



Визитные карточки



www.biznes.59311s001.edusite.ru



Выполнила II главу проекта ученица 9 «а»



Кичигина Людмила



Проверила проект учитель
технологии и предпринимательства



Наумова Наталия Алексеевна



Что такое визитная карточка и ее история

Визитная карточка появилась в третьем веке, обнаружена у Великой Китайской стены

Изначально она изготавливалась из бамбука, дерева или красного шелка



Чтобы создать Визитку, необходимо было обладать отличным каллиграфическим почерком

Первые визитки, похожие на современные, появились во Франции, Германии, Флоренции примерно в XVI – XVII веке

В России визитки появились во времена Екатерины Великой



Визитные карточки в России



У жителей Царской России визитные карточки, как атрибут этикета, появились во время правления Екатерины II, обладателя визитной карточки отличали знатность рода и дворянское происхождение. Визитки того времени изготавливались только вручную, надписи были рукописные. Визитки Царской России были несколько больше и напоминали игральную карту.



Визитные карточки в наше время



Визитка остается наиболее распространенным и удобным способом сообщать необходимую о себе информацию.



Виды визитных карточек

Личные визитные карточки

Деловые визитные карточки

Корпоративные визитные карточки



Личные визитные карточки

Личные визитки используются при дружеском знакомстве и неформальном общении.

Как правило визитка содержит **имя** и **фамилию владельца** и иногда **телефонный номер**. Должность и адрес в ней **не обязательны**.

Стиль исполнения может быть любым и разрабатывается в соответствии с личными предпочтениями владельца.





Деловые визитные карточки

Имя, фамилия

A

Должность представителя
фирмы

B

Название компании

C

Вид деятельности

D

Что следует
указать на
визитке





Корпоративная визитная карточка

Указывается
информация
о фирме:

Сфера деятельности фирмы

Перечень услуг

Контактные телефоны

Карта проезда

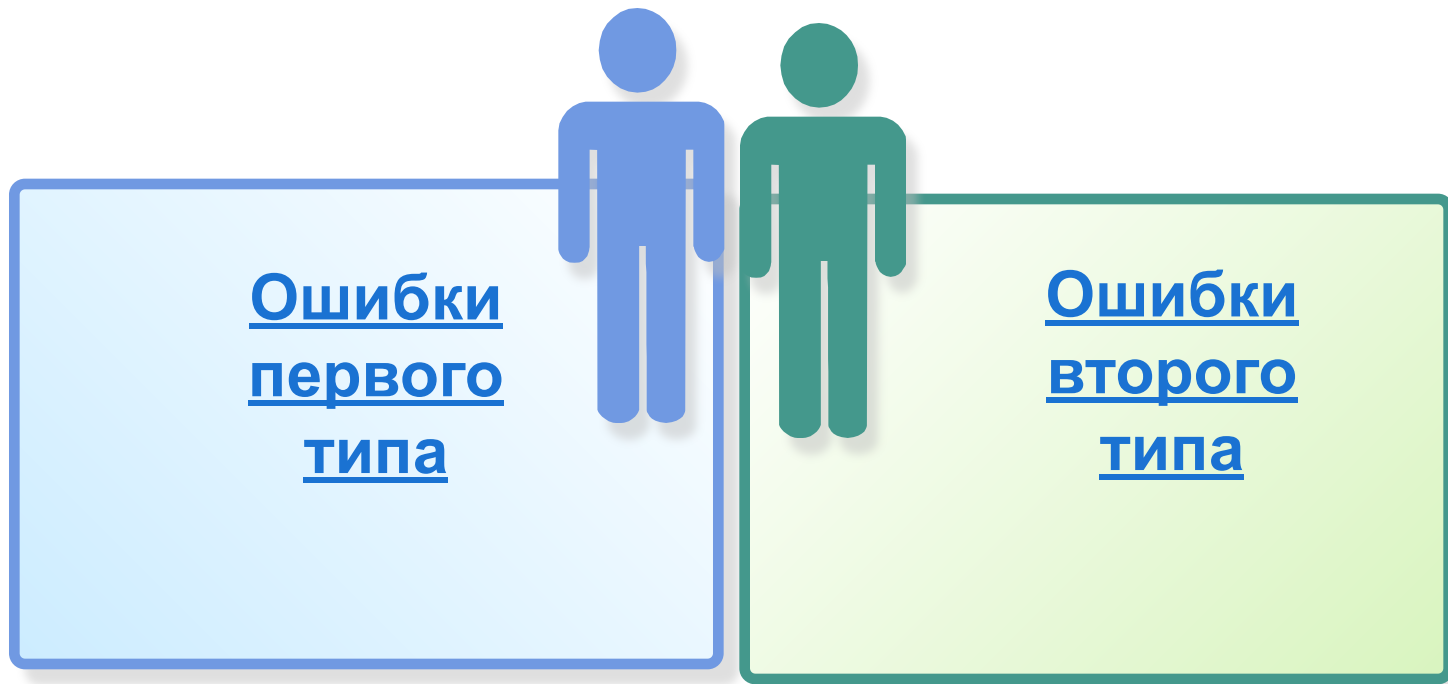
Веб - страницы





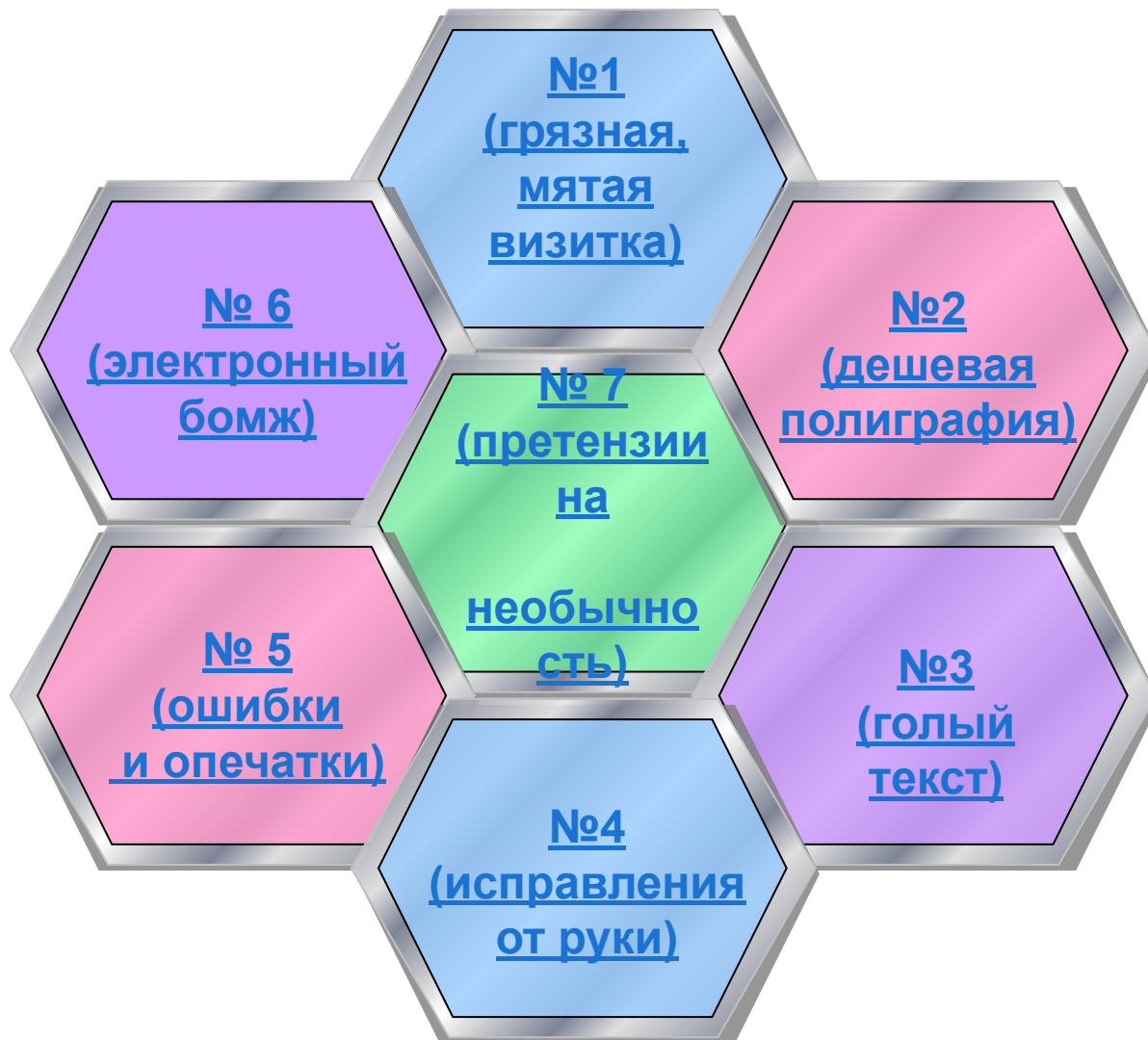
**Визитка - один из инструментов,
позволяющих создать первое
впечатление.**

**Почему не работает ваша
визитка?**





Ошибки первого типа





Нестандартный
размер

№8



Неконтрастные
цвета

№12



**Ошибки
второго
типа**

№9

Некорректный
текст

Нечитаемый
шрифт

№11



№10

Непонятная
картинка



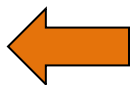


Ошибка №1: грязная и мятая ВИЗИТКА



Грязную и мятую
визитку не приятно
держат в руках!

Прежде чем вручить
собеседнику визитную
карточку, убедитесь, что она
чистая и аккуратная.





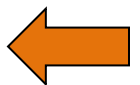
Ошибка №2: слишком дешевая полиграфия

Чем отличается дешёвая визитка от обычной?



Во-первых, как правило, она напечатана на паршивой бумаге, так что её просто неприятно держать в руках.

Во-вторых, краски зачастую бывают смазаны, надписи нечёткие, мелкий текст расплывчатый и плохо читается.



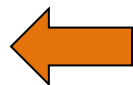


Ошибка №3: голый текст

ООО
"ОченьТяжМаш"
Иванов Иван
Иванович
генеральный
директор
(095) 222-33-44

Формально эта ошибка не нарушает этикета визиток.

Но фактически едва ли не каждый человек, взяв такую визитку в руки, подумает: "Ну и дешёвка! Вы бы ещё от руки написали..."



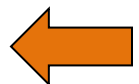


Ошибка №4: исправления от руки

Чем "дороже", чем качественнее сама визитка, тем прискорбнее смотрятся на ней исправления. Сочетание золотого тиснения и бумаги "под слоновую кость" с исправлениями шариковой ручкой - это, уж простите, что-то

Вроде:

"Подайте что-нибудь бывшему депутату Государственной думы".



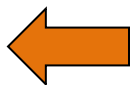


Ошибка №5: ошибки и опечатки



Опечатка дизайнера может изрядно рассмешить Ваших партнёров, но Ваша репутация в их глазах упадёт ниже плинтуса. Ну а ошибка в номере телефона может привести к тому, что потенциальные клиенты не смогут связаться с Вами и сочтут, что фирма уже обанкротилась.

Поэтому, лишний раз проверьте правильность содержания текста визитки, перед тем, как отправить макет в печать.

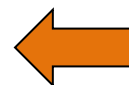




Ошибка №6: электронный бомж



Если на визитке указан адрес сайта на бесплатном сервере или адрес электронной почты, заканчивающийся на что-нибудь вроде "[@mail.ru](mailto:)" или "[@rambler.ru](mailto:)" - часть получателей визитки придут в недоумение.



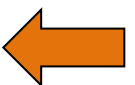


Ошибка №7: претензии на необычность

Рекламные агентства, дизайнерские бюро и т.п. - частенько делают себе визитки с претензией на необычность.

Для этого могут использовать непривычный материал карточки, необычную форму, неожиданные цвета, странные рисунки, хитрые шрифты...

Вот только порой дизайнеры увлекаются и забывают, что необычность необычности рознь.



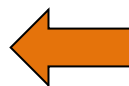
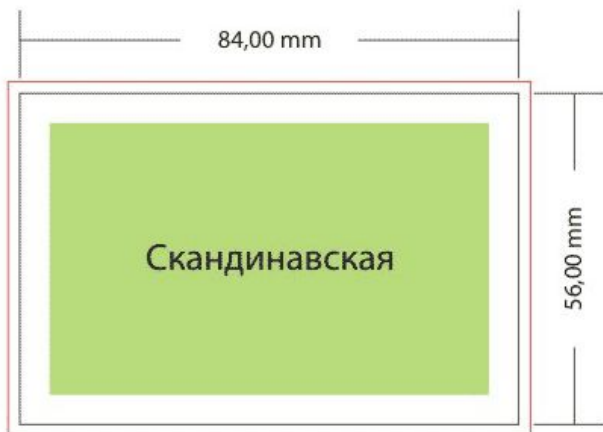
Ошибка №8: нестандартный размер



Дополнительная информация:

Отступ от линии реза до информационных блоков должен составлять от 3 до 5мм

Вылеты фонового изображения по 2 мм со всех сторон



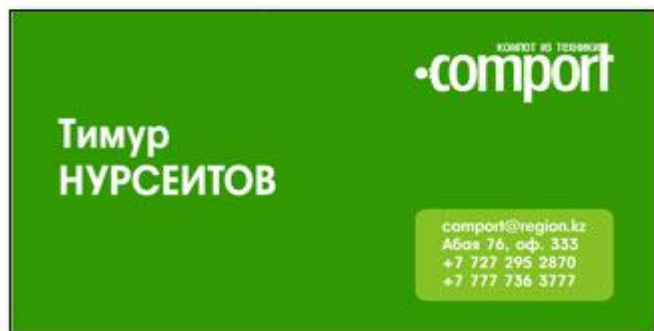
Если Ваша карточка не влезает в кармашек стандартного альбома для визиток - скорее всего, она либо будет выброшена, либо окажется где-нибудь в ящике стола или в коробке для нестандартных визиток.





Ошибка №9: некорректный текст

При создании визитки надо исходить из того, что человек не помнит Вас.



Если на Вашей визитной карточке написано что – то вроде *"ЗАО «ТырПыр», Иванов Иван Иванович, генеральный директор*, можно с уверенностью сказать, что Вы упустили клиента. Таких ситуаций могут избежать только фирмы известные всем.

Рекомендуется указывать на визитках не только название фирмы, но и то, чем она занимается.

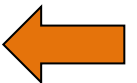


Ошибка № 10: непонятная картинка



Рисунки воспринимаются легче и быстрее текста. Поэтому при беглом пролистывании альбома с визитными карточками человеку бывает удобнее ориентироваться на картинки и логотипы.

Прежде, чем поставить на визитку какой-то рисунок, убедитесь, что он соответствует Вашим товарам или услугам.



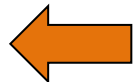


Ошибка №11: нечитаемый шрифт

Использовать вычурный, "нечитаемый" шрифт только для оформления, а все важные надписи делать чётким шрифтом, простым для восприятия.



Другой вариант той же проблемы - слишком мелкий шрифт. Результат выходит тот же - "смотрел, но не видел".



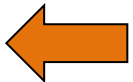
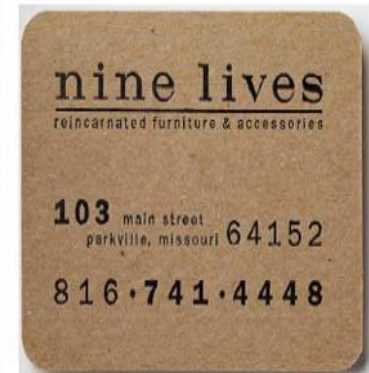


Ошибка №12 неконтрастные цвета

Использование пары близких цветов для фона и текста визитки - ещё одна грубая ошибка.

Ещё одна ошибка, визуальная превращающая текст в пятно - "серое поле".

Чтобы избежать эффекта "серого поля", старайтесь не перегружать свою визитку текстом сверх необходимого.





Стоит ли делать визитку на двух языках?

Считается, что такая визитка является более солидной. Скорее всего это единственный аргумент в пользу таких визиток.

А вот аргументы против:

**Во –
первых**

заказав тираж двусторонних визиток, вы увеличили свои расходы не вдвое, а гораздо больше.

**Во –
вторых**

Двужычная визитка вдвое насыщена текстом

**В –
третьих**

Двухсторонняя визитка стоит в два раза дороже.

Визитки и этикет

р.р.(Pour
remercier)
выражение
благодарности

р.ф.(Pour feter)
поздравление по
случаю
праздника

р.ф.Н.А.(Pour
feter Nouvel An)
поздравление с
Новым годом

**Надписи
на
визитках**

р.с.(Pour
condoleance)
выражение
соболез -
нования

р.р.
(Pour
presenter)
по случаю
представле
ния

р.р.с.(Pour
prendre congre)
прощание при
окончательном
отъезде

““ Спасибо за внимание!!!””

www.biznes.59311s001.edusite.ru