

REKLAM SUVENİRLƏRİ

Reklam suvenirlərindən və biznes hədiyyələrindən istifadə edilməsi korporativ etikanın ayrılmaz tərkib hissəsidir. Hazırda müştərilərə və işgüzar tərəfdaşlara hədiyyələrin verilməsi, xüsusilə orta və iri biznes sferasında əksər iri hörmətli və nüfuzlu şirkətlərdə mövcuddur.

Reklamın vacib elementlərindən biri reklam suvenirləridir. Reklam suvenirlərinə müxtəlif yanaşmalar mövcuddur. Onların bəziləri ilə tanış olaq.

Reklam suvenirləri bir qayda olaraq reklam vericisi və reklam olunan əmtəə haqqında informasiyanı ehtiva edən utilitar (yəni, fayda və mənfəət güdən, yaxud əməli və tətbiqi) təyinatlı əşyalar şəklində havayı paylanan xırda suvenirlərin köməyiylə reklamdır.

Reklam suvenirləri reklam vericisinin adı, onun ünvanı və ya onun ticarət müraciətini əhatə edən utilitar təyinatlı əşyaların (predmetlərin) istifadəsinə əsaslanan suvenirlərin köməyiylə reklamdır.

Reklam suvenirləri sizin firmanızı və məhsulunuzu xatırladan korporativ hədiyyədir.

Marketinq nöqtəyi-nəzərdən reklam suvenirləri az məsrəflər zamanı sadəcə satışın birdəfəlik artmasını yox, yeni və daimi müştərilərin cəlb edilməsini təmin etməyə qadir olan məqsədli auditoriyaya təsir edən çox incə, lakin səmərəli alətdir.

Reklam suvenirləri sadəcə irəliləyiş üçün yox, həm də şirkətin səviyyəsinin əks etdirilməsi üçün alətdir.

Reklam suvenirləri onların üzərindəki loqotiplə firmanın reklamının sadə və iqtisadi cəhətdən əlverişli vasitəsidir.

Reklam suvenirləri birbaşa və bilavasitə (dolay) bu və ya digər mənada sizin biznesinizə aid olan, yaxud əlaqədar insanlara hörmətin ifadəsidir.

Reklam suvenirləri cavab hərəkətləri gözləmədən məqsədli qruplara paylama variantı qismində istifadə edilən və reklam



aksiyalarının sərgilərinin keçirilməsi üçün həyata keçirilən loqotipli reklam hədiyyələridir (loqotipli və ya sloqan təsvirli qələm, gündəlik, fincan, futbol geyimi, alışqan, çətir). Hər dəfə bu hədiyyələrdən istifadə edən insan da o brendi və ya sloqanı xatırlayacaqdır.

Korporativ hədiyyələr təkcə tərəfdaşların, sifarişçinin və müştərilərin gözündə şirkətin imicinin saxlanması üçün əla üsul deyil, eləcə də növbəti dəfə özünü xatırlatmaq, diqqət cəlb etmək, öz fəaliyyətini qeyd etmək imkanı, həmçinin şirkətin əməkdaşları arasında qarşılıqlı münasibətləri yaratmaq və möhkəmlətmək şansıdır. Korporativ suvenir məhsulu, bir qayda olaraq, reklamçıya baha başa gəlir. Korporativ hədiyyələr təqdimatlar, firmanın yubileyi və digər bayramlar üçün sifariş edilir. Belə hədiyyələr funksionallığı ilə fərqlənir və şirkətin işçilərinə, məhsul göndərənlərə və müştərilərə təqdim edilir. Adətən, şirkətlər suvenirləri topdan sifariş verirlər, beləliklə, öz əməkdaşlarına əlverişli qiymətlərlə səmərəli və faydalı hədiyyələri təqdim etməklə onları sevindirmək imkanı əldə edirlər.

Şirkətin öz tərəfdaşlarında yaratdığı təəssürat çox zaman hədiyyəyə görə şirkətin işgüzar

keyfiyyətlərini, onun yaradıcılıq potensialını və müştərilərə olan münasibətlərini mühakimə etmək kimi amillərdən asılı olur. İşgüzar suvenirlərə firma loqotipi ilə ofis aksesuarlarını və şirkət haqqında informasiyaları, məişət əşyalarını və s. aid etmək olar, bir qayda olaraq, onlar aşağıdakı üç qrupdan birinə aid olur:

Hər şeydən əvvəl, bunlar **promo-suvenirlərdir** və onlara şirkətin loqotipi ilə kiçik və ucuz predmetlər (əşyalar), məsələn, brelokclar (saat zəncirlərindən və ya biləzəkdən asılan bəzək əşyası), alışqanlar, qələmlər, fincanlar və s.

İkincisi, bunlar poliqrəfiya məhsuludur: gündəliklər, yazı kitabçaları, divar və ya cib təqvimləri, bloknolar, posterlər (ing. "poster" – "afişa", "elan" – "plakat"), plakatlar. Bu növ suvenirlərin üstünlüyü ondan ibarətdir ki, onlar promo-suvenir kimi də işgüzar hədiyyəyə əlavə qismində istifadə oluna bilər.

Nəhayət, **VİP hədiyyələr.** Bunlara eksklüziv, bir qayda olaraq, sifariş üçün hazırlanan bahalı suvenirlər aiddir. Məsələn, bahalı saatları, şəklləri, keysləri (kiçik çamadanları), qiymətli metallarla və ya daşlarla bəzədilmiş, aparıcı dizaynerlərin hazırladığı dəftərxana ləvazimatlarını göstərmək olar.

Adətən, belə hədiyyələr konkret insan üçün nəzərdə tutulur və bir nüsxədə hazırlanır.

Yaddan çıxarmaq olmaz ki, işgüzar suvenir yalnız diqqətin təzahürü deyil, həm də hər hansı bir şirkətin imicinin tərkib hissəsi, onun işgüzar mədəniyyətinin səviyyəsi, göstəricisidir. Buna görə də suvenirin müsbət emosiya doğurması və işgüzar ünsiyyət üçün daha da əlverişli şərait yaratması vacibdir. Bunun üçün həmin işgüzar hədiyyədə cəlbedici xarici görünüşün, orijinallığın, faydalılığın və yüksək keyfiyyətin uyğunlaşdırılması zəruridir. Məhz, onda o, **qarşıya qoyulan məqsədə** nail olmağa kömək edəcəkdir.

VİP hədiyyələr biznes üzrə tərəfdaşlara hədiyyə verilən nüfuzlu və mötəbər sinfin mallarıdır. Belə suvenirlər alıcıda unudulmaz təəssürat yaratmalıdır. Burada funksionallıq xüsusi rol oynayır. Bu kateqoriyadan olan hədiyyələrə reklam suvenirləri və korporativ hədiyyələr, firma rəmzli VİP məmullatlar daxildir. VİP hədiyyələr şirkətin nüfuzlu imicinin və liderliyinin əyani təsdiqidir. Belə hədiyyələr əsl incəsənət əsərləridir və bir qayda olaraq, ucuz olmur lakin onlar firmanın mötəbər və nüfuzlu olmasını qeyd edir.

Müxtəlif tip suvenir məhsulunun (brend, reklam, VİP məhsulu) bir neçə növü vardır:

- məqsədli təyinat üzrə istifadə olunan praktiki reklam suvenirləri;
- işgüzar interyerlərin və iş yerlərinin bəzədilməsi üçün orijinal atributlar;
- geniş formatlı personal aksesuarlar;
- loqotipin və ya şirkətin ticarət markasının vurulması üçün nəzərdə tutulan promo-suvenirlər. Bunlar həm hər hansı kateqoriyadan olan qulluqçular və müştərilər üçün uyğun gələn universal korporativ suvenirlər, həm də yumor üslubunda yerinə yetirilən orijinal suvenirlər ola bilər.

(davamı var)

F.M. Qarayev,
BDU-nun dosenti