

# Стратегия корпоративных подарков



[Источник фото](#)

В детстве я ненавидела ходить на дни рождения друзей, потому что у меня всегда были ужасные подарки. Их второпях покупала мама. Я хорошо усвоила урок — прийти с плохим подарком значит испортить праздник себе.

Сейчас я смотрю на то, чем партнеры засыпают в декабре наш офис: алкоголь, чай, конфеты. Кажется, моя мама помогает с подарками и им :-)

Для многих компаний корпоративные подарки — большой кусок бюджета. Но они все равно действуют без стратегии. Наверное, считают, что рационализировать подарки нельзя. Но они ошибаются — вы удивитесь, как много графиков мы собрали для вас в этой рассылке.

Мы провели небольшое исследование, чтобы найти ответы на вопросы:

1. Можно ли улучшить подарок, сократив на него бюджет?
2. У каких подарков больше шансов понравиться?
3. Что говорит ваш подарок и что слышит получатель?
4. Как придумать идею подарка?

## Как улучшить подарок, уменьшив бюджет?

*Живет парень Вова. У его девушки Кати скоро день рождения. Вова решил нарисовать фею и напечатать Кате футболку с этой картинкой и ее ником @feya. Но не успел заказать.*

*В день X Вова без подарка. По дороге в ресторан он забегает в «Л'Этуаль» и покупает подарочную карту на 3000 рублей. Меньше — несерьезно. Приходить с карточкой — все равно что с пустыми руками, поэтому Вова покупает цветы. Букет стоит 500 рублей.*

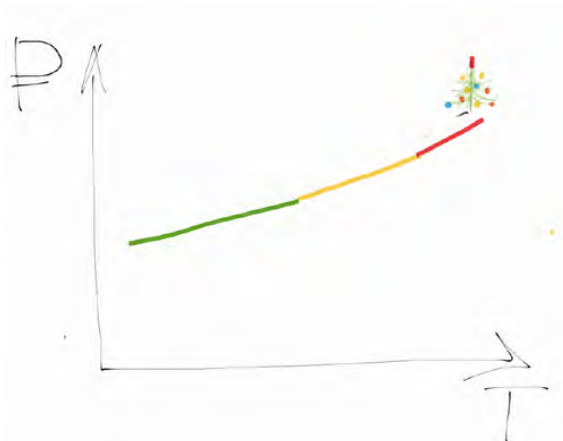
*В итоге Вова потратил 3500 рублей на подарок, который понравится Кате гораздо меньше, чем понравилась бы футболка за 700 рублей. Бюджет превышен в пять раз. Подарок хуже в разы.*

Выводы:

1. Нет прямой зависимости между **ценой** подарка и его воспринимаемой ценностью.
2. Расходы на подарок можно сократить, придумав оригинальную **идею**.
3. Расходы на подарок можно сократить, заказав его **заранее**.

Все это имеет отношение и к корпоративным подаркам — хорошая идея и время могут сэкономить вам большие деньги и умножить впечатления.

С корпоративными подарками на Новый год есть еще и такая зависимость — чем позже вы «опомнились», тем дороже вам обойдется подарок.



## Что кому дарить?

В сети полно исследований о подарках. Многие бизнес-издания проводили опросы, мы их проанализировали и сделали выводы.

---

**Вывод № 1. Два главных критерия оценки подарка — полезность и оригинальность.**

---

Рисуем карту подарков по этим двум признакам.



Дирижерская палочка руководителю — это оригинально, но бесполезно, а настенные часы наоборот — полезны, но не оригинальны.

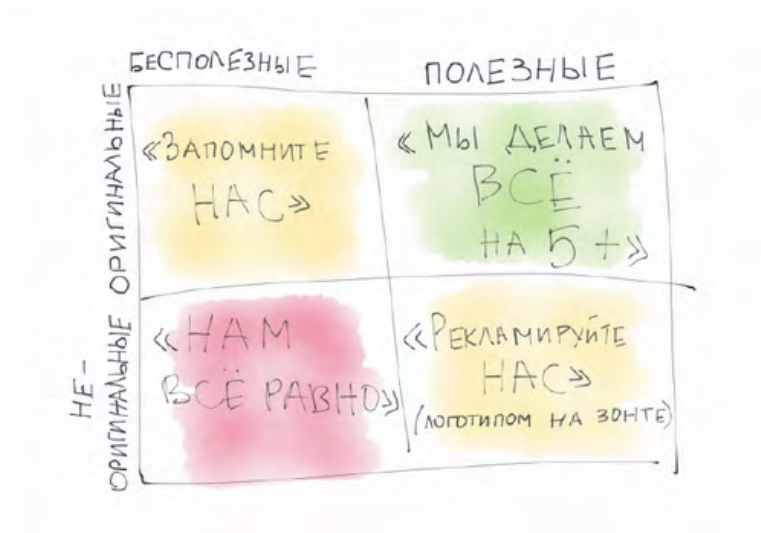
Лучший подарок поселится в правом верхнем углу — полезный и оригинальный именно для вашего получателя.

Карта подарков легко преобразуется в матрицу, которая поможет разобраться, что кому дарить. Матрица делит все подарки на четыре типа:

- 1) оригинальные-бесполезные
- 2) оригинальные-полезные
- 3) неоригинальные-бесполезные
- 4) неоригинальные-полезные.



Каждый сегмент матрицы несет свое сообщение.



Реакция на сообщения бывает такой.



Неоригинальные-беспольные подарки никому не нужны, а оригинальные-польные — наоборот. Чтобы лучше понять, что к чему, пройдемся по зонам матрицы — от худших к лучшим.

## Красная зона. Просто не делайте этого

Если подарок неоригинален и бесполезен — это провал. Сколько бы он ни стоил.

«Худшим подарком была тяжелая стеклянная штука с надписью компании, подарившей её. Места занимает много, но несолидно держать на своем столе или шкафу монумент не своей организации».

Ирина Тырышкина, помощник капитана.

Источник — [HR-Journal](#)

## Желтые зоны. Присмотритесь к аудитории

С двумя желтыми квадратами попасть сложно, но можно. Если вы хорошо знаете свою аудиторию.



**Оригинальные-бесполезные** подарки обычно дарят тем, у кого «все есть». Но они могут понравиться не только им. Творческие люди, программисты, дети в душе — есть круг людей, которые оценят оригинальность бесполезного-оригинального подарка.

[Наш.Лось](#) = «нашлось». От слогана Яндекса «Найдется все». Когда я работала в Яндексе, мы часто получали в подарок бесполезные вещицы, как этот лось-конструктор. Подарок понравился коллегам-программистам. Лося собирали задом-наперед, фотографировали в самых неожиданных местах офиса. В общем, лось «сделал» тот праздник.



Автор фото — [osinav](#)

Не дарите такой подарок материалисту — тому, кому важнее утилитарные свойства подарка.  
«Не нравятся новогодние сувениры, которые не несут никакой функциональной нагрузки и вынуждают меня заниматься сначала складированием, а потом выбрасыванием».

Елена Качура.

Источник — [HR-Journal](#)

**Полезные-неоригинальные** подарки могут понравиться как раз этой группе. Встречаются хорошие отзывы о ручках, кружках или зонтах с логотипами.

«Из моих любимых: кубик-трансформер-календарь, стильный набор авторучка + брелок + карманная визитница (всё дорого, хорошо упаковано, с логотипами ТМ); кружка мятая неправильной формы с логотипом; калькулятор прозрачный сенсорный».

Валерий Казаченко.

Источник — [HR-Journal](#)

---

**Вывод № 2. Если получатель — программист или дизайнер, делайте ставку на оригинальность.  
Если бухгалтер или бюджетник — на пользу подарка.**

---

## Зеленая зона. Сверхзадача

У оригинального-полезного подарка больше шансов понравиться любому, но придумать его сложно. Вот несколько способов:

### 1. Возьмите что-то из полезного-неоригинального и добавьте большую идею

Календарь — это избито, но полезно. Оригинальный календарь «Сахарок на каждый день» дарила в 2014 году компания DMG.



Идея календаря ясна из инструкции. Кормите сахарком коня и будьте в новом году каждый день «на коне».



Источник — [DMG](#)

## 2. Берите объемом

*«Самый запоминающийся подарок, который я получал на Новый год, — это огромная банка икры».*  
Вячеслав Яхин, «Евросеть»

*«Тот предновогодний рабочий день встретил меня неожиданно. Рабочий стол был заставлен множеством ярких кульков, свертков. В них был праздник: хлопушки, конфетти, бенгальские огни, загадочные маски. Удивительно, но было ощущение, что меня не просто поздравили, а наградили атрибутами радости из детства».*

Ярослава Ракитина, КУА «КИНТО»

## 3. Устроить запоминающийся процесс дарения

Упаковка подарка — это не только коробочка, но еще и процесс дарения. В некоторых компаниях разыгрывают подарки в настольной игре. В других — тянут бумажки из новогодней шапки.

Высший пилотаж — соединить подарок и ритуал дарения в единое целое. Компаниям, которые покупают в МИФе книги в подарок сотрудникам, мы рекомендуем такой сценарий.



**Шаг 1.** Задолго до Нового года заверните книги в зеленую бумагу, сложите их елкой. Не забудьте приклеить ярлычки с именем получателя. Пусть книжная елка украшает офис и возбуждает любопытство коллег.

**Шаг 2.** В последний рабочий день уходящего года устройте церемонию вручения книг с дипломами. Самому креативному сотруднику подарите книгу «Творческая личность» и диплом с таким званием. Сотруднику, который больше других заботится о здоровье, — диплом и книгу «До смерти здоров». Идеи званий для дипломов черпайте из названий [наших книг](#).

#### 4. Откажитесь от подарка

В ответ на рассылку Лиги № 3, где я просила вас делиться идеями корпоративных подарков, один из лигионеров написал такое письмо:

*«Прочитав в 2012 году книгу Филипа Котлера „Маркетинг 3.0“, я поселил в своей голове мысль о том, что гораздо справедливее было бы потратить деньги на благотворительные цели. Продвинуть идею с первого раза не получилось. Пришлось столкнуться с убеждением коллег, что „клиенты не поймут“. Спустя два года я вернулся к этой идее. Решение было найдено следующее: мы перечисляем в детский дом или больницу бюджет, выделенный на подарки, а клиентам дарим открытку и рисунок ребенка, который получил то, о чем давно мечтал».*

Андрей Гришин, маркетолог компании [СовИн Тех](#)

#### 5. Проведите мозговой штурм

Алена Макова — один из первых маркетеров МИФа — прислала несколько идей для мозгового штурма, который они с коллегами используют в своем проекте [«Подаркинг»](#).

*Читаем про компанию и накидываем много разных слов вокруг ее деятельности (качества, предметы, прилагательные), дальше пытаемся их соединить и придумать предметы, их символизирующие. Пример: компания занимается автоматизацией процессов, как можно отразить это в новогоднем подарке? Автоматизация главного праздничного процесса, открывания вина: подарок — автоматический штопор.*

Больше идей для мозговых штурмов по подаркам читайте в [блоге](#) Алены.



---

**Вывод № 3 – заключительный. Продуманный подарок скажет партнеру, что ваша компания сильна стратегией (умение планировать загодя) и инновациями (умение рождать новые идеи). «Ленивый» подарок расскажет обратное.**

---

В МИФе можно заказать [специальные тиражи](#) книжек для корпоративных подарков. Наши дизайнеры оформят их, как вам хочется, а Наталья посоветует лучшее, что у нас есть на вашу тему.

**Подробнее о всех  
вариантах подарков**

По всем вопросам о корпоративных подарках  
звоните Наталье +7 (966) 131-90-34,  
или напишите ей письмо на [b2b@m-i-f.ru](mailto:b2b@m-i-f.ru)