

Содержание:

image not found or type unknown



Введение.

Визитка - это самый популярный полиграфический продукт и обязательный аксессуар делового или творческого человека. Внешний вид и контактная информация на компактном куске картона могут многое рассказать о его владельце или организации, которую он представляет. В этой статье мы подробно рассмотрим, что такое визитки, их особенности и где можно заказать качественную, быструю и недорогую печать визиток.

Визитка - незаменимый аксессуар в деловом общении между людьми. Это ваша эмблема, с ее помощью вы можете кратко и лаконично описать себя и то, что вы делаете. Визитки имеют свою историю, стиль оформления, правила и этикет его подачи. Это также своеобразный символ успеха хозяина, отражающий его положение и социальный статус.

Около 5 тысяч лет назад купцы использовали глиняные таблички и кусочки кожи, на которых были написаны их имена и координаты места жительства. Визитные карточки появились в Китае 2,5 тысячи лет назад. В те дни каждый правительственный чиновник должен был иметь красную бумажную визитку, на которой указывалось имя и занимаемая должность. Были и отдельные таблички, которые передали хозяевам дома. В них указывалось имя посетителя и цель прихода.

Слово визитка произошло от французского «visit», что в переводе означает посещение. А родоначальником делового этикета вручения визитных карточек считается король Франции Людовик 14. В те времена в качестве карточек служили различные украшения и предметы роскоши, которые показывали статус владельца аксессуара.

Виды визитных карточек.

Традиционно выделяют такие виды как:

Личная — содержит в себе минимальный набор информации о ее владельце, а именно: имя, фамилия, контакт. Для нее характерен в основном свободный стиль оформления, но если карточку использует лицо имеющее важный статус, то она должна иметь элегантный стиль и изготовлена из дорогих материалов.

Семейная – является некой разновидностью личной. Содержит в себе сведения о семье, обычно ее отправляют вместе с поздравлениями и подарками.

Деловые визитки – используются для ведения бизнеса и представления себя партнерам. На ней можно узнать ФИО лица, его должность и компанию где он работает, номер телефона. Также в ней указывается и сфера деятельности предприятия, где работает владелец. Согласно деловому этикету, все визитки, принадлежащие сотрудникам одного предприятия выполняются в едином стиле.

Функциональные карточки имеют минимум информации, которую очень легко запомнить.

Эпатирующие – карточки с оригинальным дизайном. При их создании не придерживаются строго стиля, они используются для привлечения внимания потенциальных клиентов к себе и к своей деятельности.

Корпоративные – создаются, чтобы представлять не какое-то отдельное лицо, а целую компанию. В этих визитках обязательно указывается название организации, перечень услуг, номер телефона, сайт и схему проезда.

Представительские визитки – содержат минимум информации, но не конкретного лица, а его представителя, зачастую их раздают знаменитости, которые не желают оставлять контактные данные.

Внешний вид.

Размер визитки

Многие предпочитают выбирать визитные карточки стандартного размера. Но в итоге можно получить неожиданный результат. Это обусловлено тем, что так называемый «стандартный» размер визитки в каждой стране разный.

Страна	<i>Ширина (мм)</i>	Высота (мм)
Россия	90	50
Китай	90	54
Франция	85	55
Германия	85	55
Япония	91	55
США	89	51

Технические параметры изменения размера визитки

При подборе размера визитной карточки следует учитывать не только стандарты той страны, в которой вы планируете их реализовывать, но и ряд других особенностей.

- Соблюдайте необходимое разрешение макета в пикселях. Обычно оно равно 300 рх/dpi. Таким образом, вы сохраните качество изображения при печати.
- Используйте функцию расчета пикселей по заданным размерам в мм или см. Это можно сделать при работе в графическом редакторе (например, Photoshop).
- Оставляйте 3-5 мм от краев карточки. Это нужно, чтобы не повредить изображение на визитке во время резки. При этом не важно, какой исходный размер визитной карточки вы выбрали — припуск следует оставить в любом случае.

Существует два основных размера, которые используются в визитных карточках: классический и большой. Каждый из них имеет свои особенности и подходит для разных целей. Далее расскажем подробнее об их характеристиках.

Классический

Под классическим понимается размер визиток, который равен 85,6 × 53,98 мм (иногда 85 × 55 мм). Он считается таковым, потому что равен размеру банковских кредитных карточек. Кроме того, такие визитки отлично подходят для стандартных разъемов практических всех визитниц и кошельков. Поэтому чаще всего они представлены именно в этих размерных границах.

Большой

Большими называют визитки, которые имеют размер 89 на 64 мм. Последние годы они набирают популярность за счет удобства расположения на них информации. На больших визитных карточках можно отразить больше полезных сведений о компании. Кроме того, визитки таких размеров выгодно выделяются среди стандартных карточек других компаний. Но при их использовании можно столкнуться с рядом трудностей.

Выбирая между стандартным и большим размером визитки, следует учитывать плюсы и минусы каждого из них.

- Небольшие визитки удобнее держать в руке, а также хранить в отделах кошелька или визитницы. Но вы всегда можете продумать дизайн складных визиток, которыми будет удобно пользоваться. Кроме того, на производство таких визитных карточек уйдет гораздо меньше средств.
- Отдавать предпочтение нестандартным размерам следует при создании личных карточек. Они могут не подчиняться общепринятым правилам, а иметь практически любой размер и форму. А для корпоративных и представительных визитных карточек желательно выбирать стандартные характеристики. Однако вы можете создать сразу два варианта визиток — с креативным и с классическим дизайном.
- При выборе нестандартных размеров карточки следует учитывать, что не каждая печатная студия возьмется за их изготовление. Иногда у типографий попросту отсутствуют оборудование и материалы для печати визиток необычной формы или размера.
- Резка нестандартных визитных карточек потребует дополнительных затрат. Таким образом, потребуется выделить больше бюджета на данную услугу.

Оптимально создать для общего использования визитки стандартного размера и формы. А карточки с необычным дизайном лучше напечатать в ограниченном количестве и использовать только для особенных случаев. Таким образом, вы сэкономите средства компании и при этом сможете продемонстрировать

необычный подход к дизайну с помощью «особых» визиток.

Выбор материала:

Визитную карточку можно создать из разного рода материалов. Ниже представлены самые распространенные из них. Однако, на рынке также можно встретить визитки из ткани, резины, камня и т.д.

Пластик. Этот вариант самый распространенный. Визитка из такого материала может быть как матовой, так и глянцевой. Преимущество пластика - это способность четко передавать и долгое время сохранять цвет изображений. Поэтому такие визитки прослужат вам долго и не потеряют первоначальный вид. К тому же пластиковые карты выглядят солидно и дорого, что поднимает компанию в глазах клиентов и партнеров.

Дерево. Эти типы визиток подходят не всем компаниям. Это связано с цветом материала, который вызывает у людей определенные ассоциации. Но следует сказать, что такая визитка отлично подойдет компаниям, торгующим натуральными продуктами. Дерево подчеркнет экологичность продукции, тем самым добавив покупателю доверия к бренду. Также карточки из этого материала лучше всего использовать для организаций, продающих качественные алкогольные напитки и парикмахерских.

Металл. Визитную карточку этого типа могут использовать не все компании. Кроме того, металлические визитки имеют характерный цвет, отражающий определенные качества бренда. Визитки из этого материала гармонично впишутся в стиль организаций, торгующих техникой, транспортом, электроникой и спортивным инвентарем. В этом случае фасон и цвет визитки подчеркнут качество продукции бренда.

Выбор формы:

Форма визитной карточки не менее важна, чем ее размер. На данную деталь также следует обратить должное внимание при разработке дизайна.

Геометрические фигуры. Сюда входят визитки в форме овала, круга, треугольника, многоугольника, квадрата и стандартного прямоугольника. Чаще всего для карты используются две последние формы. Если вы решили выбрать квадратную визитку, то ее желательно представить размером 63,5 x 63,5 мм. В случае с прямоугольной картой оригинальности можно добавить закруглением углов. Кроме того, при

выборе фигуры следует изучить особенности влияния каждой из них на восприятие человека. Таким образом можно добиться правильных ассоциаций у потенциальных клиентов.

Необычные. Придать своей визитке креативный вид можно с помощью фигурной формы. Он должен соответствовать направлению компании и отражать продаваемый продукт или услугу. Однако учтите, что мелкие детали могут оторваться и исказить общее впечатление от карты. Поэтому для таких визиток следует выбирать качественные материалы, которые отличаются прочностью и прочностью.

Визитные карточки-трансформеры. Эти визитки могут менять свою форму в сложенном виде. С помощью этой уловки можно эффективно привлечь внимание клиентов, а также наглядно сообщить о предоставляемых услугах компании. Например, для авиакомпании можно использовать визитную карточку, которая в сложенном виде принимает форму самолета.

Рельефный. Хотя этот вид дизайна отличается простотой, он хорошо запоминается. На таких визитках можно сделать выпуклый логотип и название компании. Остальные детали лучше оставить в классическом печатном виде. К тому же такой рельеф можно создать не только на бумаге, но также на дереве и металле.

Структура и требования к информации визитных карточек.

Теперь мы подошли к самому интересному - структуре визитной карточки. Условно его можно разделить на две части: переднюю и заднюю.

У каждого из них своя ценность и задача, поэтому мы разберем каждый сайт отдельно, а я вам дам фишки, о которых обычно молчат маркетологи и типографии.

Лицевая сторона

Единых правил для содержания визиток нет, поэтому ЧТО на них должно быть, вы решаете сами, исходя из того, что должен видеть ваш клиент при его получении.

Но так как есть типовая композиция для большинства, мы ее обсудим на примере моей личной визитки в ее версии 5.0 (на самом деле мы ее уже 5 раз переделывали и до сих пор делаем).

1. Логотип. Его оптимальное расположение в левом верхнем углу, ведь именно оттуда начинается изучение карточки;
2. Дескрипшен (описание деятельности). Коротко опишите то, чем Вы занимаетесь;
3. ФИО. Пишите сначала имя (и отчество, если у Вас это принято), а уже потом фамилию;
4. Должность. Если Вы напишите более нестандартную должность, это лучше запомнится;
5. Контакты. Наносите их без пояснений (тел./емейл/сайт/www/адрес/г.), это и так людям понятно.

Из дополнительных рекомендаций по этой стороне также хочу добавить:

1. Указывайте только один номер телефона;
2. Добавляйте иконки или призывы перед контактами (звоните/приезжайте/пишите);
3. Можно вручную дописывать телефон, если Вы изначально не хотите, чтобы Вам звонили;
4. Используйте не более 3 шрифтов на этой стороне;
5. Оставляйте пустое расстояние между элементами;

Классический вид визитной карточки

Название фирмы (организации, учреждения)	
Имя, Отчество, Фамилия	
Должность	
Адрес	Телефон
	Факс
	Адрес электронной почты

Важно! Этикет семейных визиток гласит, что данные мужа пишут первыми. Затем указывается имя жены и остальных членов семьи.

Фон и цветовая гамма

Визитки можно создать в любой цветовой гамме, декорировать различными декоративными аксессуарами, а также придать любую форму. Максимальное количество цветов для визитки - 4 оттенка. При выборе шрифта главный критерий - читабельность.

Правила вручения карточек.

1. Обмен визитками осуществляется строго по рейтингу, начиная с высокопоставленных членов делегации. Если партнеры одного официального уровня, то визитку первым предъявляет младший.

2. Если вы встречаетесь в офисе, этикет обязывает вас первым предъявить визитку, поскольку хозяева делают это первыми.
3. Представитель сильного пола обязан первым предъявить женщине визитку.
4. Передавая визитку, произнесите вслух свою фамилию, чтобы партнер мог произнести ее без ошибок. При предъявлении визитка переворачивается для чтения, что свидетельствует об учтивости и внимании к получателю.
5. Принимая визитку, прочтите вслух имя / фамилию партнера и поймите его позицию.
6. Во время переговоров вы должны положить карты перед собой, расположив их в том же порядке, в котором сидят партнеры.
7. Визитная карточка без адреса не соответствует нормам этикета, единственное исключение из этого правила - карточки дипломатов и высокопоставленных государственных чиновников.
8. На визитке можно аккуратно зачеркнуть старые телефоны и ввести новые, но вводить в нее новое название работы считается дурным тоном. Хотя принято избегать исправлений.
9. Если вы не нашли своего делового партнера в офисе, то оставьте свою визитку секретарю, отогнув правый верхний угол, а затем расправив его. Такой изгиб свидетельствует о том, что визитку оставили вы лично, а это воспринимается как знак величайшего уважения и почтения. Карту можно передать с курьером или шофером, но в этом случае угол не загнут. Если курьеру или водителю дано указание завести сложенную карту, считается грубым нарушением этикета.
10. Если вы отправляете визитки на несколько человек в одном конверте на имя какой-либо компании, то в левом верхнем углу каждой из них напишите имя человека, которому она предназначена.
11. Не возбраняется смотреть на визитку собеседника во время разговора с ним. Вот для чего нужны визитки, чтобы напоминать нам о необходимой информации.
12. Запрещается делать пометки на предъявленной визитке перед ее владельцем.
13. Если вы хотите написать что-то на чистой обратной стороне руки, помните: все надписи о себе следует писать от третьего лица.

14. Визитки секретаря и генерального директора должны отличаться друг от друга, например, качеством бумаги, размером или техникой исполнения.
15. Вы можете отправить своему деловому партнеру как старую, так и новую визитку - это делается, когда вы хотите сообщить об изменении адреса, номера телефона и т. Д.
16. Посетителям могут быть предложены визитки продавцов, служащих. В этом случае посетители забирают их сами. В остальных случаях карта вручается собеседнику при очном или заочном знакомстве.
17. В карманах брюк, джинсов, курток не принято носить визитки. Для визиток обязательно должна быть специальная визитница. Если у вас под рукой нет визитницы, то ее можно положить в бумажник или папку.
18. Визитки не раздаются во время застолья (исключение - деловая встреча в ресторане).
19. Визитные карточки, полученные по почте или доставленные, также должны отвечать визитными карточками в течение 24 часов.
20. Отправляя личную или семейную визитку замужней женщине или женатому мужчине, вы должны передать ее в двух экземплярах (ей и супругу / ему и супругу).
21. Человек может оформлять личные открытки как хочет, даже помещать на них свою фотографию. Заказывая семейную карту, помните, что имя жены должно быть перед именем мужа.
22. Как правило, в визитной карточке женщины не указывается домашний адрес, а ограничивается телефоном.
23. Ни в коем случае нельзя крушить чужие визитки, делать на них пометки, крутить в руках перед владельцем. Это воспринимается как неуважение.
24. При обмене визитными карточками с иностранными партнерами не делайте двусторонние визитки, так как такой акт может расцениваться как неплатежеспособность лица, предъявившего эту карточку.
25. Многие населенные пункты и страны имеют свои национальные предпочтения. Например, в Италии популярны визитки в виде книжек, в Англии - вертикальные, в

Японии есть целая церемония вручения визиток и т. Д. При выборе стиля не рекомендуется слишком далеко отходить от это общепринятые традиции.

Визитная карточка должна быть представлена естественно, то есть всегда должна быть в удобном месте и повернута так, чтобы другой партнер мог прочитать информацию на ней. Его передают правой рукой, при этом нужно произнести свое полное имя и организацию, в которой вы работаете. Во время процесса. Во время процесса вручения визитной карты, желательно смотреть партнеру прямо в лицо.

Особые надписи на визитных карточках.

Визитка должна продавать

Если ваша карта годна только для того, чтобы новый знакомый запомнил ваше имя и номер, по которому звонить, то она бесполезна. Визитку надо продать! Товары, услуги и даже себя. Для этого на визитной карточке должна быть указана ваша ценность для человека, которому вы ее вручаете, или для его компании. Глядя на визитку, собеседник должен сразу понимать, что вы делаете. И лучше, если вы сделаете это лучше других.

Ваше УТП - уникальное торговое предложение - обязательно должно присутствовать на вашей визитной карточке.

И человек (начальник или подчиненный), который, возможно, получит визитку в будущем, тоже должен это понимать, даже если он не знает вас лично. Если вы напишете ООО «Водолей», но не укажете, чем именно занимается компания: поставляет питьевую воду, продает летние бассейны или бурит скважины - визитка будет потеряна, выброшена или закопана в кучу других бесполезных карт. Повысьте жизнеспособность своей визитки - напишите УТП.

Если услуга будет ценной для получателя, то и отношение к карте будет таким же.

Избегайте непонятных должностей

Даже если ваше официальное звание похоже на должность менеджера, не пишите его на визитной карточке. Для многих людей не будет ясно, каковы их обязанности: управлять, продавать, представлять или, может быть, в компании всех сотрудников называют модным словом, чтобы придать им вес и значимость. Укажите: «менеджер по продажам», «менеджер по подбору персонала»,

«менеджер по настройке оборудования». И лучше понятным языком написать, чем вы занимаетесь, и какие вопросы грамотно решать.

Формулировка «Советую по добровольному страхованию легковых автомобилей» звучит лучше, чем «Страховой агент».

Используйте обратную сторону своей визитной карточки

Классическая визитка бывает односторонней. Но продавать нужно, а времени на сантименты и традиции.

Используйте другую сторону, чтобы сообщить дополнительную информацию о себе и компании. Предоставьте доказательства компетентности или опыта. Это могут быть профессиональные награды, звания, звания, написанные книги. Это повышает лояльность потенциальных клиентов. Используйте оставшееся пространство для расшифровки USP.

Подробно опишите перечень услуг, работ или категорий товаров.

Если вы идете на деловое мероприятие

Вы можете сделать специальные визитки для конкретного события. Затем на лицевой или оборотной стороне распечатайте событие, на котором вы встретились, и просьбу перезвонить или написать.

Такие фразы побуждают к действию.

«Мы познакомились на Упаковочном форуме. Напиши мне!"

Заключение.

Визитки - это своего рода заочная презентация (ведь лично визитку вручать не обязательно), мягкая, ненавязчивая форма проявления интереса к адресату. Основное назначение визиток - представить официальных лиц и деловых людей на первой встрече. Кроме того, они используются для информирования тех партнеров, в контакте с которыми вы заинтересованы.

Визитная карточка может стать вашим лицом. С чего начинается деловое знакомство? Обычно путем представления сторон друг другу. Что обычно следует за этим? После этого стороны обмениваются визитками - своего рода

представительскими документами, дающими очень полную информацию о конкретном человеке. Обмен визитками символизирует начало. Начало делового сотрудничества, обозначение определенных перспектив в деятельности недавно встреченных людей. Сегодня без подобных церемоний деловые контакты практически невозможны. Подарить визитку или обменять ее - не просто необходимость, это некий ритуал, говорящий о серьезности намерений и просто хорошем воспитании, которое в данном случае проявляется в уважении к собеседнику. Сложно представить ситуацию, когда современные деловые люди объясняют друг другу на пальцах свои должности, полномочия, имена и фамилии. И если это произойдет, то можно с большой уверенностью сказать, что те, кто этим занимается, не имеют никакого отношения к миру бизнеса, и их нельзя называть бизнесом при всем желании.

Список используемой литературы:

- <https://www.computerra.ru/>
- <https://goodetiket.ru/>
- <https://zen.yandex.ru/>
- <https://in-scale.ru/>
- <https://marketologiya.livejournal.com/>
- <https://cyberpedia.su/>
- <https://lib.sale/>