

Сувенирная продукция с корпоративной символикой – необходимая составляющая эффективной промоакции.

Сувенир – носитель ключевой информации о компании (логотип, торговая марка, сайт фирмы). Важно, чтобы эта информация была доступна клиенту и его окружению, воздействовала на них долго, часто и ярко (за счет эффекта необычности). Хорошо, если выбранный вами сувенир отвечает следующим критериям:

- Это вещь функциональная
- Использоваться она будет долго не только клиентом, но и его окружением
- Корпоративный сувенир должен часто попадать в поле внимания зрителей
- Располагает поверхностью, достаточной для адекватного отображения информации и логотипа компании
- Он достаточно необычен, имеет какую-то изюминку

Посмотрим, как это работает на примере различных сувениров.

Начнём с шариковой ручки с корпоративной символикой.

Главное достоинство этого нехитрого сувенира – функциональность. Правда, есть категория бизнесменов, которые пишут золотым пером. К тому же ручки быстро теряются или исписываются, и выбрасываются. Сделать ручку оригинальной достаточно сложно. Ещё один недостаток – зрительное искажение изображения, например, логотипа за счет цилиндрического изгиба поверхности. Борьбаться с этим можно лишь уменьшая логотип, а, следовательно, жертвуя детализацией. Выводы о соотношении сильных и слабых сторон можете сделать сами. Как составляющая сувенирных комплектов, ручка достаточно адекватна, но в виде самостоятельного сувенира не очень ресурсна.

Другой пример – сувенирный календарь.

Преимущества на лицо! Во-первых, по времени использования. Вряд ли сувенир-ручка способен прожить целый год. Где будет располагаться календарь, а, следовательно, как часто и сколько пользователей будут к нему обращаться, зависит от его конструкции. Удачными, например, представляются магнитные крепления, которые определяют возможные места его размещения. Скорее всего, это будет поверхность холодильника дома у клиента или металлическая офисная мебель. В обоих случаях количество зрителей увеличивается. Календарь – плоская поверхность, значит, искажений информации не будет. Маленькие размеры за счет отрывной конструкции повышают его привлекательность, так как под такой календарик не придётся выделять много места. Остаётся один недостаток – ограниченный срок использования, пусть и не малый – 1 год.

Ещё один сувенир для сравнения – магнит на холодильник.

Подарив его клиенту, вы преодолеваете какие-либо ограничения по сроку его использования, правда, немного жертвуя функциональностью. Зато этот сувенир, как и календарь, находится в местах наибольшей посещаемости. Что делает человек чаще всего в жизни? Правильно, открывает дверцу холодильника, да ещё с чувством

предвкушения чего-нибудь вкусненького. Такие же ощущения клиент будет испытывать при каждом взгляде на логотип вашей компании, благодаря закону ассоциативной связи: «Близость в пространстве». Ненавязчивое упоминание имени корпоративного сайта в любой момент поможет ему получить актуальную и исчерпывающую информацию

о вашей компании, её продукции и услугах в любой момент.

Такой сувенир можно сделать достаточно необычным за счет креативного изображения

или применения люминофоросодержащих материалов, способных накапливать свет и излучать его в темноте.