**Рекламная полиграфия: основные носители, разработка дизайна**

**Визитки**

Визитная карточка (или, как ее еще называют, "деловая" карточка) - это неотъемлемый атрибут современного делового общения. Трудно представить себе фирму и ее сотрудников без наличия у них визитных карточек. Ведь именно с обмена визиток начинается деловое знакомство, завязываются партнерские отношения. Любая визитная карточка должна достичь своих главных целей - информационную и рекламную. На ней, как правило, размещается логотип и название вашей организации, ваша фамилия, имя и отчество, занимаемая должность, а также телефон, почтовый и электронный адрес.

Для производства визиток используются технологии :

метод шелкографии,

техника тиснения фольгой,

термоподъем,

ризография.

**Проспекты**

Проспекты используются для максимально выгодного представления дорогих товаров и услуг. Еще одна сфера применения проспектов - реклама самих фирм. Для печати проспектов часто используют бумагу повышенного качества, а также различные виды отделки (тиснение, высечка, вырубка, лакирование или припрессовка пленки).

**Бланки**

Фирменный бланк с Вашим логотипом и реквизитами придаст весомости отпечатанным на нем документам и выделит их из множества других бумаг, а также лучше тысячи слов подчеркнет солидность и надежность Вашей компании и привлекательность делового сотрудничества с ней. Фирменный бланк абсолютно необходим каждой организации: крупной и мелкой, коммерческой и некоммерческой, новичку и старожилу рынка. В большинстве организаций фирменные бланки используются ежедневно, а иногда ежечасно и ежеминутно. Они являются представителями вашей компании в папках и портфелях ваших клиентов.

Фирменный бланк, дизайн которого выполнен профессионалами, способен не только содержать текст и предоставлять контактную информацию, но и отражать вид деятельности компании и ее жизненное кредо, а также обеспечивать узнаваемость компании и ее продукции при последующих рекламных контактах с потребителем и способствовать созданию у потребителя положительного образа вашей компании. Визуальное впечатление, производимое на клиента компании фирменным бланком, может быть сильнее, чем впечатление от телефонного разговора с менеджером или даже от личной встречи. Добиться этого впечатления можно при помощи следующих составляющих: фирменная верстка, использование графических элементов фирменного стиля, фирменные цвета, фирменный шрифт, удобная подача информации, подбор специальных сортов бумаги.

Фирменные бланки могут использоваться при составлении договоров и коммерческих предложений, оформлении бухгалтерской документации (счета, накладные, счета-фактуры), составлении прайс-листов и деловых писем, написании внутренних приказов и распоряжений, распространении маркетинговых анкет и различных форм. Для всех этих, а также множества других целей, может использоваться как один фирменный бланк, так и его доработанные с учетом каждой конкретной цели применения модификации.

**Исходные данные для разработки дизайна бланка**

Для разработки дизайна фирменного бланка необходимы следующие элементы: логотип, адрес компании, контактная информация. Допустимо (однако не желательно) не указывать в бланке адрес, однако логотип, номера телефонов и факсов и адрес корпоративной электронной почты должен содержать каждый фирменный бланк. Бланк является составной частью фирменного стиля и лучше всего заказывать разработку дизайна бланка в составе заказа на разработку фирменного стиля, однако мы можем разработать и дизайн бланка отдельно от фирменного стиля.

**Конверты**

В эру новых компьютерных технологий, когда живое общение все чаще подменяется телефонными переговорами, голосовой почтой или факсовыми сообщениями, а почти вся переписка осуществляется по e-mail, получить персональное письмо на обычной бумаге в фирменном конверте стало еще приятнее.

**Форматы и размеры конвертов:**

стандартные евроконверты Е65 (110х220мм) с окном и без окна (используются для отправки деловых писем и фирменных бланков, сложенных втрое),

С5 (165х229мм, нестандартные открытки или карточки, а также лист А4, сложенный пополам)

С4 (229х324мм) с верхним и боковыми клапанами (деловая корреспонденция, журналы, брошюры, рекламные проспекты).

Изготовление конвертов:

Следует помнить, что конверты могут изготавливаться, а могут запечатываться. Изготовление конвертов на заказ имеет свои плюсы и свои минусы. Плюсы это: возможность изготовления конвертов нестандартного размера, выбор любой бумаги, любой плотности и любого существующего оттенка, возможность 100%-ой запечатки поверхности конверта и некоторые другие преимущества) и свои минусы(изготовление на заказ возможно лишь при тиражах от 5 тыс. экземпяров, а такое количество не всегда необходимо, кроме того, конверт, изготовленный на заказ в России, вряд ли будет так аккуратно сложен и ровно склеен, как фирменный конверт Conqueror или Gmund, и этот риск необходимо учитывать, а для размещения заказа в Германии, Франции, Италии или Финляндии необходимы на порядки более крупные тиражи. Запечатка готовых конвертов при малых и средних тиражах значительно дешевле, позволяет использовать качественные готовые фабричные конверты, однако не позволяет (в большинстве случаев, добиться стопроцентной запечатки поверхности конверта, запечатки его внутренней части (иногда это необходимо, впрочем, можно брать конверты с уже запечатанной внутренней частью) и накладывает некоторые ограничения на выбор используемых бумаг и расположение запечатываемых зон на конверте (это делается для того, чтобы, например, логотип не попал при печати на клапан конверта).

Папки

Функциональность и информативность - вот что отличает папки от любой другой полиграфии. Разместите на ней логотип и всю необходимую контактную информацию и Вы получите прекрасную возможность иметь продолжительную рекламу своей фирмы без дополнительных финансовых затрат.

Виды папок:

вырубные папки с одним или двумя клапанами,

папки с одним или двумя клеевыми клапанами,

пластиковые папки-файлы,

папки-зажимы,

бухгалтерские папки типа "Корона" с замковым зажимом,

пластиковые папки с кольцевыми зажимами,

кожаные представительские папки с тиснением логотипа,

Технология изготовления:

Для изготовления и маркировки папок из картона могут применяться офсетная печать, шелкография, офсетное или УФ- лакирование, ламинирование, тиснение фольгой или конгрев. Готовые пластиковые папки с разнообразными зажимами могут маркироваться тампопечатью, шелкографией и тиснением фольгой. Нанесение логотипа на элитные папки из натуральной кожи обычно производится методом блинтового тиснения.

**Разработки дизайна папки:**

Большинство фирменных папок содержат в себе 2 или 3 составляющие: логотип, необходимую контактную информацию и иногда визуальный ряд. Папка должна выглядеть строго, солидно, но в тоже время респектабельно - иначе ее нельзя будет взять на совещание, конференцию, доклад, деловую встречу или важные переговоры. Если планируется создать красочную рекламную папку - обычно используют высококачественный плотный картон двуслойного одно или двухстороннего мелования плотностью не менее 280-300 г/кв.м. (папки плотностью 250 г/кв.м. или менее не обладают достаточной жесткостью и быстро теряют форму).

**Блокнот**

Блокноты могут быть самого разного вида - от простых тетрадочек с бумажными обложками до внушительных фолиантов в кожаном переплете с тиснеными золотыми надписями. Но цель фирменого блокнота одна - лишний раз напомнить своему хозяину о существовании фирмы, логотип которой он видит каждый раз, когда берет блокнот в руки.

Листовки

Любой товар или услуга нуждаются в рекламе. Рекламная листовка - один из популярных и эффективных методов рекламного воздействия на потребителя. Оригинальный стильный дизайн, профессиональная допечатная подготовка, использование качественной финской бумаги, лакирование - все это позволит Вам выделить Ваш товар или услугу среди прочих.

Виды листовки:

В зависимости от рекламируемых товаров или услуг и типа целевой аудитории листовки могут быть имиджевыми или информационными, содержать ценовые предложения или лишь описывать характеристики и преимущества продукции, быть полноцветными или черно-белыми, печататься на плотной мелованной или тонкой офсетной бумаге. Формат листовок также может быть различным, но стандартными являются листовки формата А4 (210 х 297 мм). Кроме того, листовка может быть односторонней и двусторонней.

Разработка дизайна листовки:

Большинство рекламных листовок содержат в себе три составляющие: визуальный ряд, информационный блок, описывающий продукцию и необходимую контактную информацию. Любая хорошая листовка несет в себе скрытое послание к потребителю. Для разработки дизайна рекламной листовки необходимы следующие элементы: логотип, контактная информация, графические материалы (слайды, фото, клипарты) и текстовая информация. Для технической продукции можно составить графики и диаграммы, позволяющие увеличить наглядность информации.

Буклеты

Объединяя в себе достоинства небольшой стоимости и высокой информативности, буклеты являются одним из наиболее широко используемых и эффективных видов рекламной полиграфии.

Виды буклетов:

форматы А4 (210 х 297 мм) с двумя фальцами и

А3 (297 х 420 мм) с одним фальцем,

Технология изготовления:

кашированием,

ламинированием,

полным или выборочным УФ-лакированием,

тиснением,

конгревом или покрытием офсетным лаком.

Как сделать буклет?

Большинство рекламных буклетов содержат в себе три составляющие: визуальный ряд, информационный блок, описывающий продукцию и необходимую контактную информацию. Любой хороший буклет несет в себе скрытое послание к потребителю. Для разработки дизайна буклета в общем случае необходимы следующие элементы: логотип, контактная информация, графические материалы (слайды, фото, клипарты) и текстовая информация. Для технической продукции можно также составить графики и диаграммы, позволяющие увеличить наглядность информации.

Плакат

Хотите, чтобы Вашу рекламу нельзя было пропустить? Одно из лучших решений - выпустить плакат или плакатный календарь.

Виды плакатов:

имиджевые,

рекламные,

агитационные,

информационные

Формы плакатов:

А3 (бюджетные, относительно низкоэффективные),

А2 (оптимальные в большинстве случаев при больших и средних тиражах),

А1 (большие),

А0 и более (сверхширокие имиджевые плакаты).

Технология изготовления:

Плакаты обычно печатаются в 4 краски и могут ламинироваться или покрываться лаком. Ламинированные плакаты более устойчивы к влаге, но стоят существенно дороже, поэтому ламинирование редко применяется при изготовлении больших тиражей - в этих случаях гораздо экономичнее покрытие офсетным лаком при печати. УФ-лак позволяет создать более толстое и красивое защитное покрытие, но стоит в несколько раз дороже офсетного, потому что наносится обычно вручную после печати и хорошей просушки методом шелкографии. Кроме полного покрытия УФ-лаком можно также подвергнуть плакаты выборочному УФ-лакированию, которое позволяет добиться очень интересных эффектов и является полноправным элементом дизайна. Широкоформатные плакаты могут ламинироваться с использованием способа холодной ламинации (офсетная продукция обычно ламинируется горячим способом, потому что он примерно в два-три раза дешевле). Пленки для холодной ламинации дорогие, но они не портят изображения, напечатанные методом широкоформатной печати. Широкоформатные плакаты могут также закрепляться в рамках-фрэймах, накатываться на жесткое основание или закатываться в ламинирующую пленку с обеих сторон (инкапсулирование). Для рекламы в местах продаж часто используются постеры - плакаты, наклеенные на основание из гофрокартона или плотного переплетного картона методом каширования. Для усиления рекламного эффекта в местах продаж могут также использоваться макеты фигур (широкоформатные плакаты, наклеенные на жесткое картонное основание и вырезанные по контуру).

**Брошюры**

Для размещения большого количества информации или для презентационных целей подходит формат брошюры.

Изготовление брошюр:

До начала работы необходимо четко представить себе эти задачи и в соответствии с ними подготовить информацию. Общий стиль оформления брошюры должен соответствовать ее содержанию. Для придания брошюре более представительного вида, возможно использование дизайнерских материалов (картон с тиснением для обложки, вставки из кальки внутри брошюры или введение дополнительного цвета). Также сильного визуального эффекта можно добиться выбрав нестандартный формат брошюры, например, больше А4 (30х30 см), или с горизонтальным расположением полос, или маленький карманный вариант. И последний момент, на который хотелось бы обратить внимание - это скрепление брошюры. Для изделий с небольшим количеством полос подходит крепление на скобу, а для 48 полосных брошюр с достаточно плотной бумагой на блок (от 170 гр.) становится возможным крепление на клей или пружину.

Выбор бумаги для изготовления брошюр:

Обычно, для блока брошюры берется бумага меньшей плотности, чем для обложки (например, блок - 115 гр., обложка - 300 гр.), но для изделий с небольшим количеством полос это не так принципиально, можно взять достаточно плотную бумагу для всего изделия (200-300 гр.)

Количество цветов печати:

Чаще всего брошюры делают полноцветными (4+4), но возможны и варианты печати в два цвета (2+2), введение дополнительного пятого цвета, например фирменного пантона (Pantone) либо золотого или серебряного цвета.

Обложки

Разместите на обложке логотип и всю необходимую контактную информацию и Вы получите прекрасную возможность иметь продолжительную рекламу своей фирмы без дополнительных финансовых затрат.

Обложки обычно печатаются в 4 краски и могут ламинироваться или покрываться лаком. Ламинированные обложки более устойчивы к влаге, но стоят существенно дороже, поэтому ламинирование редко применяется при изготовлении больших тиражей - в этих случаях гораздо экономичнее покрытие офсетным лаком при печати. УФ-лак позволяет создать более толстое и красивое защитное покрытие, но стоит в несколько раз дороже офсетного, потому что наносится обычно вручную после печати и хорошей просушки методом шелкографии. Кроме полного покрытия УФ-лаком можно также подвергнуть обложки выборочному УФ-лакированию, которое позволяет добиться очень интересных эффектов и является полноправным элементом дизайна. Широкоформатные обложки могут ламинироваться с использованием способа холодной ламинации (офсетная продукция обычно ламинируется горячим способом, потому что он примерно в два-три раза дешевле). Пленки для холодной ламинации дорогие, но они не портят изображения, напечатанные методом широкоформатной печати.

Календари — не только канцелярский атрибут, а также неплохой способ размещения рекламы, которая работает достаточно долго. Различные варианты календарей служат носителем рекламы в различных местах и с различными сроками.

Cлово «календарь» происходит от латинских слов «calendarium» и «Calendae». Первое из них в буквальном смысле означает долговую книгу, так как в Древнем Риме было принято проценты по долгам платить первого числа каждого месяца, а первый день каждого месяца и назывался «Calendae» («календы»). Так, 1-е января римляне называли «Calendae Januariae».

Изготовление календарей является наверно самым популярным видом рекламной полиграфии. Большинство компаний ежегодно стремятся выпустить свой календарь и преподнести его в подарок своим клиентам и партнерам. Трудно придумать более практичный бизнес подарок, чем календарь. Сейчас выбор календарей огромен, и завоевать место на стене офиса клиента или на столе партнера с каждым годом становится все более и более сложной задачей. Поэтому дизайн календаря приобретает особое значение. Если дизайн календаря буден удачен, то календарь с вашим логотипом и реквизитами попадет в кабинет топ-менеджера, и его увидят многие влиятельные люди. Можно заниматься изготовлением календарей как стандартных, так и специальных: например, лунных, календарей бухгалтера или знаменательных дат.

Преимущества календарей перед другими видами рекламной полиграфии очевидны. Календари сочетают в себе несомненную функциональность с высоким рекламным потенциалом, при этом срок их активной жизни (не менее года) значительно превосходит срок жизни такой рекламной продукции как листовки, плакаты и буклеты, он сравним с качественными каталогами и брошюрами. Однако вашим каталогом человек может воспользоваться несколько раз, а хороший календарь будет ежедневно перед его глазами.

Это точечная реклама с уникально низкой стоимостью одного рекламного контакта и она прекрасно доказала свою высокую эффективность на практике. Перечислить все варианты и модификации календарей просто невозможно, их число зависит только от Вашей фантазии, так что в других случая все условия оговариваются отдельно. Для перечисленных вариантов цены и сроки могут измениться в зависимости от сложности и наличия материала представленного заказчиком, это оговаривается отдельно.

Карманные календари выгодны при промоушн акциях и могут использоваться для продвижения таких товаров, как продукты, алкоголь, видеокассеты, одежда, обувь, бытовая техника, парфюмерия или косметика. Стоимость изготовления карманных календарей при средних тиражах может быть намного ниже стоимости визиток, однако следует подумать, подходит ли вашей компании этот вид рекламы. Если вы планируете участие хотя бы в одной крупной выставке, смело печатайте карманные календари. Не заказывайте маленький тираж — у вас разойдется их намного больше, чем Вы можете себе это представить, поэтому минимальным рекомендуемым тиражом являются 5000 экз.

Плакатные календари — наиболее экономичный вариант календарей, не считая карманных. Как правило, используются в местах продаж, в офисах и на складах. Отличаются от плакатов только наличием календарной сетки, поэтому подробно их описывать не будем. Обычно используются плакатные календари формата А2, т.к. формат А3 слишком мал для размещения на стене, а плакат А1 иногда бывает великоват, да и стоит существенно дороже. Если Вам необходимо всего несколько больших плакатных календарей - их можно изготовить методом широкоформатной печати.