

Brand, design e vissuto fashion danno valore al regalo aziendale

Cosa significa top reward? La ricompensa ai massimi livelli può avere significati diversi per chi la offre e per chi la riceve. Iniziamo con il considerare le occasioni in cui si manifesta. Molte aziende usano ancora svolgere la cerimonia annuale dedicata ai dipendenti e collaboratori nonché alle relazioni esterne (considerando la filiera a monte dei fornitori e quella a valle delle reti distributive).

È un'occasione importante anche per presentare quanto realizzato dall'azienda e per annunciare i piani futuri. Talvolta è un anniversario importante per l'azienda (come i 50 o i 100 anni di fondazione), l'occasione per elargire ricompense parametrata su meriti acquisiti, su performance, su prestazioni e contributi. Alcune aziende scelgono di accentuare questo aspetto di reward per manifestare pubblicamente il valore simbolico del regalo, che infatti viene consegnato in una cerimonia all'interno dell'azienda o in una location in cui sono convocati i dipendenti. Per le imprese che scelgono questa strada, la volontà di spronare a migliori risultati è un obiettivo determinante. La gamma di prodotti che viene usata spazia dai classici orologi e penne di prestigio alle cartelle da lavoro firmate, da pc e telefonia mobile a viaggi e soggiorni (opzione, questa, più rara poiché la fruizione è strettamente personale, mentre la categoria di oggetti di prestigio consente la loro esibizione, per lungo tempo, nei contesti di lavoro).

Per altre aziende, più che la finalità d'incentivare e ricompensare, è preminente quella di ringraziamento. Il genere di regalo è spesso uno solo, ma declinato e commisurato per status, ovvero in funzione di ogni livello aziendale interno, per i collaboratori esterni e per i fornitori. Così, se la scelta ricade su una borsa da lavoro, ci sarà tutta la gradazione di modelli e di brand a rappresentare i diversi indici di valore.

Per chi riceve il regalo di circostanza, al di là della soddisfazione morale in funzione dello scopo di ringraziamento, ricompensa e incentivazione, più prosaicamente si fa largo anche il desiderio di soppesare il valore dell'oggetto. Quali sono gli elementi considerati vincenti? Sicuramente il brand che firma il prodotto dato in regalo ha un valore percepito persino superiore a quello effettivo, poiché appagano aspirazioni e consentono una esibizione nelle proprie relazioni sociali. Prodotti molto cool, di design, di moda, contrassegnati da firme prestigiose sono al top dei desideri. Praticamente quasi tutte le grandi firme della moda hanno linee di prodotti per la regalistica aziendale e anche nel design o nell'elettronica di consumo, solo per citare alcune categorie, sono disponibili prodotti per esprimere un effettivo top reward.

Luca Finetto è opinionista di Promotion Magazine.

luca.finetto@upsellpromotion.it

Mobile +39 3345716702

it.linkedin.com/in/luca-finetto-08447546