

## RELATIEGESCHENKEN EN PROMOTIEARTIKELEN: HOE KAN JE ZE HET BEST KIEZEN?

Hoe kan je het best je relatiegeschenken kiezen? Waar kan je ze vinden? Hoe kan je opvallen en je doel bereiken? Welk budget moet je er aan toekennen? Is het ene moment geschikter dan het andere om ze te overhandigen? Aan wie moet je ze geven? Het zijn maar enkele vragen die men tijdens een rondetafelconferentie heeft proberen te beantwoorden ...



**R**elatiegeschenken maken deel uit van het zakenleven en het privéleven. We hebben er allemaal al eens ontvangen en misschien ook gegeven. Of we ze nu gebruiken om te bedanken, te belonen, promotie te voeren of om klanten te behouden, het is belangrijk om enkele regels te volgen indien we echt het doel willen bereiken dat we nastreven.

“Eerst en vooral moeten we het onderscheid maken tussen de verschillende soorten promotieartikelen die we in de markt kunnen vinden,” leggen onze gesprekspartners uit. “We onderscheiden namelijk drie categorieën van producten: give-aways, relatiegeschenken en premiums. Give-aways zijn die kleine ‘souvenirs’ die bijvoorbeeld in hotels worden gegeven in de vorm van pennen, of die aan deelnemers van een evenement worden aangeboden, zodat ze een herinnering aan dat evenement of merk hebben. Relatiegeschenken hebben tot doel de appreciatie van een bedrijf te benadrukken omdat het met een bepaalde persoon samenwerkt: een personeelslid, klant of leverancier. Premiums, tot slot, worden gegeven om de verkoop van een product te stimuleren en dat meestal in het kader van spaaracties of incentives.”

### Duur en effecten

Op basis van deze drie functies begrijpen we al dat elke categorie onder een verschillend prijsgamma valt. Promotieartikelen onderscheiden zich niet enkel door hun doelstellingen, maar ook door hun intrinsieke kwaliteiten. Namelijk hun levensduur en, bijgevolg, de duur van hun effect.

“Promotieartikelen hebben een effect in de tijd, dat varieert naargelang van het soort object. We stellen bijvoorbeeld vast dat een pen een levensduur van drie maanden heeft, terwijl een kaartspel duurzamer is en gedurende vele jaren kan worden gebruikt. Op dezelfde manier helpt, of juist niet, het nut en

het gebruik van het object om het doel van de gever te bereiken. Het volstaat om aan het nut en de gebruiksfrequentie van een elektronisch gadget zoals de USB-stick te denken of, het tegenovergestelde, die van een strandbal.”

Op het vlak van relatiegeschenken hoeft er ook geen exuberant budget te worden uitgegeven. Het belangrijkste is om het doel te bereiken dat je nastreeft.

“Een goedgekozen cadeau heeft altijd effect, wat de waarde ervan ook is. Dat is de grote meerwaarde van promotionele artikelen ten opzichte van reclame of andere soorten gerichte acties, zoals kortingsbonnen of rechtstreekse restorno's, waarvan het tevredenheidseffect heel beperkt blijft in de tijd. De emotionele waarde en de functie van een object kunnen het dus een waarde geven die zijn simpele aankoopwaarde ver overtreft.”

### Gericht te werk gaan

Opdat deze waarden worden gestimuleerd en het cadeau het gewenste doel bereikt, moet je het ‘ideale’ cadeau weten te vinden. Daarin schuilt niet alleen de sleutel tot het succes voor de gever, maar ook de grote moeilijkheid. Want in deze zeer uitgebreide markt is het niet altijd gemakkelijk om gericht te werk te gaan.

“De zoektocht naar het efficiënte promotionele artikel begint bij de schets van het profiel van de doelgroep: aantal mensen, interesses, verwachtingen, enz. Tegelijkertijd moet je het doel bepalen dat je nastreeft, net zoals de waarde die je aan elk object wenst toe te kennen. Soms moet je op dat vlak met enkele legale beperkingen rekening houden. Je kunt je ook andere vragen stellen, zoals over de toepasbaarheid om een vervolg in de objecten te voorzien, over de periode waarin de objecten gaan worden uitgedeeld, ...”



“Een goedgekozen cadeau heeft altijd effect, wat de waarde ervan ook is”

### BIJKOMENDE INFO

#### Belgian Association of Promotional Products (BAPP)

De vzw Belgian Association of Promotional Products (BAPP) werd in 2000 opgericht, met als missie de professionalisering, verdediging en promotie van de sector van de relatiegeschenken en promotie-artikelen in het algemeen.

INFORMATIE: [www.bapp.be](http://www.bapp.be)

#### PromGifts

Deze Belgische beurs over relatiegeschenken en promotionele artikelen, die meer specialisten en expertise samen brengt dan ooit tevoren, zal op 20 en 21 maart 2013 plaatsvinden op Tour&Taxis. De vakbeurs zal de gelegenheid bieden om een belangrijk team van fabrikanten-specialisten en raadgevers-opkopers te ontmoeten die actief zijn in: relatiegeschenken, gifts & gadgets, promotionele textiel, promotionele bedrukking, in- en outdoor promotiemateriaal, getrouwheidsprogramma's, ecologische promotionele producten en promotionele fairtrade producten.

INFORMATIE: [www.promgifts.be](http://www.promgifts.be)

BGifts © | Full Service Partners Visual Communication  
Think Global, Act Local!

Belgian Gifts & Incentives bvba | Bossevelden 9 | B-2580 Beerzel (Putte)  
BTW BE 0478.036.685 | PSI 12094

# BGifts<sup>©</sup>

Full Service Partners Visual Communication



[www.bgifts.eu](http://www.bgifts.eu) ☎ 015 336 098  
[www.paraplushop.com](http://www.paraplushop.com) ☎ 070 222 179  
[www.roncatoshop.com](http://www.roncatoshop.com) ☎ 070 416 676  
[www.communicationwear.be](http://www.communicationwear.be) @ info@bgifts.eu

Business Gifts | Promotional Products | Communication Wear | Work Wear | Promo Wear  
 Branding | Merchandising | POS Material | Fulfillment Services | Stationary | Banners  
 Package Deals | Web Shops | Incentives | Event | Boardrooms | Signs | Lettering Fleet

Dat nadenken en opzoeken kan een vervelend werkje zijn ... zelfs riskant, zoals het voor sommige bedrijven een bittere ervaring was, nadat ze zich in een avontuur hadden gestort om rechtstreeks uit het Midden-Oosten te importeren. De beste werkwijze is ongetwijfeld om met een Belgische specialist in deze materie samen te werken. Een ervaren iemand, die de markt kent, die advies kan geven wanneer het over keuzes maken gaat en die valkuilen voor zijn klanten kan vermijden die bedrijfsverantwoordelijken vaak tegenkomen. Sinds enkele jaren heeft een groot deel van die leveranciers zich in een beroepsfederatie verenigd.

### BAPP en PromGifts

"Sinds het begin van de jaren 2000 verenigt BAPP gevestigde waarden in de Belgische distributie die een goede reputatie hebben en een gemeenschappelijke deontologische code beloven te volgen. De federatie, die vandaag bijna 50% van de Belgische verdelers bij elkaar brengt, vormt dus een goed vertrekpunt voor de bedrijven die op zoek zijn naar efficiënte geschenken en promotionele artikelen. Elk lid van de federatie is namelijk een bewijs van betrouwbaarheid, ervaring en persoonlijk advies. Je moet ook weten dat de verdelers ook hun eigen kenmerken hebben. Sommigen zijn eerder generalisten, terwijl anderen in elektronische gadgets zijn gespecialiseerd, of in producten die van chique merken zijn afgeleid, enz. Vaak zijn de prijzen die ze toepassen trouwens lager dan wat je zou verwachten."

Via de website van de federatie kan je een verdeler identificeren en selecteren die het best aan ieders behoeften voldoet. Een andere methode, die sneller en directer is, bestaat erin de beurzen te bezoeken die aan relatiegeschenken zijn gewijd. Daar zijn er natuurlijk maar weinig van, maar in Brussel wordt binnenkort een nieuw veelbelovend initiatief georganiseerd. Op 20 en 21 maart 2013 zal op Tour&Taxis namelijk PromGifts worden georganiseerd, de eerste Belgische vakbeurs waar fabrikanten en verdelers van promotie-artikelen, incentives en bedrijfsgeschenken hun krachten bundelen om de bezoeker een nooit eerder gezien spectrum van expertise te tonen. Voor bedrijfsverantwoordelijken zal het evenement de gelegenheid bieden om in enkele uren een kort overzicht te krijgen van de leveranciers, nieuwigheden en tendensen van de sector van de relatiegeschenken en promotieartikelen. Het evenement zal het beursbezoek zeker waard zijn ... X

### MET DANK AAN:

**Anthony Driscoll – Arpaco**  
**Bart Geerkens - Conceptmakers**  
**Danielle Krings – Plastoria**  
**Erich Cormann – B.W.S.**  
**Jan Lieckens – Cartamundi**  
**Michel Van Bavel – Van Bavel Gifts & Premiums**  
**Veronique Degreef – AdvancedFair**

*Van Bavel*

gifts & premiums  
[www.vanbavel.be](http://www.vanbavel.be)

Promotional

ideas since **1953**

premiums

gifts textile