

ПРАЗДНИЧНЫЕ СТРАСТИ, ИЛИ 10 ИДЕЙ, КАК ПРЕВРАТИТЬ ТОВАР В ПОДАРОК



ОЛЬГА ГУСЕВА,
менеджер по
маркетингу
компании Rosan
(Санкт-Петербург)

«Уф. Неужели нельзя, чтобы Рождество просто было, без всяких подарков. Это все так глупо — все с ног сбиваются, скрепя сердце тратят деньги на бессмысленные, никому не нужные вещи, которые из милых знаков внимания превращаются в ненавистное решение проблемы... Какой в этом смысл — целая нация в течение шести недель носится как угорелая, в плохом настроении, готовясь к абсолютно бесполезному экзамену по угадыванию чужих вкусов, который затем целая нация благополучно проваливает, и все остаются с дурацкими ненужными товарами на руках. Если бы подарки и открытки были полностью отменены, тогда Рождество само по себе, как веселый домашний праздник, отвлекающий от длинного зимнего уныния, было бы чудесно. А если правительством, религиозные учреждения, родители, традиции и т. д. наставивают на рождественском подарочном налоге и всё портят, то почему бы не сделать по-другому: пусть каждый пойдет и потратит на себя 500 фунтов, потом распределит купленные вещи между родственниками и друзьями, а они потом все это красиво завернут и подарят ему. И не будет этой мучительной нервоотрепки».

*(Хелен Филдинг.
«Дневник Бриджит Джонс»)*

Август оказался удивительно богат на дни рождения друзей и знакомых. Вышагивая по торговым центрам в поисках подарков и отменяя десятки вариантов с мыслью, что это не подарок, поневоле задумаешься: а что, собственно, отличает обычную вещь от подарка? Посмотрим на вопрос не философски, а практически: что превращает обычную вещь — будь то электрический чайник, бритва, духи или книга — в подарок? Вопрос не праздный — согласно результатам ежегодного исследования, проводимого компанией Deloitte, общая сумма праздничных затрат (в пересчете на среднего россиянина) составила в 2007 году порядка 480 евро. Умножив эту цифру на 140 миллионов человек, которые составляют население России, мы получим сумму, вполне сопоставимую с национальным доходом небольшого государства. Заполучить даже небольшой кусочек такого пирога — дело весьма привлекательное, остается воп-

рос: как? Итак, превращаем свинец в золото — ищем способы превращения обычных вещей в подарки.

Способ 1: в нужное время в нужном месте

Первый способ самый простой. С товаром ничего делать не нужно. Достаточно просто оказаться в нужное время в нужном месте. Как известно, под Новый год, перед 23 Февраля и 8 Марта сметают все — даже те вещи, которые уже годами пылились на полках. Вывод: максимизировать доступность своего товара — выездная торговля, дополнительные часы работы, реклама интернет-магазина, служба доставки, работающая в предпраздничные дни, — это отличный способ поднять продажи практически для любого производителя или ритейлера, будь то производитель фарфора, элегантного женского белья или книжный магазин.

Способ 2: «книга — лучший подарок»

Следующий маленький шаг, который можно сделать в сторону превращения вашего товара в подарок, это просто сказать, что ваш товар — хороший подарок. Это не так глупо, как кажется, — в предпраздничной суете покупателям порой не приходят в голову очевидные вещи, а если бы этот прием не работал, вряд ли бы им пользовались все крупные сетевые продавцы бытовых товаров и гипермаркеты.

Неплохой помощью в принятии решения измученным покупателям станут не только рекламные проспекты, разложенные в почтовые ящики, но и надпись «Отличный подарок» рядом с товаром. Поскольку бюджеты у покупателей разные, многие сетевые магазины предлагают подарочные решения в разных ценовых диапазонах. Особенно удачно этот прием работает для тех товаров, которые традиционно подарками не являются. Например, ноутбуки, которые сплошь и рядом теперь сопоставимы по цене с такими классическими подарками, как сотовые телефоны.

Кто сказал, что поезд подарить нельзя? Агентство jumpfrance/omnicom упаковало его в праздничную упаковку с бантом. Ведь компания Thalys дарит вам подарок — билет до Брюсселя из Парижа на одном из комфортабельных поездов всего за 25 евро!



Способ 3: упаковка делает подарок

Еще один шаг в сторону превращения обычного товара в подарок — это упаковка. Самая обычная вещь превращается в презент с помощью оберточной бумаги и бантиков. Ведь бумага и бантики создают интригу, тайну. Маленькая хитрость — товар можно упаковывать не только по просьбе покупателя (когда он уже сам решил, что этот товар подойдет для подарка), а заранее — так, производители косметики часто выпускают товар в праздничной, подарочной упаковке, недвусмысленно намекая, что этот продукт вполне уместен в качестве подарка. Отличный выход для ленивых покупателей, которым некогда или неохота искать возможность празднично оформить обычную покупку.

Классический пример — это шоколад, который превращается в поздравительную открытку в коробках с надписью «Я тебя люблю» или просто «С Новым годом!». Вспомним новогодние Raffaello в виде колокольчиков, «новогоднее» пиво Tuborg и подарки, которые мы получали в детстве.

Приходит на ум известная кампания одного западного гипермаркета, который устроил «магазин подарков» для своих покупателей, — суть была в том, что обычные вещи продавались уже запакованными, в непрозрачных коробках, на которых стоял только ценник — например, 5 евро, и открыть их можно было лишь после

того, как товар оплачен. Оплачивая товар, покупатель не знал, что он приобретает. Акция была колоссально популярна: любопытство — великая вещь.

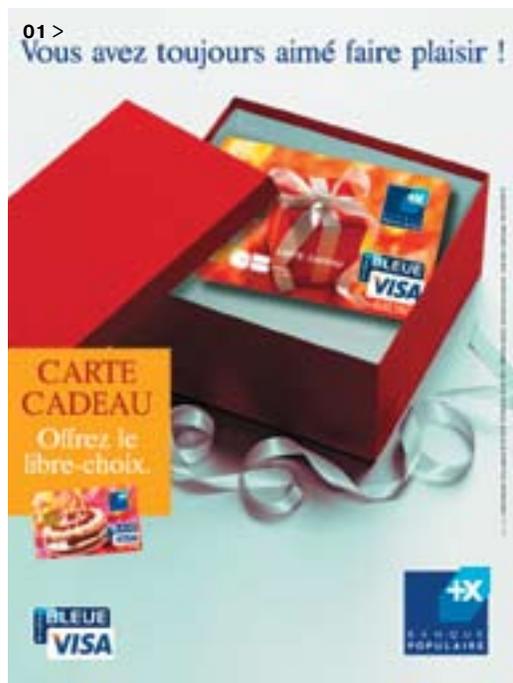
Способ 4: подарочный сертификат

Успешное решение, которым пользуется весь мир, — подарочный сертификат. Это уникальное решение не только снимает головную боль выбора с дарящего, сужая муки с выбора конкретной вещи до области, в которой получатель может сам выбрать себе подарок, но и дает возможность получателю выбрать именно ту вещь, которая ему или ей нужна. Это отличный вариант для людей, которые не слишком хорошо знают друг друга, — идеальное решение для офиса.

Так что если вы владелец салона красоты рядом с большим бизнес-центром, то у сотрудников мужского пола накануне 8 Марта может быть «оптом» решен вопрос подарков, а у вас — вопрос с загрузкой всех мастеров во время традиционного затишья после 8 Марта. Особенно удачно применение подарочного сертификата для интернет-магазинов — ведь для того, чтобы его купить и использовать, не нужно даже вставать с дивана, а роль нарядной открытки вполне может взять на себя flash-ролик, появляющийся при введении пароля.

Подарочный сертификат уже с успехом используется во всем мире. Мы пока немного отстаем, но можно с уверенностью

01 > Подарочная кредитная карточка — «вы всегда любите доставлять людям удовольствие». Теперь они смогут сами выбрать себе подарок. Работа агентства Meura, Париж



утверждать, что популярность этого метода будет расти с каждым годом. Кстати, как показывает пример с салоном красоты, подарочный сертификат — это удел не только крупных компаний, он вполне успешно может работать и для небольшого бизнеса. Подарочный сертификат решает и еще одну важную проблему — он дает возможность подарить не только товар, но и услугу, овеществив ее с помощью красивого конверта и приглашения. Услуги фотостудии, салона красоты, в конце концов, даже аквапарка или сауны, горнолыжного центра и службы мойки окон — все это может стать отличным подарком на праздник. Подарком, кстати, очень оригинальным. Чистые окна на 8 Марта — этому обрадовалась бы, наверное, любая женщина, но о таких подарках слышать пока не приходилось...

Способ 5: найди партнера

Ваш товар может стать подарком... против воли покупателя. То есть в качестве выигрыша при покупке другого товара. Причем товары могут быть из совершенно разных ценовых категорий. Ведь дарить подарки могут не только люди, но и компании. «Сделайте у нас праздничную укладку и получите эпиляцию в подарок» — не самое удачное решение, потому что в таком случае салон сам у себя отнимает возможные продажи. А вот купон на маникюр при покупке посудомоечной машины — это не только способ привлечь внимание к не слишком вдохновляющему товару и создать оригинальное рекламное сообщение для продавца той же бытовой техники, но и способ обеспечить продажи салону красоты.

Особенно удачным решение оказывается тогда, когда основной товар и подарок сочетаются друг с другом: праздничная укладка в подарок при покупке вечернего платья. К новому холодильнику — купон на определенную сумму для покупок в соседнем супермаркете, к телевизору и DVD-плееру — набор дисков или опять же купон от online-магазина, продающего диски, к набору мягкой мебели — подушки или плед.

Здесь все зависит от инициативности продавца подарков, прилагающихся к основному товару, — поиск подходящего партнера, владельца основного товара, может отнять довольно много сил и времени, зато вполне может оживить продажи в периоды традиционного снижения покупательского спроса как для подарка, так и для основного товара, привлечь новую целевую аудиторию или продвинуть новую услугу или товар, которые не пользуются пока популярностью, — ведь попробовать что-то новое, что ты получил бесплатно, куда проще, чем решиться это что-то новое купить.

Способ 6:

праздничный набор

Давно известный способ превращения совершенно обычных вещей в подарки — интеграция, или объединение нескольких обыкновенных предметов вместе. Вам когда-нибудь дарили мочалку? А вот плетеная корзинка с необычным мылом, пеной для ванны и той же мочалкой вдруг становится очаровательным подарком для романтической особы. Классические примеры — «мужские» и «женские» наборы, традиционно собираемые ритейлерами перед соответственно мужскими и женскими праздниками. Кстати, традиция идет еще с советских времен: помните, праздничные продуктовые наборы — банка килек в томате, икра, какая-то крупа... В современном исполнении — изящная корзинка с вином, ассортиментом сыров и шоколадом — универсальный корпоративный подарок. Подумайте, как ваш товар может поучаствовать в подобном наборе, особенно в том случае, если предмет сам по себе достаточно мелок и незначителен, чтобы стать самостоятельным подарком.

Способ 7: подарок частями

Полной противоположностью предыдущему способу можно считать «деление», дезинтеграцию большого и слишком дорогого предмета на кусочки, которые можно подарить.

Этот способ в российской практике пока используется не слишком широко, за исключением дарения скидок, которые воспринимаются в большинстве случаев не

02 > Пример соединения нескольких товаров вместе для создания хорошего подарка. Предметы стандартные, но, согласитесь, получить такую коробочку приятно

03 > На кружке написано: «Жена № 1». Обычно подарки говорят что-то о дарителе. Этот сообщает: «Я не знаю, что подарить». На сайте gifts.com — только прекрасные подарки. Работа агентства Y&R New York

как самостоятельный подарок, а просто как способ привлечь внимание или подтолкнуть получателя подарка к большим тратам — ведь для того, чтобы насладиться таким подарком, нужно купить товар, на который вам подарили скидку.

Но дарить можно не только скидку с дорогого товара — можно, например, дарить 1 квадратный метр квартиры, сотку земли, 1 месяц фитнеса, одну ночь в гостинице или 1 грамм золота. Такой вариант мог бы стать отличным подарком, например, на свадьбу, в отличие от массы бесполезных дорогих безделиц, которые зачастую уносят домой молодожены.

Кстати, для продавца — отличный способ не только получить предоплату (возможно, длительную) за свой товар, но и отличная возможность заполучить нового клиента практически даром — силами его друзей и родственников.

На этот способ создания подарка стоит обратить особое внимание — согласно данным того же исследования, проводимого компанией Deloitte, в списке самых

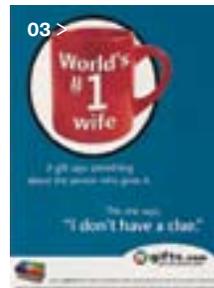
желанных подарков преобладают дорогие вещи — ювелирные изделия, путешествия, компьютеры, а в списке наиболее вероятных — более дешевые, что скорее всего связано с финансовыми возможностями дарящих.

Стоит задуматься, как можно разделить свой товар на доступные «кусочки». Этот способ применим не только для вещей, дорогих в абсолютном выражении, но и отлично подходит для товаров, дорогих для своего сегмента, — можно вспомнить многотомные энциклопедии, которые продаются небольшими доступными «кусочками», а складываясь вместе, образуют одно значимое целое.

Способ 8: тебе, любимому!

Классическим способом превращения вещей в подарки является персонализация, ведь всегда приятно получить в подарок вещь, сделанную именно для тебя. Давно известна гравировка (гравировка колечка в Tiffany's получила мировую известность благодаря фильму с Одри Хэпберн) и надписывание книг, а что с новыми технологиями?

Будильник, на который можно записать что-то очень личное вместо обычной трели, телевизор, который при включении будет говорить: «Здравствуй, хозяин Вова», — это отличный способ повысить ценность товара. А как насчет футбольных мячей, на которых стоят подписи членов любимой команды? Кулончик с фотографией, рубашка с вышитыми инициалами на воротнике — персонализация может украсить многие на первый взгляд обыденные вещи, при том что организовать ее в большинстве случаев достаточно просто.



Способ 9: подарок с юмором

Юмор обладает чудесным свойством превращать грустные лица в веселые, а обычные вещи — в отличные подарки. Достаточно всего лишь предложить игру, шутку или загадку — пепельница в виде унитаза (или унитаза в виде пепельницы), светильник в виде сердца, коробочка с драгоценностями в виде... Необычное сочетание назначения и внешнего вида вызывают улыбку и, как следствие, непреодолимое желание эту улыбку кому-нибудь подарить.

Юмор может проявляться и в виде забавных надписей на предметах, и в искажении привычных размеров, формы или текстуры (помните туалетную бумагу с рисунком в

01 > На снимке — реакция молодого человека на рождественскую открытку, полученную им от мамы. Открытки от Hallmark дают только положительные эмоции. Работа агентства Leo Burnett Amsterdam

02 > «Цветы были бы более подходящим подарком». Так агентство Callegari Berville Grey прорекламировало сайт по доставке букетов 123fleurs.com

01 >



Zijn moeder laat weten dat ze nu al uitkijkt naar z'n kerstkaart.

De kaart die je raakt. 

02 >



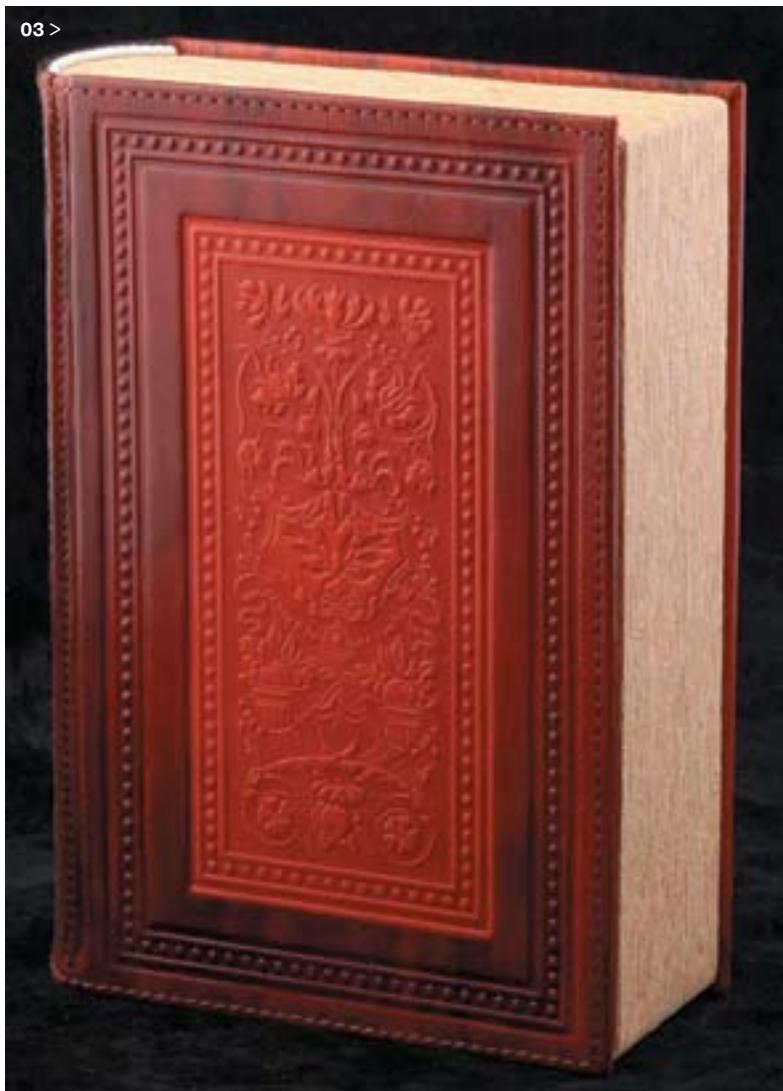
Flowers would have been a better idea

виде стодолларовых банкнот, огромные бутылки шампанского), и в имитации чего-то очень дорогого или страшного. Однажды друзья подарили мне большое ведро, полное пластиковой черной икры. Все было выполнено предельно натурально, даже деревянная ложечка, торчащая из «икры». В сочетании с пожеланием финансового благополучия получился отличный подарок,

который каждый раз сначала удивляет, а потом веселит гостей, которые видят в холодильнике целое ведро черной икры.

Это великолепный способ превратить товар в подарок, сложность обычно заключается лишь в том, чтобы изменить сам товар, сделав его смешным или забавным. Удобно для тех, кто может быстро модифицировать свой товар, — например, мини-пекарни,

03 >



04 >



03–04 > Вот такой сейф, а с виду вроде книжка. Хороший подарок для бережливых

05 > Сам праздник подсказывает упаковку товара

06 > Водка без пива — деньги на ветер. В подтверждение этому — предложение в магазине

05 >



06 >



которые могут испечь каравай в виде Деда Мороза, двух колечек или сердечек. Хотя... смешным не обязательно должен быть сам продукт, это вполне может быть и упаковка или даже прилагающаяся к товару открытка, текст которой может открыть новый веселый смысл товара.

Способ 10:

праздник подскажет

Часто сам праздник может подсказать, как ваш товар может стать подарком. Эксплуатация праздников — отличный способ превратить обычную вещь в интересный подарок. Носки с елочкой, галстук с Дедом Морозом, трусики и конфеты в красных сердечках. Волшебным образом превращается в подарок и символика любимой футбольной команды — не стоит, правда, забывать о собственниках товарных знаков, все юридические тонкости лучше согласовать заранее.

Итак, мы нашли десять способов превратить свинец в золото. Какой из них самый лучший? Ответ очевиден — это зависит от особенностей товара или услуги, достаточно примерить их все на себя, чтобы увидеть, что сработает лучше. Но есть и еще один способ — он прост, бесхитроуен и требует ежедневного труда, зато гарантирует успех.

...еще один способ

Не секрет, что самый лучший подарок — тот, который будет нужен и дорог владельцу. Если это так, то ни упаковка, ни его внешний вид уже не имеют решающего значения. Как же быть? Секрет прост — надо знать своих покупателей. Торгуете художественными принадлежностями или музыкальными инструментами, техникой для активного отдыха или спортивным снаряжением? Собирайте и бережно храните информацию о клиентах, их предпочтениях, интересах, хобби, годовщинах свадеб и днях рождения, и тогда у вас будет возможность позвонить им домой и предложить родным купить юбиляру роскошный подарок, который точно ему понравится.

Простота и эффективность этого способа давно оправдали себя на практике. Недаром самые успешные интернет-магазины, в том числе amazon.com, не только просят посетителей рассказать о себе, но и собирают информацию об их передвижениях по сайту, чтобы потом предложить к выбранному товару то, что еще может заинтересовать клиента, чтобы посетитель сделал подарок сам себе! ®