



Biuletyn

Koła Miłośników

Dziejów Grudziądza



Rok V: 2007

Data odczytu: 17.1.2007

Marzena Gola

Numer 3 (116)

Data wydania: 17.1.2007

Kalendarz firmowy OPEC GRUDZIĄDZ na rok 2007 pt. „Z grudziądzkich pamiętników”

Zanim przejdę do opisu naszego kalendarza firmowego na rok 2007 chciałabym napisać tytułem wstępu króciutko na temat kalendarzy w ogóle oraz o tym, dlaczego firmy wydają kalendarze pod własnym szyldem.

Jak wynika z opracowania Zbigniewa Czerwińskiego pt. „Poskramiacze czasu” pierwszy kalendarz w historii dziejów datowany jest na 32 tysiące lat p.n.e. Został wykonany na kości zwierzęcej, a zapis stanowią regularnie wyżłobione rowki i wgłębienia. W sekwencji tych znaków archeologowie znaleźli analogię do wędrówki Księżycy po nocnym niebie. Zadziwiające, prawda? Od czasu wynalezienia druku kalendarz jest jednym z najpopularniejszych dzieł drukowanych, kupowanych, rozdawanych i często przechowywanych przez całe stulecia.

Jak stwierdza autor opracowania ciekawe jest to, że Polacy od końca XVI wieku aż do połowy wieku XX żyli w świadomości, że rachuba czasu jest rzeczą umowną. Jedni stosowali kalendarz gregoriański, inni juliański, a jeszcze inni żydowski czy muzułmański. Powszechna świadomość, że na jednej przestrzeni można żyć w różnym czasie, miała fundamentalne znaczenie dla rozwoju naszej kultury. Kalendarze najczęściej wydawały same drukarnie z przeznaczeniem do sprzedaży, od samego początku konkurując między sobą o rynek.

Przejdźmy teraz do zagadnienia - kalendarz a biznes. Przedsiębiorstwa powstające wraz z rozwojem gospodarki kapitalistycznej zaczęły wykorzystywać kalendarz do swoich, wcale nienowych, celów. Cele te „dorobiły się” jednak zdefiniowania.

W jednym z najbardziej znanych podręczników marketingu autorstwa Philipa Kotlera, w dziale „Pojęcia i narzędzia marketingu” jako jedno z głównych narzędzi promocji biznesowej wymienia się „Gadgets reklamowe”. Opisane są następująco: „Gadgets reklamowe są to użyteczne przedmioty, o niskim koszcie wytworzenia, które są rozdawane bez żadnych zobowiązań, potencjalnym i obecnym klientom. Przedmioty te zawierają nazwę firmy, jej adres, a czasami zamieszcza się na nich przekaz reklamowy. Przedmiotami takimi są długopisy, kalendarze, zapalniczki oraz notatniki. Przedmiot taki wpływa na utrwalenie się w pamięci potencjalnego klienta nazwy firmy oraz ze względu na użyteczność przedmiotu wpływa na pozytywne do niej nastawienie”. Brzmi to banalnie, nawet lekko cynicznie, ale takie są właśnie mechanizmy działania na wolnym rynku. Od siebie mogę dodać, że jeśli ten gadżet jest ładny, budzi ciepłe uczucia obdarowanego, działa jeszcze skuteczniej.

Przechodząc do tematu właściwego, czyli naszego kalendarza ściennego na rok 2007, przedstawię najpierw założenia ogólne dotyczące firmowych kalendarzy, które zostały w spółce szczegółowo opracowane i są skrupulatnie przestrzegane.

1. Tematem głównym zawsze jest Grudziądz – jesteśmy spółką w 100% miejską, tak nasi klienci jak i pracownicy to wyłącznie Grudziądzanie.

2. Grudziądz pokazywany jest zawsze w sposób pozytywny – bądź co bądź każdy lubi gdy chwalać coś, co jest jego (także jego miasto) a w Grudziądzu jest co chwalić i... odkrywać. Sic!

3. Do realizacji kalendarza zapraszamy różne osoby z Grudziądza amatorsko zajmujące się malarstwem lub fotografią (z wyjątkiem pana Zbigniewa Szczepanka, który jest uznanym akwarelistą z Gdyni). Dzięki temu corocznie kalendarz jest inny, daje zupełnie inne spojrzenie na ten sam temat. W ciągu ostatnich dwóch lat zapraszaliśmy do współpracy pana Mariusza Żebrowskiego pracującego w Muzeum, aby wsparł nas swoją wiedzą historyczną. Osoby te (o ile mi wiadomo) dzięki wydanemu kalendarzowi zyskują w mieście sporą popularność i miło wspominają pracę nad wspólnym dziełem.

Kalendarz nosi bardzo subtelne oznakowania wydawcy. Na każdej karcie kalendarium, w dyskretnym miejscu znajduje się slogan spółki (OPEC GRUDZIĄDZ zawsze pewny), a na ostatniej stronie w stopce podany jest adres www. Na pierwszej stronie nie ma oznaczenia firmy.

4. Kalendarze wydajemy corocznie w tym samym nakładzie, tj. 650 sztuk.

Do tej pory wydaliśmy osiem kalendarzy ściennych, których tematem był Grudziądz. Od sześciu lat wydajemy także do kompletu kalendarz książkowy z indywidualną okładką. O ile pozwala na to tematyka kalendarza, wydawana przez firmę karta świąteczna jest projektowana tak, aby stanowiła kontynuację tematu głównego.

Kalendarze w pierwszej kolejności wręczane są wraz kartą świąteczną (i życzeniami świąteczno-noworocznymi składanymi osobiście przez pracownika spółki) klientom spółki, doradcom, kontrahentom, kooperantom i innym osobom z otoczenia biznesowego firmy.

Nad wyborem tematu do kalendarza na 2007 rok pracowaliśmy w zespole: Mariusz Żebrowski z Muzeum, Tomasz Kowalski z firmy Studio Grafiki Komputerowej oraz moja skromna osoba. Zespół był już zgrany po pracy nad kalendarzem na 2006 rok „Cytadela Grudziądz”. Wybraliśmy cztery tematy, których atrakcyjności byliśmy pewni. Omówiliśmy wszystkie za i przeciw. Żaden z pomysłów nie był idealny, ale pamiętając, że temat Cytadeli także wydawał nam się początkowo nie do zrealizowania, nie odrzucaliśmy żadnego z nich. Koncepcja dojrzewała bardzo powoli. W końcu sprecyzowaliśmy temat. Mariusz zebrał informacje przydatne dla nas i okazało się, że było ich zdecydowanie za mało. Niechętnie pożegnaliśmy się z wybranym tematem (a miało być tak ciekawie i inspirująco!), ale nie do końca, bo jego nieśmiałe echa przewijają się tu i ówdzie w wydanym materiale. Gdzie? To niech zostanie naszą słodką tajemnicą. Ustaliliśmy w końcu, że zrealizujemy temat, który bardzo dawno chodził mi po głowie, a mianowicie życie codzienne Grudziądzan dawniej. Mariusz „chwycił wiatr w skrzydła” i postanowił napisać pamiętniki. O ile wiem, takie opowiadania dawno chodziły, dla odmiany, po jego głowie. Pierwsze powstało opowiadanie o chłopcu, który kupił rower. Mariusz zaproponował dodanie „zdjęcia z epoki”.

Pozostała do rozwiązania kwestia dużej ilustracji. Na kalendarz patrzy się cały rok. Byłam zdania, że podstawowym elementem graficznym kalendarza nie może być przedwojenne zdjęcie osoby, bo powiększone do dużych rozmiarów traci ostrość, traci cały smak. Długo rozważaliśmy możliwość wykorzystania widokówek z budynkami, temat niemal się zatrzymał. Był już wrzesień, tzn. bardzo późno. W końcu zaproponowałam współpracę Ewie Rohn. Miała spróbować, czy uda się jej namalować na podstawie starych zdjęć budynek w kolorach sepii, aby całość pasowała do zdjęć. Okazało się, że nie wyglądało to dobrze. Ewa namalowała jeszcze raz ten sam obiekt w ciepłych brązach i oranżach. Ta wersja była dużo lepsza. Dość szybko powstał materiał na trzy karty, potem szło bardzo ciężko. W końcu jednak udało się- po kilku przeróbkach i zmianach opowiadania, tematu akwareli lub zdjęcia osoby.

Projekt graficzny został zrobiony przez Tomka Kowalskiego zaraz po zebraniu kompletu materiałów na pierwszą kartę. Dlatego właśnie opowiadanie o chłopcu z rowerem jest tłem na okładce kalendarza ściennego i książkowego.

Najpóźniej zostały opracowane „drobiazgi” na ostatnią kartę: historie budynków, informacje o autorach, w końcu słowniczek. Słowniczek dodaliśmy niemal w ostatniej chwili, gdy zrobiłam test na kilku trzydziestolatkach, podczas którego okazało się, że ... słowniczek jest niezbędny. Po dopracowaniu szczegółów projektów (e-maile pomiędzy siedzibą SGK a OPEC-em krążyły zadziwiająco szybko i często) kalendarz poszedł do druku, jak zwykle do Drukarni Księży Werbistów.

Wydaje mi się, że osiągnęliśmy cel, który sobie stawialiśmy - kalendarz spełnia swoją rolę marketingową. Wiemy, że się podoba, że jest ceniony za jego urodę a jednocześnie krzewienie w bardzo przystępny, wręcz delikatny sposób wiedzy historycznej. Cieszy nas, że mimo, iż jesteśmy firmą typowo techniczną, udało nam się dołączyć do szacownego grona instytucji, które kojarzone są z dbałością o wizerunek naszego miasta.

To, że kalendarze naszej firmy są cenione wśród kolekcjonerów daje nam ogromną satysfakcję, nagrodę za pasję, którą wkładamy w jego projektowanie.

(L.B.S.)

Redakcja: Tadeusz Rauchfleisz, KMDG. Logo KMDG wykonał Grzegorz Rygielski.