

ВРЕМЯ ДАРИТЬ. ВРЕМЯ ПРЕЗЕНТОВАТЬ!

№4 ЛЕТО 2010

# TIME TO PRESENT



Подарки  
к профессиональным  
праздникам

стр. 16

## ТИМ- БИЛДИНГ

Правила  
успешного  
командо-  
образования

стр. 4

Лучшее  
летнее  
промо

стр. 12

СПЕЦЫПУСК

# ELITE-line®

# ELITE-line

## Одежда для promotion

### ФУТБОЛКИ

четыре плотности, классические и V-넥,  
унисекс и женские

### ТОЛСТОВКИ

классические, флисовые, толстовки-поло,  
женские

### РУБАШКИ-ПОЛО

с коротким, с длинным рукавом,  
а также женская коллекция

### ВЕТРОВКИ

компактно сложенные из  
непродуваемой ткани,  
утепленные на флисовой подкладке

## Аксессуары для отдыха

### НАБОРЫ ДЛЯ ОТДЫХА И ПУТЕШЕСТВИЙ

многофункциональные рюкзаки,  
компактные сумки, винные наборы

### ПЛЕДЫ

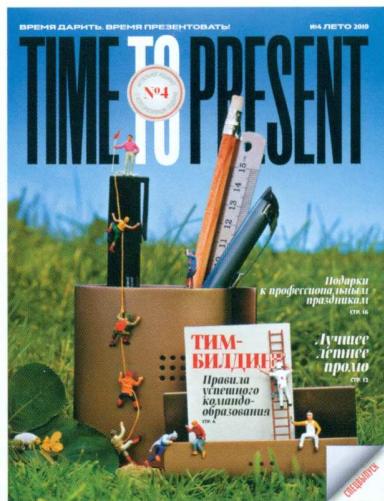
в комплекте с наборами, отдельно,  
с ручкой для переноски

## Новая коллекция Fashion для молодых и стильных

Москва • Санкт-Петербург • Владивосток • Волгоград • Воронеж • Екатеринбург • Краснодар  
Красноярск • Нижнекамск • Нижний Новгород • Новосибирск • Пенза • Ростов-на-Дону • Самара  
Северодвинск • Сочи

Отдел дистрибуции и развития e-mail: [info@elite-line.ru](mailto:info@elite-line.ru)  
Линия информационной поддержки: (+7 495) 974-20-01

[www.elite-line.ru](http://www.elite-line.ru)



## Время активности

Летний сезон, как и любой другой, стоит того, чтобы его не пропустить. Это прекрасное время для проведения программ по командообразованию, все еще период выделения бюджетов на новогодние корпоративные подарки, возможность провести ряд успешных промоакций. Но так как все в это время года полно красок, впечатлений и эмоций, чтобы быть на гребне волн, нужно быть еще ярче, активнее и быстрее, чем все остальные. Не забывайте о том, что лучший способ напомнить партнерам и клиентам о себе – сделать это без повода. Например, поздравив их с Пол Годом и подарить нетривиальный подарок. Главное – постоянно продолжать следить за своей целевой аудиторией и, если даже она отправилась на отдых, постараться найти ее там или встретить в аэропорту с индивидуальной программой...

# TIME TO PRESENT

**УЧРЕДИТЕЛЬ:**  
ООО «Веста Мейн»  
119048, Москва,  
ул. Усачева, д.10, стр. 1

**РЕДАКЦИЯ:**  
Главный редактор  
Вера Мирко  
editor@timetopresent.ru  
Шеф-редактор  
Аниа Маморцева  
editor-in-chief@  
timetopresent.ru

**НАД НОМЕРОМ РАБОТАЛИ:**

Екатерина Хромченкова  
Левченко Татьяна  
Ксения Скобликова  
Иван Куринной  
Галина Таракова  
Якушкина Алена  
Александра Кириченко  
Андрей Ермаков  
Сергей Костик

**КОНТАКТЫ:**

тел.: (495) 974-20-01  
факс: (495) 974-20-02  
info@timetopresent.ru  
www.timetopresent.ru

**ИЗДАТЕЛЬ:**

Brand Extension Bureau  
Игорь Доброльский  
Сергей Царев  
Лена Чижова  
Дарья Елизарова

**ПЕЧАТЬ:**

Отпечатано в типографии  
Printall при участии  
ООО «Фишпресс»

**ТИРАЖ:**

5000 экземпляров

Свидетельство о регистрации СМИ в Федеральной службе по надзору в сфере связи и массовых коммуникаций ПИ № ФС77-34984 от 15 января 2009 г.

При подготовке номера были принятые все меры, чтобы приводимые в нем сведения были достоверны, однако ни редакция, ни ООО «Веста Мейн» не берут на себя ответственность за неточности, упущения или толкования, допущенные авторами или интервьюированными.

Полная или частичная перепечатка либо использование опубликованных материалов без письменного разрешения Учредителя не допускаются.

## Содержание

Лето 2010

### 2 ХУДШИЙ ЛУЧШИЙ ПОДАРОК

О том, как успешные люди реагируют на промо подарки, которые они получают во время рекламных акций

### 4 GOLDEN TEAM

Правила успешного командообразования

### 10 MR. PROMOMAN

Фотоистория

### 12 ДАРИТЬ БОЛЬШЕ СВОБОДЫ

Ирина Милославская,  
BTL агентство Action!

### 14 ТЕРМИНАЛ Э

О том как подчинить себе стихию

### 16 ПРОФКАЛЕНДАРЬ

Подарки к профессиональным праздникам

### 18 ВРЕМЯ GIFTS&PREMIUM FAIR

Репортаж с международной сувенирной выставки

## Евгения Попова

Выпускающий редактор программы «Городские новости» ВКТ

### Лучший

Однажды мне подарили симпатичную футбольку, кстати, хорошего качества и стильную кепку. Был дачный сезон и я с удовольствием потом надевала подарок. Нравится, когда дарят пробники с новой туалетной водой или духами — не всегда есть время забежать в парфюмерный магазин и изучить новый ассортимент. Приятно, когда предлагают попробовать новый кофе или чай (маленькие наборы — кофе, чай в пакетиках и шоколадки).

**Натальяные вещи  
человек должен сам себе  
покупать. Поэтому  
футболка и кепка — вряд  
ли удачный подарок.**

### Худший

Как-то, выйдя из автобуса, я наткнулась на промоутеров, сующих женщинам в руки рекламный продукт из разряда средств личной гигиени. Считаю, что подобные вещи нужно вручать только деликатно и не в общественных местах, где полная антисанитария, а в аптеках и специально отведенных для этого местах.

**Здесь вообще вкусы  
настолько субъективны,  
что попасть крайне  
сложно. Лучше во время  
акций дарить что-то нейтральное...**



## Юлия Деева

Генеральный директор CTrust Finance

### Лучший

Подарок всегда должен быть нужным. Мне импонируют рекламные акции, которые проводятся на заправочных комплексах или в автосалонах. Никогда не откажусь от канистры омывателя для стекол машины или бесплатного ТО. Вот однажды на ВР была промо-акция в ходе которой раздавали диски с джазовой музыкой. Я поклонница джаза и мне было очень приятно. Вот эта акция была, пожалуй, лучшей...

**Я бы тоже не  
отказалась от омывателя  
и бесплатного ТО,  
мелочь, но полезная.**

### Худший

Меня долгое время изматывали смс от службы то ли «МТС - Бонус», то ли какой-то еще. В процессе очередной их рекламной акции разыгрывали BMW, мобильные телефоны и другие подарки. Присылали по 10 сообщений в день, в которых говорилось, что мне необходимо сделать, чтобы выиграть приз. Я даже в коммуникационный центр МТС звонила с просьбой отключить меня от этого спама. С третьего раза помогло. Вот эта акция была худшней в моей жизни.

**Да, смс очень  
раздражают, это  
ассоциируется у нас  
со спамом, который  
приходит тоннами  
на почту.**



## Денис Волков

Владелец компании «Все для рекламы»

### Лучший

Как-то за покупку пяти бутылок шампанского предлагали два весьма милых бокала в подарок. Рассудив, что бутылка игристого напитка не окажется лишней в квартире холостяка, я приобрел упаковку из пяти «шипучек» и получил свой промо сувенир. Не успев открыть дверь, я получил долгожданную весточку от своей одноклассницы, с которой мы не виделись больше 10 лет. Этот вечер был решающим в моей жизни, и бокалы оказались весьма кстати...

**Не уверена,  
что купила бы я.  
Сразу не унесешь, только  
если рядом оказался  
бы джентльмен.**

### Худший

Как-то при входе в университет меня окружили девушки в фирменных платьях, уверяя, что сегодня лучший день, чтобы попробовать йогурт всем известной фирмы. За покупку трех упаковок я гарантировано получила приз. Я набрал несколько упаковок и в ожидании приятного сюрприза подошел к стойке. Сюрприз и правда получился отменным, когда в награду за «перевыполнение плана» я получил тоненький магнит и вежливую улыбку. А йогурт оказался просроченным...

**На холодильнике  
уже есть место только  
для фоторамок и  
магнитов из  
экзотических  
стран.**



## Юлия Становкина

Специалист по связям с общественностью агентства недвижимости Golden Brown

### Лучший

Приятно, когда подарок вручают неожиданно, а если он попадает в точку, это настоящая удача для организаторов акций. Как-то в японском ресторане при заказе любимых суши мне принесли двойную порцию... Оказалось, это акция – вторые в подарок. Мелочь, а приятно. Но лучшим подарком я считаю невероятной красоты парео, которое мне вручили при покупке набора средств для загара. До сих пор, щеголяя в нем по пляжу, я ловлю восхищенные взгляды.

**Не  
отказалась бы от  
дополнительной порции  
суши, или другого  
блюда, которое бы  
сама выбрала.**

### Худший

Худшим подарком стала грязная шариковая ручка Pilot, которую можно купить в киоске за три рубля. Мне вспомнили ее в парфюмерном магазине (пусть даже эконом-класса) после того, как завлекли туда «подарком-сюрпризом за покупку». Было шоком, что кто-то умудрился так опошлить волшебное слово СЮРПРИЗ.

**Сотрудники  
парфюмерного магазина,  
если им важен престиж  
компании, могли бы  
придумать что-нибудь  
поинтереснее.**



MONT  
BLANC

Korloff  
PARIS

S.T. Dupont  
PARIS

B&E  
BOSSERT & ERHARD

BOEGLI

DONART

Ciglio

CLEARMONT PEWTER 97%  
IRELAND

Bradford

RR  
Renzo Romagnoli

Woodmax

RIVOLI

# MILLENNIUM GIFTS

бизнес-сувениры и подарки

[www.mgifts.ru](http://www.mgifts.ru)

- Уникальный проект, не имеющий аналогов на рекламно-сувенирном рынке России
- В каталоге свыше тридцати коллекций от крупнейших мировых производителей
- Широкий выбор во всех ценовых диапазонах – от недорогих бизнес-сувениров до эксклюзивных деловых подарков уровня VIP
- Профессиональные консультации по подбору корпоративных подарков
- Все виды персонализации, создание фирменных коллекций



## Официальные партнеры в городах:

Владивосток, Воронеж, Казань,  
Краснодар, Красноярск, Минск, Москва,  
Нижний Новгород, Самара,  
Санкт-Петербург, Сочи.

## Коллекция и заказ каталогов –

на сайте [www.mgifts.ru](http://www.mgifts.ru)

## Московский шоу-рум, работа с корпоративными клиентами и рекламными агентствами:

Москва, ул. Усачева, д. 10  
тел.: (495) 974-20-01,  
факс: (495) 974-20-02  
e-mail: [reclama@mgifts.ru](mailto:reclama@mgifts.ru)

# Golden team

...Вы стоите и пытаетесь сосредоточить внимание на человеке, который размахивает перед вами руками, то приседая, то корча рожи, то дотрагиваясь до кончика носа. Вы стараетесь полностью повторять все его движения. А еще вы ловите каждый из вопросов, которые почти ежеминутно задает человек, стоящий слева от вас... а также другой, справа от вас. У вас почти получается. Неплохо получается – вы женщина. Плохо – тоже хорошо. Но вы мужчина.



Самым главным в тимбилдинге является не решение о его проведении, а точная постановка целей. Именно тогда будет выбрана правильная программа и достигнуты ожидаемые результаты.

Смотрите на свою футболку и читаете, правда, вверх ногами, надпись... Ага. Название компании, в которой работаете. Поздравляем: вы в самом разгаре очень хорошо спланированного и необходимого вашей компании тимбилдинга.

## **А НАЧАЛОСЬ ВСЕ ТАК. Вариант правильный и умный**

Руководитель большого холдинга, того места, в котором вы работаете, то есть куда приходите каждое утро к прекрасным стеклянным дверям и целый день отдаете свои силы и время на то, чтобы компания процветала... Так вот, руководителю вашей компании пришла в голову мысль вдохнуть в вас желание работать даже сверх ваших возможностей посредством профессионального тренинга.

Ну, или было так: ваш руководитель недели две назад нечаянным



образом побывал на тренинге компании своего ближайшего партнера. И, о черт! Ему понравилось. Было видно, что не просто все выехали развлечься и выпить, а действительно решают какие-то проблемы. Задорные все такие... Глаза горят...

А какие вопросы-то были?

Ну, обычно умные компании приходят с обстоятельными проблемами: у нас, мол, недостаточна сильна мотивация к работе. Или мы хотим, чтобы даже уборщица знала, зачем мы тут все в количестве трехсот человек ежедневно проводим по восемь (разве?) часов кряду. Куда идет компания? Какие наметила цели? Где первый рубеж и в чем он состоит? И насколько всем будет от этого хорошо?!

Вот добрались и до основной задачи тимбилдинга – компания, то есть каждый отдельно взятый в ней человек, должны работать ради одной позитивной цели.

## **КУДА ЖЕ ИДТИ? ЧТО ДЕЛАТЬ? Вариант неправильный и глупый**

«Ребята, нам всем нужно развеяться». И эйчары застучали по клавиатурам в поисках компании, которая дешево и качественно командообразует подопечных. Нашли десяток, отправили запросы, получили ответы из пяти, остановились на той, где были неплохие фото-



графии и... недорого.

Внимание! Фотографии часто скачаны с сайтов конкурентов!

### **Вариант правильный, естественно, умный**

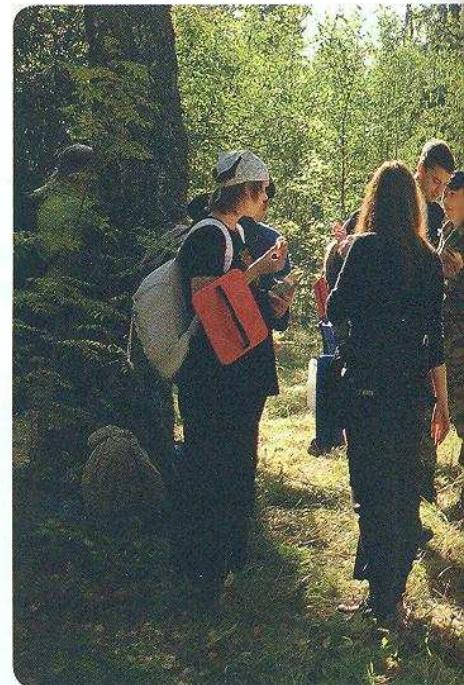
«Коллеги, а приведите-ка мне хорошую компанию, которая делает все на самом деле профессионально». И опять же, застучав по клавиатурам, эйчары нашли пять компаний, всех их пригласили на встречу и... видео с мероприятия не забыли попросить прихватить.

Затем расспросили руководство, чего именно оно хочет добиться проведением данного мероприятия, что оно готово вложить (если уж собралось, то должно быть готово), что его тревожит, чего не хватает каждому отделу, а может, и каждому сотруднику. И приехали на встречу компании, хорошие компании – те, которые проводят бесплатный консалтинг, а затем и предтренинги, и провели беседу. И с руководящим составом, и с начальником отдела кадров, и с самими будущими участниками. Если задачи были поставлены глубокие и серьезные – провели полноценное анкетирование участников.

### **ПРЕДТРЕНИНГ**

#### **Его не было. Вариант неправильный**

В одно прекрасное утро коллективу сказали, что... Нет, не «к нам едет ревизор», а «мы едем на тимбилдинг». И что все подумали? Правильно – испугались. Залезли в Интернет, посмотрели фотографии, решили, что придется им, взрослым людям, скакать по деревьям, как молодым, бегать в мешках... А потом еще сказали, что и выпить нельзя будет. Следом в курилке кто-то произнес, что как-то был в прошлой компании на подобном мероприятии, и делать там нечего. И – все. То есть на самом деле все. Некоторые заболели за два дня до поездки, кто-то проспал, и все поехали абсолютно не



подготовленные к каким-либо позитивным результатам.

Нельзя и перебарщивать с анкетированием. Представьте, у коллектива спросили: «Какой вы видите программу командообразования?», и все ответили по-своему: кто на Турцию понадеялся, кто решил, что прекрасно будет поиграть в футбол... В итоге, после того, как руководством была выбрана определенная программа, все сказали: и зачем нас спрашивали? Вот и «позитивный» итог анкетирования.

## **ПРЕДТРЕНИНГ Он был. Вариант правильный**

Прекрасным утром в компанию приехали инструкторы по проведению тимбилдинга. И рассказали всему коллективу, что они не



монстры и что уважаемых и ценных работников (которыми, естественно, являются все присутствующие) не будут заставлять делать ничего предосудительного, то есть того, что им может не понравиться. Они пояснили, что поведение в коллективе – это не что иное, как психологические возможности и установки каждого. Что тренинг, который проводят специалисты в области психологии и социологии, – это попытка разобрать стереотипы поведения в тех или иных рабочих ситуациях. Вы слишком медленно включаетесь в работу? Вы быстро раздражаетесь? Может быть, вы апатичны? Тренинг – это возможность для каждого из участников проверить и понять свои личностные и рабочие компетенции. А то, как мы реагируем и ведем себя в условиях определенных упражнений тимбилдинга, наглядно демонстрирует, как мы поступаем в рабочих условиях. Кто-то в процессе выполнения задания сразу же берет на себя лидерство, кто-то уходит в тень, но затем вытягивает всю команду. Кто-то теряется, но именно потому, что в самом начале не услышал правил, а это значит, что и в условиях работы он невнимателен к мелочам и порой теряет суть происходящего.



### **ЛЕЙ ТОМПСОН. «СОЗДАНИЕ КОМАНДЫ».**

Книга дает руководителям ответы на сложные вопросы: управление конфликтами, развитие творческих способностей, управление командой, мотивация и руководство людьми.



### **МАРИНА ИСХАКОВА. «ТИМБИЛДИНГ: РАСКРЫТИЕ РЕСУР- СОВ ОРГАНИЗАЦИИ И ЛИЧНОСТИ».**

Книга посвящена многостороннему анализу тимбилдинга. Предназначена для директоров и менеджеров по персоналу, руководителей и сотрудников тимбилдинговых и тренинговых компаний.



Ирина Авидон  
Ольга Гончукова

### **ТРЕНИНГИ ФОРМИРОВАНИЯ КОМАНДЫ**

Материалы  
для подготовки  
и проведения

### **ИРИНА АВИДОН, ОЛЬГА ГОНЧУКОВА. «ТРЕНИНГИ ФОРМИ- РОВАНИЯ КОМАНДЫ».**

Игры и упражнения на усиление сплоченности команды, создание конструктивной эмоциональной атмосферы, прояснение коммуникативных стилей и стратегий участников, развитие навыков эффективного общения.



## ПРОГРАММЫ

Только после того, как была правильно поставлена задача, можно определяться с программой.

Если стоит задача просто встряхнуть коллектив, познакомить его членов друг с другом или укрепить командный дух, подойдут программы, которые одна из компаний, давно работающих на российском рынке, называет «тимспирит» (teamspirit). Это различные программы, которые не насыщены командообразующими тренингами. Чем интереснее канва такой программы, тем она успешнее.

По мнению представителей некоторых компаний, предоставляющих подобные услуги, в этом и в прошлом году командообразующие программы не демонстрировали впечатляющего развития. Но в предкризисное время были придуманы целые плеяды различных тематик: по мотивам фильмов, популярных сериалов, книг, телевизионных шоу. Среди совсем новых и интересных можно назвать кулинарную программу – всей компанией учимся что-нибудь готовить, «силу голоса» (Squadra) – проверяем, насколько отлично поем, или же снимаем фильмы, устраиваем фотосессии.

Трендом последнего времени можно назвать социаль-

Многофункциональные рюкзаки для пикников и походов с логотипом компаний станут хорошим подарком для участников тимбилдинга после окончания командообразовательной программы.



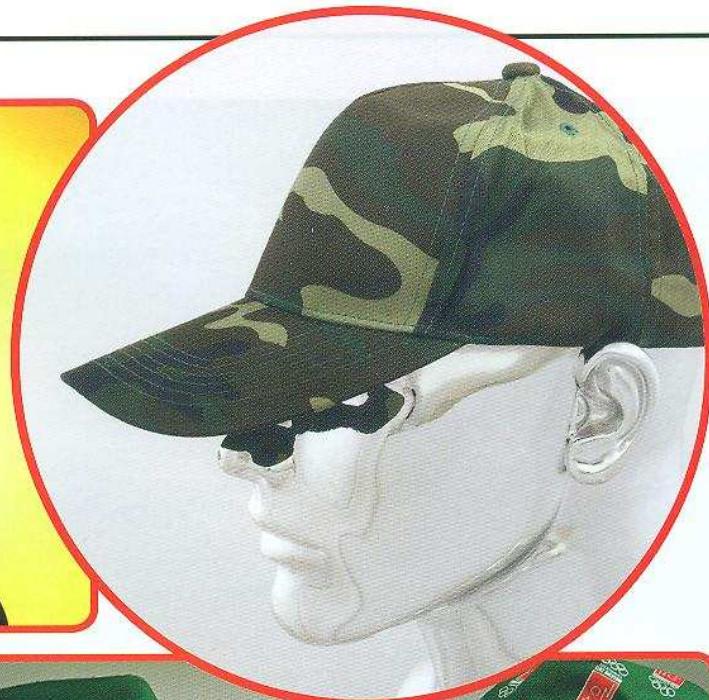
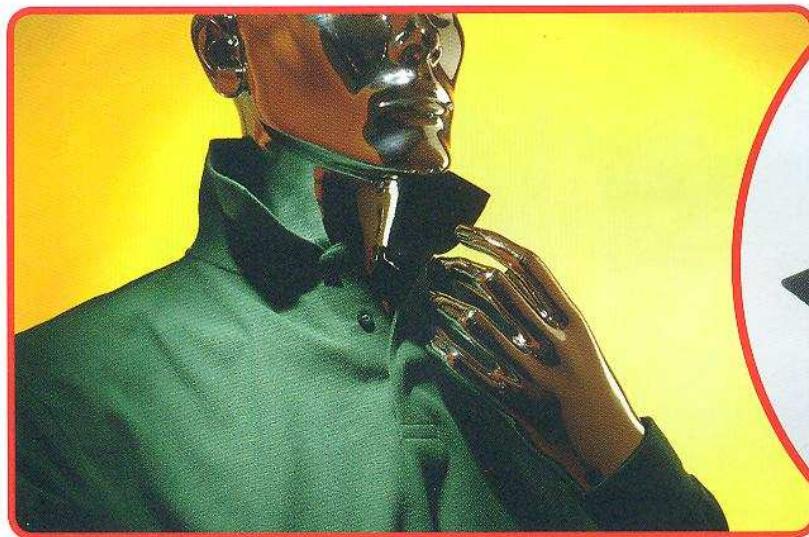
**ЛИДЕР И КОМАНДА**  
Практическое руководство лидера эффективной команды



**МОРРИС СТИВ, РОС ДЖЕЙ. «ЛИДЕР И КОМАНДА. ПРАКТИЧЕСКОЕ РУКОВОДСТВО ЛИДЕРА ЭФФЕКТИВНОЙ КОМАНДЫ».**  
Подобрать сотрудников, создать единую команду, стать лидером, которому будут верить. Самостоятельный поиск ответов на эти вопросы и применение полученных знаний.



**МИЧЕЛ БАРАКА. «Ю УПРАЖНЕНИЙ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОМАНДЫ».**  
Тренерам либо HR-менеджерам, самостоятельно проводящим командообразующие мероприятия. Содержит набор глубоких по содержанию игр и упражнений для пяти основных программ по тимбилдингу.



Одежда для тимбилдинга должна быть удобной и качественной, так как она, как и все остальные составляющие, призвана нести основной месседж командообразующей программы – мы самые лучшие!

ные программы, направленные на благотворительность (за границей на них приходится 90% подобных мероприятий). Построить в детском доме детскую площадку, собрать вместе с детьми велосипеды и создать целый велосипедный парк – во время подобных мероприятий не только повышается корпоративный дух, но и укрепляется духовность.

Экологические программы – еще один тренд. Участникам предоставляют отличную возможность позаботиться о чистоте города, например, очистив парк от мусора. Естественно, в сопровождении веселых командных соревнований.

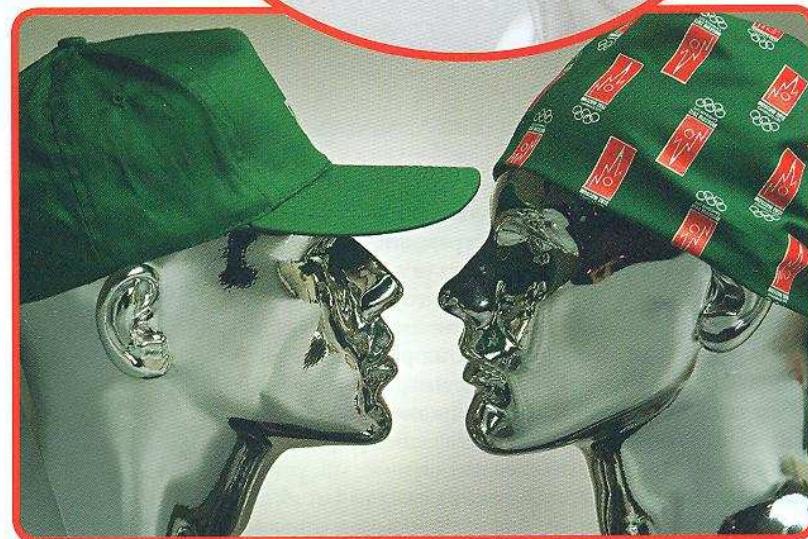
Настоящие программы по командообразованию в идеале должны длиться несколько дней и не быть перегружены дополнительными отвлекающими действиями. Наличие необычной, яркой тематики в командообразовании – палка о двух концах: с одной стороны, оно делает более ярким и запоминающимся сам тренинг, с другой – порой уводит от четко поставленных целей.

Все должно быть сосредоточено на прохождении программы и достижении результатов.

Этому требованию вполне соответствуют веревочные курсы – наиболее распространенный и удобный с точки зрения легкости решения задач курс.

Для серьезных программ командообразования подходят и дальние поездки по России или за границу. Некоторые компании предлагают очень интересные зарубежные программы, наполненные квестами и исторической составляющей.

Специалисты указывают на трех-четырехдневные походы и поездки как на наиболее универсальное решение. Наличие спортивной программы (например раф-



тинга) удачно сочетается с командообразующими элементами, которые можно проводить на привалах. Из этой серии упражнение «Новый Юлий Цезарь» (Squadra) из программы по стресс-менеджменту, с которого мы начали рассказ (повторение и ответы на вопросы двух людей одновременно).

Если говорить о России, то прекрасной возможностью устроить незабываемую программу по тимбилдингу будет поездка на Байкал или в Карелию. А на Алтае можно взобраться на одну из вершин (они невысокие) и назвать ее в честь компании. На карте этого момента будет отмечена гора, гордо носящая имя вашей фирмы!

Наличие настоящего экстрима специалисты оценивают как очень полезное дополнение. Ведь структура человеческого мозга такова, что ему свойственно все забывать, пока у него не появится некий эмоцио-

нальный якорь в виде очень сильного и яркого переживания: при любом напоминании об этом он будет возвращаться в состояние, в котором находился в тот момент. А это было состояние единения с командой, состояние достижения цели и т. д.

### **ЭКИПИРОВКА. СУВЕНИРЫ**

Хорошо работает в качестве напоминающих маячков все то, что участники заберут с собой с мероприятия. Специалисты утверждают, что очень важно, во что будет одета команда. В части случаев компаний уже имеют свою корпоративную одежду и приезжают на

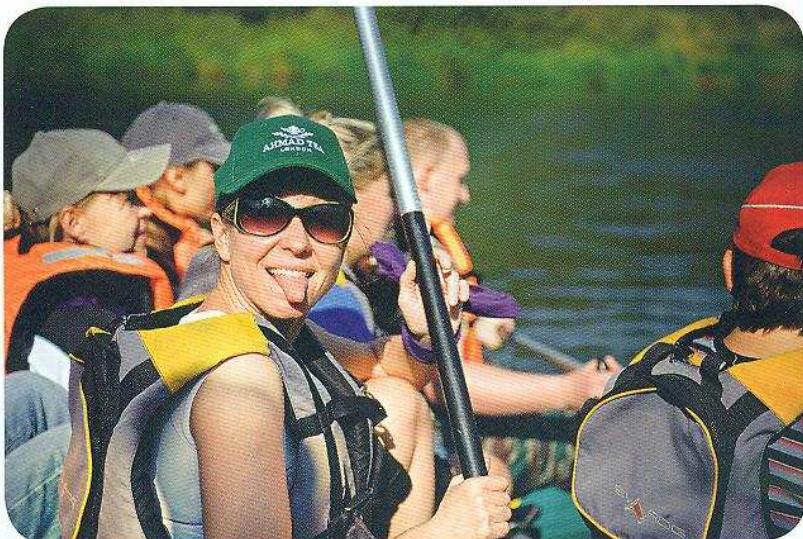
тренинги в футболках, куртках или бейсболках с логотипами. Иногда в задачи компании, которая организует тимбилдинг, входит обеспечение команды удобной и красивой экипировкой, на которой, помимо логотипов, могут быть слоганы и образы самой программы. Как выразился один из сотрудников такой компании, лучшая команда из возможных – это солдаты (очень правильная аналогия, хотя и немножко резкая). Они одеты в одни цвета и ощущают себя единственным, идентифицируя себя с боевыми товарищами. Так и команда, которая участвует в тимбилдинге (не только играя в пейнтбол), должна быть вся как один. Совсем хорошо, если участников обеспечат полным комплектом одежды (например, для похода в горы) из курток, толстовок, футболок. Главное, чтобы одежда несла в себе тот же посыл, что и тренинг в целом – наша компания самая лучшая, мы самые лучшие и добьемся лучших результатов!

Немаловажно, чтобы у участников остались какие-нибудь символичные подарки. Это могут быть, например, рюкзаки, сумки, какие-то наборы. Все, что будет использоваться в процессе мероприятия и сохранит память о нем, поселившись дома у сотрудников компании.

### **ПОСТТРЕНИНГ И КОМПЛЕКС. Правильный подход**

Во время прохождения тренинга участники получают максимум информации о его результатах. Уже после мероприятия, на посттренинге, разбираются все поставленные задачи и их выполнение.

Компании, организующие коман-



дообразующие программы на высоком уровне, проводят бесплатные посттренинги, а также готовят полный отчет о проведении программы с описанием достижений и недочетов каждого из участников. Не стоит забывать о том, что работа с собственным коллективом – это дело не только двух-трех дней в году.

Появляются новые сотрудники, да и достигнутые результаты со временем идут на спад. Так что правильным подходом к командообразованию будет считаться наличие хотя бы четырех тренингов в год. В том числе аудиторных тренингов, и программ teamspirit.

**Time to Present** благодарит за участие в подготовке материала компанию **Squadra** и **Lab Team**. Фотографии предоставлены компанией **Squadra**.



ПРОМО

**ФОТОИСТОРИЯ**

TIME TO PRESENT

# Mr. PROMOMAN

Выше, ярче, быстрее! Летнее промо должно быть таким, чтобы акции и те, кто их проводят, оставались в памяти людей вспышками радости. Time to Present нашел на улицах Москвы лучшего промоутера и он скромно протянул нам свою листовку...





ВЕТРОВКА ELITE-LINE, БЕЙСБОЛКА  
ELITE-LINE, ГОЛО ELITE-LINE,  
РЮЗАК ELITE-LINE

МОДЕЛЬ: АНДРЕЙ ГОРИН

# Дарить больше свободы...

**Ирина Милославская**  
ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР  
ВТЛ АГЕНТСТВО ACTION!

*Подарки, которые вручают в ходе промоакции, должны максимально доносить информацию о бренде и при этом оставлять яркое впечатление. Наше агентство организует промоакции любого масштаба с различными видами призов, при этом они отражают ценности бренда и потребности целевой аудитории. Мы стараемся дарить то, что подходит выбранной целевой группе.*

Яркий пример – проведение промоакции для ведущей страховой компании. Мы продвигали услуги страхования элитной недвижимости, поэтому акция проводилась в коттеджных поселках. Нашей задачей было вручение подарков и, в результате, формирование лояльности к бренду. Среди исходных условий задачи было: довольно закрытая целевая аудитория с высокими требованиями, сильный бренд и не очень большой бюджет. Мы грамотно и красиво это обыграли: три монеты



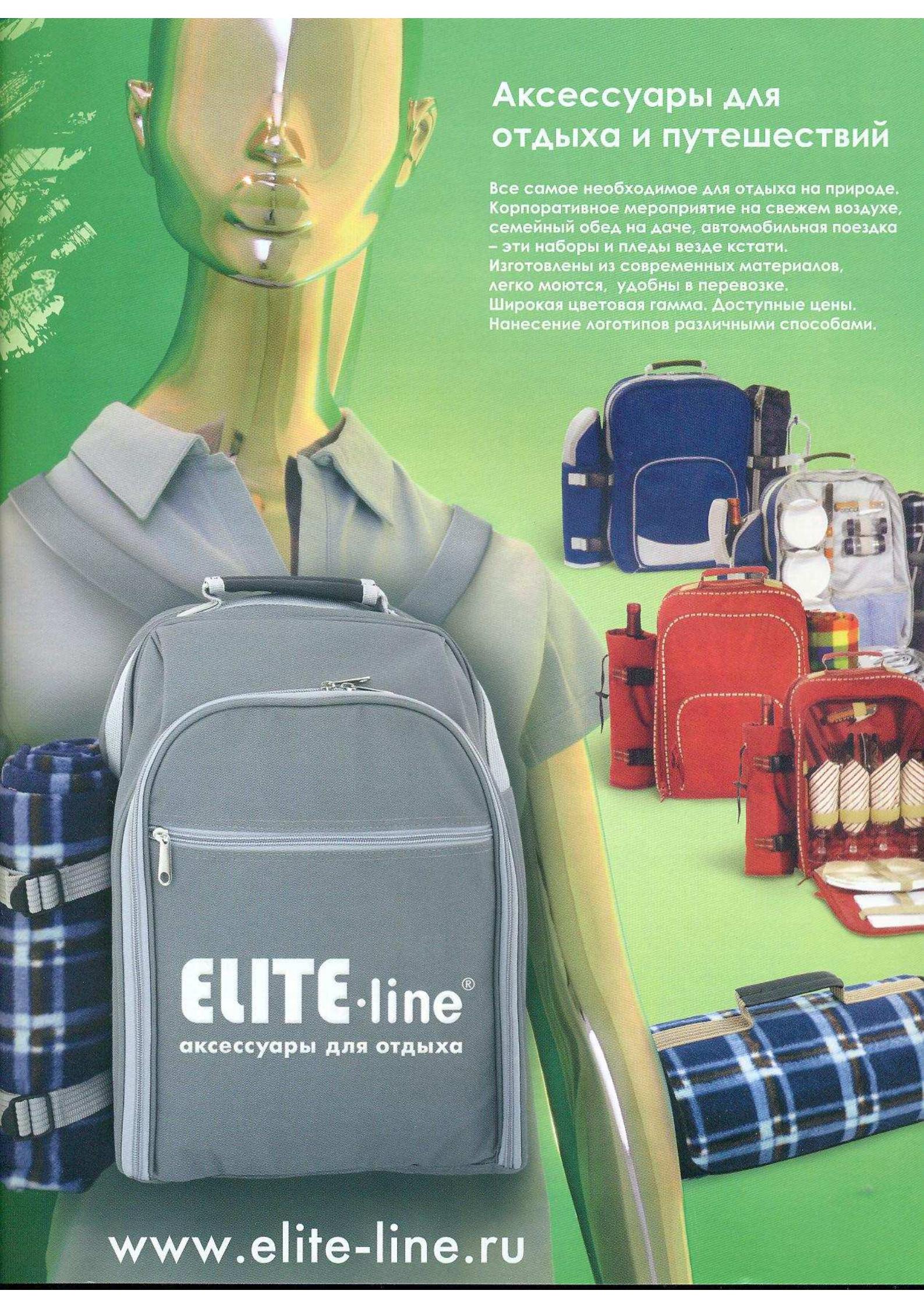
ных сетей. Человеку приятно, когда он не ограничен стандартной сувенирной продукцией. А выбор сети или магазина зависит от целевой аудитории, на которую рассчитана акция. На самом простом примере это может выглядеть так: купи духovку, получи подарочную карту «Л'Этуаль». Многим мамам приятно получать подарочные карты «Детского мира». Людям, ведущим активный образ жизни, – карты сетей спортивных магазинов и т.д. Сейчас актуально дарить лю-

**Важна свобода выбора не только в покупке разных вещей, но и в том, каким образом себя проявить, накопить скидки, собрать что-то, поучаствовать в конкурсе. Очевидно, что стало тенденцией дарить впечатления, воспоминания, ощущения, опыт**

фэн-шуй упаковали в дорогие и стильные коробочки. Суть акции была продолжением философии фэн-шуй: эти три монеты приумножают богатство, а страховая компания помогает его сохранить. Таким образом, совместив оригинальный подарок, продуманную креативную идею и красивую упаковку, мы сделали первый шаг – расположили клиента к бренду, напомнили о том, что нужно страховать свое имущество, в том числе недвижимость. Подарок вручали ненавязчиво, и акция получилась весьма благородной.

В большинстве других акций с каких-то определенных презентов мы перешли на подарочные карты различ-

дям больше свободы, не ограничивать их, не навязывать им что-либо. Важна свобода выбора не только в покупке разных вещей, но и в том, каким образом себя проявить, накопить скидки, собрать что-то, поучаствовать в конкурсе. Очевидно, что стало тенденцией дарить впечатления, воспоминания, ощущения, опыт – например, можно преподнести поездку на чемпионат мира по футболу. Когда человек в чем-то принял участие, куда-то поехал, у него совершенно другое впечатление, чем от вещицы, которую он просто принес домой. Мы, следуя этому тренду, стараемся дарить подарки в подобном ключе.



## Аксессуары для отдыха и путешествий

Все самое необходимое для отдыха на природе.  
Корпоративное мероприятие на свежем воздухе,  
семейный обед на даче, автомобильная поездка –  
эти наборы и пледы везде кстати.  
Изготовлены из современных материалов,  
легко моются, удобны в перевозке.  
Широкая цветовая гамма. Доступные цены.  
Нанесение логотипов различными способами.



**ELITE-line®**  
аксессуары для отдыха

[www.elite-line.ru](http://www.elite-line.ru)

# Терминал Э

*Разбогатеть быстро, просто извлекая из ситуации все возможное, не так уж и просто. Перед вами уникальная карта покорения прославившегося на весь мир исландца. И полноценная инструкция к применению...*

## SOUVENIERS



### Место для жертвоприношений

В блогах находились истории о том, как шутили в ожидании рейсов, придумывая жертвоприношения вулкану. Однако в Исландской мифологии есть только Повелительница горы – Фьялконан, светловолосая богиня, в образе которой воплощено стремление исландцев к свободе.

И ей жертвоприношений никто и никогда не приносил. Но если вас все же когда-либо посетит острое желание предпринять что-то подобное, подношения с удовольствием примут, например, греческий бог огня Вулкан либо гавайская богиня Пеле...

### Сувенирная лавка

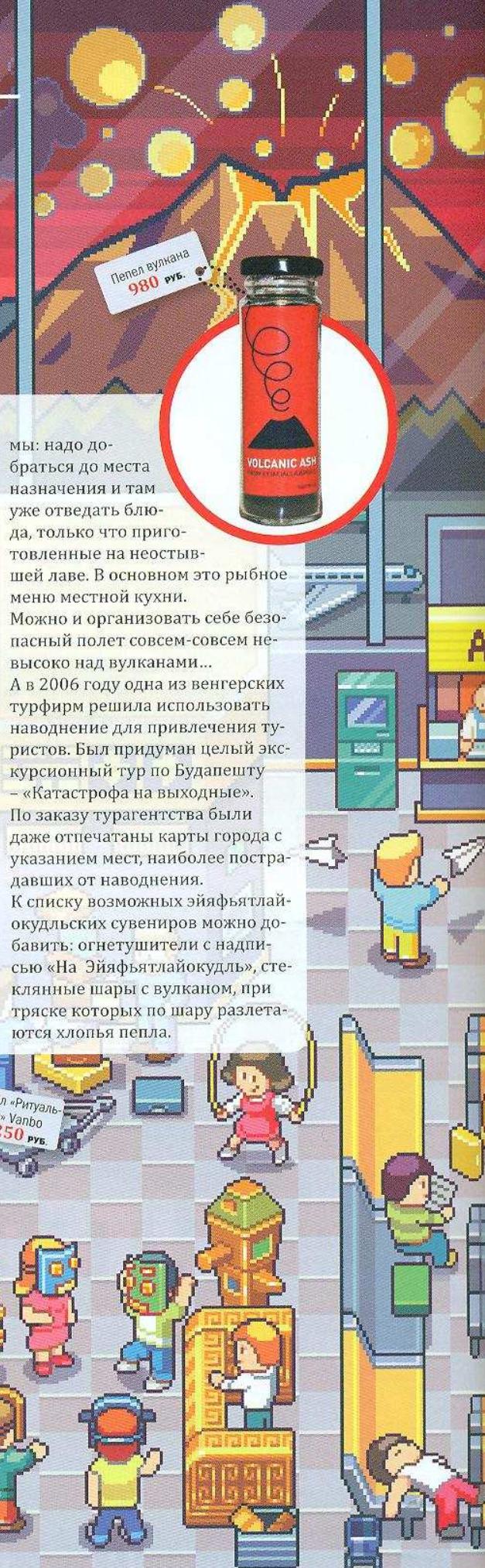
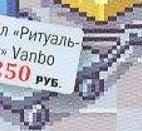
Было бы интересно узнать насколько популярен реально существующий сувенир в виде баночки с пеплом с Эйяфьятлайокудля, который и сейчас представлен в интернет-магазине исландских товаров Nammis.is. Приобрести «кусочек современной истории» можно чуть меньше чем за тысячу рублей. Тот к кому придет по почте «вулканический сувенир», получит в руки небольшую продолговатую стеклянную баночку с темно-серым содержимым и наклейкой, на которой изображены спиралевидные клубы дыма, вспыхивающие из жерла Эйяфьятлайокудля. Если же в роли куска истории пепел наскучит, его можно будет применить как косметическое средство, либо – удобрить землю в цветочных горшках.

Этой весной неподалеку с Эйяфьятлайокудль образовался очередной кратер – Фимвордхуналс, на горячем склоне которого решили... готовить еду! Для туристов придумали целые програм-

мы: надо добраться до места назначения и там уже отведать блюда, только что приготовленные на неостывшей лаве. В основном это рыбное меню местной кухни. Можно и организовать себе безопасный полет совсем-совсем не высоко над вулканами...

А в 2006 году одна из венгерских турфирм решила использовать наводнение для привлечения туристов. Был придуман целый экскурсионный тур по Будапешту – «Катастрофа на выходные». По заказу турагентства были даже отпечатаны карты города с указанием мест, наиболее пострадавших от наводнения.

К списку возможных эйяфьятлайокудльских сувениров можно добавить: огнетушители с надписью «На Эйяфьятлайокудль», стеклянные шары с вулканом, при тряске которых по шару разлетаются хлопья пепла.



**ЛИШЬ  
320 ТЫСЯЧ  
ЧЕЛОВЕК В МИРЕ ПО  
ОЦЕНКЕ ЛИНГВИСТОВ ИЗ  
США МОГУТ ПРАВИЛЬНО  
ВЫГОВОРИТЬ НАЗВАНИЕ  
«ЭЙЯФЬЯТЛАЙОКУДЛЬ», КОТОРОЕ  
СОСТОИТ ИЗ ТРЕХ ИСЛАНДСКИХ  
СЛОВ: «ОСТРОВ», «ГОРА» И  
«ЛЕДНИК». НЕ УДИВИТЕЛЬНО,  
ЧТО БОЛЬШИНСТВО ИЗ ЭТИХ  
ТАЛАНТИВЫХ ЛЮДЕЙ  
ПРОЖИВАЕТ В  
ИСЛАНДИИ.**



### Магазин в терминале

Конечно же тот, кто первым придумал бы продавать футболки застрявшим в аэропортах, словно туристам, приехавшим специально к вулкану — моментально озолотился. «Эйяфьятлайокудль 1821 — 2010»; «Исландия завещала развеять свой пепел над Европой»; «Эйяфьятлайокудль. Выпусти пар!»; «Эйяфьятлайокудль = «Эй! Я в Ялту — ЙО! Куда ты?»; «А Эйяфьятлайокудль и нынешний...». За такими

футболками выстроилась бы цепкая очередь. И наряду с сувенирными майками, привезенными из дальних уголков планеты в шкафах сотен «пленников» Эйяфьятлайокудля висело бы такое прекрасное напоминание о настоящем властелине человеческого времени и отпуска — спящей стихии.

### Пункт аренды наборов для игр

На 10-м часу сидения в аэропорту обязательно захочется поразмять руки и мозг, и вот тут на помощь придут всегда и всеми любимые игры. Напрячь мозг можно, сыграв партию в шахматы (главное — не заснуть от перенапряжения), пощекотать нервы — с помощью игры в ruletku. А нарисовав на листке бумаги вулкан (примерно такой же как на предыдущей странице), — можно попасть прямо в его сердце меткой стрелой из набора дартса. Ну а обыграв всех окружающих, — смело вызывать на дуэль клюющих носом пилотов.

Дартс Woodmax  
1190 РУБ.

Рулетка Renzo  
Romagnoli  
42 120 РУБ.

Шахматы  
Bradford  
3060 РУБ.



Футболка ELITE-line  
212 РУБ.



А ЭЙЯФЬЯТЛАЙОКУДЛЬ  
И НЫНЕТАМ

Футболка  
ELITE-line  
474 РУБ.



# Июль



ПОНЕДЕЛЬНИК	ВТОРНИК	СРЕДА	ЧЕТВЕРГ	ПЯТНИЦА	СУББОТА	ВОСКРЕСЕНЬЕ
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>
<b>15</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>20</b>	<b>21</b>
<b>22</b>	<b>23</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>27</b>	<b>28</b>
<b>29</b>	<b>30</b>	<b>31</b>				

# Летние праздники

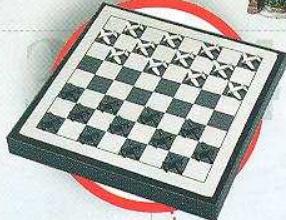
В летние месяцы стоит не забывать о том, что жаркие дни можно с легкостью превращать в жаркие празднования.

# Август

ПОНЕДЕЛЬНИК



ВТОРНИК



СРЕДА



ЧЕТВЕРГ



ПЯТНИЦА



СУББОТА



ВОСКРЕСЕНЬЕ

**1**

**• ДЕНЬ ИНКАССАТОРА**  
Деньги инкассаторов не удивят, но не такими. К точной копии 1000-рублевой купюры из 24К золота La Valsopota Dorata равнодушных не будет.

**8**

**• ДЕНЬ СТРОИТЕЛЯ**  
Этот праздник широким отмечают компании, связанные со строительством. Подарите коллекционный домик, который как и вы окажется в центре всеобщего внимания.

**15**

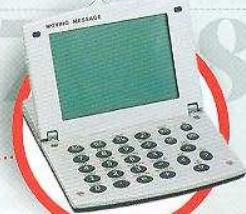
**• ДЕНЬ АРХЕОЛОГА (АРХЕОЛОГИИ)**  
**• ДЕНЬ СПОРТА И ТУРИЗМА**  
**• ДЕНЬ ВОЗДУШНОГО ФЛОТА (ДЕНЬ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ)**

**2**

**• ДЕНЬ ВДВ ВОЗДУШНО-ДЕСАНТНЫХ ВОЙСК**  
«Никто кроме нас» – девиз «голубых беретов» и всех настоящих мужчин. Лаконичный дизайн, сталь, натуральная кожа – фляжка Bradford.

**12**

**• ДЕНЬ ВВС (ВОЕННО-ВОЗДУШНЫХ СИЛ)**  
Воздушная эскадрилья Bradford – прекрасный сувенир, как для военного летчика, так и для любого человека, увлеченного самолетами.

**23**

**• ДЕНЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СТАТИСТИКИ**  
Калькулятор, часы, календарь, мировое время, программируемая бегущая строка – помогут быстро спланировать важные дела.

**27**

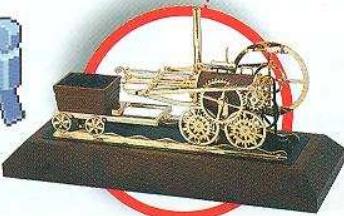
**• ДЕНЬ КИНО РОССИИ (ДЕНЬ РОССИЙСКОГО КИНО)**  
Статуэтка в виде звезды с надписью, linea del Tempo.

**30**

**• ДЕНЬ ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН**  
В этом году Казань – 1004 года. В день образования республики стоит вспомнить о ее древности и красоте.

**29**

**• ДЕНЬ ШАХТЕРА**  
Развитие угольной промышленности России началось в 1491 году. Один из этапов этого развития иллюстрирует сувенир Vanbo.



# Время Gifts&Premium Fair

27-30 АПРЕЛЯ. ГОНКОНГ

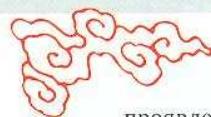
Этот год для Hong Kong Gifts&Premium Fair – двадцать пятый. Возраст достаточный для того, чтобы развиться и показать всему миру свой потенциал. В 2010-м выставка собрала почти такое же количество посетителей, как и в 2008-м, и в 2009-м. В посткризисный год ожидалось лишь чуть более 30 тысяч посетителей, а приехало почти 50...



MISTER CHRISTMAS



WWW.BLOOMINGCARD.COM



проявления креатива». Добавляют, что, есть сектора, которые развиваются интенсивнее других, где появляются новые идеи и формы, например, электроника – одна из наиболее быстро развивающихся отраслей китайской экономики.

## Электроника

Что можно увидеть, пройдясь по рядам всех четырех этажей одной из крупнейших выставок сувенирной действительности? Весомая часть подарков – гаджеты, компьютерные и другие электронные аксессуары. Идей для эффективного использования каких-то из них в качестве корпоративных подарков или призов для рекламных акций в головах у профессионалов рождается великое множество.

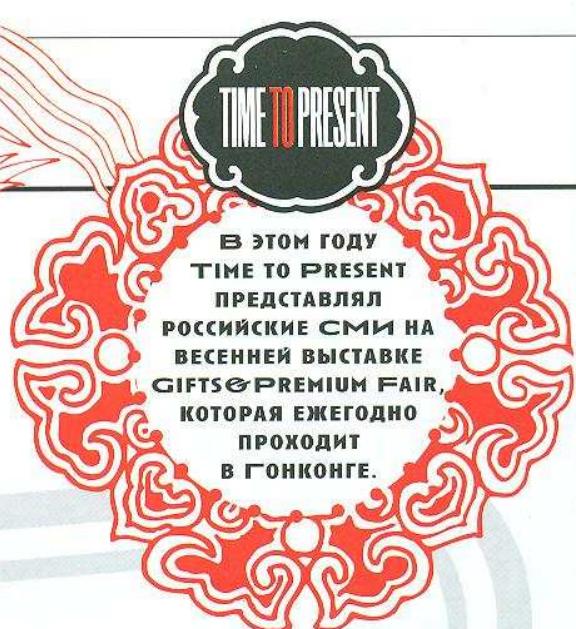
Вот один из примеров. Новый интересный гаджет – хорошее продолжение рекламной жизни всем известной цифровой фотопамяти. Вспомним о том, что о центральной части затрат на корпоративные подарки – новогодних презентах – заботятся в летний период, мы обратили внимание именно на это новогоднее украшение, на которое можно записать около 50 фотографий. Это удачный подарок партнерам, дилерам, ключевым клиентам – корпоративный цвет, возможность записать нужные визуальные образы, перемешав, например, рекламные имиджи и фото продукции с яркими новогодними работами фотографов мирового уровня. Также это прекрасно работающий «пода-

Год от года закупщики едут на выставку за интересными идеями, новыми товарами и возможностью развивать собственный бизнес в своей стране, за четыре дня стараясь охватить все, что можно и назначить максимальное количество встреч. Конечно, невозможно, побывав здесь впервые, сделать правильные выводы и вычленить принципиально новое и привлекательное для российского рынка. Главные закупщики нашей страны, владельцы крупных торговых компаний, постоянные посетители Gifts&Premium, дают такие комментарии: «Совсем нового в этом году практически нет, фабрики в своем большинстве не вкладывают средства в новые товары – ждут, когда к ним поступят крупные заказы и кто-то другой заплатит за риск»



TIME TO PRESENT

В ЭТОМ ГОДУ  
TIME TO PRESENT  
ПРЕДСТАВЛЯЛ  
РОССИЙСКИЕ СМИ НА  
ВЕСЕННЕЙ ВЫСТАВКЕ  
GIFTS&PREMIUM FAIR,  
КОТОРАЯ ЕЖЕГОДНО  
ПРОХОДИТ  
В ГОНКОНГЕ.





рок за покупку», например, для сегмента электроники и бытовой техники. Подарив необычное новогоднее украшение, которым впоследствии человек не единожды воспользуется, записывая собственные снимки, мы еще и снабжаем его рекламной информацией, например, о новогодних предложениях сети. Подогрев интерес необычностью предмета и возможностью последующего использования, мы привлекаем внимание, удерживаем его и доносим нужную информацию, которую, ко всему прочему, передаем наилучшим путем – визуальным. Один из общих критерий в выборе товара, который впоследствии российские рекламисты смогут с успехом использовать в качестве рекламных сувениров и подарков, – необычность. Интересная форма,

сочетание различных функций. Яркий, необычный дизайн и неожиданное наполнение – прекрасный способ вызвать интерес к подарку.

### Эко-дело...

Вторая тенденция последних лет – поддержка экологии: использование экологичных материалов и символики защиты природы. Time to Present обратил внимание на один из подобных сувениров. Представьте, к вам приходит поздравление в виде открытки-фоторамки, которой становится развернутая подарочная коробка (на ней может быть напечатано лого), и ее еще нужно собрать! Собрать домик, в небольшое отверстие с землей наливать воды и... ждать «дерева», которым в этом крошечном садике может стать и маленькая ромашка.



www.theairdgroup.com

Blooming Card – удачное поздравление для женской аудитории, или корпоративный подарок от компаний, занимающихся строительством загородных коттеджей.

После посещения Gifts & Premium Fair у Time to Present сложилось мнение, что рынку не хватает принципиально нового масштабного проекта, который бы мог выручалочки для компаний в момент поиска корпоративных презентов. Возможно, стоит обратить внимание на разрозненные предложения в области подарков для представителей определенных сфер деятельности, и создать широкую линейку различных подарочных наборов с символикой профессий... Но это уже Time to Present немного забегает вперед:)

## Анкета для оформления подписки на Time to Present

ФАМИЛИЯ, ИМЯ, ОТЧЕСТВО .....

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ .....

ОТДЕЛ .....

ДОЛЖНОСТЬ .....

СФЕРА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ .....

ПОЧТОВЫЙ АДРЕС ДЛЯ ДОСТАВКИ:

ИНДЕКС ..... ОБЛАСТЬ/КРАЙ .....

ГОРОД/НАСЕЛЕННЫЙ ПУНКТ .....

ДОМ ..... КОРПУС .....

СТРОЕНИЕ .....

УЛИЦА .....

ОФИС/КВАРТИРА .....

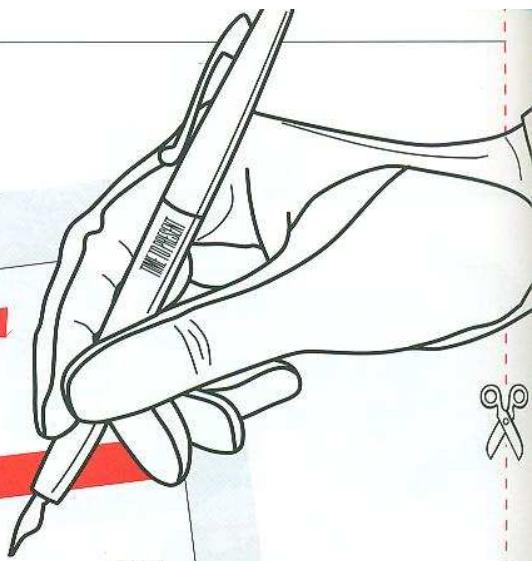
ОСОБЫЕ ПРИМЕЧАНИЯ .....

ТЕЛЕФОН ДЛЯ ОПЕРАТИВНОЙ СВЯЗИ .....

E-MAIL .....

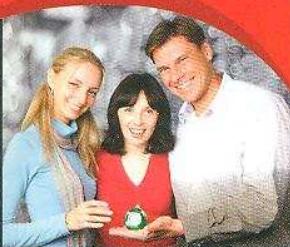
ЧЕМ СТАЛ ПОЛЕЗЕН TIME TO PRESENT .....

**Time to Present**  
119048, Москва, ул. Усачева, д. 10  
**e-mail:** [podpiska@timetopresent.ru](mailto:podpiska@timetopresent.ru)  
**факс:** +7 495 974 2002



**NEW**

50  
Эмоций  
в подарок!



ПОДАРОК КОЛЛЕГАМ



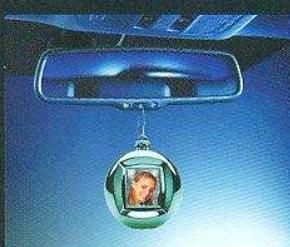
ПОДАРОК ПАРТНЕРАМ



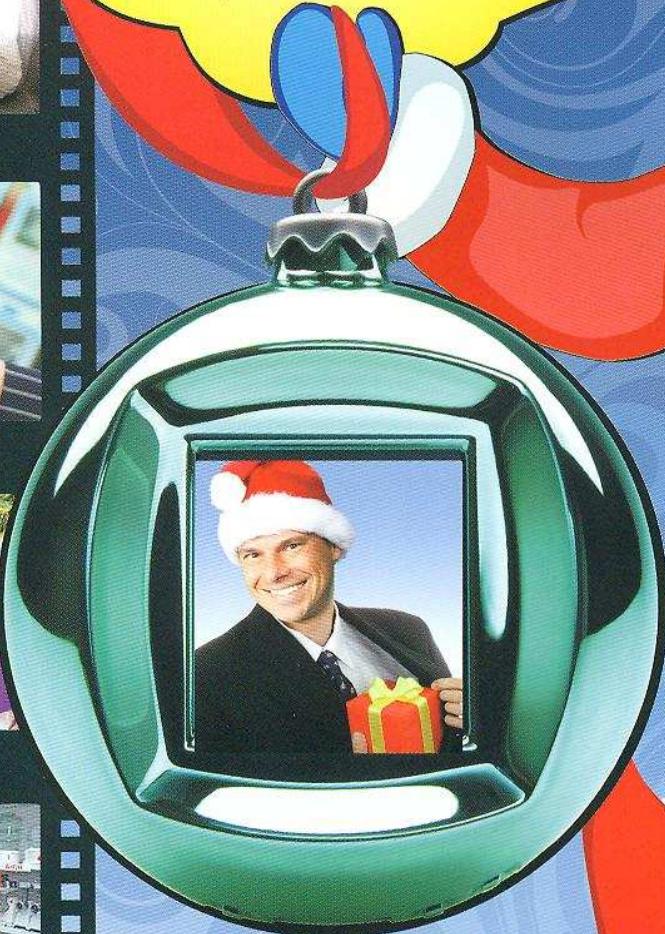
НОВОГОДНЕЕ  
ПОЗДРАВЛЕНИЕ



ПОДАРОК ЗА ПОКУПКУ



ВМЕСТЕ В ПУТИ



- возможность записать 50 визуальных образов
- слайд-шоу
- USB-порт
- 6 новогодних мелодий
- часы /дата
- широкий цветовой ряд

**шар**

ФОТОРАМКА

УНИВЕРСАЛЬНЫЙ  
РЕКЛАМНЫЙ  
НОСИТЕЛЬ



Mister Christmas®  
PROMOTION

Московский шоу-рум, корпоративные продажи: 119048, Москва, ул. Усачева, д. 10  
тел.: (495) 974-20-01, факс: (495) 974-20-02, e-mail: reclama@christmas.ru

[www.christmas.ru](http://www.christmas.ru)



**TIME TO PRESENT**

[WWW.TIMETOPRESENT.RU](http://WWW.TIMETOPRESENT.RU)