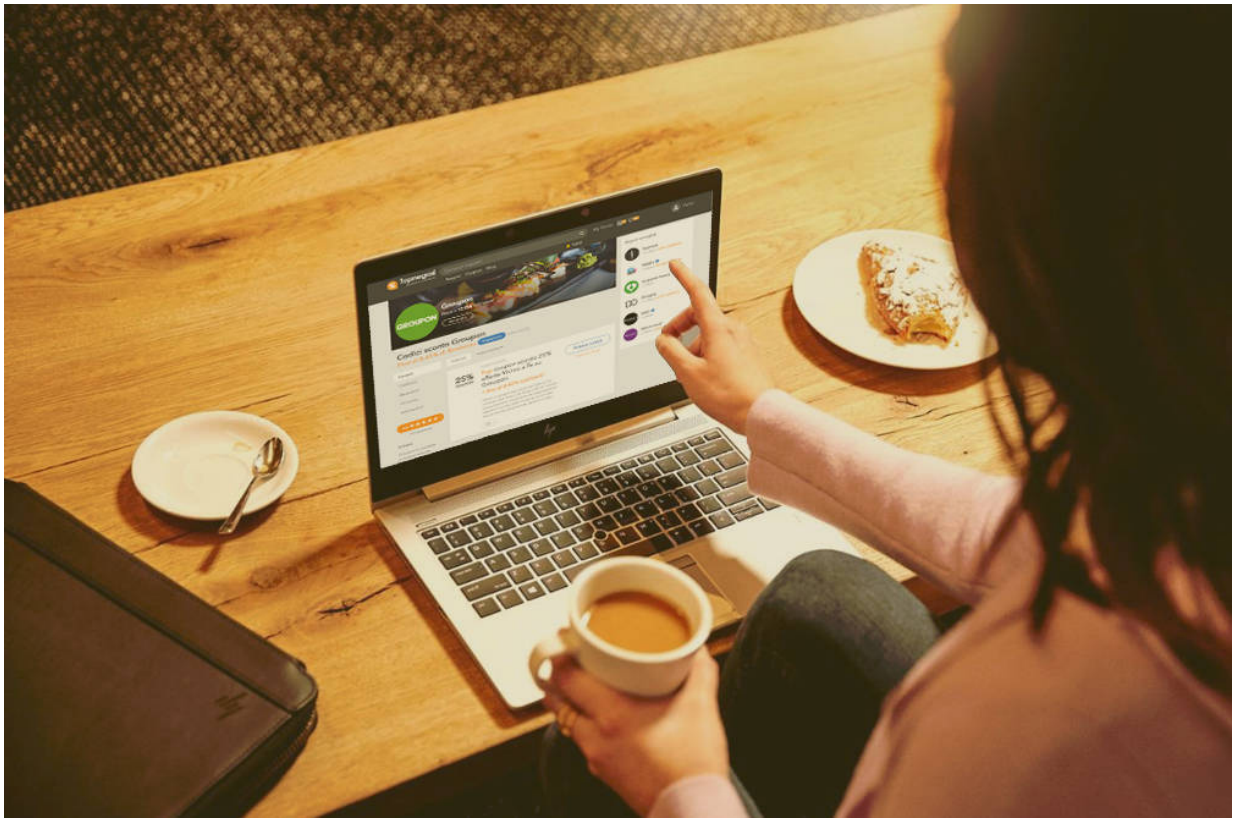
Gadget personalizzati: zaini e zainetti sempre più di tendenza

di **Redazione**

29 Settembre 2020 – 23:35



I gadget aziendali sono una soluzione marketing utile ed efficace. Tra le varie opzioni disponibili e sicuramente più richieste, ci sono gli zaini e gli zainetti brandizzati. Le motivazioni alla base di questa tendenza positiva si collegano tutte ai benefici che si possono ottenere tramite questi prodotti. Vantaggi che li rendono interessanti agli occhi delle aziende e apprezzati da parte dei consumatori e collaboratori che li ricevono in omaggio.

Le aziende hanno sempre più necessità di condurre **campagne promozionali efficaci**, per imporsi all'interno di un mercato altamente competitivo e in cui differenziarsi rimane la strategia migliore per emergere e catturare l'attenzione di potenziali, nuovi clienti.

Si punta a creare **strategie di marketing** il più possibile articolate, in grado di intercettare il target di riferimento attraverso innumerevoli canali. Accanto alle promozioni affidate alle risorse più innovative dei nostri tempi, rimangono rilevanti i numeri legati alla richiesta di **gadget personalizzati**, che vengono considerati strumenti economici ancora oggi indispensabili per la diffusione del brand sul lungo periodo.

L’attenzione per la scelta degli articoli più adatti a cui affidare la **comunicazione visiva** della propria azienda è sempre alta e guarda costantemente a quelle categorie di prodotti di **effettiva utilità** o verso cui il pubblico è più sensibilizzato, in base ai temi caldi del momento.

In questo periodo, per esempio, si sta registrando una richiesta particolarmente elevata da parte delle imprese per quello che riguarda **zaini e zainetti**, dato che si stanno diffondendo con grande rapidità anche in ambito lavorativo, sostituendosi alle più tradizionali ventiquattrore in molti settori.

Zaini e zainetti personalizzati: ideali sia per i clienti che per i dipendenti

Gli zainetti personalizzati vengono dunque impiegati sempre più spesso per le campagne promozionali di **aziende** e **attività commerciali**.

I contesti in cui vengono regalati sono numerosi, così come i riceventi a cui sono donati. Ovviamente, l’attività promozionale attraverso i gadget pubblicitari è affidata indirettamente per larga parte ai **clienti** o ai **potenziali clienti**: per questo motivo sono proprio loro a costituire la percentuale più alta di destinatari di articoli personalizzati come zaini e zainetti.

Al tempo stesso, però, per le imprese è anche importante incrementare il **senso d’appartenenza** dei propri dipendenti. Dunque, questi gadget risultano molto gettonati anche come regali per i collaboratori, così da incentivarne l’impiego tanto nel quotidiano quanto sul lavoro, specialmente in occasione di trasferte in cui è importante trasmettere determinati messaggi anche a **potenziali partner**.

Al successo di zaini e zainetti come gadget promozionale hanno contribuito anche le numerose possibilità di personalizzazione messe a disposizione dalle aziende specializzate in questo genere di servizi, come per esempio **Stampasi**.

Oggigiorno, infatti, è possibile definire moltissimi parametri degli zainetti personalizzati: dal **colore** alla **forma**, passando per il **modello**, così da ottenere proposte adatte a qualsiasi genere di ricevente e di ambito di utilizzo.

Fidelizzare i clienti con i gadget promozionali

Regalare gadget promozionali, ovviamente, permette anche di **fidelizzare il consumatore** e ampliare il target di riferimento mediante la promozione del proprio brand.

Attraverso la giusta scelta del **gadget** da donare, l’impresa ha quindi modo di manifestare tutta la **cura** e l’**attenzione che dedica ai suoi clienti** o potenziali tali.

L’obiettivo può essere raggiunto facilmente proprio grazie alla possibilità di destinare gratuitamente alle persone un **accessorio utile** e funzionale, che possa essere assiduamente impiegato nel tempo.

I **gadget** promozionali, in questo modo, vengono dunque percepiti all’esterno come un **aiuto pensato per migliorare** l’**esperienza di acquisto**.