



Dlaczego gadżety reklamowe mają tak wielki potencjał? Nowe perspektywy dla marketingowców

data aktualizacji: 2023.10.14



Logotyp buduje siłę marki i staje się unikalnym znakiem rozpoznawczym. Z kolei gadżety reklamowe stanowią nośnik, który pomaga tę markę promować i rozpowszechniać. Jak zmienia się rynek gadżetów? Dlaczego ich rola wciąż jest znacząca, choć żyjemy przecież w erze cyfryzacji?

Gadżety reklamowe a strategia marketingowa. Dlaczego gadżety reklamowe wciąż mają wielką moc?

Wszyscy kojarzymy doskonale gadżety firmowe z logotypem firmy: długopisy, breloczki, kubki, koszulki i wiele innych. Korzystają z nich zarówno wielkie, międzynarodowe korporacje, jak i małe firmy. Dzieje się tak niezmiennie, od pokoleń. Dlaczego?

- Gadżety budują pozytywny wizerunek firmy, bo obdarowujemy nimi klientów i partnerów biznesowych. Otrzymywanie upominków jest zawsze mile widziane, a jeżeli są to jakościowe i przydatne przedmioty, to pozytywne wrażenie wzrasta i zostaje w pamięci osoby obdarowanej. Każdy z nas lubi dostawać podarunki, prawda?
- Firma, która inwestuje w gadżety reklamowe, pokazuje swoje możliwości. Wysyła do odbiorcy ważny komunikat: dbamy o rozwój naszej marki, jest ona dla nas ważna, inwestujemy środki w marketing i skuteczną reklamę. A to z kolei buduje prestiż oraz większe zaufanie klientów i partnerów biznesowych.
- Gadżety reklamowe są nośnikiem trwałym. Nie znikają, jak reklama w mediach społecznościowych, nie można ich zablokować jednym kliknięciem. Zostają na długo, dzięki czemu logotyp firmy ma szansę zakotwiczyć się w pamięci i tworzą pozytywne skojarzenia.
- Firmowe gadżety wciąż są formą gratyfikacji dla pracowników. Zwłaszcza, jeżeli są użyteczne i przemysłane. W wielu dużych przedsiębiorstwach nadal zamawia się prezenty sygnowane logotypem firmy na takie okazje, jak święta czy jubileusze.
- Gadżet reklamowy nie jest tylko nośnikiem promocji. Wzbudza emocje, angażuje. Może także

wytworzyć naturalną potrzebę odwzajemnienia się i przywiązania.

- Gadżety reklamowe mogą odpowiadać na potrzeby klientów, a ich jakość i oryginalność jest sposobem na wyróżnienie się.
- Funkcjonalne i atrakcyjne gadżety reklamowe pozwalają podtrzymywać pozytywne relacje z klientami i partnerami. Gadżety będą także dobrym sposobem na start, gdy dopiero nawiązujemy z kimś współpracę i zależy nam na zrobieniu dobrego wrażenia.



Na co zwracać uwagę, chcąc zainwestować w gadżet reklamowy?

Opracowując strategię marketingową, trzeba ocenić potencjał gadżetów reklamowych.

1. Jakość

To podstawa, bo w przeciwnym razie gadżet nie zbuduje więzi z klientem, a jedynie da poczucie „taniaści i bylejakości”. Dlatego warto zwrócić uwagę, by nawet tak prosty gadżet, jak długopis, był wykonany z wysokiej jakości materiałów i estetycznie się prezentował. Poza tym, gadżet powinien jak najdłużej służyć.

1. Funkcjonalność

Funkcjonalne gadżety będą w użytku, te niefunkcjonalne zostaną schowane, a w najgorszym wypadku trafią na śmietnik. Na stronie side.com.pl przekonasz się, jak wielkie jest spektrum gadżetów, które będą w codziennym użytku. To nie tylko ceramika, artykuły piśmienne czy gadżety biurowe, ale także akcesoria komputerowe i telefoniczne.

W parze z funkcjonalnością idzie także przydatność. Najlepiej stawiać na takie gadżety, które są w stałym użytku. Przykładowo album na zdjęcia szybko trafi na półkę i nie będzie z niej zdejmowany. Za to ładowarka do telefonu będzie używana codziennie.

1. Dopasowanie do branży

Dobry marketingowiec zna swoich klientów i partnerów biznesowych. Wie, jakie gadżety będą kojarzyć się z firmą i zbudują silną, godną zaufania markę. Przykładowo, firma zajmująca się technologiami zabłyśnie, zamawiając gadżety związane z elektroniką. Salon kosmetyczny może rozpieszczać swoich klientów zapachowymi świecami i słodyczami.

Jeżeli nie znamy bardzo dokładnie preferencji i upodobań klienta, lepiej nie inwestować w gadżety, które są rzeczą gustu - na przykład alkohol i biżuterię.

1. Element zaskoczenia

Gadżety reklamowe pełnią różne funkcje. Na targach i konferencjach stawiamy na coś masowego, a więc wspomniane już długopisy, czy kubki. Warto jednak zamówić pulę specjalnych, ekskluzywnych gadżetów z logo, które będą upominkiem dla ważnego klienta, czy formą podziękowania dla partnera biznesowego za owocną współpracę. Miłe zaskoczenie będzie procentować!

1. Z duchem czasu, a więc pamiętaj o eko-trendach

Obserwując upodobania i potrzeby klientów, warto wybierać gadżety dostosowane do naszych czasów. Bardzo ważnym tematem jest obecnie ekologia i walka ze zmianami klimatycznymi. Dlatego najlepiej, aby firmowe gadżety były użyteczne, ekologiczne i trwałe.

Czy gadzety reklamowe z nami zostaną?

Zdecydowanie tak, bo wciąż są niezastąpionym sposobem na budowanie relacji z klientami. Gadzety idą z duchem czasu, dostosowują się do eko-trendów. Mogą być niezwykle praktyczne. Przykład? Akcesoria do kuchni, narzędzia budowlane, ładowarki do telefonu, zestawy słuchawkowe, torby, odzież. Jakość sprawi, że będą świetnym i mile widzianym prezentem, który pokaże wartość marki i jej profesjonalizm.



Warto pamiętać, że nowoczesny gadżet reklamowy nie oznacza wielkiego logotypu firmy, który zakrywa całą jego powierzchnię. Gadżet ma być przede wszystkim elegancki, jakościowy, funkcjonalny. Samo logo powinno być skromne i estetyczne, a nie dominujące. Nachalny branding może zniechęcić i będzie traktowany jako mało pomysłowa reklama.

Material partnera.

Źródło:

<https://www.infoilawa.pl/aktualnosci/item/72341-dlaczego-gadzety-reklamowe-maja-tak-wielki-potencjal-nowe-perspektywy-dla-marketingowcow>