковки основной продукции или иным дополнением — например, носовые платки для косметической и парфюмерной продукции.

Главный эффект применения аксессуаров в качестве прилагаемого к продукции подарка состоит в том, что они «переживают» рекламируемый продукт, напоминают о нем длительное время и тем самым стимулируют следующую покупку.

## Бизнес-подарки и VIP-подарки

В сфере public relations широко распространено вручение памятных подарков партнерам, клиентам и сотрудникам.

Аксессуары идеально подходят для этих целей, так как никогда не оказываются бесполезными или лишними.

## Корпоративный стиль

Никто не станет отрицать, что характерным признаком успешной компании является презентабельный внешний вид ее сотрудников. Одна из аксиом деловых отношений гласит: «У Вас никогда не будет второго раза, чтобы произвести первое впечатление».

Первое впечатление — один из главных факторов, влияющих на дальнейшие отношения. Обычно, самое первое впечатление — это внешний вид сотрудников. И если в отношении одежды руководители, как правило, ограничиваются рекомендациями общего характера, то с помощью простых аксессуаров (платков, небольших шарфов) легко обозначить профессиональную общность сотрудников и даже установить некую иерархию или градацию по функциям.

Часто такая «мелочь» сплачивает коллектив, формируя у сотрудников чувство гордости, вызванное принадлежностью к сильной и процветающей компании. Известно также, что при этом формируется так называемое «чувство команды» (*team's spirit*), делающее отношение сотрудников к работе более ответственным, ибо каждый понимает, что своими промахами он подводит не только себя, но и всю команду.

Широко известная истина гласит: «Не экономьте на мелочах». В нашем случае это значит: «Не экономьте на аксессуарах». Большинство из них расположено возле лица и бросается в глаза в первую очередь. Именно поэтому они должны быть качественными. Настоящие аксессуары стоят всего ненамного дороже ширпотреба (а иногда и дешевле), но производят в несколько раз более сильное впечатление. ■

Сергей Юмашев

Исполнительный директор  
Консорциума «АКСЕССУАРЫ ИЗ ШЁЛКА»

**ПРЕСТИЖНЫЕ АКСЕССУАРЫ**  
qualità - prestigio - servizio - sempre migliori

**АКСЕССУАРИ ИЗ ШЁЛКА** **ACCESSORI IN SETA**  
КОНСОРЦИУМ CONSORZIO

галстуки, платки, шарфы, зонты, носовые платки и др. аксессуары лучших фабрик Италии

**VIP**  
ПРОМО БИЗНЕС  
КОРПОРАТИВНЫЙ СТИЛЬ  
НАНЕСЕНИЕ ЛОГОТИПА

**СТИМ-СТУДИО**  
www.stimcom.ru (095) 711 8507 (095) 506 4233