

Министерство образования и науки Российской Федерации  
НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ  
«НИНХ»

Социально-гуманитарный факультет  
Кафедра Социальных коммуникаций и социологии управления

РЕФЕРАТ

по дисциплине Конструирование рекламы  
Сувенирная продукция и ее место в рекламе

Студента: Липовская Анастасия Сергеевна

Номер группы: БРСО-21

Проверила: Черникова Е.В.

Новосибирск 2015

Введение

Сегодня без рекламы не обойтись ни одной компании, которая хочет занять достойное место в своей сфере деятельности. Нужно сделать свой бренд узнаваемым. Когда логотип вашей компании у всех на виду - он создает положительный имидж, подчеркивает стабильность и успешность предприятия. Немаловажную роль в этом играет рекламно-сувенирная продукция (сувенирка).

Рекламно-сувенирная продукция - это неотъемлемая часть презентаций, выставок, промо акций, рекламных кампаний. Это важный компонент фирменного стиля любой организации, одно из условий узнаваемости среди потребителей и конкурентов. Сувенирка с логотипом или фирменной символикой - это превосходная реклама вашего товара или услуг. В настоящее время требования к сувенирной рекламной продукции растут. Изготовление и производство сувенирной продукции? Этого недостаточно! И мало просто подарить календарик с вашим логотипом.

Актуальность исследуемой темы связана с осознанием значимости сувенирной продукции в процессе коммуникации компании с потребителем. Цель работы - проанализировать сувенирную продукцию и ее место в рекламе.

Главными задачами исследования является исследование рынка сувенирной продукции, определение характеристик основных сувениров, рассмотрение сувенирной продукции как элемента имиджевой рекламы и фирменного стиля

Объект исследования - сувенирная продукция в рекламе.

Предмет исследования - сувенирная продукция.

1. Общая характеристика: понятие, виды сувенирной продукции, технология производства

В нынешнее время в России высокими темпами развивается сувенирный рынок с фирменной символикой и становится отличным инструментом продвижения торговой марки компании.

Рекламный сувенир - это корпоративный подарок, напоминающий о фирме и ее

продукции.

Сувениры с фирменной символикой составляют неотъемлемую часть корпоративного стиля. Это сильнейший инструмент рекламы и хорошая возможность привлечь внимание к своей марке. Полезный или оригинальный сувенир с логотипом компании - это и приятный знак внимания, и изящный способ напомнить о себе потенциальному потребителю.

Рекламная сувенирная продукция пользуется популярностью у крупных компаний и развивающихся начинающих фирм. Партия полезных вещиц с логотипом организации, выпущенная к празднику или корпоративной дате, поднимет статус фирмы в глазах клиентов и партнеров. Оригинальные сувениры будут постоянно привлекать внимание, и напоминать об организации потенциальным потребителям или инвесторам.

Традиционный бум на рынке сувенирной продукции начинается в преддверии новогодних праздников. Поздравление с Новым годом является, пожалуй, одним из наиболее удобных способов совместить приятное с полезным: преподнести партнерам подарок и ненавязчиво напомнить о себе.

Существует много видов сувенирной продукции, рассмотрим некоторые из них: VIP-подарки: часы, посуда, сувениры из камня, металла, натуральной кожи и дерева и т.п. Они дарятся по значительным поводам тем, кто играет ключевую роль в вашем бизнесе и жизни в целом. Такие подарки должны становиться своеобразными вехами в развитии ваших отношений с дорогим во всех смыслах человеком, намекать на новые перспективы сотрудничества и, конечно, они должны быть дорогими.

Промо-сувениры: одни из малобюджетных сувениров, которые дарят при проведении каких-либо масштабных мероприятий, и преподносят их всем участникам данного мероприятия. Такими сувенирами могут быть недорогие ручки, блокноты, карманные календари, пакеты и т.д.

1. Бизнес-сувениры: их преподносят партнерам, коллегам, сотрудникам и начальникам. Главная задача таких сувениров подчеркнуть уважение, именно поэтому стоит выбирать презентабельные сувениры. К примеру это могут быть держатели для записок или для ручек, а так же сами ручки, зажигалки (для коллег и сотрудников), настольные и прочие подарочные наборы (для директора или партнеров).

Существуют различные способы нанесения фирменной символики:

- лазерная гравировка
- шелкография
- тампопечать
- деколь
- вышивка
- тиснение

Лазерная гравировка. Используется в тех случаях, когда необходимо нанести логотип на сувенир, имеющий металлические детали (металлические ручки, визитницы, зажигалки, часы и т.п.). Она подходит также и для нанесения по дереву, стеклу, коже (бизнес-сувениры и VIP-подарки).

Шелкография. Высокотехнологический процесс, позволяющий персонализировать практически любую продукцию. Наиболее распространено нанесение шелкографии на изделия из ткани (футболки, бейсболки, сумки), на полиэтилен и бумагу (пакеты, папки), а также на изделия из кожи и кожзама (деловая продукция, сумки, папки и т.д.).

Тампопечать. Дешевый и самый распространенный и популярный способ персонализации (пластиковые ручки, зажигалки, кружки, пепельницы, брелоки, ежедневники, елочные шары и т.п.). Главное ограничение - небольшой размер логотипа, а также невозможность печатать на сильно искривленных поверхностях.

Деколь. Высокотемпературная обработка делает этот способ персонализации универсальным для нанесения на сувениры из стекла, керамики (кружки, пепельницы, стаканы, чашки, и т.д.). Деколь, в отличие от тампопечати позволяет делать практически стопроцентную запечатку изделия и позволяет использовать большее количество цветов.

Вышивка. Наиболее качественный и презентабельный способ нанесения на продукцию из текстиля (бейсболки, дорогие футболки, куртки, сумки).

Тиснение. Способ, который позволяет выдавливать изображение на таких материалах, как бумага, картон, кожа, кожзам, пластик (ежедневники, планинги, папки из бумаги и картона и т.д.). Часто используют золотую или серебряную фольгу. Тиснение без использования фольги называют «слепым тиснением» [4].

## 2. Мировой и отечественный опыт в производстве сувенирной продукции

Родиной зарождения рекламной сувенирной продукции принято считать США. Именно в этой стране кому-то впервые пришла в голову идея украсить фирменной символикой предметы утилитарного назначения: лошадиные попоны, тенты и т.д. С тех самых пор суть сувенирной рекламы практически не изменилась: как и сто лет назад, вещи с нанесенным на них логотипом призваны поддерживать положительный имидж фирмы и стимулировать, таким образом, сбыт. США остаются мировым лидером в области производства оригинальной представительской продукции, и сегодня им не страшна возрастающая конкуренция со стороны производителей из Германии, Китая и Гонконга. В России же первые поставщики и производители бизнес-сувениров появились около 10-12 лет назад, однако массовый интерес к рекламе подобного рода возник лишь несколько лет назад. Ценность рекламных сувениров заключается в том, что помимо рекламного продукта как такового человек получает еще и полезный предмет: фирменной ручкой можно писать, зажигалкой с логотипом компании - прикуривать сигарету. С одной стороны, такой сувенир дает возможность рекламодателю косвенно напоминать о себе в течение длительного времени, с другой - человек будет смотреть не на безличный предмет, а на подарок с указанием имени дарителя. Нужно помнить, что, каким бы целям ни служила данная продукция, это, прежде всего подарок, который партнер будет вольно или невольно демонстрировать окружающим.

Ассортимент сувенирной продукции сегодня настолько велик, что классифицировать ее чрезвычайно трудно. Тем не менее, с точки зрения

функциональной принадлежности можно выделить следующие группы:

- письменные принадлежности - от простейших пластиковых ручек до дорогостоящих подарочных наборов "Parker" ,
- значки и символика для наградений,
- флаги и флажная продукция,
- изделия из кожи и кожзаменителя (ежедневники, блокноты, визитницы, портмоне и проч.),
- посуда (от бокалов до чайных и кофейных наборов),
- функциональные мелочи (брелоки, термосы, предметы для отдыха и походов, часы, штопоры и т.п.),
- изделия из пластика (файловые папки, уголки, полиэтиленовые пакеты),
- одежда и изделия из ткани.

Сувенирная продукция ценна как своей функциональностью, так и возможностью реализации имиджа того или иного производителя. Именно поэтому в сувенирной индустрии проявилась тенденция к эксклюзивности подарков. Оригинальную продукцию с авторским стилем и неповторимым имиджем можно разделить на две группы.

Во-первых, это привлекающие внимание сувениры необычного дизайна или назначения, например, сувенирные часы автомобильной компании, выполненные в форме колеса, или радиоприемники в форме бутылки прохладительного напитка.

Вторая группа - дорогие предметы, которые используются в качестве подарков партнерам, важным клиентам и руководителям высшего звена. Они выпускаются либо малыми партиями, либо вообще в одном экземпляре. Особенность сувенирной рекламы вообще состоит в том, что в ней существует мода на определенные дизайнерские решения.

На сегодняшний день рынок представительской продукции достаточно насыщен. Поставщиков, в зависимости от оказываемых заказчику услуг, можно разделить на четыре вида:

- немногочисленные специализированные фирмы, осуществляющие полный цикл сувенирного обслуживания;
- предприятия-производители, которые занимаются каким-либо одним видом деятельности (например, шелкографией или тампопечатью);
- небольшие рекламные фирмы, которые, берутся за любую работу;
- отделы полиграфии и сувенирной продукции крупных рекламных агентств полного цикла, в сферу деятельности которого входят разработка и изготовление полиграфической и сувенирной продукции.

На рынке сувенирной продукции роль производственного отдела во многом посредническая. Существует несколько причин, по которым обращение к помощи профессионалов не только более выгодно, но и более надежно, чем попытки самостоятельно решить эту проблему.

Причина первая: производственные отделы рекламных агентств, не имея собственных производственных мощностей, не пытаются продвигать какой-либо один вид продукции. Они способны предложить клиенту большой выбор вариантов

и максимально выгодный способ вложения средств - как с точки зрения соотношения "цена - качество", так и с точки зрения достижения имиджевых целей. Причина вторая: у производственных отделов обычно хорошие связи с производителями. Поэтому, будучи постоянным партнером производителей печатной и сувенирной продукции, рекламное агентство получает более низкие цены и большие скидки, чем впервые обратившийся клиент. Кроме того, при необходимости производственные отделы могут заказывать малотиражные партии, и даже единичные экземпляры продукции, чего практически невозможно добиться другим заказчикам.

Причина третья: в производственных отделах работают специалисты с огромным опытом и багажом знаний, они держат руку на пульсе современных технологий производства. Знание всех тонкостей печатного процесса, особенностей нанесения изображений, выгодных каналов закупок, способов монтажа и демонтажа оригинальных конструкций, вариантов технического воплощения творческих решений - все это элементы их ежедневной деятельности, обеспечивающие успешную работу на благо клиентов.

### 3. Сувенирная продукция как элемент корпоративного стиля

Записные книжки, зажигалки, ручки и другие сувениры нужно рассматривать как элемент рекламы, в частности, как инструмент имиджевой рекламы, несущий логотип, товарный знак и фирменные реквизиты. Бизнес-сувениры позволяют точно направить действие рекламы на целевую аудиторию и достичь большой продолжительности действия.

Все эти рекламоносители будут длительное время находиться в поле зрения сотрудников и руководства фирмы, как целевой группы, напоминая о самом существовании рекламируемого товара лучше, чем изложенные на бумаге данные, подшитые в папку, пылящуюся в шкафу. Более того, сам факт дарения будет создавать благоприятный имидж фирмы и позитивное позиционирование предлагаемого товара.

Акт вручения таких аксессуаров в качестве подарка воспринимается не просто как выражение внимания, уважения или благодарности.

Получение в качестве подарка определенных аксессуаров означает признание определенного положения в обществе, принадлежности к некой организации, либо как акт приобщения к этой организации. Положительные эмоции, собственные ощущения, связанные с получением такого подарка запомнятся надолго. Это послужит одной из важных составных частей создания благоприятной атмосферы для налаживания деловых контактов.

#### Заключение

Современная рекламно-сувенирная продукция должна быть запоминающейся, оригинальной, функциональной! А нанесение логотипа, фирменной символики, рисунка делают практически любую вещь (ручка, кружка, бейсболка, флешка, брелок) отличным рекламным носителем. Такая сувенирная продукция станет не

только полезной вашим деловым партнерам, но и будет напоминать о дарителе. Ведь вручая бизнес подарок, вы производите на получателя положительное впечатление и косвенно «заставляете» его помнить о себе и своей компании.

Подводя итог, можно смело утверждать, что использование сувенирной продукции в рекламных кампаниях является серьезным средством создания в рекламных целях позитивного впечатления о рекламируемом объекте. Сувенирная продукция поможет создать благоприятный имидж предприятия, что скажется на отношениях с партнерами и клиентами. Способ продвижения рекламы с помощью сувенирной продукции наилучшим образом воздействует на психику человека, служит легкой и не навязчивой, но очень действенной формой рекламы в настоящее время.

фирменный символика сувенир рекламный

Список используемых источников

1. Вахитов О. Сувенир как полноценный способ коммуникации//Сувенирка. №12. 2005.
2. Гольман, И. А. Рекламная деятельность: Планирование. Технологии. Организация. М. : 2010-№3
3. Зыкова С. Подарок как способ коммуникации//Рекламные технологии Сувениры. - 2007. - №3.
4. Кантес К. Обзор методов нанесения//Сувенирка. 2006. №10  
Размещено на Allbest.ur

\* Позиционирование бренда // 2dip - студенческий справочник. URL:  
[https://2dip.su/теория/маркетинг\\_на\\_предприятии/бренд\\_и\\_торговая\\_марка/позиционирование\\_бренда/](https://2dip.su/теория/маркетинг_на_предприятии/бренд_и_торговая_марка/позиционирование_бренда/)