

Рекламная печатная продукция

Выполнили:

ГиМУ 2 курс

Каргунова Ксения

Коллина Яна

Печатная (полиграфическая) реклама

Понятие печатной рекламы объединяет рекламу на таких носителях как:

Листовка

Плакат

Буклет

Каталог

Проспект

Открытка

Календарь

Баннер

И другие виды печатной продукции.

Листовка

Листовка представляет одностороннее или двухстороннее изображение (текст), помещенное на листе относительно небольшого формата. Практика показывает целесообразность выпуска листовки сериями. В этом случае единая форма и элементы оформления облегчат узнаваемость товаров рекламодателя.



Плакат



Плакат - издание относительно большого формата. Его особенностью является лаконичный текст. Как правило - это образ, название фирмы, изображение товара, фирменный лозунг.

Буклет

Буклет - согнутый (сфальцованный) один или несколько раз лист бумаги с текстом или иллюстрациями. Схемы фальцовки могут быть самыми разнообразными: от гармошки-ширмы до сложных буклетов-пакетов. Разработка буклета дороже листовки, однако он позволяет сообщить больше информации и солиднее выглядит.



Проспект



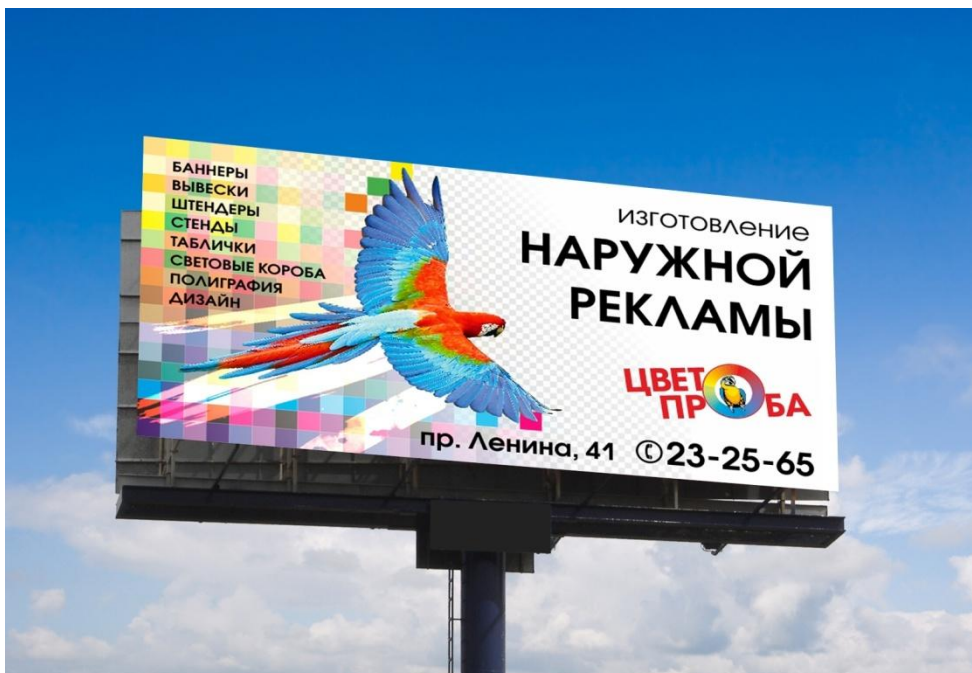
Проспект - многостраничное издание типа брошюры, листы которого скреплены. Часто используется в престижной рекламе и как средство публич рилейшнз. Целесообразно использование проспекта для обстоятельного рассказа о фирме, ее продукции, сотрудниках и т. п.

Каталог

Каталог - по форме исполнения напоминает проспект. Каталог содержит описание товаров фирмы, в нем, как правило, обозначаются цены па них.



Баннер



Баннер – прямоугольное графическое изображение. Является самым распространенным рекламным средством во Всемирной паутине. Баннер может содержать любую информацию или картинку.

Открытка

Открытка – хорошо иллюстрированное малоформатное издание поздравительного характера. Ее можно использовать и как красивый и оригинальный рекламный инструмент. С помощью рекламной открытки можно добиться широкой популярности вашей компании среди широкого круга людей – постоянных и потенциальных клиентов, а также партнеров по бизнесу.



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

Этапы разработки носителей полиграфической рекламы

1. Принятие решения относительно типа носителя: листовка, плакат, проспект и т. п.

2. Этап разработки элементов изобразительного и текстового наполнения.

3. Этап разработки компьютерного оригинал-макета.

4. Этап производства полиграфической рекламной продукции.

Преимущества печатной рекламы

Относительная дешевизна;

Оперативность изготовления;

Некоторые носители (например, настенные календари) позволяют обеспечить довольно длительный рекламный контакт с получателем;

Отсутствие информации о конкурентах на конкретном носителе и др.

Недостатками печатной рекламы

Отсутствие аудио- и видео передачи, так как недостаточный визуальный канал может снизить эффективность восприятия печатного рекламного сообщения.

Маленький охват аудитории.

Даже самые массовые издания имеют охват аудитории в разы меньше, чем средне статический телеканал. Тематические издания имеют еще меньший тираж, так как ориентированы на определенную категорию читателей.

Статистика использования рекламных услуг

Доля сегмента в общем объеме рекламных услуг



Источник: Ассоциация
Коммуникационных
Агентств России (АКАР)

Каждый из видов печатной рекламы может использоваться практически в любом торговом мероприятии: рассылке, работе с покупателями, во время деловых встреч, на торговой выставке. Все зависит от целей, которые вы поставили, соответствия текста и оформления вашего рекламного материала задачам, которые вы на них возлагаете, их способности донести вашу информацию до потребителя.