4.1 – Характеристика печатных материалов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Размер, мм | Стоимость, за ед. | Общая стоимость |
| Буклеты | 210х297 | 0,19 руб. | 19 |
| Рекламные листы | 148х210 | 0,11 руб. | 11 |
| Каталоги | 210х297 | 1,06 руб. | 106 |
| Бланки договоров | 210х297 | 0,07 руб. | 7 |
| Визитки | 50х90 | 0,05 руб. | 5 |
| Календари карманные | 100х70 | 0,07 руб. | 7 |
| Прайс-листы | 210х297 | 0,58 руб. | 58 |
| Итого |  |  | 213 |

Таким образом размещение печатных рекламных материалов позволит дать подробное разъяснение и описание видов продукции, используя текстовые и изобразительные возможности для воздействия на целевую аудиторию.

**Особенностью буклета** является представление товара с помощью фотографий или рисунков при минимальном количестве текста или таблиц. Буклет относится к более престижным, имиджевым рекламным материалам и обычно выпускается компаниями, которые достигли определенных успехов и завоевали прочное положение в отрасли.

Разработка буклета стоит дороже листовки, однако он солиднее выглядит и позволяет донести до потенциальных покупателей намного больше информации о товарах и услугах. Буклеты принято считать недорогим экономичным изданием, который печатается большим тиражом и рассчитан на кратковременное использование.

Текст обычно располагается внутри одной полосы буклета, но в некоторых случаях расположение текста или рисунка сразу на нескольких полосах позволяет добиться большего эффекта, но при этом нужно следить, чтобы сгиб буклета не мешал правильному восприятию текста.

**Листовка** обычно несет чисто рекламную информацию о конкретном товаре или услуге. Оформление листовки может быть броским, характер текста – рекламный. Задачей листовки является быстрое распространение информации среди потенциальных покупателей о новом товаре или о проводимой рекламной акции, поэтому листовки обычно выпускаются большими тиражами.

**Главная задача рекламного листка (листовки)**– броситься в глаза, вызвать у потенциального покупателя желание взять и прочитать его. Листовка может содержать одну или две фотографии рекламируемого товара с его подробным техническим описанием и характеристиками.

**В каталоге** при минимальном количестве текста материал может излагаться с помощью технических фотографий, чертежей, таблиц. Каталоги очень удобны в работе, особенно в тех случаях, если компания производит большой перечень продукции по нескольким направлениям.

Оформление каталога может быть разным — от простых текстовых материалов, расположенных определенным образом и содержащих информацию о названии, назначении, характеристиках товаров и услуг до выполненных типографским способом с цветными фотографиями товаров.

**Карманные табель-календари** могут быть иллюстрированы сюжетами номенклатурного характера с рекламными заголовками. На оборотной стороне вместе с календарной сеткой должна присутствовать фирменная символика заказчика.

ОПРЕДЕЛИТЬСЯ КАКИЕ ВИЗИТКИ МЫ БУДЕМ РАЗДАВАТЬ – ДЕЛОВЫЕ, КОРПОРАТИВНЫЕ ИЛИ КОМБИНИРОВАНЫЕ

деловые визитки предназначены для предоставления официальной контактной информации потенциальным заказчикам, партерам и клиентам. Кроме имени и фамилии, на них указывается должность владельца визитки и информация о компании, которую он представляет. Предназначение визитки предполагает строгий официальный стиль ее оформления;  
- корпоративные визитки отличаются от прочих видов отсутствием имен и фамилий. На них размещается различная информация о компании, поэтому ее стиль разрабатывается в соответствии с общим стилем фирмы.

Отдельно можно выделить комбинированные визитки, сочетающие в себе особенности личных и деловых карточек. На них, кроме обязательных атрибутов, может быть указана любая иная информация.

ПРАйс лист?

Договор?