

Виды печатной рекламы

Выполнила: Васильева Татьяна

Р-1-19

Листовка



Рекламный листок (листовка) - один из наиболее распространенных видов печатной рекламы. Листовки обычно раскладывают в местах продажи, и их охотно разбирают покупатели.

Листовка представляет собой одностороннее или двухстороннее изображение (текст), помещенное на листе небольшого формата. Листовка может иметь вид отдельного листа, который прикладывается к товару.



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.

Буклет

Рекламный буклет представляет собой небольшой по объему рекламный материал, выполненный на хорошей бумаге, многоцветный, с рисунками или фотографиями. Буклет обычно содержит рекламное описание фирмы или конкретного продукта, услуги. Иногда в одном буклете приводятся описания нескольких товаров, если они относятся к одному виду или направлению деятельности.



Полиграфия

Развивать свой бизнес с помощью СМ. Полиграфия необходима любому предпринимателю, заглянувшему в будущее. Успешные компании всегда выигрывают все это способствует успешной работе вашей компании. На сегодняшний момент многие компании предоставляют полиграфические услуги, но только компания СМ выигрывает в часе тех же услуги у кого есть своя мощная производственная база, а это, в свою очередь, позволяет выставить более низкие цены на ваши услуги, чем не могут позволить себе мелкие конкуренты. Современное оборудование для оперативной печати позволяет печатать любые тиражи с минимальными сроками заказа.

- бланки
- буклеты
- визитки
- конверты
- календари
- квартальные настенные и настольные перекидные
- листовки
- плакаты

Рекламные стенды

Вызываете, что бы вас заметили? Для этого не обязательно заказывать дорогостоящую рекламную кампанию. Экспозиции и баннерные стенды уже давно доказали свою эффективность. Принципиальное отличие обычных стендов от других инструментов маркетинга заключается в возможности точечного непосредственного воздействия на целевую аудиторию в местах ее нахождения, будь то выставка, презентация или POS-аиды. При этом, мерчорты на вывесочную экспозицию, подобные выставочное оборудование можно использовать многократно, без последствий для внешнего вида и срока службы.

- лифтовые стенды
- баннерные стенды

Сувенирная продукция

Сувенирная продукция один из самых эффективных инструментов маркетинга. Для не столько реклама, сколько доказательство вашего авторитета, так как любая вещь, подаренная клиенту, не замеченная и во время производства. Компания СМ предоставляет сувенирные ручки, рекламные календари, ежедневники, фирменные сувениры, часы, различные записные книжки, блокноты, ручки с логотипом рекламной компании. У нас много других.

Пластиковые карты

Сфера применения пластиковых карт расширяется с каждым днем - пластиковые карты широко используются для осуществления безналичных расчетов, контроля доступа, удостоверения личности, в дисконтных системах и для других целей. С их помощью легко решаются проблемы с наличными расчетами, с заказом страховых услуг, идентификации документов и предоставление услуг. Компания СМ предоставляет: дисконтные карты, клубные карты, визитные пластиковые карты и многое другое.

Широкоформатная печать

Наружная реклама по сей день остается самым старым и самым эффективным видом рекламы. Компания СМ предоставляет печать для всех видов конструкций наружной рекламы. Форматные варианты: вывески, вывески и вывески. Реклама на транспорте: растяжки, наклейки, наклейки, аэро. Печать на баннере, Печать на пленке (капюшон, баннер, прозрачная), Печать на бумаге.

Быстро и качественно



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.

Календарь



Календари – очень старый носитель рекламы, широко распространенный во всем мире. Они «живут» в течение года расположены на видном месте, к ним обращаются постоянно.

Некоторые рекламодатели изготавливают собственные календари, размещая на них названия своих компаний и сведения о собственном бизнесе. Некоторые компании предлагают прекрасные разработки, которые обновляются ежегодно.



Календари могут быть настенными, настольными и карманными. В фирменных настенных календарях, деловых дневниках и записных книжках специальные рекламные полосы отведены для размещения информации о предлагаемых товарах и услугах. В оформлении обложек и календарных полос этих изданий широко используют фирменную символику компании-заказчика.

Рекламный проспект

Рекламный проспект – хорошо иллюстрированное сброшюрованное коммерческо-пропагандистское издание с достаточно подробным описанием потребительских свойств товара или группы товаров. Рекламный проспект часто носит выраженный юбилейный или престижный характер. В нем может быть подробно описан исторический путь предприятия, его значимость в отрасли и другие сведения. Целесообразно использовать рекламные проспекты для обстоятельного рассказа о компании, ее продукции или сотрудниках.



Рекламный проспект может содержать разное количество страниц быть черно-белым и цветным, отпечатанным на обычной или высококачественной бумаге и даже выполненным в электронном виде (сайт или на компакт-диске). Чем более информативным и объемным является рекламный проспект, тем более он эффективен.

Каталог

Каталог по форме исполнения напоминает рекламный проспект. В нем описываются товары, которые производит компания и, как правило, указываются цены на них. Каталоги могут также включать изображения товаров.

Каталог – многостраничное сброшюрованное малотиражное издание, в которое включена вся номенклатура товаров компании или, если номенклатура слишком обширна, товары



Преимущества

Высокий уровень информативности. Для того, чтобы реклама была информативной, она должна быть создана с учетом основных правил. При этом предполагается необходимость учета интересов целевой аудитории для успешного представления товаров. Желательно использование большого количества аргументов в пользу представляемого товара. Для информативности и наглядности используют схемы, графики, таблицы, сравнительный анализ с товарами или услугами конкурентов.



Длительное воздействие на целевую аудиторию. Каждый потенциальный клиент может при необходимости вернуться к изучению рекламной информации при появлении соответствующего желания. Кроме этого, представители целевой аудитории могут делиться информацией, вследствие чего отмечается повышение шансов для успешного решения любых задач.





Печатная реклама зачастую обладает **определенной тематической направленностью**. Это способствует тому, чтобы рекламодатели влияли на определенную целевую аудиторию с учетом своих интересов и предпочтений. Если же печатная реклама публикуется в узкоспециализированных печатных изданиях, отмечается возможность влияния на определенную целевую аудиторию и успешное предложение **ТОВАРОВ УСЛУГ**

Недостатки



Отсутствие звукового и визуального влияния на целевую аудиторию. Таким образом, исключается потенциальный уровень эффективности рекламного обращения.

Реклама обладает меньшей аудиторией, вследствие чего создать уникальный образ и способствовать массовой узнаваемости сложнее. В последнее

время телевидение остается рекламой