

Namesto voščil darovanje v dobrodelne namene

24

Donatorstvo se lahko pojavlja tudi kot oblika novoletnega programa

JANJA SIMONIŠ

janja.simonis@finance-on.net

V prednovoletnem času se nekatera podjetja odločajo za to, da denar, ki bi ga sicer porabila za voščila in darila svojim poslovnim partnerjem, raje podarijo v dobrodelne namene. Partnerje o tem obvestijo prek množičnih medijev, kjer objavijo tudi novoletne čestitke in zahvale vsem poslovnim partnerjem in kupcem.

Zakaj se podjetja odločajo za takšne akcije? "Razloga sta predvsem dva. Družbena odgovornost in drugačnost oziroma želja po razlikovanju od drugih," odgovarja Meta Pavlin, vodja projektov v agenciji Pristop, in razlaga, da v duhu kreativnosti podjetja iščejo in oblikujejo inovativne oblike pojavljanja v javnosti. Pri tem se s tradicionalnim novoletnim programom prepleta tudi donatorstvo.

Tovrstne akcije so se začele pojavljati že pred leti. Na prehodu v leto 1999 so se na primer v Microsoftu odpovedali novoletnim voščilnicam in namesto tega milijon tolarjev darovali za nakup ultrazvočnega aparata za ljubljansko porodnišnico, na svojo gesto pa so opozorili z oglasom v enem izmed večjih slovenskih dnevnikov. Lani je podobno naredila SKB banka, Pristop pa je ob tem poskrbel za produkcijo oglasov. Kot pravi Pavlinova, letošnje leto njihovi naročniki praviloma izbirajo bolj klasične metode novoletnih voščilnic, v medijih pa lahko kljub temu zasledimo kar nekaj podjetij, ki so tudi letos svoje novoletne programe združila z donacijo.

Zaradi večje prepoznav-

nosti v navalu novoletnih voščilnic in ker je internet medij prihodnosti, so se nekatera podjetja odločila tudi za pošiljanje in objavo interaktivnih voščilnic. Tako je Render Space Pristop Interactive za Telekom, Union, Dars, SCT, Slovensko turistično organizacijo in še nekatere naročnike pripravil interaktivni novoletni program, ki vključuje enega ali več od navedenih produktov: elektronske voščilnice, novoletne pasice, animirane uvodnike na spletni strani z novoletno vsebino ter spletne novoletne koticke, ki ponujajo igranje igrice, pošiljanje prazničnih voščilnic ...

V Pristopu pričakujejo, da bodo podjetja in organizacije tudi v prihodnje iskala nove oblike prepoznavnosti. "Po našem mnenju se bo donatorstvo kot nadomestilo novoletnega programa pojavljalo tudi v prihodnje. Njegova prednost je namreč tudi v tem, da običajne smernice poslovnega bontona, kamor sodi tudi novoletno obdarovanje, združuje z družbeno odgovorno, dobrodelno akcijo," meni naša sogovornica. O učinkih teh akcij pa pravi, da jih je težko meriti, saj gre za korporativne akcije, torej za merjenje ugleda. ●