



TRENDBOOK 2026

Трендбук - это сборник подсказок для маркетологов, HR-специалистов, менеджеров, и дизайнеров по созданию корпоративного мерча для бизнеса.

Учитывайте свежие тренды из нашего исследования, чтобы отстраиваться от конкурентов и привлекать внимание целевой аудитории.

МИСТЕР СНАБ
сувениры и мерч

ЧТО УСТАРЕЛО, КАКИЕ ОШИБКИ БУДУТ СТОИТЬ ДОРОГО В 2026?

Мерч, который никто не будет использовать:

брелоки без понятной функции, пылящиеся на полках, одноразовые пластиковые изделия, не подлежащие переработке.

Современный потребитель ценит осознанное потребление. Бесполезный или нефункциональный мерч — это мусор, который вредит имиджу компании.

Рекомендация от МИСТЕР СНАБ: Выбирайте практичные и экологичные предметы: многоразовые бутылки для воды, эко-сумки, powerbank, качественные канцелярские принадлежности.



МИСТЕР СНАБ
сувениры и мерч

ЧТО УСТАРЕЛО, КАКИЕ ОШИБКИ БУДУТ СТОИТЬ ДОРОГО В 2026?

Яркие, аляповатые принты, огромные логотипы, которые делают вещи непригодными для повседневного использования.

Такой мерч не становится частью жизни — его стесняются носить или использовать на людях. Он работает только внутри компании, но не привлекает новых клиентов.

Рекомендация от МИСТЕР СНАБ: Минимализм и скрытый брендинг. Небольшая изящная вышивка, гравировка, лаконичные надписи. Создавайте стильные вещи, которые люди захотят использовать независимо от бренда.



МИСТЕР СНАБ
сувениры и мерч

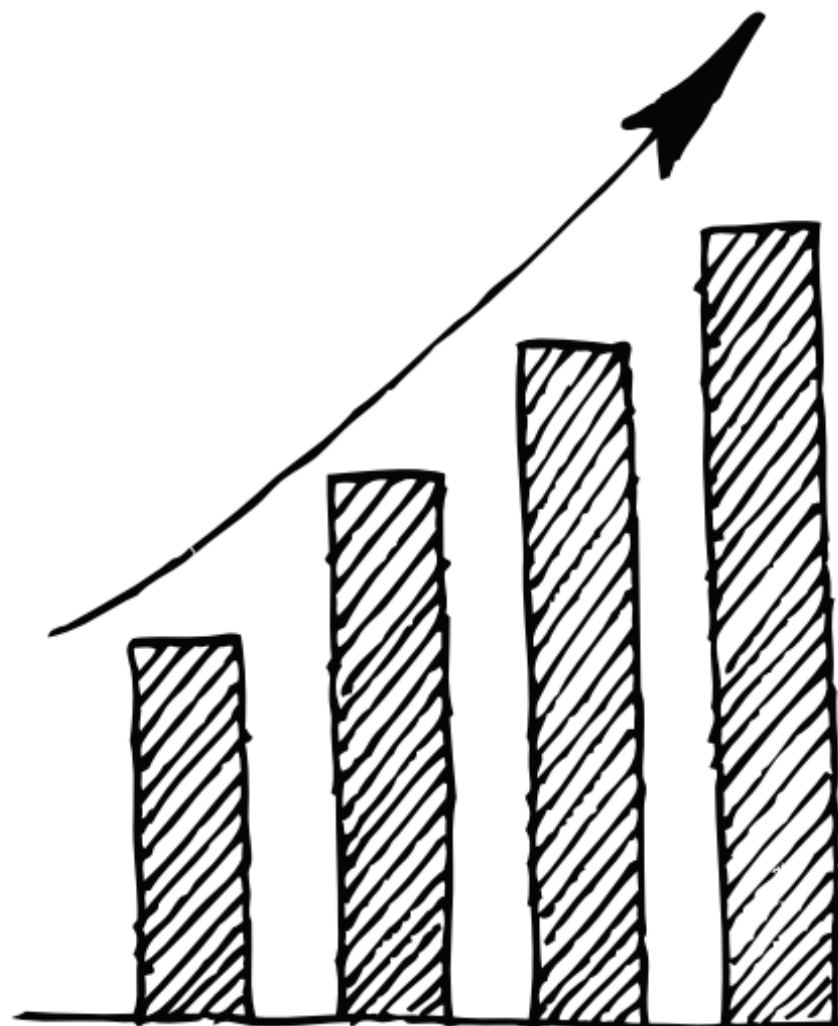
ЧТО УСТАРЕЛО, КАКИЕ ОШИБКИ БУДУТ СТОИТЬ ДОРОГО В 2026?

Раздача сувениров на каждом мероприятии без стратегии и анализа эффективности.

Это пустая трата денег и ресурсов. Без понимания, задачи рекламной кампании, мерч не работает на имидж и лояльность.

Рекомендации от МИСТЕР СНАБ: Чётко определяйте цели каждого мерч-проекта: повышение лояльности сотрудников, привлечение клиентов, продвижение нового продукта. Измеряйте ROI через промокоды, опросы, отслеживание упоминаний в соцсетях.

МИСТЕР СНАБ
сувениры и мерч



ТРЕНДЫ

В ДИЗАЙНЕ МЕРЧА

2026



МИСТЕР ШАБ
сувениры и мерч

МИКРОТИПОГРАФИЯ

скрытые текстовые сообщения в паттернах

КИНЕТИЧЕСКАЯ ТИПОГРАФИКА

шрифты, создающие иллюзию движения

Данный тренд позволит нативно транслировать “эмоции” бренда: скрытые или прямые послания, благодаря игре фирменных паттернов.



ЦВЕТ С ПАМЯТЬЮ

термохромные пигменты, меняющие цвет от температуры тела

УЛЬТРАФИОЛЕТОВЫЕ ЧЕРНИЛА

скрытые элементы, проявляющиеся при UV-свете

Небанальный способ привлечь внимание к вашему мерчу. Постоянные вопросы о чудо-цвете предметов не заставят долго ждать упоминания вашей компании.



BEFORE



AFTER



ЛОКАЛИЗОВАННЫЙ ДИЗАЙН

мерч для разных подразделений с учетом трудовых особенностей.

Стиль один, но “почерк” разный.



AR-АКТИВАЦИЯ

принты, которые "оживают" через камеру смартфона

NFT-БЛИЗНЕЦЫ

физический предмет + его цифровой аналог для метавселенных

Увеличивайте число касаний с ЦА, и переводите
лиды в постоянных клиентов.

СМОТРИТЕ В НАШЕМ ВИДЕО, КАК ЭТО
РАБОТАЕТ НА ПРИМЕРЕ NFC-БРЕЛОКА



СОЧЕТАНИЕ ТЕКСТУР

гравировка + шелкография + тиснение в одной композиции

Мерч становится новым способом взаимодействия через осязательные рецепторы, по настоящему погружая в коммуникацию с вашим брендом!

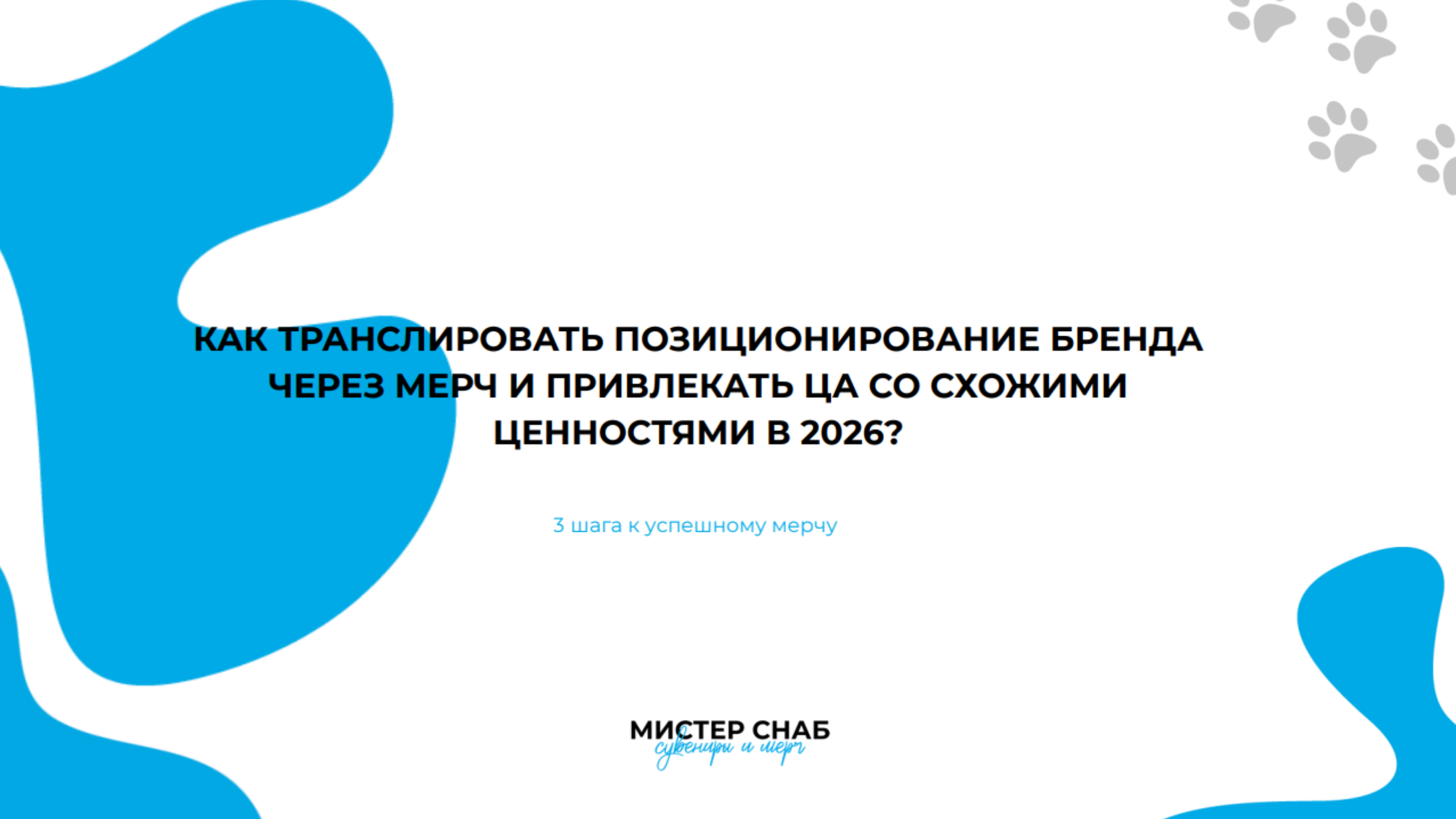
КЛИКНИ, ЧТОБЫ РАССМОТРЕТЬ



РУССКИЙ СТИЛЬ

вензеля, узоры, персонажи из русских
известных сказок





КАК ТРАНСЛИРОВАТЬ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ БРЕНДА ЧЕРЕЗ МЕРЧ И ПРИВЛЕКАТЬ ЦА СО СХОЖИМИ ЦЕННОСТЯМИ В 2026?

3 шага к успешному мерчу

МИСТЕР СНАБ
сувениры и мерч

Перед созданием мерча, необходимо определиться с вашей целевой аудиторией, и подробно знать портрет каждого сегмента! Это основа создания мерча, без которой ваши инвестиции в бизнес-сувениры не окупятся!

Шаг 1:

Отбираем наиболее выгодные и широкие сегменты ЦА, для которых будем создавать мерч. Учитывайте возрастную принадлежность аудитории, которую хотите привлечь. Взаимодействие с зумерами (поколение 1997 по 2012 год) и поколением миллениалов (родились в период с 1981 по 1996 год) будет отличаться.

Шаг 2:

Поставьте перед собой конкретные задачи, решить которые вам поможет корпоративный мерч. Например, это могут быть задачи: увеличение охвата бренда, укрепление деловых взаимоотношений с партнерами, увеличение лояльности действующих клиентов. Именно от задач необходимо подбирать наполнение мерча.

Шаг 3:

Сформируйте бюджет для корпоративного мерча и найдите надежного подрядчика, который поможет в достижении ваших маркетинговых целей.

МИСТЕР СНАБ
сувениры и мерч



Вопросы-ориентиры, которые помогут вам создавать мерч в 2026:

- Какие ценности мы транслируем? (Например: инновационность, семейная забота, персонализированный подход, эко-осознанность, премиальный сервис, доступность).
- Какие ценности у нашей ЦА? (Безопасность для детей, удобство, статус, натуральность, осознанное потребление?).
- На каком этапе взаимодействия с ЦА он получит этот мерч? (При первой покупке, после процедуры, при выписке, в день рождения, как подарок за отзыв?)
- Какую конкретную проблему или дискомфорт решает этот бизнес-сувенир? (Дает удобство, обеспечивает стерильность, снимает тревогу, предоставляет информацию?)
- Является ли предмет полезным и практичным в повседневной жизни? Будет ли он использоваться дольше одного раза?
- Соответствует ли качество и эстетика предмета нашему позиционированию? (Премиум-клиника не может раздавать дешевые безделушки).
- Насколько предмет релевантен вашей специализации?
- Какова себестоимость одного подарка и его логистика? (Хранение, доставка, выдача).
- Как мы будем оценивать эффективность этого мерча? (Кол-во упоминаний в соцсетях, прямые отзывы, опросы, рост повторных обращений?).



5 ПОПУЛЯРНЫХ РЕШЕНИЙ КЛИЕНТОВ МИСТЕР СНАБ
ПРИ СОЗДАНИИ КОРПОРАТИВНОГО МЕРЧА

МИСТЕР СНАБ
сувениры и мерч

1. **Минимализм.** Главный критерий – без «кричащего» принта и логотипа во всю спину, важно создать мерч, который станет частью гардероба носителя!

2. **Мерч адаптированный под жизненный цикл целевой аудитории.** Какую повседневную одежду предпочитает ваша ЦА? Пиджаки, худи, рюкзаки, мини-юбки? Как передвигается ваш потенциальный клиент: на собственном авто, такси или общественном транспорте? Учитывайте все сценарии жизни ца при создании мерча.

3. **Тихая нативность.** Все больше клиентов Мистер Снаб отдают предпочтение качественным материалам и нанесению бизнес-сувенира.

4. **Бирки, лейблы** с логотипом становятся альтернативной стандартному расположению логотипа на спине или груди.

5. **Цвет сувенира в цвет логотипа.** Использование одного цвета увеличивает нативность рекламы вашего бренда.

МИСТЕР СНАБ
сувениры и мерч





**УЧИТЫВАЙТЕ ТРЕНДЫ 2026 ДЛЯ
СОЗДАНИЯ СВОЕГО ЭКСКЛЮЗИВНОГО
КОРПОРАТИВНОГО МЕРЧА!**

МИСТЕР СНАБ
сувениры и мерч