

# 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 СИ. Полиграфия необходима любому предпринимателю, заглянувшему в будущее. Успешные выигрывают все это, способствуя успешной работе вашего бизнеса. На сегодняшний момент многие компании предоставляют полиграфические услуги, но только компания СИ 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 получать более качественную продукцию.

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

### Рекламные стенды

Вызываете, что бы вас заметили? Для этого не обязательно заказывать дорогостоящую рекламную кампанию. Исследования 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 вышнюю 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 называемая репутация. Компания СИ предоставляет сувенирные ручки, рекламные календари, ежедневники, фирменные сувениры, часы, различные записные книжки, ручки с логотипом рекламной посуды, раскладные сумки.

### 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 неудобства с наличными расчетами, с заказом страховых услуг, идентификации документов и предоставление услуг.

Компания СИ 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 СИ предоставляет печать всех видов конструкций наружной рекламы. Форматные витрины, билборды, вывески и транспорты. Реклама на транспорте, растяжки, плакаты, пиареры, аэри.

- Печать на баннере
- Печать на пленке (кавоза, пленочка, 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

теперешней

рекламе