

Содержание:

image not found or type unknown



Введение.

Визитка — это самый востребованный полиграфический продукт и обязательный аксессуар делового или творческого человека. Внешний вид и контактная информация на компактном кусочке картона способны многое поведать о его обладателе или организации, которую он представляет. В данной статье подробно рассмотрим, какие бывают визитки их особенности и где можно заказать печать визиток качественно, быстро и недорого.

Визитная карточка является незаменимым аксессуаром при деловом общении людей. Она является вашей эмблемой и с ее помощью можно кратко и емко охарактеризовать себя и то, чем вы занимаетесь. Визитка имеют свою историю, стилистику оформления, правила и этикет ее вручения. Также это некий символ успешности хозяина, который отражает его положение и социальный статус.

Около 5 тыс. лет тому назад купцы использовали глиняные таблички и кожаные отрезки, на которых были написаны их имена и координаты места проживания. Деловые визитки появились в Китае 2,5 тыс. лет тому назад. В те времена каждый чиновник государства обязан был иметь красную бумажную визитку, на которой было указано имя и занимаемая должность. Были и индивидуальные таблички, которые передавались хозяевам дома. На них указывалось имя визитера 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.

Первые печатные экземпляры визитных карточек появились в Германии в 18 веке и самым известным коллекционером карточек тех времен был знаменитый Иоганн Гете. Когда типографское дело стало более распространено, то визитками стали пользоваться люди, относящиеся к среднему классу.

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	Ширина (мм)	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 является самым распространенным. Визитка из такого материала может быть как матовой, так и глянцевой. Преимущество пластика — способность четко передавать и долго сохранять цвет изображений. Поэтому такие визитки прослужат вам долго и не утратят первоначальный вид. Кроме того, карточки из пластика смотрятся солидно и дорого, что поднимает компанию в глазах клиентов и партнеров.

Дерево. Визитки такого вида подходят не для всех компаний. Это обусловлено цветом материала, который вызывает определенные ассоциации у людей. Но следует сказать, что такая визитка отлично подойдет компаниям, реализующим натуральную продукцию. Дерево подчеркнет экологичность товаров, добавив тем самым доверие клиентов бренду. Также карточки из этого материала оптимально использовать для организаций, реализующих алкогольные напитки высокого качества, и барбершопов.

Металл. Визитки такого вида также могут применяться не всеми компаниями. Кроме того, металлические визитки имеют характерный цвет, который отражает определенные качества бренда. Визитные карточки из этого материала гармонично впишутся в стилистику организаций, реализующих технику, транспорт, электронику и спортивный инвентарь. В таком случае стиль 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 формы. Сюда можно отнести визитки в виде овала, круга, треугольника, многоугольника, квадрата и стандартного прямоугольника. Чаще всего для карточки используют последние две формы. Если вы решите выбрать квадратную визитку, то ее желательно представить в размере 63,5×63,5 мм. В случае прямоугольной карточки можно добавить оригинальности путем закругления углов. Кроме того, при выборе фигуры следует изучить особенности влияния каждой из них на восприятие человека. Таким образом, можно добиться нужных ассоциаций у потенциальных клиентов.

Фигурные. Придать визитке креативный вид можно с помощью фигурной формы. Она должна соответствовать направлению работы компании и отражать реализуемую продукцию или услугу. Однако учитывайте, что мелкие детали могут оторваться и исказить общее впечатление от карточки. Поэтому для таких визиток следует выбирать качественные материалы, отличающиеся своей долговечностью и прочностью.

Визитки-трансформеры. Такие визитные карточки могут изменять свою форму при складывании. С помощью такого трюка можно эффективно привлечь внимание клиентов, а также наглядно сообщить о предоставляемых услугах компании. Например, для авиакомпании можно использовать визитку, которая в сложенном виде принимает форму самолета.

Рельефные. Этот вид дизайна хоть и отличается своей простотой, однако хорошо запоминается. На таких визитках можно сделать выпуклыми логотип компании и наименование. Остальные детали лучше оставить в классическом напечатанном виде. Кроме того, подобный рельеф можно создать не только на бумаге, но и на дереве и металле.

Структура и требования к информации визитных карточек.

Вот мы подошли к самому интересному – структуре визитки. Мы можем её условно разделить на две части: спереди и сзади.

Каждая из них несёт свою ценность и задачу, поэтому мы в отдельности разберём каждый участок, при этом я дам Вам фишки, о которых принято молчать среди маркетологов и типографий.

Лицевая сторона

Нет единых правил по содержанию на визитках, поэтому ЧТО должно быть на ней, Вы решаете сами, исходя из того, что должен увидеть Ваш клиент при ее получении.

Но так как есть типовой состав для большинства, мы его и обсудим на примере моей личной визитки в её версии 5.0 (реально уже 5 раз переделывали её и до сих пор это 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 создавать в любой цветовой гамме, украшать различными декоративными аксессуарами, а также придавать любую форму. Максимальное количество цветов для оформления визитной карточки допустимо 4 оттенка гаммы. При выборе шрифта, главный критерий — читабельность.

Правила вручения карточек.

1. Обмен визитными карточками ведётся строго по ранжиру, начиная с самых высокопоставленных членов делегации. Если партнёры находятся на одном должностном уровне, первым вручает визитную карточку младший по возрасту.
2. Если Вы встречаетесь в Вашем офисе, этикет обязывает Вас первым вручить визитную карточку, так как хозяева делают это первыми.
3. Представитель сильного пола обязан первым вручать визитную карточку женщине.
4. Вручая визитную карточку, произнесите свою фамилию вслух, чтобы партнёр мог без ошибок её произносить. При вручении визитку поворачивают для чтения, что свидетельствует об учтивости и внимании к получателю.
5. Принимая визитную карточку, прочитайте вслух имя/фамилию партнёра и усвойте его должность.
6. Во время переговоров следует положить карточки перед собой, расположив их в том же порядке, в каком сидят партнёры.
7. Деловая карточка без адреса не соответствует нормам этикета, исключение из этого правила составляют лишь карточки дипломатов и высших государственных должностных лиц.
8. На деловой карточке можно аккуратно зачеркнуть старые телефоны и вписать новые, а вот вписывать в нее новое наименование должности считается дурным тоном. Хотя, принято избегать любых исправлений.
9. Если Вы не застали делового партнёра в офисе, то оставьте свою визитную карточку у секретаря, загнув правый верхний угол, а затем расправив его. Такой загиб свидетельствует, что Вы лично оставили визитную карточку, а это воспринимается как знак наибольшего уважения и почтения. Карточка может быть передана и с курьером или шофером, но в этом случае угол не загибается. Считается грубым нарушением этикета, если загнутую карточку поручают завести курьеру или шофёру.
10. Если вы посылаете в одном конверте, адресованном какой-либо фирме,

визитные карточки сразу для нескольких лиц, то в левом верхнем углу каждой из них пропишите фамилию лица, которому она предназначена.

11. Смотреть на визитную карточку собеседника во время разговора с ним не возбраняется, т.к. на то и нужны визитки, чтобы напоминать нам необходимую информацию.

12. Не принято делать записи на врученной визитной карточке на глазах у её владельца.

13. Если вы желаете что-либо написать на чистой оборотной стороне от руки, помните: все надписи о себе следует писать в третьем лице.

14. Визитные карточки секретарши и ген директора должны различаться между собой, например, качеством бумаги, размером или техникой исполнения.

15. Вы можете послать своему деловому партнеру и старую, и новую визитную карточку – это делается, когда вы хотите сообщить об изменениях адреса, номера телефона и т.п.

16. Деловые визитки продавцов, сотрудников сферы обслуживания, могут предлагаться посетителям. В этом случае посетители берут их сами. В остальных случаях карточка вручается собеседнику при очном, либо заочном знакомстве.

17. Визитки не принято носить в карманах брюк, джинсов, пиджаков. Для визитных карточек должна быть специальная визитница. Если под рукой нет визитницы, то карточку можно положить в кошелёк, либо папку.

18. Визитки не вручают во время застолий (исключение – деловая встреча в ресторане)

19. На полученные по почте или завезённые визитные карточки следует отвечать также визитными карточками в течение 24 часов.

20. Направляя личную, либо семейную визитную карточку замужней женщине, либо женатому мужчине вы должны дать её в двух экземплярах (ей и супругу/ему и супруге).

21. Личные карточки человек может оформлять как угодно, даже помещать на нее свою фотографию. Заказывая семейную карточку, следует помнить, что имя жены должно в ней быть впереди имени мужа.

22. На визитной карточке женщины, как правило, не указывается домашний адрес, а ограничиваются лишь телефоном.

23. Ни в коем случае нельзя мять чужие визитные карточки, делать на них пометки, вертеть в руках на глазах хозяина. Это воспринимается как знак неуважения.

24. При обмене визитными карточками с иностранными партнерами не делайте двухсторонних визитных карточек, т.к. такой поступок могут расценить как не состоятельность человека, вручающего эту карточку.

25. Во многих местностях и странах есть свои национальные пристрастия. Например, в Италии популярны визитные карточки в виде книжек, в Англии - вертикальные карточки, в Японии существует целая церемония по вручению визитных карточек и т.п. При выборе стиля, не рекомендуется слишком удаляться от этих общепринятых традиций.

Визитку следует подавать непринужденно, то есть она должна быть все время в удобном месте и повернуть так, чтобы другой партнер смог прочитать имеющуюся на ней информацию. Она вручается правой рукой, при этом нужно произнести свое ФИО и организацию, в которой работаете. Во время процесса вручения визитной карты, желательно смотреть партнеру прямо в лицо.

Особые надписи на визитных карточках.

Визитка должна продавать

Если ваша карточка годна лишь для того, чтобы новый знакомый помнил, как вас зовут и по какому номеру позвонить, то грош ей цена. Визитка должна продавать! Товары, услуги и даже вас самих. Для этого на визитке должно быть указана ваша ценность для человека, которому ее вручаете, или для его компании. Взглянув на визитку, собеседник должен сразу понять, чем вы занимаетесь. И лучше, если вы

это делаете лучше других

Ваше УТП - уникальное торговое предложение - должно непременно присутствовать на визитке.

И тот, человек (босс или подчиненный), кому, возможно, в дальнейшем попадет визитка, тоже должен это понимать, даже если не знаком с вами лично. Если напишите ООО «Водолей», но не укажете, чем именно занимается компания: доставляет питьевую воду, продает дачные бассейны или бурит скважины - визитку потеряют, выбросят или похоронят в кипе других бесполезных карточек. Повысьте жизнеспособность визитки - напишите УТП.

Если услуга для получателя ценна, то и к карточке будет такое же отношение.

Избегайте непонятных должностей

Даже если ваша официальная должность звучит как менеджер, то не пишите это на визитке. Для многих людей будет не понятно, что входит в обязанности: руководить, продавать, презентовать или, может, в компании всех сотрудников именуют модным словом для придания веса и значимости. Уточняйте: «менеджер по продаже», «менеджер по подбору персонала», «менеджер по настройке оборудования». А лучше понятным языком пишите, чем вы занимаетесь, и какие вопросы компетентны решать.

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

Используйте обратную сторону визитки

Классическая визитка - односторонняя. Но вам нужно продавать, и тут не до сантиментов и традиций.

Используйте вторую сторону для сообщения дополнительной информации о себе и компании. Укажите данные, подтверждающие компетенции или опыт. Это могут быть полученные профессиональные награды, звания, титулы, написанные книги. Это повышает лояльность потенциальных клиентов. Остальное место используйте для расшифровки УТП.

Распишите подробно перечень услуг, работ или категории товаров.

Если идете на деловое мероприятие

Вы можете сделать специальные визитки для конкретного мероприятия. Тогда на лицевой или оборотной стороне напечатайте событие, на котором вы познакомились и просьбу вам перезвонить или написать.

Такие фразы побуждают к действию.

«Мы познакомились на Форуме упаковки. Напишите мне!»

Заключение.

Визитные карточки - это своего рода заочное представление (поскольку визитку необязательно вручать лично), мягкая, ненавязчивая форма проявления вашего интереса к адресату. Основное назначение визитных карточек - представление официальных и деловых лиц при 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 с представления сторон друг другу. А что обычно следует за этим? Вслед за этим стороны обмениваются визитными карточками - некими представительскими документами, которые дают весьма полные сведения о том или ином человеке. Обмен визитками символизирует начало. Начало делового сотрудничества, обозначение неких перспектив в деятельности только что встретившихся людей. Сегодня деловые контакты без подобных церемоний практически невозможны. Вручение визитки или обмен ими - не просто необходимость, это определенный ритуал, говорящий о серьезности намерений и просто о хорошем воспитании, которое в данном случае проявляется в уважении к собеседнику. Сложно представить себе ситуацию, когда современные деловые люди объясняют друг другу "на пальцах" свои должности, полномочия, имена и фамилии. А если такое и случается, то можно с большой уверенностью говорить о том, что те, кто так поступает, не имеют отношения к миру бизнеса, и деловыми при всем желании их не назовешь.

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/>