

# ЧТО ПОДАРИТЬ ПАРТНЕРАМ И КЛИЕНТАМ НА НОВЫЙ ГОД?

*На носу Новый год, а значит, самое время задуматься о подарках. Но в этом вопросе очень важно не ошибиться и выбрать то, что не только понравится партнеру или клиенту, но и запомнится. Вариантов здесь, конечно, может быть очень много, поэтому мы решили поинтересоваться мнением на этот счет у руководителей фирм и специалистов в области маркетинга и PR.*



## **ПОЛИНА ЛЕВИЦКАЯ,**

*директор компании STAR LINE*

«Признаюсь сразу: мы любим дарить подарки своим партнерам и клиентам. Это правда. И дело не в том, что это некая культура или этикет. Мне просто приятно, что я имею возможность закончить год на такой ноте. И подарить кое-что от моей компании тем людям, которых я уважаю (а это все мои партнеры и клиенты). Кроме того, перед Новым годом мы обычно рассылает на емейл нашу электронную открытку с лого компании и нашими пожеланиями.

Мы решили не останавливаться на банальных календарях, ежедневниках с лого, ручках, блокнотах и прочих «канцтоварах», в один год мы договорились с одной хенд-мейд мастерской и закупили подушек-зверей для партнеров и клиентов. Все они были сделаны вручную. От такого подарка все пришли в восторг, кому-то это до сих пор напоминает о нас. Есть определенная категория партнеров и клиентов, с которыми у меня личный контакт, и каждому я выбираю подарок с учетом характера и поведения человека. Девушкам мы

дарили и сертификаты в спа-салон, в массажный кабинет, и какие-то еще «событийные эмоции». Мужчинам дарили парфюмы, виски, вина и даже галстуки.

Я считаю, что получать подарки любому человеку приятно. Мне еще и приятно дарить. После того как я вручила подарок, у меня остается такое послевкусие от того, как воспринял человек этот сюрприз. Я хожу и прокручиваю это в голове – улыбку, благодарность. И мне тоже от этого становится приятно. Поэтому я думаю, что подарки или мелкие сюрпризы дарить нужно. Но многое зависит еще от ваших отношений с человеком (компанией). Если они натянутые, слишком официозные, вам нужно с особой осторожностью относиться к поздравлению и выбирать подходящий подарок. Или если вы приняли решение не поздравлять подарком, то в любом случае в целях соблюдения деловой этики поздравьте на словах по телефону или емейлу.

Что касается доставки. Все зависит от количества подарков. Если это 10-15 штук, то вы можете и сами вручить (я вручала сама как директор компании), заранее зная, что у вас будет с этим человеком встреча. А также вручали и мои сотрудники. Личная коммуникация всегда работает лучше почты и курьеров. Это нужно учитывать. Ну а если у вас подарков много и вы понимаете, что у вас нет возможности самим присутствовать при вручении подарка, то есть очень много хороших служб доставки, которыми вы можете воспользоваться и которые работают по всей территории

страны. Обычно почта по городу идет 1-2 дня. Если вы понимаете, что не запаздываете с подарком, то можете часть подарков отправить почтой. Но если же вы ставите задачу сегодня же развезти все, то вам необходимо заказать курьерскую службу. Советую планировать закупку всех подарков за 1-1,5 месяца до поздравления и заранее продумывать способы доставки, тогда у вас точно не будет с этим проблем. И все-таки, если количество подарков переваливает за сотню, выберите 5-6 штук, найдите время и вручите их самым вашим любимым клиентам и партнерам, ведь такие точно есть. И эти люди останутся с вами еще на долгое время. Проверено STAR LINE».



## **ЕЛЕНА ПАРВОВА,**

*семейный доктор, нутрициолог, эксперт по оздоровительному питанию и вынашиванию здорового ребенка. Эксперт по работе с клиентами.*

*Премия А. Левитаса «Партизан года-2014».*

<http://epavlova.ru/>

Новый год – замечательный праздник, который с детства любят все. Даже те, кто вырос, ждут подарки в этот праздник. Поэтому, если у вас свой бизнес и вы все еще думаете, стоит ли радовать своих партнеров и клиентов подарками на Новый год, ответ однозначен – да!

Новогодний подарок – это возможность сказать спасибо вашим постоянным клиентам, напомнить, что они вам дороги и вы всегда рады выполнять их заказы. Клиентам будет приятно, и они непременно продолжат с вами сотрудничество.

Подарки помогут вспомнить о вас тем клиентам, которые по каким-либо причинам не размещали заказы несколько месяцев. Попросите менеджера обзвонить клиентов после доставки подарков и напомнить о возможности получения специального предложения. Заказы приятно вас порадуют.

Подарки могут быть из ассортимента вашей продукции, красиво упакованные. Дополнительно можно выпустить пакеты, канцелярские принадлежности с вашим логотипом и контактными данными. Такие предметы всегда будут нужны в работе, а при их использовании ваш клиент или партнер вспомнит о вас лишней раз, что может означать для вас продолжение сотрудничества и новые заказы.

Например, я работаю в сфере здоровья, клиенты и партнеры у меня разные, кто-то со мной уже несколько лет, а кто-то только начал сотрудничать. Конечно, это означает, что и подарки будут различаться. Но если я, несмотря на подарок, просто отмечу человека вниманием, недорогим подарком со своим логотипом в виде ручки, закладки, пробника какого-либо препарата, специального предложения, скидки на какую-либо программу оздоровления, людям будет приятно, что о них помнят, а это уже будет означать продолжение сотрудничества в будущем и хорошую рекомендацию меня как специалиста от этого человека своим друзьям.

Что означает правильный подарок? Я думаю, здесь нужно смотреть на ощущения, которые вам приносит общение с человеком, если вам приятно, и человек помог вам не раз и не два, постоянно размещает большие заказы в вашей компании, здесь решение напрашивается само собой – подарок должен быть особо ценный. Иногда будет правильно спросить дорогого вам партнера или клиента невзначай о том, что будет для него ценно и полезно. Реакция при вручении такого подарка вас особо обрадует.

Конечно же, подарки должны быть доставлены вовремя, а не под конец января, когда заработают все доставочные службы. Поэтому плохая работа курьера или почты, в зависимости от места расположения вашего партнера или клиента, не должна испортить радость от получения подарка.

Если вы можете позволить себе доставку курьером, то лучше, конечно, выбрать этот вид – это солидно. Но если вы будете доставлять курьером открытку клиенту, который когда-то давно заказал у вас продукт на 100 рублей, это может быть не совсем правильное вложение средств. Поэтому лучше здраво подойти к этому вопросу, а не заниматься «пусканием пыли в глаза».



### **ОЛЬГА ГЛЮЗА,**

*совладелец и PR-директор агентства связей с общественностью «24PR»*

Внимание к партнерам, клиентам, коллегам – это чрезвычайно важная составляющая в нашей сфере. И есть несколько поводов в году, которые никак нельзя проигнорировать. И здесь дело не в самом подарке, а в проявленном внимании. Поздравление с праздниками на деловом языке читается как «Мы о вас помним, ценим и глубоко уважаем».

В последние годы тенденция с поздравлениями принимает весьма открытую форму – поздравляют все и всех. Агентства – клиентов, издательские дома, журналистов, партнеров. Клиенты – агентства, партнеров, дистрибьюторов, поставщиков, журналистов. Подрядчики – всех клиентов и клиентов своих клиентов. Поэтому оставаться в стороне праздничной культуры – просто плохой тон.

Часто возникает вопрос, кого поздравлять: руководство, ключевого менеджера, всю команду? Ответ каждый ищет для себя сам, но могу ответить, что поздравить сотрудника и обойти стороной руководство фирмы – неверное решение. Так обе стороны испытают дискомфорт от вашего знака внимания.

Если говорить о праздниках в списке The must, то это: Новый год + Рождество, дни рождения, профессиональные праздники по типу Дня журналиста. Многие также не обходят стороной пасхальные праздники.

Что касается подарка, я не склонна руководствоваться прагматичными и практичными критериями по типу – что нужно человеку/компании в трудовых буднях. Считаю, что каждый может самостоятельно обеспечить себе рабочий комфорт. А вот дарить альтернативные подарки, посвященные отдыху, а не работе, считаю вполне уместным. Ведь презент должен нести позитив и радость. Мы неоднократно преподносили сво-

им коллегам различные сертификаты, посвященные досугу. Был и экстрим, и релакс – все зависит от получателя, его темперамента и предпочтений. Если говорить о нематериальных презентях, всегда актуальны сертификаты на обучение, пусть даже на один коллективный мастер-класс.

Если подарок не коллективный и предназначен конкретному человеку, можно отталкиваться от его хобби и увлечений. Но для этого надо достаточно хорошо знать того, кому предназначен подарок.

Т. к. выпуск посвящен Новому году, перейду к новогодним поздравлениям. Я не сторонник дарения атрибутики в виде символов приходящего года. Если у компании есть продукция, которую она производит и которая может быть полезна партнерам (техника, косметика и т. д.), ее смело можно преподносить, увеличивая одновременно лояльность к бренду. Мы всегда стараемся удивлять подарками, устраиваем брейн-сторминги среди сотрудников, цепляемся за различные ниточки, ищем креатив. Вместо открыток часто изготавливаем и вручаем награды, грамоты, ордена.

Главное, чтобы подарок был идейным, принес радость и не причинил никому дискомфорта.



### **ЕЛЕНА ВОС,**

*специалист по деловому и светскому этикету, кросс-коммуникациям и протоколу*

Многие руководители и специалисты рекламных отделов знают, что Новый год – прекрасный повод не только поздравить деловых партнеров и клиентов с наступающим праздником, но и возможность напомнить о себе, поддержать деловые отношения и лояльность клиентов.

Если у вас возник вопрос: «Стоит ли вообще одаривать тех, с кем работаешь», не сомневайтесь – стоит. Во-первых, подарков ждут. Клиентам всегда приятно

получить бесплатную вещь или, например, бонус к распродаже. Во-вторых, подарки вызывают приятные эмоции, и ваши отношения закрепятся на праздничной, эмоциональной волне. В-третьих, подарок – возможность отличиться от конкурентов, а в деловом мире – сложившаяся традиция взаимного уважения. Ну и в-четвертых, не зря говорится: «Как Новый год встретишь, так его и проведешь». Не отказывайте себе в удовольствии разделить радость праздника с деловыми партнерами и лояльными клиентами.

Поздравлением фирмы-партнера часто занимается офис-менеджер, однако поздравление сотрудника компании-партнера или клиента, с которым вы часто общаетесь, от своего имени улучшит ваши отношения.

### **ДАРИТЕ ПО ПРАВИЛАМ**

Подарки в честь наступления Нового года и Рождества имеют древнюю традицию, они призваны веселить и создавать хорошее настроение. Однако общение в деловой сфере подчинено правилам сложившегося делового этикета, и даже подарки не являются исключением. Выбирая подарок, важно найти баланс между оригинальным запоминающимся презентом и субординацией деловых отношений.

Организации обмениваются между собой открытками, символическими сувенирами. При этом допустимо и часто достаточно новогодней открытки, отправленной по электронной почте.

В тексте поздравления следует уделить внимание пожеланиям дальнейшего развития партнерских и деловых отношений, процветания фирме и бизнесу, удаче в делах, но не пожеланиям личного здоровья.

Если в преддверии праздничных дней у вас запланирована встреча, подарок деловому партнеру удобно вручить лично. В момент вручения стороны выражают надежду на дальнейшее взаимовыгодное сотрудничество. Важно, чтобы подарки вручали равные по статусу руководители.

Стремиться встретиться с каждым из деловых партнеров не обязательно. Выберите наиболее важных и перспективных. Согласно правилам, подарок может быть вручен лично или отправлен курьером. По почте можно отправить открытку, но не сувенир. В дни загрузки почты сувенир может задержаться, а отправле-

ние курьером продемонстрирует ваше особое расположение.

Подарки следует стильно упаковать, вложить визитную карточку.

### **ПРАВИЛА ВЫБОРА**

Для новогоднего подарка подойдет сувенирное изделие, например из стекла или кожи, фоторамки, игрушки. К разряду деловых сувениров относятся предметы народного творчества, искусства, книги по искусству, оригинальный эстамп, альбомы, сувениры, производимые в данной местности. Подобные вещицы легко выбрать по специальным новогодним каталогам.

Поздравляя клиентов и партнеров, желательно, чтобы все они получили равнозначные сувениры. Не стоит демонстрировать свое исключительное отношение через подарок.

К табу новогодних подарков относятся религиозные символы, обереги и амулеты, даже если вы хотите подчеркнуть, что Новый год – это праздник надежд. Не менее серьезно стоит относиться к широко известным народным приметам. Многие знают, что за острый и режущий предмет следует заплатить, а носовые платки – «к слезам».

Клиентам можно предложить в подарок образцы новой продукции, поддерживая их статус возможностью опробовать новинки первыми. Удобно дарить игры, например колоду карт с логотипом, которыми клиенты смогут воспользоваться во время праздничных дней.

Не следует забывать, что Новый год – единственный официальный праздник, когда подарки могут быть и смешными, и забавными. Подарок от фирмы фирме может содержать и алкогольный напиток. В этом случае выбирается напиток достойного производителя и качества. Напиток упаковывается в праздничную коробку или упаковку. Примером может стать упаковка вина в коробку с полем для игры в шахматы и набором фигурок.

На подарки часто наносится логотип поздравляющего. Такие подарки могут быть предназначены как для руководства фирмы, так и для всего коллектива.

Чтобы ваш подарок с логотипом поселился в офисе делового партнера на целый год, выберите нужную в работе вещь, например, календарь, настольный прибор, подставку.

Живые цветы – не зимний подарок, Новый год – это праздник еловых веток и композиций.

Если вы дарите книгу, наносите на нее надпись «С Новым годом» не полагается. Лучше дополнить поздравление открыткой.



### **АНАСТАСИЯ КОМАРОВА,**

*основатель проекта INFOBTL, тренинговый центр*



### **ЕВГЕНИЙ ЩЕГОЛЕВ,**

*руководитель отдела продаж INFOBTL, тренинговый центр*

*Анастасия:*

Новый год – сказочный, немного детский праздник. В Новый год хочется верить в чудеса и получать исключительно положительные эмоции. И в новогодних подарках получаемые эмоции также гораздо важнее стоимости и престижа подарка.

*Евгений:*

К новогодним подаркам нужно относиться с юмором, так как Новый год это формальный праздник, который никак не относится конкретно к той или иной фирме (компании).

Ваш клиент, как и любой человек (в том числе и вы) будет очень ждать подарок – это свойственно любому человеку.

*Анастасия:*

Конечно, поздравлять нужно! И клиентов, и партнеров. Если вы работаете с крупными заказчиками и их

не так много, обязательно поздравьте всех. Если количество клиентов и партнеров переваливает за тысячу, очное поздравление всех может влететь вам в копеечку. Не столько из-за стоимости подарков, сколько из-за стоимости доставки. Перед Новым годом курьеры – дорогое удовольствие. В этом случае определите список ключевых клиентов и партнеров и обязательно отправьте им подарки. Остальным сделайте поздравительную рассылку с сертификатом на скидку или что-то бесплатное или предложите приехать в офис за подарком (зависит от вашей специфики).

*Евгений:*

Вариантов подарков огромное множество! Весь Интернет переполнен вариантами, пестрит скидками и распродажами на самый «извращенный» вкус (отнеситесь с юмором). Пишущие предметы (ручки), различные наборы для офиса, алкоголь, сигары, все для интнера, магазины необычных вещей и многое другое.

Постарайтесь не выбирать лучшее из банального, а стать небанальным! Лучший исход событий, когда ваш подарок и, соответственно, вы остаетесь в воспоминаниях своего клиента. Мысли могут прийти неожиданно и в нужную минуту. Они могут привести очередной заказ именно к вам. Ведь в глазах клиента вы будете первым, кого он вспомнит.

В моей практике вариантов было много! Но самым запоминающимся был «снеговик» – большая картонная коробочка, расписанная узорами наподобие гжели, – синие узоры на белом фоне. В коробочке был фартук с нарисованным снеговиком, синие варежки, пластиковый нос-морковка на резинке, шапка-ведро из плюшевого материала и красная помада для румян. Сама коробочка была в форме исконного русского сундука.

Клиенты были в восторге, многие из них после праздников присылали нам фотографии, как всей семьей или компанией лепили снеговика и одевали в наш наряд!!! Только представьте, какой была отдача для нас! Так много позитивных фото я не видел очень давно!

Определенно, индивидуальный подарок не нужен! Забудьте! Придумайте что-то такое, что удивит, обрадует и запомнится всем!

*Анастасия:*

Если ваши клиенты находятся в вашем городе, доставляйте подарки курьерской силой. Это гораздо гра-

мотнее и комфортнее для получателя. Хоть и дороже. Подарок – не тот случай, когда лучше плохо, чем никак. Не экономьте на доставке. Если клиенты иногородние, воспользуйтесь почтой, но только не «Почтой России». Лучше DHL или Pony Express.

*Евгений:*

Главное, думайте не над тем, как удивить клиента дорогим подарком, а как просто его удивить. Удивить так, чтобы у него остались позитивные эмоции и, возможно, даже фотографии и, конечно, улыбки в новом году! Для вас и ваших клиентов!

С наступающим!



## **ЛИЛИЯ ГЛАЗОВА,**

*генеральный директор PR News*

Варианты подарков можно разделить на несколько типов:

- стандартные – сувенирные ручки, кружки, флешки, елочные игрушки, список можно продолжить;
- креативные – в свое время мне очень понравилась идея одного медийного агентства, которое презентовало кружку с шестью костями по выбору носителей для рекламы – телевидение, радио, Интернет, пресса, наружка, BTL;
- другие – сюда можно отнести сертификаты на SPA, прыжок с парашютом и многое другое.

Поделюсь примерами из нашей практики. Нам больше всего нравятся съестные/кулинарные подарки – бутылка шампанского, шоколадные конфеты, новогодние пряники, печенье и др. Но с такими подарками надо быть очень аккуратным, чтобы не получилось так, что человек получил в подарок испорченный ананас.

## **КАК ВЫБРАТЬ ПРАВИЛЬНЫЙ ПОДАРОК?**

Правильный корпоративный подарок зависит от того, кому его дарят, и от целей, которые преследует компа-

ния. Если подарок предполагается для того, чтобы лишний раз напомнить клиентам о компании и создать положительное впечатление, то, скорее, важно одарить наибольшее количество людей, и подарок в таком случае должен быть бюджетным, но при этом запоминающимся.

Имеет смысл добавить логотип компании, не забыть оставить свои контактные данные, особенно если подарок рассылается потенциальным перспективным, а не текущим клиентам. Подарки можно сделать разными для разных целевых аудиторий. Для руководства компании это может быть один подарок, для сотрудников среднего звена – другой. Важно помнить, что подарок не должен быть личным.

## **НУЖНО ЛИ ЧТО-ТО ДАРИТЬ ПАРТНЕРАМ И КЛИЕНТАМ? В КАКИХ СЛУЧАЯХ?**

Россия все-таки очень традиционная культура. Новый год считается одним из главных праздников в году. Люди любят получать подарки и ждут их. Так что дарить подарки клиентам и партнерам важно. Это помогает поддержать хорошие отношения в будущем и служит еще одной хорошей причиной напомнить о себе или отблагодарить за прекрасное сотрудничество в прошедшем году.

## **ДОСТАВКА ПОДАРКОВ: ПОЧТА ИЛИ КУРЬЕР? ПОЧЕМУ?**

Все зависит от того, куда доставляются подарки. Если речь идет о зарубежных партнерах, то без почты или почтовой службы просто не обойтись. В Москве же легче сделать это через курьерскую службу или собственными курьерскими силами. С курьерами будет легче договориться об упаковке, выбор вариантов подарков шире, с меньшими ограничениями по весу, объему и др.

В любом случае доставка подарков начинается с составления списка, работу над которым имеет смысл начать за 3-4 месяца. Не откладывайте все на последний момент. Работа заранее позволит вам составить широкий выбор и остановиться на том подарке, который лучше всего подойдет вашим клиентам и партнерам.





### НАДЕЖДА РУДЕНКО,

*заместитель директора компании «БВИ-Принт»*

В преддверии Нового года многие компании задумываются над тем, как оригинально поздравить клиентов и партнеров с праздником. Что им подарить? Чем их удивить?

Для многих компаний выбор подарка становится проблемой, так как нужно придумать и найти, чем клиентов удивить. Некоторые выбирают самые обычные подарки и даже не заморачиваются по этому поводу – шампанское, конфеты, фрукты. Есть и такие, которые вовсе ничем не поздравляют, а просто отправляют открытку и все. А для некоторых компаний этот праздник хороший повод, чтобы поблагодарить постоянных клиентов за плодотворное сотрудничество. Для моей компании это именно так. Мы любим удивлять наших клиентов, и ничего нет приятнее, чем радость на их лицах от наших подарков.

Хочу вам предложить следующие варианты поздравлений клиентов с новогодними праздниками:

1. Фирменные календари в комплекте с блокнотами или плагинами. Да, может, кто-то скажет, что это стандарт. Но календарь – это реклама, которая работает на вас целый год. Многие компании дарят своим клиентам календари. Но на столе у клиента остается только тот календарь, который для него максимально удобный, интересный и яркий.
2. Эмоции в подарок – это подарочные сертификаты на разные услуги, такие как массаж, картинг, аквапарк, мастер-классы, фотосессии. Подарив клиенту положительные эмоции, вы становитесь для него еще ближе и роднее, так как эмоции это то, что нами движет, а эмоция счастья одна из самых сильных эмоций, которая сближает людей.
3. Можно также самые обычные вещи положить в самые неожиданные упаковки, что выделит ваш пода-

рок среди других и подарит массу приятных эмоций. Например: рождественская посылка, дошедшая до клиентов из советских времен, в которой будет под старину оформлен все тот же чай, печенье и открытка, но выглядеть это будет очень оригинально и вызовет море эмоций, а это как раз то, что нам и нужно.

4. Также отличным подарком могут быть оригинальные забрендированные часы, которые станут украшением офиса клиента и будут постоянно о вас напоминать. Очень важно, чтобы они были интересные и необычные, чтобы клиенту хотелось повесить их в своем офисе.
5. Хорошим подарком и пиар-ходом может быть благодарность в рамке для вашего клиента, в которой вы выразите все свое уважение и благодарность за сотрудничество с вашей компанией. Если к разработке дизайна этой благодарности и рамки подойти креативно, можно получить очень хороший пиар-инструмент, который будет вызывать любопытство и заставит прочитать, что там написано, каждого, кто увидит ее на стене.
6. Хорошим подарком может стать также оригинальная забрендированная флешка, на которую, кстати, сразу можно записать презентацию вашей компании. Это тоже вещь, которая постоянно нужна, и если к ней подойти креативно, то она может стать хорошей рекламой вашей компании.
7. Можно дарить красивые забрендированные подставки под чашки, которые постоянно будут находиться на столе у клиента и напоминать о вас. Это же касается и ковриков для мыши, и блоков для записи – это вещи, которые используют постоянно, и если они будут яркими и оригинальными, клиент с удовольствием заменит свои старые вещи на ваши новые.
8. Оригинальным подарком может стать торт, на котором под заказ напишут поздравление от вашей компании клиенту, проще говоря, забрендируют его и сделают необычным.
9. Классным подарком может быть забрендированная чашка, но классным он будет только при условии оригинальности формы, цвета и идеи (рис. 1).



Рис. 1

10. Необычным подарком может стать портрет вашего клиента, написанный маслом, если это, например, VIP-клиент, руководитель компании, которого уже мало чем можно удивить. Если VIP-клиент – женщина, то хорошим подарком может стать картина из стразов свarovски, которыми можно выложить ее подпись или логотип компании (рис. 2).

На самом деле выбор подарка – это приятная и не сложная задача. Если подойти к этому как к игре и делать это с интересом. Самые классные и оригинальные подарки можно создать из самых обычных вещей. Просто по-другому упаковать и подать.



Рис. 2

Доставлять новогодние подарки клиентам следует исходя из их статуса и важности для вашей компании. Лично нужно поздравлять клиентов, которые находятся в категории VIP, средний и перспективный. Мелких клиентов можно поздравить с помощью курьера.

Дарить подарки так же приятно, как и получать. Поэтому я вам желаю праздничного настроения, которое поможет вам сотворить маленькое чудо для ваших клиентов и партнеров. И пусть ваши подарки будут всегда самыми интересными и незабываемыми.



## НИКА ЗЕБРА,

*директор PR-агентства Zebra Company*

Подарки для клиентов, сотрудников, партнеров и журналистов – это святое. Но экономическая ситуация в стране все интереснее (давайте использовать это слово), и тут любой руководитель задумается о более рациональном распределении бюджета. Запускается процесс поиска статей расходов, которые не являются первоочередными и которые можно сократить без существенной потери функционала. И да – сувенирная продукция и другие маркетинговые материалы чаще всего оказываются в результатах этого поиска.

В этом году, судя по клиентам и разговорам с коллегами, многие небольшие организации полностью отказываются от подарков партнерам, ограничиваясь текстовыми поздравлениями с изрядной долей креатива. Некоторые распотрошили остатки прошлогодней сувенирной продукции, если на ней год не стоит (кружки, творчески оформленные блокноты, настольные композиции, особенно новогодней тематики). Что можно сделать без бюджета? Много. Можно записать небольшой клип или видеобращение от всей команды и руководителя и отправить партнерам, а также выложить на сайте и в соцсетях. Такой шаг покажет и ваше внимание, и «человеческое лицо». В принципе, это ос-



новые функции подарков на подобные праздники – сделать приятное человеку и напомнить о себе. Именно в таком порядке.

Еще можно пригласить всех на новогоднюю акцию, устроить памятный флешмоб, выпустить корпоративное электронное издание силами сотрудников, задействовав крупных партнеров и клиентов. Когда нет денег – нужен мозг. По-моему, это самое интересное время для PR-специалиста.

У крупных компаний ситуация чуть другая. Обычно здесь ранжируются подарки «по заслугам», и уменьшить бюджет на дорогие презенты сильно не получится. Но и тут можно с честью выйти из ситуации. К примеру, уже несколько лет существует движение «Благодарительность вместо сувениров», которое с каждым годом поддерживает все больше организаций. Участники добровольно отчисляют средства на благотворительность, сами определяя их размер. Подобные акции целенаправленно проводят и некоторые некоммерческие организации, например «Подарки имеют значение» от создателей фонда «Ночлежка». Компании могут купить в качестве подарка на Новый год фирменные сувениры из благотворительного магазина «Ночлежки» или перевести деньги на работу приюта для бездомных людей и через каналы коммуникации рассказать аудиториям, на какое дело пошли деньги, заложенные на «еще 200 кружек и эти смешные ручки, пожалуйста». Плюс такой ситуации еще и в том, что итоговую сумму перечислений можно не раскрывать.

НА САМОМ ДЕЛЕ ВЫБОР ПОДАРКА – ЭТО ПРИЯТНАЯ И НЕСЛОЖНАЯ ЗАДАЧА. ЕСЛИ ПОДОЙТИ К ЭТОМУ КАК К ИГРЕ И ДЕЛАТЬ ЭТО С ИНТЕРЕСОМ. САМЫЕ КЛАССНЫЕ И ОРИГИНАЛЬНЫЕ ПОДАРКИ МОЖНО СОЗДАТЬ ИЗ САМЫХ ОБЫЧНЫХ ВЕЩЕЙ.

Если вы решили порадовать клиентов и партнеров подарками, я рекомендую подумать в первую очередь об их полезности. Так, например, в прошлом году один из клиентов подарил нам баночку свежезваренного морковно-апельсинового варенья в корпоративной оранжевой обертке. Очень душевно, вкусно и полезно.

Логично, что чем важнее партнер, тем большего внимания он заслуживает. Я предпочитаю с ключевыми клиентами и партнерами встречаться лично. Это подчеркивает и статус адресата, и мое к нему уважение. Но в силу загруженного сдачей PR-отчетов клиентам декабря, большая часть подарков будет доставлена курьерами. Услугами почты мы не пользуемся, по опыту знаем, что это долго, без гарантий и не вполне удобно.



### **МАРИЯ КАБАКЧИ,**

*директор по маркетингу PR-агентства PR Partner*

Что подарить (варианты подарков)? Примеры из собственной практики.

На самом деле вариантов подарков масса. Однако очень важно, чтобы чувствовался индивидуальный подход и внимание. Именно по этой причине к каждому празднику для наших клиентов мы придумываем индивидуальные поздравления и подписываем открытки от руки. Помню, мы дарили корзины мандаринов нашим клиентам, магнитные доски для планирования времени, калейдоскопы, мягкие подушки, шоколад ручной работы премиум класса, многофункциональные зарядные устройства и часы с гравировкой «Спасибо за работу с PR Partner».

Как выбрать правильный подарок?

Нужно ли что-то дарить партнерам и клиентам? В каких случаях?

В PR Partner мы стараемся радовать клиентов и партнеров подарками как можно чаще. Это происходит как минимум три раза в год: на Новый год, 14 февраля

и в день рождения агентства. Кроме того, мы всегда балуем тортиками тех, кто нас рекомендует, и, конечно, помним про дни рождения клиентов и журналистов. Подарки им выбираем исходя из их личных предпочтений: дарили хорошее вино, элитные чаи, полеты на симуляторе самолета и на обычных самолетах, цветы, мягкую клавиатуру, живое дерево.

Доставка подарков: почта или курьер? Почему?

Мы отдаем предпочтение курьерской доставке или дарим подарки сами, так сказать, из рук в руки. Почте не доверяем – не раз были ситуации, когда отправки терялись, доставлялись в три раза дольше, чем было обещано изначально. С курьером можно отправить хрупкие товары, которые при доставке обычной почтой могут быть просто сломаны.



## АННА ЩЕРБИЙ,

*PR Director GLOBAL POINT RUSSIA*

Что подарить (варианты подарков)? Примеры из собственной практики.

Что подарить? Это, пожалуй, самый сложный вопрос, который стоит перед нами накануне всех праздников.

Подарок родителям, друзьям, клиентам – каждого хочется удивить.

Если близкие всегда могут сделать скидку на твоё «не было времени», «я думал, что у тебя 42-й размер, а не 44-й» и т. д., то с клиентами ошибки недопустимы.

Поэтому к выбору подарка мы относимся крайне внимательно и скрупулезно. Каждый год в сентябре мы с командой садимся на мозговую штурм, определяем вектор нашего посыла и начинаем накидывать идеи. Для меня это самый любимый процесс, когда нет ограничений, когда озвучиваешь любую мысль, которая приходит в голову. Так, в прошлом году на Новый год мы дарили подушку-рукав, концепция подарка звучала так: WORK HARD. SLEEP SMART. Дело в том, что

**ПОДАРКИ ДЛЯ КЛИЕНТОВ – ЭТО ОДИН ИЗ САМЫХ ВАЖНЫХ ИМИДЖЕВЫХ ПРОЕКТОВ ДЛЯ АГЕНТСТВА. ОСОБЕННО СЕЙЧАС, КОГДА ЧАСТЬ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРОИСХОДИТ В РЕЖИМЕ ОНЛАЙН.**

большинство наших клиентов проводят на работе большую часть своего времени. Наш подарок – это уникальная возможность расслабиться на рабочем месте – креативно и с мыслью о клиентах. Мы получили массу положительных комментариев в ответ.

На 23 Февраля мы дарили куриные яйца в стакане. Были сомнения, но мы решились на это. На упаковке подарка был рецепт молочного коктейля Stay Strong.

Получилось круто!

Подарки для клиентов – это один из самых важных имиджевых проектов для агентства. Особенно сейчас, когда часть бизнес-процессов происходит в режиме онлайн.

В прошлом году мы получили около 50 публикаций в социальных сетях со счастливыми обладателями наших подарков.

Как выбрать правильный подарок?

Как для своих родных, так и для клиентов, я стараюсь сделать уникальный подарок. Даже если какие-то элементы будут заимствованы.

Поэтому сначала я придумываю, что это может быть, а потом стараюсь реализовать.

Нужно ли что-то дарить партнерам и клиентам? В каких случаях?

Разумеется, нужно. Зачем? Описала выше.

Доставка подарков: почта или курьер? Почему?

Разумеется, нет ничего лучше человеческого общения, особенно в бизнесе. Поэтому мы в GLOBAL POINT только за личную встречу, особенно, когда такой радостный и приятный повод.

Конечно, бывают разные обстоятельства, и мы прибегаем к помощи курьеров, но большую часть развозим сами.