



„LIZAKI SZPATUŁKI” W TUBIE Z NADRUKIEM REKLAMOWYM | COOKIE



POZIOMICA | ASGARD



ZESTAW NARZĘDZI SAMOCHODOWYCH | ASGARD



KOLOROWY ZAKREŚLACZ/MARKER W KSZTAŁCIE STRZYKAWKI | AXPOL



ELEKTRYCZNA POMPA DO OPON, MATERACA LUB BASENU | AXPOL



MIARKA KRAWIECKA Z LOGO | GIFT STAR



KDP-25EBZ KALENDARZ PREMIUM Z KOLEKCJI EVORA | DROPS



BIWUAR – SKÓRZANY DODATEK DO DAMSKIEJ LUB MĘSKIEJ Teczki | VERUS



POWER BANK PRZEŃNOŚNA ŁADOWARKA USB | PRO-USB

## GADŻET JAKO NARZĘDZIE PRACY

Długopis, pamięć USB, kalendarz, etui na telefon czy torba na laptopa, a także profesjonalna odzież, poziomica czy latarka. Wszystkie te gadżety łączy jedno – prócz funkcji reklamowej, stanowią efektywne narzędzie w codziennej pracy.

### Funkcjonalność i jakość

Gadżet, który będzie służył naszym klientom w wykonywaniu ich pracy musi spełnić szereg funkcji. Wygoda, jakość i uniwersalność to tylko niektóre cechy takiego produktu. W ofertach firm możemy znaleźć szereg artykułów promocyjnych, które sprawdzą się jako idealny gadżet podczas wykonywania obowiązków. Mówiąc o kluczowych cechach gadżetu wykorzystywanego w pracy, Tomasz Barudin z firmy TEXET podkreśla jego dopasowanie do stanowiska. – Powinien być chętnie używany przez pracownika. Na tyle atrakcyjny i uniwersalny, że z radością będzie do niego wracał każdego dnia – podkreśla Tomasz Barudin. Funkcjonalność produktu zależy od specyfiki wykonywanej pracy, jak przekonuje Anna Jankowska z firmy AXPOL. – Dla jednego oznacza maksymalną prostotę, a dla innych wielozadaniowość i szeroki wachlarz opcji. Nie bez znacze-

nia jest także design oraz możliwość wykorzystania w różnych warunkach – mówi Anna Jankowska. Paulina Smolarska z firmy YOURCLIP podkreśla, że dzisiaj gadżet powinien zaskakiwać formą. – Gadżet powinien być ogólnodostępny i gotowy do użycia w każdej chwili, mieć ergonomiczny kształt, być przy tym przystępny cenowo, ale z zachowaniem wysokiej jakości. Nie ma nic gorszego dla wizerunku firmy niż rozpadający się w rękach klienta zjatycki kubek – dodaje Paulina Smolarska. Kluczową kwestią jakości wykonania produktu podkreśla także Piotr Zieliński, właściciel firmy GIFT STAR & Pro-USB, zaznaczając, że wybierając najtańszy produkt nie możemy spodziewać się wyjątkowych efektów, a porównując potencjalne artykuły nie powinniśmy kierować się jedynie wyznacznikiem ceny. – Dobre materiały i mechanizm, czy oprogramowanie w przypadku gadżetów elektronicznych, są często w cenie. Prostota działania to wygoda w codziennej

pracy, a jeśli do tego dorzucimy modny design, to możemy mieć wiele satysfakcji z użycia przedmiotów, którymi się otaczamy – dodaje Piotr Zieliński. Tatiana Duraj-Fert, dyrektor ds. Handlu i Marketingu VERUS zaznacza, że jeśli cenimy jakość i jednocześnie funkcjonalne zalety produktu, należy zdać sobie sprawę z faktu, że tani produkt jest produktem drożym. – Firmy dokonujące zakupów artykułów ekskluzywnych wiedzą, że nabycie taniego, czy tańszego produktu nie jest opłacalne, a na pewno nie jest korzystne pod względem wizerunkowym – wyrokuje Tatiana Duraj-Fert. Każdy gadżet reklamowy, nawet ten najbardziej praktyczny, powinien spełniać swoją podstawową funkcję, czyli reklamować. – Ma on zachęcać do zakupu asortymentu danej firmy czy też skorzystania z usług reklamowanego przedsiębiorstwa, dlatego też połączenie dwóch funkcji: reklamowej i praktycznej spowoduje, że znajdujemy upominek ideal-

ny. Przy wyborze upominku powinniśmy pamiętać, iż zaskoczenie to jeden z najważniejszych bodźców, który powoduje satysfakcję osoby obdarowywanej, dlatego chcąc zrobić dobre wrażenie na kontrahencie, kupmy mu coś niekonwencjonalnego – doradza Katarzyna Zakrzewska z firmy COOKIE.

### Różnorodny wybór

– W ostatnich latach bardzo modne, a zarazem użyteczne i uniwersalne, stały się gadżety elektroniczne i związane z elektroniką, takie jak pamięci USB, Power Banki, ładowarki samochodowe, myszki czy touch peny – mówi Marta Maciejewska, specjalista ds. marketingu i PR firmy ASGARD. – Wielkim powodzeniem cieszą się także gadżety wielofunkcyjne – np. długopis ze wskaźnikiem laserowym, latarką i touch penem. Im więcej funkcji posiada produkt, tym większa szansa, że obdarowany będzie go częściej użytkował. Z drugiej strony nieustannie dużym zainteresowaniem cieszą się tradycyjne już gadżety takie jak: długopisy, teczki konferencyjne, wizytowniki lub notesy – dodaje Marta Maciejewska. Rzeczywiście, mimo elektronicznego boomu, popularność tradycyjnych nośników nie słabnie. Typowe elementy codziennego wyposażenia w pracy, zwłaszcza biurowej, to kalendarze, etui na laptopa czy tablet, wielofunkcyjne teczki i organizery. – Wciąż w kalendarzu nie potrzebujemy dodatkowego zasilania i mamy pewność, że nie utracimy zapisanych danych w przypadku awarii – podkreśla Cezary Kodym z firmy DROPS. – Dodatkowo, dzięki zastosowaniu wklejek reklamowych umieszczonych w kalendarzu możemy przekazać klientom istotne dla nas komunikaty – dodaje Cezary Kodym. Kalendarz, notes czy organizer można spersonalizować i подарować komuś w prezencie, co sprawi, że obdarowana osoba będzie czuła się wyjątkowa. Etui, pokrowce oraz torby to przedmioty, które zabezpieczają, niejednokrotnie cenny i używane codziennie, sprzęt. To kolejny dobry pomysł, gdy myślimy o tym by nasz gadżet pozostał w częstym użyciu. W miejscu pracy nieodzowna staje się także odzież firmowa, która jest już nieodłącznym elementem identyfikacji wizualnej przedsiębiorstw w najróżniejszych branżach. Hotele, restauracje czy zakłady przemysłowe to tylko niektóre miejsca, w których odzież nie tylko wzmacnia prestiż organizacji, ale także podnosi jakość warunków pracy. – Firmowa odzież powinna być wykonana z doskonałych jakościowo materiałów, przyjemnych tkanin, w stonowanej kolorystyce, aby być codziennym kompanem naszych pracowników i nie tracić na jakości przez ciągłe użytkowanie – wymienia Tomasz Barudin. – Jeśli mówimy o pracownikach produkcyjnych, ich odzież powinna również zapewniać odpowiednie bezpieczeństwo wykonywanej pracy, nie krępować ruchów, zapewniać dobre rozłożenie ciężaru, ergonomię – dodaje Tomasz Barudin.

Wśród dedykowanych gadżetów znajdziemy również te, skierowane do konkretnej branży czy zawodu. – Przykładem takich produktów są chociażby poziomicę proponowane dla osób związanych z branżą budowlaną czy breloki w kształcie samolotów dla branży turystycznej – mówi Marta Maciejewska. Takie artykuły powinny być dostosowane przede wszystkim do charakteru pracy osoby obdarowanej, jak zaznacza Katarzyna Zakrzewska. – Ciekawym i nietypowym a zarazem praktycznym upominkiem reklamowym są skierowane do pediatrów „Lizaki Szpatułki” w tubie z nadrukiem reklamowym. Zwykła szpatułka laryngologiczna obłana przy zakończeniu masą cukrową dla lekarza jest nadal zwykłą szpatułką czyli narzędziem pracy, a dla dziecka poprzez słodki upominek wizyta w gabinecie nie jest już przykrym obowiązkiem – podkreśla Katarzyna Zakrzewska.

### Sztuka znakowania

Gadżet, który podarujemy klientowi z myślą o wykorzystaniu w miejscu pracy, musi być oznakowany w sposób przemyślany. Z jednej strony to reklama, nośnik informacji o naszej firmie, z drugiej, ma być używany przez klienta codziennie – nie może być więc zbyt nachalny, ale także zbyt mały, bo pozostanie niezauważony. Na wybór metody znakowania wpływa wiele czynników, przede wszystkim rodzaj materiału na którym wykonujemy nadruk, grawer czy też tłoczenie, wielkość i kształt samego produktu, a także kwestie finansowe, czyli budżet jakim dysponuje klient. Jak zaznacza Anna Jankowska, nadrzędnym celem pozostaje jednak uzyskanie jak najdłuższej trwałości nadruku przy zachowaniu korzystnej ceny. – Najważniejsze jest to, żeby logo było czytelne i zrównoważone. Nadruk nie może przytłaczać gadżetu, lub też gadżet nie może być zbyt duży w stosunku do nadruku – dodaje Paulina Smolarska. Marta Maciejewska, jako najtrwalszą metodę znakowania produktów używanych w codziennej pracy, poleca grawer laserowy. – Takie znakowanie daje klientom gwarancję, że mimo codziennego użytkowania, logo umieszczone na gadżecie nadal będzie doskonale widoczne – mówi Marta Maciejewska. Inaczej znakuje się odzież reklamową, ale pewne zasady, np. co do wielkości grafiki pozostają uniwersalne. – Znakowanie w przypadku odzieży nie powinno być nachalne, pamiętajmy że często mniej znaczy więcej. Gdy mówimy o odzieży biznesowej, często dyskretny haft na mankiecie czy kołnierzyku robi większy efekt niż duży nadruk – mówi Tomasz Barudin. – W ciekawy sposób można oznakować torby czy pokrowce na komputery czy tablety. Na produktach z neoprenu można logo wytłoczyć tworząc efekt przestrzenny, można też wykorzystać inne, bardziej klasyczne techniki, które niewielkim kosztem stworzą spójny wizerunek pracowników firmy – dodaje Tomasz Barudin.

W przypadku kalendarzy czy notesów popularne jest tłoczenie matrycą na gorąco, co sprawia, że logo zostaje wtlócone w okładkę, a dodatkowo, można zastosować znakowanie folią, co pozwala na zmianę koloru logo na np. złoty, srebrny itp. Jak zaznacza Cezary Kodym, to najlepsza metoda znakowania np. okładek kalendarzy. Tłoczenie sprawdza się również w przypadku galanterii skórzanej. – Najbardziej szlachetną formą znakowania produktów skórzanych jest wytłoczenie znaku firmowego. Taka technika pozwala na stworzenie pięknych i robiących wrażenie detali. W przypadku personalizacji, z uwagi na koszty, najlepszym rozwiązaniem jest natomiast znakowanie laserem – podkreśla Tatiana Duraj-Fert. Kwestia znakowania pozostaje po stronie klienta, zależna jest od jego konkretnych preferencji. – Jedni lubią mieć rzecz kolorową z dużym logo i grafiką, inni zaś cenią sobie elegancję i prostotę z naniesionym małym logotypem. Wydaje mi się, że obecnie panuje trend na minimalizm w znakowaniu artykułów reklamowych – reasumuje Piotr Zieliński.

Gadżet reklamowy to doskonały nośnik informacji o firmie i medium reklamowe. Jeśli dodatkowo spełnia on funkcje, które ułatwiają klientowi pracę, możemy być pewni, że na długo zagości w jego otoczeniu. Jeśli odpowiednio zbadamy potrzeby klienta, mamy szansę wybrać dla niego gadżet, który jako użyteczny produkt będzie mu długo służył, a trwała grafika symbolizująca naszą firmę czy markę, zostanie w jego pamięci.

Katarzyna Lipska



PROJOB - SYSTEM INBAGS | TEXET POLAND



SPINACZ - NARZĘDZIEM KOMUNIKACJI I PROMOCJI | YOURCLIP