

Kalendarze czas zamawiać

Nadciąga bardzo intensywny sezon dla projektantów i producentów kalendarzy. Trzeba się pospieszyć, by kalendarzowe upominki dostarczyć w terminie.

System liczenia dni i lat zwany kalendarzem ma już 10 000 lat. Najstarszy znany nam kalendarz został odnaleziony całkiem niedawno, bo w 2004 roku, w Szkocji. Jednak jako rodzaj publikacji rozpowszechnił się wraz z wynalezieniem druku. Początkowo kalendarze zawierały oprócz kalendarium także spisy świąt i rozmaite użyteczne informacje, z czasem wzbogacono je również o treści reklamowe. Dziś kalendarz jest jednym z najpopularniejszych upominków reklamowych.

Współczesne kalendarze dzielimy na:

- wieloplanszowe – ścienne i biurkowe,
- trójdzielne i jednodzielne,
- planery,
- podręczne – książkowe w wielkościach od A4 do formatu kieszonkowego,
- podkładki pod mysz – coraz bardziej popularne,
- inne (w Paryżu spotkałam nawet kalendarz-flakonik na żywe kwiaty).

Rozwiązania technologiczne i mody w projektowaniu kalendarzy obserwuję bardzo długo. W Polsce mamy nasze ulubione formy, odbiegające layoutem, wielkością i kolorystyką od standardów innych krajów. Jednak aktualna moda biznesowa nakazuje podarowanie kontrahentowi produktu z kalendarium w języku kraju, z którym utrzymuje kontakty handlowe. Poszukiwane są np. kalendaria wietnamskie, rumuńskie, rosyjskie... Ta nowość to luka na rynku. Producent kalendarzy, który pierwszy zaprezentuje różnojęzyczne kalendaria, zdobędzie wiernych klientów.

Gdy zamawiamy kalendarze, musimy zwrócić uwagę na:

- kalendarium. Klienci mogą wybierać spośród kalendarzy z kalendarium standardowym, wzbogaconym o zdobienia reklamowe, lub projektowanych indywidualnie na zamówienie. Jest to optymalna forma wyróżnienia i zwrócenia uwagi na firmę. Niestandardowe rozwiązania, przenoszone z innych kultur, nie znalazły uznania na rynku polskim. Preferujemy standard, do którego jesteśmy przyzwyczajeni. Zanim więc obdarujemy klienta kalendarzem, warto poznać jego gust, dowiedzieć się, jakie wzory preferuje i przygotować kalendarz specjalnie dla niego. Użytkowanie takiego kalendarza przez cały rok – gwarantowane, rosną też szanse na nowe kontrakty;
- projekt. Piękne zdjęcia lub niebanalne grafiki – to jest to. Uroda kalendarza często powoduje, że zamawiający dziękują projektantowi za pomysł i projekt. Wtedy nie tylko projektant czuje satysfakcję z dobrze wykonanej roboty. Zleceniodawca też otrzymuje bonus w postaci całorocznej obecności kalendarza na ścianie obdarowanego. Ubiegłoroczne doświadczenia pozwalają postawić tezę, że w tym sezonie będzie moda na kalendarze wieloplanszowe z logotypem na każdej karcie. Dobra grafika na wysokiej jakości kartonie da doskonały efekt. Warto więc zaufać drukarni i stworzyć piękny kalendarz;
- zdobienia. Współczesne technologie pozwalają na wykonanie nawet jednej sztuki produktu, zarówno kalendarza książkowego, jak i wieloplanszowego. Tłoczenia, nadruki – to znamy. Technika zdobienia laserem szturmem zdobyła oprawy kalendarzy książkowych i notesów. Anektuje również kalendarze wieloplanszowe – przyciąga uwagę ażurowym logotypem na poszczególnych stronach. Dzięki różnorodnym technikom zdobień kartonów i papierów możemy personalizować produkty. Na oprawach pojawiają się intarsje tworzywem czy metalem. Wszystko to gwarantuje, że nasz kalendarz zwróci uwagę.

Kalendarzowe mody

Statystycznie od lat królują praktyczne kalendarze z bardzo czytelnym kalendarium – trójdzielne i wieloplanszowe. Częściowo wyparły one kalendarze planszowe w dużych rozmiarach, których wysyłka jest sporym kosztem. Popularne są także kalendarze biurkowe wieloplanszowe i podkładki pod mysz z kalendarzem. Te formaty są optymalne do wysyłki.

W ubiegłym roku nieco rzadziej poszukiwano kalendarzy książkowych – ich miejsce zajęły notesy. Bogata oferta opraw i możliwość tworzenia kompletów to kolejna nowinka technologiczna. Nowoczesne maszyny pozwalają na realizację pięknych autorskich rozwiązań. Większość wyprodukowanych kalendarzy to projekty indywidualne, jeśli chodzi o oprawy, dobór kolorystyki, materiały. Coraz częściej zamawia się także kalendarze personalizowane.

Kiedy zamawiać kalendarze

Nasze przyzwyczajenie do odkładania zamówień kalendarzowych naraża nas na stresy i rozczarowania. Jeśli zrobimy to zbyt późno, możemy nie zdobyć tego właściwego kalendarza. Jest lipiec i kalendarze standardowe są już w końcowej fazie druku. To już ostatni dzwonek na zamówienie w rozsądnej cenie kalendarzy w druku łączonym z terminem realizacji na trzeci kwartał roku. Projekty indywidualne tym bardziej trzeba zlecać natychmiast. To gwarancja, że kalendarz dotrze do nas w terminie.

Niska cena nie zawsze sprzyja jakości

Aby kalendarz wiernie służył przez cały rok, musi być bardzo starannie wykonany. Nie sprawdzą się kalendarze książkowe klejone, kalendarze trójdzielne drukowane na cienkich kartonach i przyklejone zwykłym klejem. Kalendarium odpadające od plecków lub plecki wyginające się w łódkę spowodują, że kalendarz wyląduje w koszu na śmieci. Ważna jest także wielkość rzeczywista produktu i jego opakowanie. Są to szczegóły, na które w trosce o wizerunek własnej marki koniecznie trzeba zwrócić uwagę.

Akceptujemy czas oczekiwania na zamówiony samochód czy uszycie garnituru, ale oczekujemy, że kalendarz indywidualny – a więc szyty na miarę – zostanie wyprodukowany natychmiast. A sezon rozdawania kalendarzy rokrocznie rozpoczyna się we wrześniu. Doradzam zatem zamawianie kalendarza już dziś. Warto uniknąć stresu związanego z nietrafionym projektem czy zbyt późną realizacją i niską jakością kalendarza – przecież ten najmniejszy bilbord świata pracuje na nasz wizerunek aż 365 dni w roku. Korzystający z kalendarzy elektronicznych również lubią obcowanie z produktem drukowanym. Jesteśmy wzrokowcami i dzięki temu kalendarze będą trzymać się mocno. Zadbajmy zatem, aby nasz kalendarz-ambasador był estetyczny i skutecznie pracował na nasz sukces wizerunkowy i finansowy przez cały rok. Serdecznie tego Państwu życzę.



Iwona DULIŃSKA

prezes zarządzający firmy KUNSZT. Członek założyciel i prezes PIAP I kadencji. Inżynier, projektant i trener. Od 27 lat doradca ds. wizerunku i współtwórca projektów firm. Współpracuje z wieloma markami w Polsce i za granicą. Pasjonatka historii sztuki i certyfikowany dietetyk www.kunszt.kraków.pl.

