

MARKETING

Vánoce zeštíhlí na polovinu

Firmy šetří na vánočních dárcích pro klienty a partnery. Rozpočty se snižují až o padesát procent.

Opavdu klidné a spokojené vánoční svátky letos prožijí pracovníci kurýrních služeb, zaměstnanci na recepcích a vrátních českých podniků. Nebudou totiž zavaleni stovkami zabalovaných krabiček, dárkových košů ani pouhých igelitů s drobnými upomínkovými předměty.

Letošní Vánoce budou totiž ve firmách poměrně chudé. Zákazníci se drobných pozorností od svých dodavatelů a partnerů nedočkají. O něco lépe se povede zaměstnancům. Vánoční večírky pořádané zaměstnavateli sice nebudou nijak pompézní, ale většinou se peče jen uskutečnit.

Šetření ve firmách pocítují i společnosti specializované na prodej propagačních předmětů. O Vánocích měly vždycky žně, nyní se musejí uskrovnit. Hlavní nápor nákupů firemních vánočních dárků by měl sice přijít až v listopadu, ale už teď je v těchto firmách jasno.

»Propad je naprosto zřetelný, odhadujeme ho zhruba na polovinu loňského objemu,« konstatuje Zuzana Pospíšilová ze společnosti ECE Entrée Central Europe. Firmy prý navíc odsouvají nákupy dárkových předmětů na co nejpozdější dobu.

»Je to kvůli tomu, aby zjistily, zda jim ve finančních rozpočtech zbývá alespoň nějaký

prostor pro dárky zaměstnancům a obchodním partnerům,« vysvětluje Pospíšilová. Poklesy tržeb pozorují i další hráči na trhu dárkových předmětů.

»Trvá to už řadu měsíců, Vánoce nebudou žádnou výjimkou. Na základě sledování trhu v Česku a Evropě odhadujeme celoroční propad mezi třiceti až čtyřiceti procenty,« předpovídá generální ředitel výrobce reklamního zboží Speed Press Plus Miroslav Hrdina.

40 procent

Až takový celoroční propad trhu dárkových předmětů očekává firma Speed Press Plus.

Co a pro koho?

Firmy pečlivě vybírají, koho a jak hodnotným dárkem za celoroční spolupráci odmění. Z postřehů z trhu je zřejmé, že se šetří nejen na kvalitě darů, ale i na jejich kvantitě.

Největší zájem je prý o drobné levné cukrovinky. Loňský hit – bonboniéra v dárkovém balení za 150 korun – už je minulostí.

»Hodnota nakupovaných dárků se snižuje z tisíců na stovky korun. Zákazníci také více přemýšlejí nad užitnou hodnotou předmětu a celkově nad celým nákupem,« říká marketingová koordinátorka společnosti Reda, jež vyrábí reklamní a dárkové předměty, Magdaléna Katolíková.

Upřednostňují se dárky, které nejsou vhodné pouze pod stromeček, ale dají se používat po celý rok. Jen se vánočně zabalí



Večírky pro zaměstnance jsou jednou z mála

vánočních aktivit, na kterých firmy letos nebudou šetřit.

Foto: Profimedia.cz

a ozdoby charakteristickou komplimentkou v zimním stylu.

»Zájem je například o flash disky,« říká Miroslav Hrdina, další předměty, které zákazníci kupují, ale uvést nechce. »Není to veřejná informace,« komentuje své rozhodnutí.

Posezení se skleničkou

Některé společnosti ale nedávají lukrativní dary záměrně. »Naše dárky nejsou nikdy okázalé, nechceme u klientů vzbudit pocit, že si je tím chceme zavázat. Kromě diářů nejčastěji dáváme víno a delikatesy. Spíše se snažím každému napsat na novoročenku pár slov, něco osobního, nesnáším ro-

zesílání novoročenek jen s podpisem nebo e-mailem,« konstatuje Vladimíra Glatzová z advokátní kanceláře Glatzová & Co.

Dárky zásadně nerozdává ani čtvrtý tuzemský mobilní operátor U:fon, bylo by

suje obchodní strategii marketingový ředitel firmy Lukáš Antoš.

Jak soudí, vánoční dary pro obchodní partnery jsou jistým zvykem, který se každý rok opakuje, ale jen málokdo zná a je schopen kvantifikovat jejich přínos.

»Pokud jde o budování vztahů a zrekapitulování končícího roku, je daleko lepší si s obchodními partnery v klidu sednout, třeba nad skleničkou dobrého vína,« říká Antoš.

Týdeník Ekonom má informace, že náklady na vánoční dárky snižují i další firmy, jako Unipetrol, Vodafone nebo T-Mobile.

Minulostí jsou také opulentní firemní večírky, kdy se dlouhé stoly prohýbají pod

Firmy pečlivě vybírají, koho a jak hodnotným dárkem za celoroční spolupráci odmění.

to totiž v protikladu s jeho byznysplánem. »Jme nízkonákladový operátor. Do dárkových předmětů se investuje mnoho peněz, které lze vynaložit určitě efektivněji,« popi-

INSPIRACE NA DÁRKY PRO ZAMĚSTNANCE

Gigantické dárky

- » Ve stylu anglického rčení »size matters« (velikost rozhoduje), tradiční dárek v netradiční velikosti
- » Například gigantická tužka, propiska, kalkulačka, obří lepící poznámkové papírky
- » Ceny od 225 korun
- » cooldarky.cz



Zážitky

- » Pro motivaci i odměnu netradiční formou od relaxace až k adrenalinovým zážitkům
- » Dárkové balíčky lze čerpat dlouhodobě
- » Ceny podle typu a trvání zážitků (například od paintballu za 450 korun po relaxační pobyt na zámku za 19 800)
- » zlatarybka.cz



Paměť na práni

- » Plastové USB flash disky s kapacitou od 1 po 8 GB
- » S vánoční tematikou nebo vlastním designem na práni zákazníka
- » Cena na základě speciální kalkulace, minimální objednávka 50 kusů
- » Například speed-press.cz



Psaní ve stylu hvězd

- » Speciální edice psacích potřeb značky Montblanc inspirovaná herečkou Ingrid Bergmanovou
- » Všechny edice mají hrot z 18karátového růžového zlata a ametyst umístěný na klipu
- » La Donna k dostání v butiku Montblanc v podobě plnicího pera (18 650 korun), rolleru (15 400) a kulicového pera (12 700)



Thajská masáž

- » Na rozdíl od švédské masáže, která se soustředí na konkrétní partie, nabízí celkovou relaxaci
- » Funguje působením síly na tlakové body
- » Trvá 30 až 90 minut; podle jednotlivých masáží od 590 korun; certifikáty na vlastní výběr od 1000 korun
- » Poskytuje například firma Sabai



Netradiční masáž

- » Od čokoládového peelingu přes zábal až po lázeň
- » Možné i medové, sójové, bambusové masáže nebo masáže z kamenné soli
- » Ceny dle jednotlivých masáží od 950 korun, certifikáty od 1000 korun
- » Například time-to-relax.cz

