

# Gadżet gadżetowi nierówny...

Większość z nas ma świadomość, że nie tylko na stoiskach promocyjnych, ale także w przeróżnych innych sytuacjach potrzebujemy gadżetu promocyjnego firmy, w której pracujemy. Jednak mają one zarówno swoich zwolenników, jak i przeciwników. Dyskusja na ten temat w Lasach Państwowych trwa nie od dziś.

Jak wskazują wyniki badań „Postrzeganie upominków reklamowych jako nośnika reklamy”, przeprowadzonych w 2015 r. przez Polską Izbę Artykułów Promocyjnych, niemal 83% polskich marketerów wykorzystuje gadżety reklamowe w kształtowaniu pozytywnego wizerunku firmy.

Warto zwrócić uwagę, że według właścicieli firm upominki reklamowe są najskuteczniejszym i najtańszym, obok reklamy w internecie, nośnikiem reklamy. Sześciu na dziesięciu pytanym przedsiębiorców nie wyobraża sobie uczestnictwa w targach bez artykułów promocyjnych, ponad połowa (52%) w spotkaniach świątecznych, 39% w innych eventach, a co czwarty z nich w konferencjach i szkoleniach. Odbiorcy oczekują kreatywności w wyborze upominków. Uważają, że większość gadżetów jest zachowawcza i mało oryginalna. Wniosek z tego, że należy się wyróżniać, dlatego warto się nad tym zastanowić i poszukać nowatorskich rozwiązań. Oczywiście zawsze należy pamiętać o tym, by gadżet, nawet ten nieszablony, był kontynuacją strategii firmy i dopełnieniem jej wizerunku.

## Nieszabloność? Tak!

Coraz częściej nadleśnictwa odchodzą od gotowych produktów promocyjnych na rzecz upominków wykonanych własnoręcznie podczas warsztatów, spotkań czy pikników. To doskonały pomysł, choć wymaga zdecydowanie więcej pracy niż złożenie zamówienia w firmie reklamowej. Dzięki temu powstają jednak spersonalizowane i wyjątkowe upominki, które zostają z ich wykonawcami na dłużej. Należy do nich m.in. drewniana biżuteria. Jej przygotowanie nie jest zbyt skomplikowane. Do jej wykonania potrzeba końcówek do spinek do koszuli, zapinek do broszek, końcówek do kolczyków czy breloków – wedle własnych preferencji i spodziewanych gości. Do tego należy przygotować malutkie krążki (o średnicy ok. 10–15 mm) z suchej gałęziówki, np. brzo-

zowej, lub dowolne inne małe drewnienka oraz klej na gorąco.

Bardzo ciekawym pomysłem są także woskowijki, skręcanie świec z wosku, zbijanie budek lub karmników, a także robienie hoteli dla owadów.

## Niekiedy fajny jest „gotowiec”

Oczywiście są też takie sytuacje, w których potrzebny jest gotowy gadżet. I co wtedy?

Można np. napisać autorski przewodnik po najbliższej okolicy. Przykładem takiego spersonalizowanego i autorskiego przewodnika dla dzieci jest „Frygaj z gzubami w las” wydany przez RDLP w Poznaniu. Innym ciekawym pomysłem jest NIEMAPA – znana i lubiana w całej Polsce seria kreatywnych przewodników inspirujących do zwiedzania i odkrywania miejsc na nowo, ale też przybliżania ważnych spraw, takich jak np. ekologia, postawy obywatelskie, kwestie dostępności miast i ich zrównoważonego rozwoju. Wśród kilku serii NIEMAPA jest także seria regionalna ([www.niemapa.pl/niemapy](http://www.niemapa.pl/niemapy)). To pomysły na weekendowe wycieczki i leśne wyprawy dla tych, którzy chcą bliżej poznawać swoje regiony. Takie przewodniki to fantastyczny gadżet promocyjny, który sprawdzi się w wielu sytuacjach. Pamiętajmy wówczas o możliwości skorzystania z dofinansowania, które możemy znaleźć w Wojewódzkich Funduszach Ochrony Środowiska, funduszach europejskich oraz w lokalnych i krajowych programach konkursowych.

## Kupić, nie kupić?

Co jeśli z różnych powodów decydujemy się jednak na zakup gadżetów? Kluczem do sukcesu jest spójność upominków z tym, co reprezentuje firma – począwszy od ich wyglądu, poprzez odpowiednie znakowanie, aż po zgodność z wartościami marki. Mówiąc wprost – kupujemy gadżety zrównoważone, najlepiej drewniane i od lokalnych rzemieślników. Czasem wystarczy popytać wśród znajomych, a znajdą się ludzie w najbliższej okolicy,



Biżuteria z drewna

Fot. Małgorzata Krokowska-Paluszak (2)



Serce z kordonka na krążku

którzy robią przepiękne rzeczy. Zawsze też warto sprawdzić, czym zajmują się lokalne warsztaty terapii zajęciowej – zdecydowanie są to miejsca, które zarówno tworzą wyjątkowe produkty, jak i sprawiają, że wydane przez nas pieniądze pomogą potrzebującym.

Przykładem, o którym nie można nie wspomnieć w tym przypadku, są **Klunkry Wielkopolskie** ([www.klunkrywielkopolskie.pl](http://www.klunkrywielkopolskie.pl)). To marka wymyślona przez pasjonatów designu i pomagania.

Według mnie, mimo nowych trendów, ludzie wciąż lubią być pozytywnie zaskakiwani i przyjmować praktyczne, nieoczywiste i ładne upominki w formie gadżetów reklamowych.



Małgorzata Krokowska-Paluszak