



На вопросы
«Лидер МАПП»
отвечает
генеральный
директор студии
Нестандартной Рекламы
Тимофей Смоленский

В чем преимущества съедобных сувениров?

Рекламные вкусности, как мы их называем, всегда к месту. Они обязательно будут использованы по назначению, а не станут пылиться в темном углу. В год человеку необходимо ну максимум два ежедневника, а шоколадок, конфет и алкоголя — гораздо больше. Это доказывает и тот факт, что и в кризис мы не сократили объем продаж, наоборот, к нам все чаще обращаются конечные заказчики с просьбой сделать для них фирменный съедобный сувенир. В будущем спрос на них будет только возрастать.

Бытует мнение, что такой подарок просто съедят и забудут. Что вы можете возразить?

Глубочайшее заблуждение! Да, они не пролежат долгое время на рабочем столе или на заднем сидении автомобиля, но, поверьте, они надолго останутся в памяти получателя подарка. Кроме того, когда даришь рекламную вкусность, ты вызываешь у получателя мгновенную положительную эмоцию, что тоже дорого стоит. Эти эмоции остаются потом в подсознании человека, ассоциируются с дарителем. Могу привести пример из собственной практики. Если я звоню в компанию, которой когда-то преподносил съедобный подарок, то слышу в ответ не дежурное «Добрый день», а радостное «Здравствуйте! Конечно мы вас помним!». Кстати, некоторые оставляют подарочный тубус (естественно, с логотипом), в который мы упаковываем конфеты, используя его в качестве подставки для ручек.

Для каких видов коммуникации рекламные сувениры наиболее эффективны?

Съедобные бизнес-сувениры особенно эффективны при первых контактах. Например, сейчас всё большую популярность набирает такая пластиковая визитка-коробочка, внутри которой есть несколько мятных драже. Это действует, новые партнеры при встрече обязательно отметят такое новшество. Вот другой пример. Недавно «Почта России» заказала у нас

тубус с конфетами. Их менеджеры ведомства вручают на деловых встречах. Говорят, очень помогает сделать обстановку более неформальной, непринужденной. А это очень важно сегодня.

Бутылкой шампанского с фирменной этикеткой сейчас никого не удивит. Какие сейчас есть интересные съедобные сувениры?

Зря вы так обрушились на бутылку шампанского с фирменной этикеткой. В кризис она для многих стала спасительным кругом — их часто заказывали в преддверии прошлого Нового года. Если кому-то это кажется куцым, можно сделать дополнительное нанесение, подобрать цвет фольги и так далее. Всё зависит от бюджета. Про интересное: у нас можно заказать конфетки M&M с любым рисунком, даже портретом. Их изготовят в Америке, и поэтому стоить они будут достаточно дорого: при тираже в 50-100 коробок, одна пачка обойдется в 500 рублей. Недавно такую услугу у нас заказывал один коттеджный поселок.

Какой артикул вашего каталога самый популярный?

Чаще всего у нас заказывают обычные леденцы в стандартном, привычном с детства фантике. Большим спросом пользуются пятиграммовые шоколадки. Под новый год традиционно заказывают шампанское, очень популярны конфеты марки «Комильфо» и «Фруже», выполненные в фирменном стиле заказчика. И, конечно же, наш эксклюзив — это жевательная резинка и драже «Mentos» в фирменной упаковке.

Компании какого профиля чаще всего заказывают у вас съедобные бизнес-сувениры?

Обычно это финансовые организации, автосалоны. То есть те организации, которым приходится ежедневно принимать большое количество клиентов. У них хорошим тоном считается, когда на стойке ресепшена стоит емкость с конфетами или шоколадками. Как бизнес-подарок рекламные вкусности часто используют и строительные компании.

Самая эффективная коммуникация посредством съедобного сувенира из вашей практики?

Запомнился наш заказ для компании Orange. Мы изготовили для их отраслевой выставки два букета из карамели. Один был фруктовый, другой — цветочный. Причем и фрукты, и цветы были оранжевого цвета. Он стоял на столе в переговорной комнате, и посетившие её клиенты и партнеры были очень удивлены таким букетом, некоторые даже думали, что они настоящие. Конечно, каждый мог отломить кусочек такого букета. Заказчик был в восторге, рассказывал, что переговоры прошли великолепно. Ну и стоит упомянуть «мятные» визитки.

