

Gadżety reklamowe - najefektywniejsze narzędzie promocyjne

Zakup gadżetów nie należy traktować jako koszt ale jako inwestycję

Gadżety reklamowe to jedna z najbardziej powszechnych form promocji firm. Przyjmują one różne formy od najbardziej powszechnych jak długopisy, po dużo bardziej oryginalne jak filcowy stojak na długopisy, tak naprawdę jedynym ograniczeniem jest pomysłowość. Niektórzy postrzegają gadżet reklamowe jako marnotrawstwo pieniędzy, jednak dobrze dobrane są idealną formą promocji. Kluczem do udanej promocji przez gadżety reklamowe, jest odpowiednie ich dobranie do grupy, wśród której chce się zaistnieć. Na przykład jeżeli prowadzi się działalność w modelu B2B dobry pomysłem będzie danie swojemu klientowi np. organizera z miejscem na karty kredytowe. Innym ciekawym pomysłem może być zegar biurkowy z miejscem na wizytówki. Poza odpowiednim dobraniem do grupy docelowej warto pamiętać, że gadżet powinien być funkcjonalny. Jeżeli obdarowana osoba będzie używać danego gadżetu często, również często będzie przypominać sobie o firmie od której go dostała. Rzecz nie przydatna z kolei skończy szybko zapomniana w szufladzie. Warto także postarać się aby gadżet był możliwie oryginalny. Każdy ma w domu dziesiątki reklamowych smyczy czy prostych plastikowych breloczków. W dużej części przypadków trafią one od razu do szuflady. Znalezienie świeżych pomysłów nie jest tak trudne jak się wydaje. W ofertach firm można znaleźć wiele ciekawych pomysłów na drobiazgi np. bidony z logiem firmy czy filcowe etui na wizytówki. Oryginalny upominek to dużo lepsza inwestycja niż kolejna smyczka czy breloczek. Koniecznie należy zadbać również o to, aby gadżety były możliwie wysokiej jakości. Nie byłoby dobrze, gdyby przedmiot mający promować i budzić pozytywne skojarzenia z daną firmą, kojarzył się z tandetą. Niestety nie każdy dostawca potrafi się wywiązać z zapewnienia dobrej jakości, oferując tanie rzeczy z Chin. Gadżety reklamowe to świetne narzędzie promocji i budzenia pozytywnych skojarzeń z daną firmą. Produkcji gadżetów reklamowych nie należy postrzegać jako kosztu, a raczej jako inwestycje. Dobrze dobrane i wykonane będą regularnie przypominać klientowi o firmie, zaś u potencjalnych kontrahentów budzić pozytywne skojarzenia. Jest to jedno z najefektywniejszych narzędzi reklamowych, warto więc rozważyć jego wykorzystanie.

Autor: kropkaprzecinek

Artykuł pobrano ze strony eioba.pl