

**Светлана  
КОШКАРЕВА,**  
*руководитель  
управления по  
связям с обще-  
ственностью,  
СК «МАКС»*



## Экономный Новый год: весело и креативно

Для российского бизнес-сообщества и в пору финансового кризиса не существует сомнений по поводу того, какой именно праздник следует отмечать обязательно. Однозначный ответ на этот вопрос – Новый год! В статье мы ответим на вопросы о том, как сэкономить на корпоративных подарках и насколько реально провести запоминающееся празднование (не обязательно Нового года, но и, например, Дня рождения компании) при наличии минимального бюджета. Или же лучше от этой идеи вообще отказаться?

### **Корпоратив своими силами**

Сегодня корпоративы решают такие важные задачи, как снятие напряжения в коллективе, возникшего в результате не всег-

да популярных решений руководства, и сплочение сотрудников в единую команду с одинаковым пониманием целей и задач, стоящих перед компанией. Затраты на корпоративное торже-

ство обычно закладываются при верстке годового бюджета на рекламу, PR и обучение, как правило, в октябре-ноябре. Примерно тогда же ответственный сотрудник начинает поступательно заниматься подготовкой мероприятия. В крупных корпорациях при намечающейся круглой дате бюджет на торжество утверждается за год-полтора до события таким образом, чтобы иметь возможность зарезервировать рекламное время на телевидении для показа юбилейных роликов и размещения наружной рекламы. Но во времена финансового кризиса вполне может случиться, что все работы по организации корпоративного праздника лягут за месяц до его начала на одного из сотрудников компании в управлении персонала или службе по связям с общественностью. И тут каждый выкручивается, как может!

Первым делом надо узнать у начальства и коллег, в каком ключе им хотелось бы провести торжество – зная чаяния большинства гостей вечера, вам останется всего лишь их оправдать. При выборе концепции мероприятия многое зависит от корпоративной культуры конкретного бизнеса и настроений топ-менеджеров. Если окружающие привыкли к солидным пафосным мероприятиям, лучше не делать ничего, чем делать кое-как. Если же

в компании демократичная атмосфера и сотрудники способны получать удовольствие от скромных радостей, то без ущерба веселью можно уложиться в экономный бюджет

Например, когда в сентябре этого года было принято давно ожидаемое решение о праздновании пятнадцатилетия медицинской страховой компании «МАКС-М», мы с членами рабочей группы обратили свои взоры именно на те концертные залы столицы, где будет уместна классическая музыка. На торжество планировалось пригласить медицинскую общественность, представителей федеральных властных структур и органов государственной власти из регионов. Это продиктова-



ло выбор высокого музыкального стиля и его строгого окружения. Идеально вписался в концепцию камерный зал Московского международного дома музыки, где к радости собравшихся гостей, с концертом выступили камерный оркестр «Глобалис» и хор теноров. Бюджет мероприятия был весьма скромным, если учитывать, что собралось более 400 приглашенных. Это тот случай, когда стиль бизнеса компании последовательно продиктовал выбор площадки и музыкального сопровождения торжества. Но ведь не все партнеры и не все сотрудники любят классическую музыку!

### Праздник для себя

Самым сложным можно назвать положение, когда никаких кон-

кретных пожеланий от руководства и коллектива не поступает и перед организаторами праздника встает непростая задача создать концепцию празднования, которая удовлетворила бы всех его гостей. Без креативных решений в таком случае не обойтись.

Марина Антипина, руководитель блока «Финансы» дирекции рекламы группы «Эксперт» вспоминает оригинальный ход коллег, которые каждому приглашенному на корпоратив подарили недорогие фотоаппараты. Причем именно пленочные, которые теперь редко используются: «Гости фотографировали друг друга с большим удовольствием. Им нужно было «отщелкать» как минимум одну пленку. После окончания вечеринки они отдали нам отснятое. Потом мы выбрали лучшие фото и сделали подарочный буклет, который вышел очень нестандартным. Клиенты были в восторге!»

Можно устроить стилизованный исторический праздник, раздав всем гостям венецианские маски или русские народные наряды, что тоже выглядит весело и стильно. В таком же духе необходимо сверстать меню и оформить зал.

Александр Кремер, начальник отдела PR СК «ИННОГАРАНТ» считает, что в бюджетном корпоративном празднике главное – не-



Из чего складывается бюджет корпоративного мероприятия:

- количество участников;
- место проведения;
- меню и обслуживание (выездное или стационарное);
- транспортировка участников и артистов;
- оформление места торжества;
- количество и стоимость подарков;
- заказ и рассылка праздничных поздравительных открыток;
- оплата услуг агентства (если мероприятие организует приглашенная фирма);
- гонорар артистам;
- стоимость аренды специального оборудования: свет, звук, экран.

стандартная идея: «Дорогие мероприятия и раньше не вызвали большого отклика, а теперь на них просто нет денег. Отказываться от праздника нужно только тогда, когда очевидно, что он никому не нужен. Если есть хотя бы минимальный интерес и ресурсы, всегда можно найти выход из ситуации. Мы неоднократно проводили корпоративные мероприятия с минимальными бюджетами. В основном деньги тратились на еду и напитки, а развлечения организовывали, что называется, своими руками».

### **Новая стилистика корпоративов**

Вспомните свой жизненный опыт и согласитесь с тем, что удачную вечеринку от неудачной отличают яркие впечатления. Можно устроить grill&beer party в кантри-стиле, традиционный русский вечер с пельме-

нями и водкой, бразильский карнавал с экзотическими блюдами или пижамную вечеринку, где гости будут сами себе готовить сэндвичи и варить кофе на маленьких спиртовках. Праздник, выдержанный в исторической стилистике, потребует нарядов (например, русских народных) или хотя бы масок (скажем, венецианских) для гостей. В таком же духе необходимо сверстать меню и оформить зал.

Генеральному директору PR-агентства «PR Partner» Инне Алексеевой пришлось по душе идея проведения дня рождения компании в экологическом духе. «На таком мероприятии употребляют только «экологические», вегетарианские, продукты, – рассказывает Инна Алексеева. – Если же перетянуть всех на сторону вегетарианцев не получается, можно поделить участников мероприятия на «травоядных»

**Корпоративный этикет дарения**

Категорически запрещено дарить деловым партнерам:

- предметы одежды (кроме галстуков и шарфов);
- предметы религиозного культа;
- колющие и режущие предметы;
- часы, носовые платки, салфетки, зонтики не стоит дарить восточным деловым партнерам, поскольку они ассоциируются со слезами и смертью.

и «хищников» и устроить испытания, как в старой-доброй ТВ-передаче «Зов джунглей».

Придерживаясь этой логики, столы с кушаньями и напитками тоже надо сделать двух видов, а представителей разных команд обозначить соответствующими аксессуарами: например, костью на шее или цветочком за ухом. Экологичность сегодня в моде. Например, недавно в Париже на Неделе моды бренд Chanel во главе с Лагерфельдом устроил показ на сеновале. Арендовали амбар, модели выходили прямо из стогов, каблук гостей в первом ряду утопали в земле – одним словом, натуральнее не придумаешь. В соответствии с этой тенденцией можно украсить День рождения компании посадкой аллеи деревьев. И летнего сезона ждать не обязательно – многие хвойные породы принято сажать именно в холодное время года. Посадка аллеи сосен или кедров рождает невероятно позитивные эмоции, особенно когда узнаешь,

сколько лет требуется для выращивания саженца до высоты 40 сантиметров. А для сплоченности и поддержания коллективного духа результат приложенных усилий можно будет совместно поддерживать, поливать во время коллективных выездов на природу в теплое время года. Следуя идее экологического проведения корпоратива, можно провести его как выезд на природу, и зима тут – не помеха. Например, в одной из деревушек Тверской губернии несколько лет назад поселился итальянец и создал ферму с настоящей сыроварней. Он приглашает экскурсии попробовать натуральный продукт. Приезжаешь, смотришь на домашний скот, кормишь кроликов и коров, а потом заказываешь настоящий итальянский обед из нескольких блюд с дегустацией сыра и вина. Обеды итальянец предлагает как вегетарианские, так и мясные – но всё исключительно из продуктов, выращенных или сделанных на ферме. По цене это очень

бюджетный вариант: расходы ограничиваются оплатой автобуса и обеда из расчета тысяча рублей на человека.

Еще один актуальный и бюджетный тренд – вечеринка в стиле советских времен. При оформлении интерьера большой популярностью пользуются игровые автоматы того периода, а меню навеивает воспоминания о тотальном дефиците и продовольственных заказах: лимонад, «Советское шампанское», колбаса «Сервилад», торт с маргариновыми розочками, набор шоколадных конфет «Рот-Фронт». Каждый приглашенный должен принести на мероприятие аксессуары из прошлого, чтобы соответствовать заявленной стилистике. Обычно люди высоко ценят

возможность «вспомнить детство» и живо включаются в процесс организации мероприятия. Показательный пример приводит Александр Кремер: «Мы предложили коллегам провести новогодний вечер в стилистике фильма «Карнавальная ночь». Каждое подразделение подгото-



## Подарки и деловые отношения

*Компания КОМКОН провела онлайн-исследование, с целью изучения отношения деловой среды к получению подарков и сувениров. Опрос был проведен среди сотрудников московских и Санкт-петербургских компаний (256 респондентов).*

*Согласно данному исследованию, 81% участников опроса (руководители, менеджеры среднего звена, специалисты) получают подарки и сувениры. В северной столице обычай одаривать партнёров и клиентов распространён шире, чем в Москве. У руководителей и владельцев бизнеса шансы получить подарок выше (91%), чем у менеджеров среднего звена и специалистов (76%).*

вило свой номер, для создания атмосферы «крутили» песни из фильма, проводили лотерею с не-



дорогими призами. Вечеринка не потребовала больших затрат, все были увлечены происходящим и потом долго обсуждали наиболее смешные моменты».

Татьяна Ананьева, директор по маркетингу компании «Ти Ай Системс», рассказывает: «Если продолжать тему ассоциаций с детскими и советскими праздниками, то можно вывести всю компанию на каток. Это весьма малобюджетная затея: нужно оплатить только аренду коньков и скромный кейтеринг. Небольшие организации могут пригласить членов семей своих сотрудников».

Если вы организуете корпоративное празднование на природе, то часть еды можно готовить совместно. Собственноручно пожаренный шашлык и сваренный

*Более 50% опрошенных признали, что бизнес-подарки в той или иной степени, влияют на отношение к партнерам и подрядчикам.*

*Интересно, что мужчины значительно чаще, чем женщины, признают, что на их отношение к подрядчикам, клиентам, партнёрам подарки оказывают хоть какое-то влияние. Женщины либо чаще стараются сохранять объективность, либо чаще дают «социально-приемлемые» ответы.*

*Чаще всего в подарок получают канцтовары, далее по популярности идут алкоголь, сувениры и сладости. Женщинам, по сравнению с мужчинами, чаще дарят сладости и цветы и реже – канцтовары.*

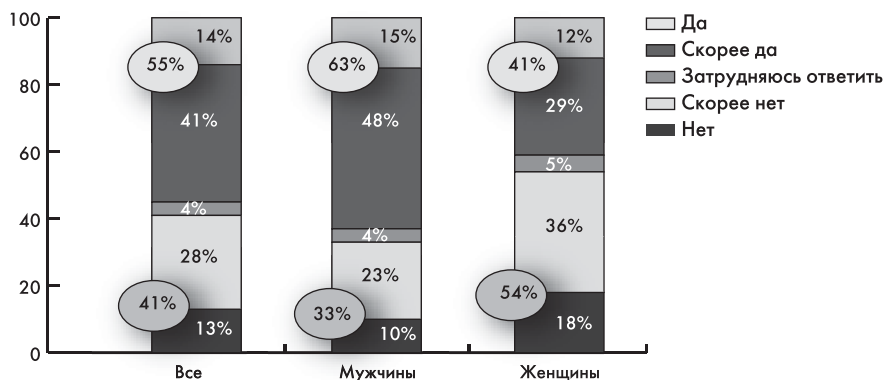
глинтвейн – своеобразный элемент модного нынче «тимбилдинга», да и процесс приготовления всем будет приятно вспомнить во время офисных будней. Иными словами, корпоративное торжество можно сделать вполне бюджетным, если стоит цель просто порадовать сотрудников. Ну а если заодно получится их сплотить и оздоровить – выйдет замечательно.

Мария Верномудрова, менеджер по внешним связям DHL Express в России, убеждена: «Главное составляющее хорошего корпоратива – люди, готовые «зажигать» других, талантливые организаторы. Конечно, при минимальном бюджете собрать на одной площадке большое количество сотрудников довольно слож-

но, но вечеринка «своими руками» – это шанс показать им, какие они талантливые сценаристы, певцы, танцоры, актеры. Как правило, если готовиться заранее, по сценарию, со всей ответственностью, то результат получается интереснее, чем при организации праздника агентствами-аутсорсерами».

Внимательно присмотритесь к своим коллегам – почти каждый из них в глубине души готов к творчеству, только поводы его проявить рутинная работа в финансовой структуре дает нечисто. Между тем, именно общение на корпоративных праздниках, по-настоящему неформальное и доброе, позволяет оградить отношения внутри коллектива от сугубо прагматичного подхода

Рисунок 1. Ответы на вопрос «Повлияло ли дарения подарков и сувениров от партнеров и клиентов на отношение к ним?»





и жесткого расчета. И тогда всем обязательно запомнится праздник, организованный именно вами.

### Чтобы подарок не попал в мусорную корзину

В прошлом году многие компании в целях экономии отказались от корпоративных подарков партнерам и клиентам, но те, кто проявил смекалку, дарили нечто нестандартное. Мои коллеги по цеху единодушны в том, что отказываться от подарков категорически нельзя.

«Даже открытка, подписанная от руки, несет тепло человеческого общения. Подарки – это всегда благодарность за позитивные контакты. Бюджет всегда будет меньше, чем хотелось бы, поэто-

му имеет смысл потратить силы на креативное решение», – говорит Марина Антипина.

Александр Кремер с ней солидарен: «Даже при минимальном бюджете подарок должен быть максимально эмоциональным. Например, зимой очень здорово подарить какую-то вязаную вещь. Главное – ощущение, что подарок придумывали и оформляли с искренним желанием поделиться добрыми чувствами. Нестандартная открытка с теплым пожеланием будет отличным дополнением к такому подарку».

Мария Верномудрова считает оригинальные подарки лучшим вариантом деловых:

«Я не являюсь большим сторонником сувениров а-ля фарфоровый символ года с логоти-

Рисунок 2. Какие бизнес-подарки дарят партнерам, клиентам и подрядчикам компании



\* Например, на журнал «Современные страховые технологии»

пом, напротив – люблю полезные подарки, необычные сувениры с юмором. К примеру, вместо ручки обычной предпочту ручку шоколадную. На мой взгляд, в корпоративных подарках важна индивидуальность, чтобы за ними можно было разглядеть компанию, ее ценности и уникальность. Я целый год пользуюсь ежедневником, подаренным RedBull, в нем чувствуется, что его создавали с удовольствием, с присущим компании драйвом и энергией. Бытует мнение, что серьезная компания и подарки должна дарить строгие, выдержанные – тут звучит подтекст «скучные». В попытке соблюсти этикет можно забыть основную цель корпоративных подарков (кроме проявления внимания,

конечно) – чтобы их оставили на столе, а не под столом или – самое печальное – в мусорной корзине. Бережно хранят либо



Рисунок 3. Самые запоминающиеся бизнес-подарки



дорогие подарки, либо те, которые запомнились, понравились, заставили улыбнуться – и таким предметом может быть простой, но поднимающий настроение, настольный календарь».

Попробуйте придумать собственную благотворительную акцию, эмоционально вовлечь в нее сотрудников и клиентов. Татьяна

Ананьева считает, что отказ от традиционных подарков в пользу благотворительности – хорошая тенденция: «Средств тратится меньше, и они идут на доброе дело – а это самое важное. Из креативных подарков, которые мы дарили партнерам, могут припомнить недорогие глиняные копилки, сделанные по ин-



*Действительно оригинальные сувениры способны произвести впечатление и запомниться человеку. Кроме того, людям запоминаются полученные в подарок канцтовары (потому что ими потом долго пользуются) и алкоголь.*

*Самые незапоминающиеся подарки – украшения и книги по бизнесу.*

*Большинство респондентов лично пользуются врученными им подарками. В тоже время треть опрошенных сказали, что им пришлось передавать алкоголь, четверть – передавали или отдавали другим канцтовары, сувениры, сладости.*

дивидуальному дизайну. Затем, в течение года, мы дарили в дополнение к ним специально изготовленные монетки по итогам проектов. Получился долгоиграющий проект по повышению лояльности клиентов. А из подарков дамам на 8 марта пришлось ко двору идея подарить специальные женские галстуки. Мы нашли очень бюджетный вариант, но при этом стильный».

На Марию Верномудрову произвела впечатление большая деревянная коробка с логотипом дарителя, полная мандаринов (на каждом мандарине – наклейка с логотипом): оригинально, вкусно и полезно. Понравился настенный календарь с нарисованной собакой и меховым хвостом на пружинке: если до него дотронуться, получается, будто бы собака виляет хвостом. Запомнился в подарок в стиле «Неприкосновенный запас»: банка соленых огурчиков, сухарики и фляжка с водкой, все это в простом бумажном пакете.

Татьяна Ананьева поделилась идеей купить бюджетные наборы для изготовления hand made вещей – например, деревянных матрешек – а затем попросить сотрудников компании их раскрасить и разослать своим клиентам со словами «Индивидуальный дизайн, осуществленный специально для вас. Сделано с любовью». Поверьте, ваши коллеги могут продемонстрировать совершен-

но неожиданные таланты и их надо в этом поддержать, а наиболее отличившихся сотрудников обязательно премировать.

Как поступить с корпоративными подарками при минимальном бюджете, если вам не дают карт-бланш? Тут сложно найти нестандартное решение, и все заказывают календари и ежедневники. Как правило, безликие. Это экономия из той категории, которая себе дороже.

Сейчас очень модно дарить книги, а хорошо подобранная книга вызывает огромный интерес. Например, в прошлом году группа «Эксперт» одарила партнеров шикарно иллюстрированной энциклопедией по истории живописи, а компания АТОН выпустила книжку «Незнайка на Луне» с забавными комментариями инвестиционных аналитиков компании. Издательство «Секрет фирмы» в плане креативности пошло еще дальше: разослало клиентам коробки, в которых лежали фанерная рамка, мешочек с гипсом, пятирублевая монетка и забавная инструкция по изготовлению «Талисмана по привлечению инвестиций». Некоторые компании разослали партнерам банки меда в креативной упаковке, кто-то придумал упаковать в корпоративные цвета вкусное малиновое варенье. Разве это не лучший подарок в зимние холода?