

Surprise house®

"ATT GE BORT EN GÅVA ÄR SOM ATT GE BORT EN DEL AV SITT HJÄRTA"

Pressmeddelande från Surprisehouse 18 sept 2009

Inköpsmässan Smycken & Klockor
20/9 kl. 15.00 och 21/9 kl. 13.00
Var: Scandic Infra City, Upplands Väsby
Plats: Aktivitetsytan, Mässhallen

Sveriges enda Wrap Artist visar klock- o smyckesbranschen hur de kan slå in årets julklappar

"I år ska det vara mycket metall på julklapparna, och då inte traditionellt blankt guld eller silver, nej det ska vara mättade metallic färger, och årets nya färger är koppar och brons, säger Annica Thorberg, VD på The Surprisehouse Company AB och Sveriges enda professionella Wrap Artist". Det har nog aldrig funnits så mycket olika typer av presentinslagningspapper och dekorationer att välja på som de senaste åren, och under Inköpsmässan Smycken & Klockor visar hon hur branschen kan öka konkurrenskraften och använda vackra paket som en del i dess marknadsföring.

"Smyckes- och klockbranschen har i många år varit mycket konservativ och diskret när det gäller att erbjuda kunder vackra presentinslagningar fortsätter Annica Thorberg. Något jag finner anmärkningsvärt, eftersom det är så pass ofta som just deras varor ges bort i present vid minnesvärda uppvaktningar och som också kostar lite mer."

Annica Thorberg driver själv butiksverksamhet, via egna presentinslagningsbutiker och har "örat mot marknaden" varje dag och vet hur uppskattat det är att kunna ge ett vackert inslaget paket. I hennes företag kan kunderna dels handla presentpapper i alla dess färger och mönster, praktiska och juliga presentpåsar och askar med lock samt allt annat man kan tänkas behöva för att själv slå in vackra presenter och julklappar. Men till henne kommer också kunder som inte kan, vill eller hinner slå in sina paket (eller fått dem inslagna på andra ställen som inte varit tillräckligt fint), och använder sig av Surprisehouse inslagningsservice.

- Jag är väldigt glad över att mässan anlitat mig i år och att jag får chansen att visa lite enkla och snabba tekniker som inte tar mer tid, går åt mindre papper, men i längden skapar nöjdare kunder, säger Annica Thorberg. Rätt använt har de butiker i den här branschen som nappar på mina idéer, alla förutsättningar att använda detta som ett ypperligt marknadsföringsverktyg och inte minst som ett effektivt konkurrensmedel, inte minst de mindre butikerna gentemot de större kedjorna.

Här är Annicas INNE och UTE-lista när det gäller presentinslagningsmaterial hösten och julen 2008 (för smyckes- och klockbranschen)

Inne:

- ❖ Askar med lock
- ❖ Fina presentpåsar
- ❖ Sidenband och gärna med mönster eller tryckt text
- ❖ Liten dekoration på paketen, filthjärta, julkula, kotte eller en liten bjällra
- ❖ Pappren ska se "lyxiga ut"
- ❖ Färgerna är mättade metaller i koppar, brons, brunt, grönt, titan och guld
- ❖ Mönstren är i ornament och orientaliska mönster i år också men lite mer lyxiga samt ser vi även fotografiska mönster (bilder) på julkulor etc men även gammeldags julmotiv, korsstyggn, lite Lovikka-stil, gammeldags julbockar, men
- ❖ Smalrandiga papper i julfärger och gärna en av ränderna i guld
- ❖ Färgade eller mönstrade silkespapper
- ❖ Ekologiska papper och snören och "återvunna dito" kommer allt starkare, en mer naturlig "look"

Surprise house®

"ATT GE BORT EN GÅVA ÄR SOM ATT GE BORT EN DEL AV SITT HJÄRTA"

Ute:

- ❖ Traditionella julklappspapper med tomtar i slädar, julgranar, änglar etc
- ❖ Blanka metalliserade presentpapper
- ❖ Blanka metalliserade presentsnören
- ❖ Krullade snören och snören som korsats på paketen
- ❖ Klisteretiketter
- ❖ Butikers egna förpackningar med deras logotype på

För mer information kontakta

Annica Thorberg, VD och Gift Wrap Artist

Telefon: 0709-16 93 00

Epost: annica@surprisehouse.se

Högupplösta Pressbilder: <http://net.sways.net/customer/sh/press.html>

Pressrum: <http://www.surprisehouse.se/40540.htm>