

Почтовая реклама



Выполнили:
Катышева и Лисицына

Почтовая реклама – это рассылка по почте брошюр, писем, каталогов, открыток, которые должны склонить клиента к немедленной покупке товара (услуги) или же к обращению за дополнительной информацией.



Рекламный проспект - печатная реклама, красочное издание, буклет, содержащие информацию о товаре или группе товаров родственного назначения, предлагаемых одной фирмой.



Листовка – это изделие из бумаги, обычно формата А5, на котором размещается информация о продвигаемом товаре, услуге, специальных акциях или скидках. Как правило, на подобных флаерах также присутствуют броские цветные изображения, логотипы предприятия, фирменные знаки и т.д.



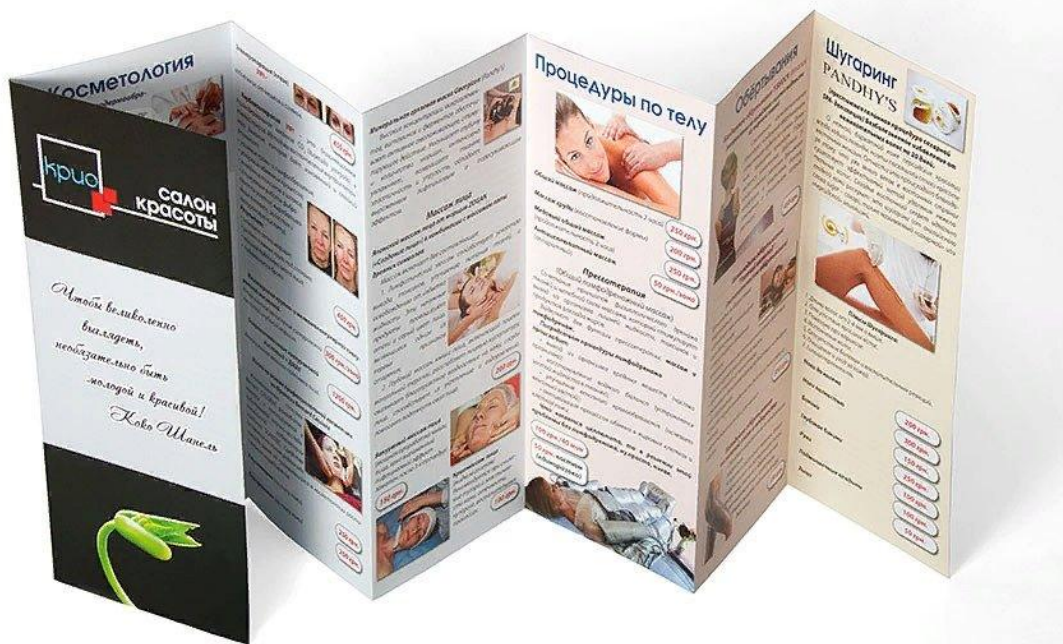
Рекламная брошюра – красочное полиграфическое издание. Имеет вид многостраничной книжки, содержащей в себе информацию рекламного характера, оформленную в текстовом или графическом виде



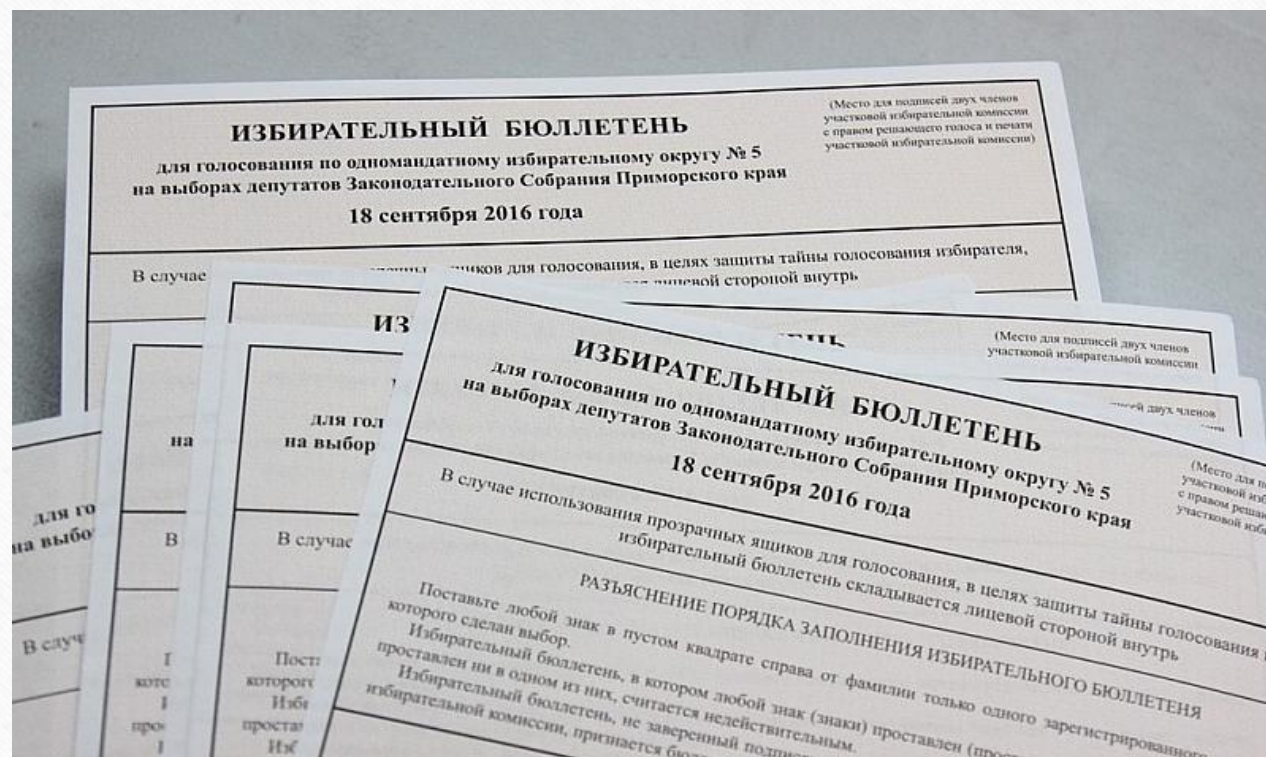
Буклет — вид печатной продукции, характерный для рекламной полиграфии, имеющей внешнюю схожесть с брошюрой, но обычно более сложной конструкции и проработанного дизайна



Прейскуранты – это систематизированные сборники тарифов по видам и группам услуг и товаров. Другими словами, это справочник цен на определенные позиции в перечне.



Бюллетень — печатное издание, выпускаемое с целью информирования целевой группы людей по определённым вопросам.



ДОСТОИНСТВА ПОЧТОВОЙ РЕКЛАМЫ.

1. имеет широкий круг распространения рекламных объявлений (город, район, республика, край и т.д.);
2. дает возможность выбрать адресатов;
3. можно точно оценить результативность кампании по числу обратившихся после неё клиентов;
4. покупки по почтовым рекламным проспектам становятся все более популярными;
5. несмотря на довольно высокую стоимость производства и рассылки рекламных материалов по почте, количество вызванных почтовой рекламой заказов оправдывает расходы;
6. когда клиентам посылают «срочные» сообщения, почтовая реклама способна значительно увеличить обороты;
7. купоны, разосланные по почте, гораздо эффективнее купонов, помещаемых в прессе.

НЕДОСТАТКИ ПОЧТОВОЙ РЕКЛАМЫ

1. высокая стоимость производства и рассылки рекламы может существенно подорвать бюджет небольшой фирмы.
2. малым предприятиям трудно организовывать рассылку тестовой рекламы – а только тесты могут дать представление об эффективности рекламы;
3. обилие брошюр в почтовом ящике может раздражать их получателей.
4. Прямое следствие – увеличивается число людей, которые, заботясь об окружающей среде, протестуют против расхода такого количества бумаги на рекламу;
5. если вы не изучили досконально свой целевой рынок, большой процент разосланных брошюр пропадает напрасно.

Требование

1. Должна быть яркой и привлекать внимание
 2. Должно быть выполнено качественно
 3. Должен быть легко читаемый
 4. Должна доставляться не испорченной
-
5. Не должно быть с лишком много