

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ДИЗАЙНУ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ

На современном этапе наблюдается стремление к привлечению новых клиентов и продвижению на рынок товаров и услуг, выпуская и распространяя рекламные сувениры, доказывая тем самым актуальность развития индустрии производства сувенирной продукции.

В данной работе целью исследования является нахождение рекомендаций по дизайну полиграфической сувенирной продукции.

Как отмечает автор [1], под сувенирной продукцией следует понимать подарок на память; вещь, связанную с воспоминаниями о ком-либо или о чём-либо.

Сувениры относятся к сегменту так называемых имиджевых услуг и являются частью рекламного рынка в целом, занимая, по разным оценкам, около 10% от его объема.

Реклама и полиграфия тесно связаны между собой. Ни одна рекламная кампания в современных условиях ведения бизнеса не обходится без яркой упаковки, информационных буклетов, открыток или календарей. Реклама, полиграфия, сувенирная продукция – это звенья одной цепи, призванной прочно связывать потенциального покупателя с предлагаемой продукцией, вызывать положительные ассоциации и укреплять ее позитивный имидж. [2]

Для создания недорогой и запоминающейся рекламы в большей степени подойдет полиграфия, которая может предложить изготовление календарей, печать буклетов, листовок, каталогов и другой полиграфической продукции высокого качества.

Творчество, креатив, неповторимость, оригинальность и функциональность – это ассоциации, которые возникают у специалистов при слове «сувенир».

Для того, чтобы сувенирная продукция представительно выглядела, она должна сочетать в себе:

- наглядный образец своеобразия компании;
- подарок, учитывающий вкус и предпочтения тех, кому он предназначен;
- отличное качество при оптимальной цене.

Но, к сожалению, большая часть сувенирной продукции является весьма однообразной и серийной, что обеспечивает появление существенной проблемы: продукция становится скучной, незапоминающейся, обыкновенной и повседневной. А ведь нужно учитывать, что именно она является частью маркетинговой стратегии каждой компании. Следовательно, представляет имидж и определяет стиль компании. Из этого следует, что качество продукции, ее внешний вид и уровень исполнения должны быть достаточно высокими. А значит, необходимо обращать особое внимание на дизайн сувенирной продукции.

В рамках данного исследования под дизайном предлагается понимать творческий метод, процесс и результат художественно-технического проектирования промышленных изделий, их комплексов и систем, ориентированного на достижение наиболее полного соответствия создаваемых объектов и среды в целом возможностям и потребностям человека, как утилитарным, так и эстетическим.

Дизайн сувениров в первую очередь должен быть уникальным, то есть оригинальным, неповторимым, креативным, современным, броским и запоминающимся. Но вместе с тем, сувенир должен соответствовать статусу компании, ее авторитету на рынке, уровню качества производимой продукции и услуг.

Именно от дизайна сувенирной продукции зависит, будет ли сувенир или подарок принят с благодарностью, принесет ли он положительные эмоции, а вместе с ними и желание сотрудничать, налаживать партнерские отношения.

При создании дизайна сувенирной продукции учитывается категория сувенира. Главным основанием для деления служит та рекламная прослойка людей, для которых предназначается данная категория сувениров. Имеются три основные категории:

- календари (настенные, карманные);

- изделия с надпечаткой (карандаши, ручки, блокноты, брелоки, футболки, магниты; в качестве надпечатки может выступать логотип или фирменный знак, наименование товара, название фирмы, даже целый рекламный слоган);

- деловые подарки-сувениры VIP-назначения (настольные календари, бизнес-папки).

Дизайн сувенирной продукции обязательно должен включать в себя различные художественные традиции и технологические достижения. За основу могут быть взяты элементы декоративно-прикладного искусства или элементы определенного художественного направления (стиля) от поп-арта до японской эстетики. [3]

Поэтому к разработке сувенирной продукции не стоит подходить безответственно, бегло и небрежно.

Такое положение дел наводит на мысль о создании эксклюзивной авторской сувенирной продукции. Концепция подхода к этой проблеме – сувениры разрабатываются для конкретного заказчика с учетом его пожеланий, особенностей, характера, стиля, вкуса.

Авторская сувенирная продукция обладает рядом преимуществ перед серийной, такими как:

- неповторимость;
- возможность обыграть в изделии знак, логотип заказчика, учесть профиль и другие особенности компании;
- возможность максимально учесть характер аудитории, для которой предназначаются сувениры, что особенно важно при создании сувениров для целевой рекламной кампании, акции;
- возможность придания сувениру того или иного эмоционального оттенка;
- в большинстве случаев необходимость в надпечатке отпадает, так как символика фирмы заказчика уже заложена в технологический процесс.

Авторские сувениры служат дополнением к программе рекламных сувениров, обогащают ее, придают ей ярко выраженную индивидуальность.

Способ продвижения рекламы с помощью сувенирной продукции наилучшим образом воздействует на психику человека, служит легкой и не навязчивой, но очень действенной формой рекламного пиара в наше время.

Сформулированные выше рекомендации по созданию дизайна полиграфической сувенирной продукции помогут их создателям учесть все пожелания по созданию продукции, сделать ее максимально эффективной, покупаемой, удовлетворяющей потребности покупателей, а также предложить новые идеи по созданию сувениров.

Литература:

1. Сувенирная продукция, реклама. [Электронный ресурс] // Сувенирная продукция – 2009. – Режим доступа: <http://www.ra-agency.ru/>.
2. Реклама, полиграфия, сувенирная продукция. [Электронный ресурс] // Сувенирная продукция. – 2009. – Режим доступа: <http://promoua.net/>.
3. О дизайне. Виды сувенирной продукции. [Электронный ресурс] // Рекламное агентство – 2010. – Режим доступа: <http://www.advecon.ru/dictionary/souvenir-production/>.