

Содержание:

Image not found or type unknown



Характеристика многополосных изданий

Любая полиграфическая продукция с количеством полос больше 4х (как у буклета) называется многополосной. Существует множество видов многополосной продукции, но наиболее распространенным среди них являются брошюры, каталоги и журналы. Строго говоря, различия в изготовлении. Этой продукции по большому счету нет - вся разница определяется информационным наполнением: однократно издаваемое издание называется брошюрой, периодически издаваемое - журналом. Издание, содержащее описание предлагаемой продукции, снабженной разнообразной справочной информацией (характеристики, назначение, цены, область применения и т.п.) - называется фирменным каталогом. Наиболее распространенным форматом для многополосной продукции является формат А4 (210x297мм), но это в большей степени относится к регулярно издаваемым журналам. Рекламная многополосная продукция поражает разнообразием форматов, цветов и способов финишной отделки. Каких-либо жестких стандартов здесь нет. Логично предположить что, например, каталог мобильных телефонов и каталог мебели, или, скажем, каталог татуировок и каталог автомобилей, а также каталог лучших логотипов за 2002 год и каталог недорогой повседневной одежды Otto - рассчитаны на совершенно различные целевые аудитории, поэтому и оформятся Должны совершенно по-разному.

Информационное наполнение, корректура, дизайн и подготовка к печати многополосной продукции являются недешевым удовольствием и требуют для корректного исполнения приличное количество времени, поэтому, принимая решение о выпуске брошюры или каталога, надо тщательно взвесить все за и против. Многополосная продукция может произвести неизгладимое впечатление на потребителя, а может и обернуться впустую потраченными денежными средствами. Следует помнить, что подобное издание будет сравниваться с лучшими, профессионально изготовленными образцами журналов, каталогов и брошюр, образцы которых можно встретить как на газетных лотках, так и на представительных профессиональных выставках. Поэтому контент издания должен

представлять коммерческий интерес или раскрыть какую-то актуальную тему, графические изображения. Бумага может быть разной, но в большинстве случаев используется качественная мелованная финская бумага, при этом ее плотность обычно определяется в зависимости от предполагаемого тиража, содержания, количества и качества графики, а также планируемого имиджевого эффекта.

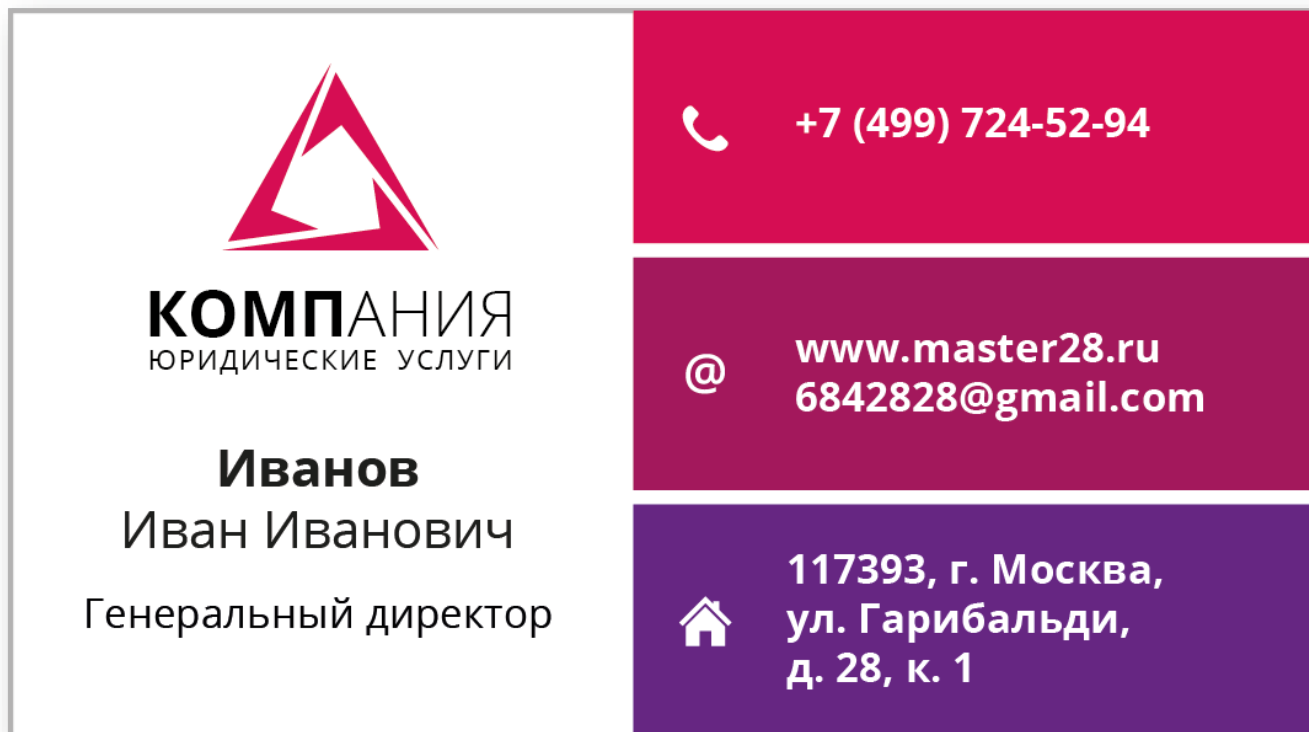


Рисунок. 1. Деловые визитные карточки

Деловые визитные карточки - неотъемлемый атрибут современного делового общения. Первое представление, как правило, начинается с обмена визитными карточками. Особое значение они имеют при общении с иностранцами, людьми, не говорящими на вашем родном языке. Визитная карточка компании - Обязательный атрибут большой и маленькой компании. Всегда на входе или на прилавке или на столе должна быть визитка компании, в которой содержится основная информация о продуктах и товарах, о расположении магазинов или представительств, контактная информация



Рисунок. 2. Флаер

Флаер - небольшого формата листочек бумаги, передающий информацию в ближайшие события или о вашей компании. Флаер стал необходимым элементом в организации различных акций, играя в большинстве случаев роль входного билета. Флаеры стремятся сделать такими, чтобы за небольшой промежуток времени они привлекли бы наибольшее количество посетителей. В отличие от приглашений флаер не имеет индивидуализации, флаером может воспользоваться любой человек. Больше всего подходит для массовых рассылок (почтовые ящики) тиражи от 1000 до 100 000 000 шт.



Рисунок. 3. Календари карманные

Календарь - лучшая печатная продукция, которую можно себе представить. Затратил один раз в год небольшую сумму, Вы получаете эффективную и запоминающуюся рекламу на протяжении года для Ваших клиентов.



Рисунок. 4. Календарь квартальный

Квартальный календари - хороший подарок к новому году, необходимы в любом офисе. Такой сувенир можно презентовать своим деловыми партнерам и он будет в течении всего года напоминать о вашей фирме. Квартальный календарь может быть изготовлен на одной или трех пружинах.



Рисунок. 5. Календари настенные

Настенный календарь с хорошим дизайном и качественным полиграфическим исполнением - достойное дополнение к любому интерьеру. Настенные календари являются престижными представительскими сувенирами, направленным на поддержание положительного имиджа компании.



Рисунок. 6. Календари настольные (домики)

Календарь-домик. Рекламный материал, который найдет свое место на рабочем столе Вашего делового партнера.



Рисунок. 7. Листовки

Листовки - один из наиболее эффективных способов воздействия на потребителя. Для наилучшего эффекта вам необходим оригинальный и запоминающийся дизайн, а также высокое качество печати. В России листовки как способ рекламы очень популярный. Это не удивительно, ведь они популярны во всем мире. Листовки несут краткую информацию о компании и часто уведомляют аудиторию о различных промо - акциях.



Рисунок. 8. Буклеты

Буклет - недорогой вариант представления Вашей продукции и услуг в компактном, но презентабельном виде. Вы можете выбрать себе различные размер изделия и различные конструкции (сгибы, биговки, перфорации, вырубки).



FEST

O

T

O

Ł

21.06

-1.07.2018, ŁÓDŹ



SPONSOR GŁÓWNY: **FOTOFESTIWAL** | SPONSOR PARTNER: **few.pl** | WSPÓŁORGANIZATORZY: **ŁÓDŹ**, **Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego**, **Urząd Miasta Łodzi** | PARTNERZY PARTNERZY PARTNERZY: **ZABRYKA SZTUKI**, **ARTY IMILIBRYCISZCIE W FABRYCE SZTUKI**, **IFT**, **OPG**, **OLONA PARTNERZY PARTNERZY**, **FUTUREZ**, **UNIVERSYTET ŁÓDŹSKI**, **hp**, **VEOLIA**

PARTNERZY PARTNERZY: **STARE KNO**, **huty**, **wyborcza**, **OGŁOSZENIA**, **VOGUE**, **z**, **Cihera**, **fotopolis**, **doc!**, **GUP**, **FOYER**, **MAG**, **HWGT**, **LYNX**, **bl_w**, **ARTS**, **KINO**, **STRÓM**

Рисунок. 9. Плакаты

Плакат - отличный способ показать себя. Размер плаката в сочетании с высоким качеством полиграфии позволит увидеть людям Вашу информацию на большом расстоянии. Подходит для массовых расклеек по городу. Размеры от А4 до Б1 (70 * 100см.). Путем склеек можно добиваться неограниченных размеров.



Рисунок. 10. Брошюра

Небольшое неперIODическое книжное издание, не более 48 полос (страниц), соединенных между собой ниткой, скрепкой (скобой), винтовой проволокой или другим способом. Виды брошюр бывают самыми разными, от простых текстовых до полноцветных, гляцевых брошюр с применением дорогих материалов и технологий. Брошюра позволяет получить самую необходимую информацию о товарах или услугах компании. Является одним из относительно недорогих способов массового распространения информации.



Рисунок. 11. Папки

Фирменные папки выполняют рекламную и представительскую функцию. Папки служат для подбора информационного материала посетителям на выставке или презентации.

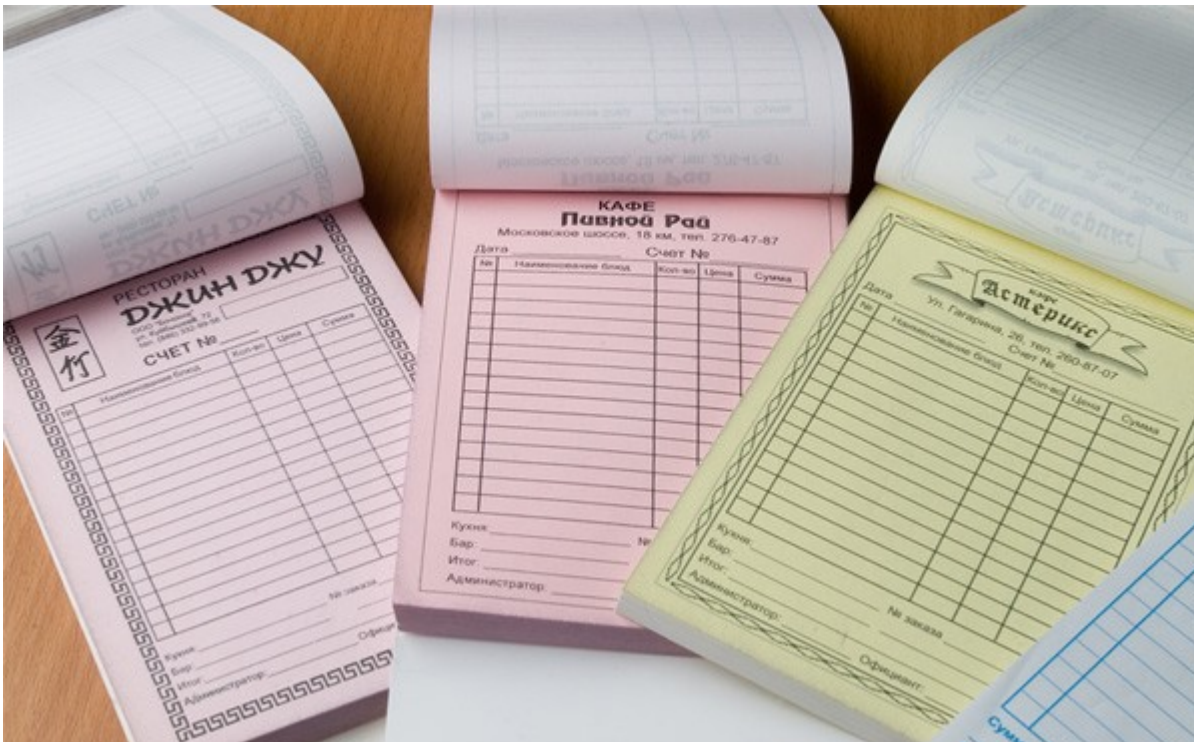


Рисунок .12. Самокопирующиеся бланки

Очень показательным является, когда документы, требующие копии при заполнении, выполняются не через копирку, а на специально подготовленных бланках.

Самокопирующиеся бланки - несколько листов бумаги, изготовленных из специальной самокопирующей бумаги и скрепленных с одной стороны при помощи специального клея, позволяющего достаточно легко разделять листы после заполнения. Все, что написано на первом листе, автоматически копируется на последующие. Это экономит время сотрудников и посетителей при работе с документами. Самокопирующимся бланк можно сделать любой документ: накладную, счет, бланк заказа, полис, билет.

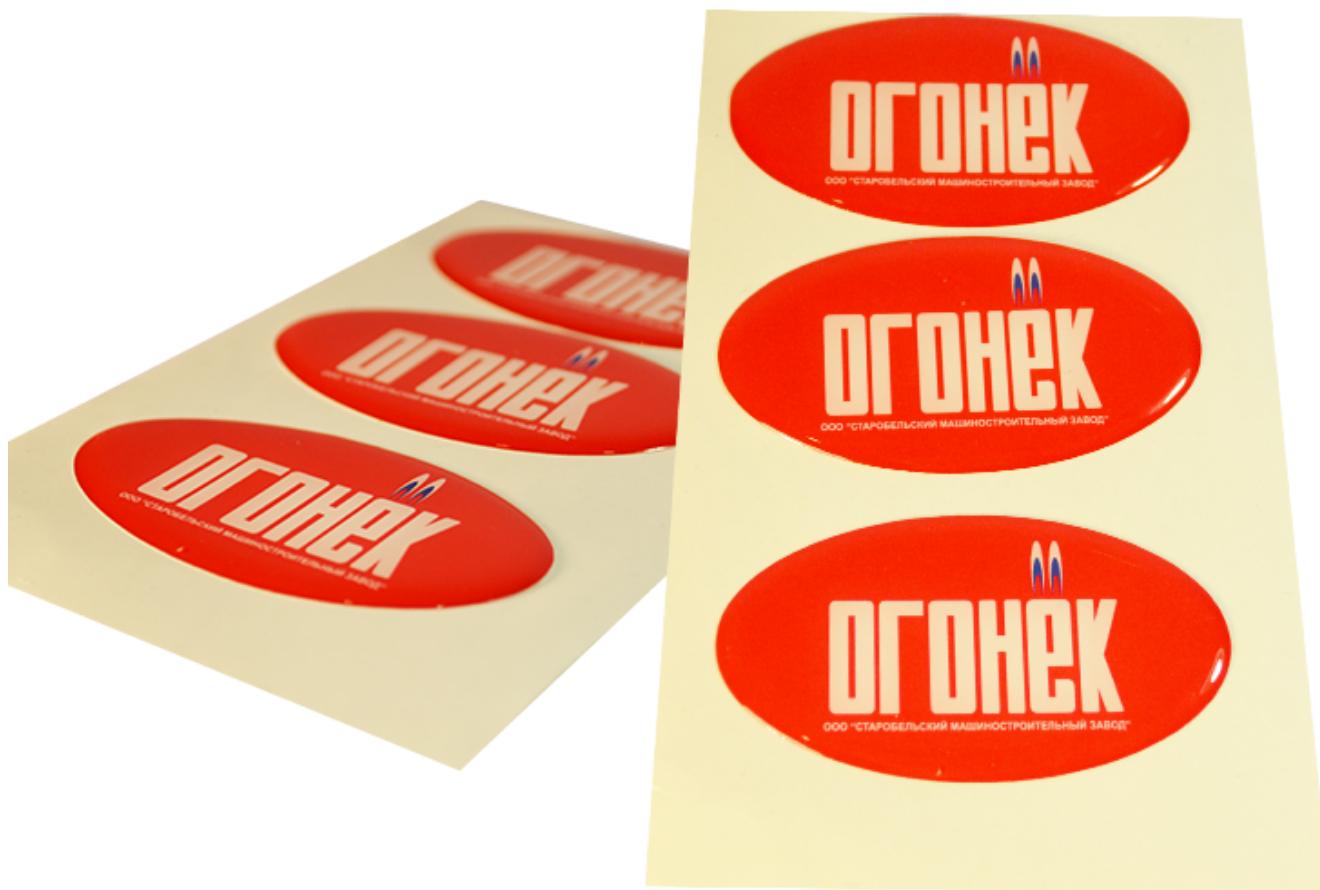


Рисунок . 13. Стикеры

Стикеры (или наклейки) мы изготавливаем методом офсетной или цифровой печати. В качестве основы применяется самоклеющаяся бумага. Напечатанные наклейки мы можем вырезать на нужный формат.

BULLET JOURNAL

BULLET JOURNAL

БЛОКНОТЫ
В ТОЧКУ



bullet journal



БОЛЕЕ 1 000 000 ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ВJ НА YOUTUBE



ПЛАНИРУЙ
С УДОВОЛЬСТВИЕМ

Рисунок. 14. Блокноты

Блокноты различаются объемом, форматом и креплением. Традиционно блокнот для записей имеет обложку, блок и картонную подложку на пружине. Цель фирменного блокнота одна - лишний раз напомнить своему хозяину о существовании фирмы, логотип которой он видит каждый раз, когда берет блокнот в руки. Таким образом, рекламный блокнот - это не только средство для занесения заметок, но и долгосрочная реклама.



Рисунок. 14. Каталог

Печатный, полноцветный журнал, содержащий в себе информацию о товарах и услугах компании. Является одним из приоритетных рекламных инструментов для компании или предприятия. Требования предъявляемые к каталогу очень высокие, как к презентабельному гляцевому изданию. Основной функцией каталога, является грамотное ознакомление потребителя с необходимым перечнем продукции компании. Целью каталога является побуждение клиента к совершению покупки или оформлению заказа.