БИБЛИОТЕКА ПО ПЕЧАТНОЙ РЕКЛАМЕ

# КАК СДЕЛАТЬ ХОРОШИЕ ВИЗИТНЫЕ КАРТОЧКИ

RECLAMA-VAM

## Обращение к читателю книги «Как сделать хорошие визитные карточки»

Здравствуйте, Уважаемый читатель!

Я рад тому, что Вы оказались читателем этой книги, и поэтому решил обратиться к Вам с предложением, принять участие в улучшении этой книги.
Дело в том, что тема этой книги достаточна интересная, и эту книгу будут читать многие люди, а некоторым из них она принесет большую пользу, и потому книга эта должна быть понятна людям.
Я, как автор книги, сделал все возможное, чтобы предложить читателю информацию в доступной для понимания форме.
Однако это только мое мнение, а Вы, уважаемый читатель, можете помочь в том, чтобы эта книга была действительно понятна людям.

Ваше мнение о том, что здесь написано – достаточно важно!

Поэтому, я предлагаю Вам, после того как Вы прочитаете эту книгу, написать свое мнение об этой книге в виде отзыва, комментария, или замечаний.
Если Вы напишете отзыв о книге, то добавьте, пожалуйста, Ваше письменное согласие на публикацию этого отзыва, или напишите о том, что согласия на публикацию Вашего отзыва Вы не даёте.
В случае Вашего положительного решения о публикации Вашего отзыва, пожалуйста, укажите Ваше имя именно так, как Вы считаете возможным для публикации в отзыве.
Кроме имени, в отзыве желательно добавить Вашу должность, профессию, социальный статус или вид деятельности, которым Вы занимаетесь.

Тот читатель, чей отзыв можно будет опубликовать, получит от меня экземпляр этой книги с именной дарственной надписью.

А теперь я обращаюсь ко всем читателям, в чьи руки попал именно этот вариант книги!
Учитывая тот факт, что эта книга будет со временем совершенствоваться, прошу Вас не распространять эту версию книги, а кроме того, хочу напомнить Вам о том, что существуют защищенные законом авторские права.
По всей видимости, после того как я буду получать замечания и комментарии от читателей, эту книгу придется периодически обновлять.
Да и сами визитки, и технологии их изготовления, постоянно совершенствуется, что должно будет отмечаться в следующих версиях книги.

Уважаемый читатель, я очень надеюсь на понимание с Вашей стороны вышеуказанных обстоятельств, и заранее горячо благодарю Вас за то, что Вы согласились принять участие в этом достаточно важном, для людей, деле!

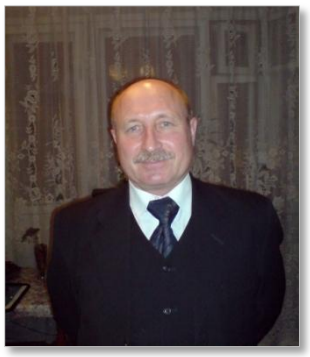
К слову сказать, эта книга будет распространяться впоследствии в формате электронной книги.

*С уважением – Александр Михайлович Выборнов*

## Содержание

1. Обращение к читателю книги . . . . . - 1
2. Содержание . . . . . - 2
3. От автора . . . . . - 3
4. Введение . . . . . - 4
5. Кому и для чего нужны визитные карточки? . . - 5
6. Виды визитных карточек . . . . . - 6
7. Личные визитные карточки . . . . . - 8
8. Деловые визитные карточки . . . . . - 10
9. Корпоративные визитные карточки . . . . . - 12
10.Рекламные визитные карточки . . . . . - 14
11. Как создается стиль визитной карточки . . . . . - 16
12. Алгоритмы создания визиток . . . . . - 19
13. Как сделать визитные карточки . . . . . - 21
14. Этапы создания визитных карточек . . . . . - 23
15. Стандартный размер визитки . . . . . - 25
16. Создание дизайна макета визитки . . . . . - 27
17. Чем выгодно коллекционировать визитки . . . - 29
18. Визитницы . . . . . - 30
19. Эпилог . . . . . - 32
20. Глоссарий . . . . . - 33
21. К читателю . . . . . - 35

# От автора



Несколько слов от автора в качестве предисловия.

Для кого написана эта книга?

Эта книга написана для человека, который в своей жизни встречается с разными визитными карточками, а так же использует различные визитные карточки в своих делах.

Более всего эта книга будет полезна заказчикам визитных карточек.

Однако любой человек, даже если он не собирается делать для себя какие-либо визитные карточки, найдет в этой книге много полезной для себя информации.

Как читать эту книгу?

Эту книгу рекомендуется читать последовательно, переходя от статьи к статье, так как материал, представленный в этой книге, лучше всего можно будет понять и усвоить именно таким образом.

Если читателю, во время чтения текста книги, встретится слово, значения которого этот читатель не знает, то будет правильным посмотреть значения этого слова в толковом словаре и выбрать именно то значение, которое больше всего подходит по смыслу текста.

В текстах этой книги даются определения терминов, слов и понятий, встречающихся в печатном и рекламном деле. Причем определения эти чаще всего даются там, где читатель впервые встретится с термином, сложным словом, или новым для него понятием.

Автором этой книги был создан глоссарий, в котором можно найти все эти определения слов и понятий из книги.

Глоссарий – это словарь, в котором содержатся определения слов, терминов или понятий, встречающихся на страницах этой книги.

Глоссарий располагается на последних страницах книги.

Нужно отметить, что ни одно из определений, встречающихся в этой книги, не скопировано из какого-либо словаря, а все определения были созданы автором исходя из его понимания значений слов и понятий применительно к теме этой книги.

Макеты визитных карточек, встречающиеся на страницах этой книги, были созданы для реальных заказчиков, а некоторая часть, из этих макетов, была разработана непосредственно автором этой книги.

Макет (в полиграфии) – это картинка, видимая на экране монитора, или на принтерной распечатке, в отличие от готового изделия.

К вышесказанному можно добавить, что книга «Как сделать хорошие визитные карточки» написана автором на основе личного опыта в разработке и изготовлении визитных карточек.

Желаю читателю с удовольствием и с пользой провести время за чтением этой книги!

Дополнительная информация о том, как можно создать разнообразную печатную рекламу, находится на сайте: reclama-vam.ru

# Введение

В настоящее время разнообразные визитные карточки пользуются большой популярностью в обществе, и это говорит о многом.

Во-первых, современные визитки могут представить своего владельца в выгодном для него виде.

Во-вторых, визитные карточки помогают установить и поддерживать общение с разными людьми и организациями.

В-третьих, визитки могут рекламировать товар, а так же торговое предприятие, предоставляя заинтересованным людям необходимую информацию в какой-либо области.

В-четвертых, визитки способствуют развитию торговли и производства товаров и услуг.

Можно еще долго перечислять достоинства визиток, однако цель этой книги состоит в том, чтобы помочь читателю самостоятельно разобраться в теме создания визитных карточек, и самостоятельно определить, какие визитки ему нужны.

Определившись с видом визитных карточек, необходимых читателю в данный момент, можно выбрать и способ, которым их можно изготовить наилучшим образом.

Визитка представляет собой достаточно важный инструмент в руках делового человека, и является необходимой составляющей современного бизнеса, а так же эффективный вид печатной рекламы.

Позаботившись о том, чтобы иметь при себе достаточное количество визиток, любой человек обеспечит себе превосходные возможности в успешных начинаниях любого дела.

Визитка должна быть привлекательной, не перегруженной информацией разного рода, и сбалансированной в плане композиции.

Композиция – это составление частей макета в форму, создающую чувство единства и цельности в печатном рекламном изделии.

Хранить визитки лучше всего в визитницах, где они будут всегда находиться в хорошем состоянии, и откуда их можно будет легко достать для того, чтобы вручить собеседнику, и тем самым достойно представиться.

Человек, которому вы вручили свою личную или деловую визитку, возможно и не позвонит вам в ближайшее время, но когда ему это понадобится, то он сделает это с лёгкостью.

Кроме того, обладатель вашей визитной карточки всегда сможет порекомендовать вас своим друзьям или партнерам, представив им вашу визитку.

Не жалейте визитные карточки, а раздавайте их с легкостью и удовольствием потому, что визитки помогут вам успешно строить ваши дела и вашу жизнь.

## Кому и для чего нужны визитные карточки?

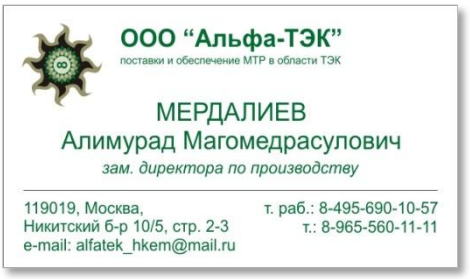
На сегодняшний день редкое торговое предприятие, сервис или торговая точка обходятся без рекламных визитных карточек.

Конечно, к продовольственным магазинам этот вид печатной рекламы не имеет прямого отношения, так как еще не принято в нашем обществе, чтобы продовольственные магазины предлагали свои визитки посетителям магазинов.

Для владельца рекламных визиток крайне важно то, чтобы эти визитки как можно больше распространялись среди потенциальных покупателей товаров или услуг так увеличение распространения рекламных визиток имеет прямое отношение к увеличению объемов продаж.

Для посетителя очень удобно, когда ему предлагают взять рекламную визитку, или какой-либо другой вид печатной рекламы для того, чтобы у этого посетителя остался носитель информации, в котором содержалась бы контактная информация в виде разных номеров телефонов.

В качестве носителя рекламной информации, кроме визиток, могут использоваться календарики, листовки или буклеты, но чаще всего, для этой цели, все же используются рекламные визитки.




Деловые и корпоративные визитки крайне востребованы в деловом сообществе.

Как можно максимально удобно и эффективно представить предприятие, фирму или сервис, а так же любого из сотрудников какой-либо организации?

Ответ простой – с помощью корпоративной или деловой визитной карточки.

Отдельной группой выделяются личные визитные карточки, которые обычно используются для того, чтобы представить своего владельца при знакомстве с новым человеком.

Знакомясь с новым человеком очень удобно передать ему визитку, на которой указывается имя и фамилия владельца визитки, а так же номер его телефона, адреса электронной почты и личного блога.

Личные визитки, созданные с целью как можно лучше представить своего владельца, просто необходимы каждому представителю творческой профессии.

Подводя итог вышесказанному можно с определенной долей уверенности сказать о том, что визитные карточки нужны каждому, или почти каждому, человеку, но наибольшую пользу своему владельцу эти визитки смогут принести только в том случае, когда они сделаны достаточно грамотно.

## Виды визитных карточек

Когда какой-нибудь человек, в силу необходимости или для обеспечения поддержки в своих делах, решается сделать для себя визитные карточки, то он встречается с потребностью в получении достоверной информации о том, какие виды визитных карточек существуют.

В настоящее время существуют разные виды визитных карточек, подразделяемые как по своему функциональному назначению, так и по своим техническим параметрам.

По своему функциональному назначению визитки подразделяются на следующие основные виды:

- личные визитные карточки;
- деловые визитные карточки;
- корпоративные визитные карточки;
- рекламные визитные карточки.

Личные визитные карточки создаются для того, чтобы представить своего владельца, как частное лицо, с присущими ему индивидуальными чертами и свойствами.

При изготовлении личных визиток используются самые разные материалы и технологии.

Корпоративные визитные карточки представляют собой визитки какой-либо организации или учреждения, содержащие в себе достаточную по объему информацию, и предназначенные для того чтобы представить эту организацию заинтересованным сторонам. Корпоративные визитные карточки, изготавливаются в фирменном стиле организации.

Деловые визитки - это визитные карточки, служащие для того чтобы представить своего владельца – сотрудника организации или учреждения, будущим партнерам или клиентам.

Деловые визитки отличаются от корпоративных визиток тем, что содержат в себе информацию о владельце этой визитки как сотруднике какой-либо организации.

По большей части, корпоративные и деловые визитки изготавливаются полноцветной печатью в одностороннем варианте. Чистая оборотная сторона таких визиток используется для записей или пометок.

Рекламные визитные карточки представляют собой визитки, созданные для того чтобы предоставить потенциальным покупателям достоверную информацию об объекте рекламирования, выраженную в краткой форме, с целью заинтересовать этих потенциальных покупателей приобретением товаров или услуг, указанных в этих рекламных визитках.

Рекламные визитки используются для раздачи потенциальным покупателям либо постоянным клиентам, и изготавливаются чаще всего в количестве от 500 штук и больше.

К техническим параметрам визитных карточек можно отнести технологии их изготовления, обуславливающие стоимость и качество изготовленных визиток, а так же виды материалов, на которых печатаются различные визитные карточки.

При изготовлении визитных карточек чаще всего используются следующие технологии:
- офсетная печать;
- цифровая печать;
- шелкография.

Лучшим вариантом для изготовления рекламных визиток считается метод офсетной печати на полиграфическом картоне белого цвета - полноцветными с обеих сторон.

Существуют и другие технологии изготовления визитных карточек, но на практике они используются достаточно редко, а потому рассматривать их более подробно мы не будем.

По цветности печати визитные карточки могут быть полноцветными или черно-белыми.

При изготовлении визитных карточек методом шелкографии цветность определяется количеством используемых цветов в текстах и графических изображениях.

Кроме того, визитные карточки могут быть как с односторонней печатью, так и с двухсторонней печатью.

Визитки могут подразделяться по стоимости на сравнительно не дорогие, предназначенные для раздачи посетителям магазинов, а так же дорогие и престижные, имеющие самую высокую стоимость изготовления.

Чаще всего для изготовления визитных карточек используются следующие материалы:
- полиграфический мелованный картон плотностью 250-300г/м.кв.;
- дизайнерский картон, отличающийся широкой цветовой палитрой образцов и большим разнообразием фактуры используемого материала.

К вышесказанному можно добавить несколько слов о дизайне макетов визитных карточек.

Макеты деловых и корпоративных визиток создаются обычно в деловом стиле, а макеты рекламных и личных визитных карточек могут создаваться в самых разных стилях.

Отдельной группой можно выделить вид визиток, которые печатаются на ризографе. Для изготовления этих визиток используется не дорогая белая или цветная бумага не очень высокого качества.

Несмотря на то, что существуют самые разные виды визитных карточек, заинтересованный заказчик всегда сможет подобрать для себя именно тот вариант, который в большей мере удовлетворит его интересы и потребности.

## Личные визитные карточки

Личные визитные карточки, в последнее время, вновь становятся такими же популярными, и востребованными, как это было в те времена, когда они впервые завоевали симпатии горожан европейских государств в XVIII веке.

Первые личные визитные карточки, как утверждают исторические хроники, появились во времена правления короля Франции и Наварры Людовика XIV.

Первыми обладателями личных визиток были представители высших слоев населения, для которых визитка являлась необходимой и обязательной принадлежностью.

Личные визитки в те времена создавались для того, чтобы представить владельца этих визиток с самых лучших сторон.

Зародившись во Франции, во времена расцвета культуры, интеллектуального влияния и создания невиданной до того времени военной мощи, личные визитные карточки стали распространяться по всей Европе, становясь необходимым атрибутом представителей аристократии всех европейских государств.

В XVIII веке личная визитная карточка стала настолько популярна в городах Европы, что для каждого состоятельного горожанина стало престижным иметь ее в своем обиходе.

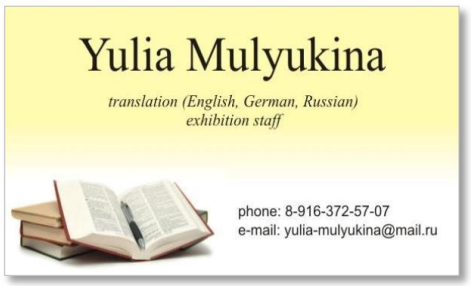
Личные визитные карточки того времени изготавливались способами литографии и гравировки.

Литография – это способ печати, при котором краска переносится под давлением с плоской поверхности камня, на которой создан какой-либо рисунок, на поверхность какого-то материала.

Гравировка – это способ создания надписи или рисунка резанием поверхности исходного материала (камня, металла, стекла и т.д.).

На сегодняшний день личные визитные карточки изготавливаются в основном на современном печатном оборудовании, с использованием самых передовых технологий печатного производства.

Чаще всего личные визитки создаются в свободном стиле, соответствующем в той или иной степени индивидуальности владельцев этих визиток.




Личная визитная карточка может в полной мере отражать индивидуальность своего владельца, его интересы, увлечения, стиль жизни или только то, что владелец пожелает выразить в визуальном образе своей визитки.

На личной визитке указывается имя и фамилия владельца визитки, а так же номер его телефона, адреса электронной почты и личного блога.

При изготовлении личных визиток используется следующий порядок последовательно выполняемых действий:

- создание эскиза визуального образа личной визитки;
- создание макета визитки на экране монитора;
- печать, резка и упаковка личных визитных карточек.

Визуальный образ – это картинка, созданная воображением человека или запечатленная с натуры и хранящаяся в разуме этого человека, которая может быть воспроизведена по желанию самого человека и отражена на каком-либо материале с помощью технических средств и технологий.

Личная визитка обычно используется:
- для того чтобы представить владельца визитки новому знакомому человеку;
- при установлении личных контактов с теми людьми, которым было бы неуместно демонстрировать свою профессиональную деятельность или принадлежность к той или иной организации, которая указывается на деловых визитках;
- для напоминания своим друзьям, приятелям или просто старым знакомым о себе – владельце визитки.

В последнее время личные визитки стали активно использоваться людьми творческих профессий, подчеркивая их индивидуальность и стремление к выражению собственной индивидуальности в визуальных образах.

Нужно отметить, что стиль создаваемой личной визитки имеет большое значение как для самого владельца визитки, так и для того в чьи руки эта визитка передается.

Владельцу визитки важно представить себя с лучшей стороны, подчеркивая при этом свои достоинства и положительные качества.

Причем, эта информация, как в текстовом варианте, так и с использованием символических образов, должна максимально соответствовать действительности потому, что в противном случае эта визитка может привести к недоразумениям или даже неприятностям в отношении самого владельца визитки.

Человеку, получающему в свои руки личную визитную карточку, достаточно важно сложить свое верное мнение о владельце этой визитки, так как в соответствии с этим мнением будут выстраиваться в дальнейшем общение, отношения и уровень доверия. Сложив неверное представление о владельце визитки, получатель этой визитки рискует попасть не в самое удобное или выгодное положение, вступив в контакт с тем человеком, которого эта визитка представляет.

Подводя итог вышесказанному можно с определенной долей уверенности сказать о том, что личная визитная карточка нужна каждому, или почти каждому, человеку, но наибольшую пользу своему владельцу эта визитка сможет принести только в том случае, когда она сделана грамотно.

Грамотно созданная личная визитная карточка может не только правильно представить своего владельца, но и открыть перед ним новые горизонты в достижении собственных целей.

## Деловые визитные карточки

Деловая визитная карточка – что это такое?

Деловая визитная карточка (деловая визитка) – это визитная карточка, которая используется в бизнесе, на официальных встречах, на переговорах, для представления владельца визитки своим будущим клиентам, партнёрам или коллегам.

Деловые визитки весьма популярны в среде деловых людей и пользуются значительным спросом в последнее время

Деловая визитка содержит в себе следующую информацию:
- фамилия, имя, и отчество владельца визитки;
- название фирмы (организации, учреждения, фонда, и т.д.), ее логотип и имя сайта;
- должность и научные степени владельца визитки (если такие имеются);
- адрес фирмы и её почтовые реквизиты;
- телефоны и факс фирмы;
- E-mail: (фирмы и владельца визитки);
- личные и рабочие телефоны.

Это основной набор информации, который может быть дополнен или сокращён.

Нужно отметить, что деловая визитка выполняется в фирменном стиле организации, сотрудника которой эта визитка представляет.

Сотрудникам фирмы, контактирующим с иностранными партнерами, делаются двусторонние визитки, причем оборотная сторона заполняется на английском языке, либо на языке страны, с предприятиями которой осуществляется деловое сотрудничество.

Желая изготовить себе деловые визитки, деловому человеку следует определиться с объемом информации, который будет установлен на его визитке, и сделать несколько эскизов своей визитки, чтобы предварительно просмотреть насколько грамотно и читабельно будет смотреться его визитка в глазах тех людей, которым он будет передавать эту визитку.

Не лишним будет оценить свой эскиз с точки зрения законов композиции, так как на практике замечено, что именно этот момент, в создании макетов визитных карточек, частенько упускают из вида.

Человек, занимающийся какой-либо деятельностью, или являющийся членом какой-то группы, вступая в контакт, с другим человеком, представляется.

В этот момент, было бы удобным, передать собеседнику свою визитку, которая представит самого владельца визитки, фирму владельца визитки, и его положение в этой фирме.

Передавая свою визитку собеседнику, владелец деловой визитки, проявляет свое уважение к этому человеку.

После того как собеседник, в свою очередь, передаст свою визитку инициатору общения, нужно просмотреть ее внимательно и, прочитав вслух то, что там написано, получить подтверждение от человека, передавшего свою визитку, в том, что прочитано и понято правильно.

Рекомендуется делать так потому, что на визитке могут быть непонятные слова и, не разобравшись сразу с тем, что они значат, новый обладатель этой визитки рискует попасть впросак, пользуясь информацией установленной на этой визитке.

Полученную при знакомстве визитку рекомендуется положить рядом с собой, если собеседники сидят, или держать в руке, когда собеседники общаются стоя.

Подобные действия указывают на уважительное отношение человека к собеседнику, и его визитке, а также дают возможность обращаться к этой визитке при проведении беседы.

У некоторых людей бывают сложные, а может быть непривычные имена или фамилии, и правильнее будет время от времени посмотреть имя собеседника в его визитке, чем переспрашивать самого собеседника о его имени, или избегать обращений по имени только потому, что оно не отложилось в памяти.

Обмениваясь визитками, деловые люди выражают свое желание к общению и к возможному установлению деловых отношений.

Так как деловая визитка, в некоторой степени, является «лицом» своего владельца, то передавая свою визитку, человек предоставляет собеседнику дополнительную информацию о себе.

Любой человек, получая от собеседника его визитку и просматривая её, может получить важную информацию, которая во многом предопределит уровень и характер общения и взаимоотношений между собеседниками.

Впоследствии, находясь в визитницах различных людей, деловая визитка будет напоминать им о владельце этой визитки, и о его фирме.

Следовательно, у каждого человека, занимающегося какой-либо деятельностью, должна быть своя деловая визитка.

## Корпоративные визитные карточки

Среди всех видов, изготавливаемых в настоящее время визитных карточек, отдельной группой выделяется такая категория визиток как «корпоративные визитные карточки».

Корпоративные визитные карточки – что это такое?

Вначале определимся со значением слова «корпоративные» или «корпорация».

Корпорация – это объединение лиц или организаций, зарегистрированное в форме юридического лица и осуществляющее свою деятельность самостоятельно.

То есть, корпорация – это организация, которая занимается какой-либо деятельностью.

Корпоративные визитные карточки – это визитки какой-либо организации, содержащие в себе всю необходимую информацию для того чтобы представить эту организацию заинтересованным лицам.

Корпоративные визитные карточки отличаются тем, что содержат в себе следующий набор информации:

- логотип или товарный знак фирмы;
- правильное название организации, которую эта визитка представляет;
- краткая, но понятная, информация о том, чем занимается данная организация;
- юридический или физический адрес местонахождения организации;
- контактная информация, состоящая из телефонов, адреса эл.почты и факса;
- схема проезда;
- дополнительная информация в виде имени сайта организации.

Корпоративные визитки изготавливаются в фирменном стиле организации, и не содержат в себе каких-либо имен или фамилий сотрудников организации.

Как правило, макет корпоративной визитки берется за основу при изготовлении деловых визиток для сотрудников или руководителей организации, а так же при создании рекламных визиток фирмы, организации или сервиса.

Нужно заметить, что многие люди часто путают корпоративные визитки с деловыми визитками и тем самым создают некоторое замешательство в этой области.

Для чего нужны корпоративные визитки?

Корпоративные визитки используются не только для того чтобы представить организацию какому-либо человеку или представителям других организаций, но и для установления и поддержания коммуникационных линий как с существующими партнерами и заказчиками, так и потенциальными.

Деловые визитки используются для поддержания определенных коммуникационных каналов, а корпоративные визитки нужны для поддержания связи непосредственно с самой организацией.

Под коммуникационными линиями или каналами здесь понимаются линии связи.

Распространяются корпоративные визитки самыми разными способами, но чаще всего через сотрудников организации, которую эти визитки представляют.

Распространение корпоративных визиток имеет большое значение потому, что любая организация, активно распространяющая свои корпоративные визитки, распространяет информацию о себе, и тем самым делает себе рекламу.

Причем, эта реклама исходит от первого лица, и поэтому вызывает к себе большее доверие, со стороны тех людей в чьи руки она попадает.

Таким образом, можно рекламировать организацию не используя при этом какую-либо рекламу, а всего лишь распространяя информацию об организации среди потенциальных клиентов и покупателей.

Корпоративные и деловые визитки являются носителями фирменного стиля и служат тому, чтобы в глазах партнеров и клиентов выглядеть достаточно респектабельно, что создает дополнительные преимущества на рынке товаров и услуг.

Использование в корпоративных визитках элементов фирменного стиля уже говорит об определенном уровне корпоративной культуры организации.

Оценивая ситуацию, существующую в настоящее время с использованием в работе организаций корпоративных визиток, можно с уверенностью сказать, что организации недостаточно используют это вид печатной продукции в своей работе.

Крупные фирмы, компании и организации уверенно используют в своей деятельности корпоративные визитные карточки, а многие небольшие организации еще недостаточно уделяют внимания этому важному виду печатных изделий.

Распространяя корпоративные визитные карточки, любая организация повышает свою престижность, а соответственно и свое влияние на рынке.

## Рекламные визитные карточки

Рекламные визитные карточки - что это такое?

Рекламные визитные карточки – это визитки, созданные для привлечения внимания потенциального покупателя к объекту рекламирования, а так же для того, чтобы предоставить ему лаконичную, но достаточную информацию о предмете рекламирования и заинтересовать потенциального потребителя приобретением предмета рекламирования.

Нужно сказать, что рекламные визитные карточки стали широко распространяться сравнительно недавно, но уже завоевали симпатии и признание своих поклонников.

Для чего нужны рекламные визитки?

В наше время уже стало обычным делом то, что любому человеку, посетившему торговую точку, мастерскую, или какое-либо учреждение, могут предложить визитку, которую этот посетитель просмотрит и положит в визитницу, чтобы впоследствии, при надобности, воспользоваться ею.

Интересная, красиво оформленная, лаконичная рекламная визитка дает необходимую информацию и привлекает покупателя, а так же помогает ему поддерживать контакты, используя реквизиты, указанные на визитке.

Рекламные визитки являются не только лицом сервиса, фирмы или торговой точки, но и средством создания постоянных клиентов, которые получают большую пользу, обладая этими визитками.

Что содержит в себе рекламная визитка?

На рекламной визитке, как правило, устанавливается:

- название ТК (торгового комплекса), ТЦ (торгового центра) или строительного рынка;
- название и адрес местонахождения фирмы, магазина, павильона или указан номер торговой точки;
- название товарной группы или вида услуг;
- логотип или товарный знак владельца визитки, а так же контактная информация в виде номеров телефонов и адресов электронной почты.

Кроме того, на рекламной визитной карточке может устанавливаться дополнительная информация:

- могут быть поименованы либо обозначены логотипами производители реализуемой продукции;
- может быть указан ассортиментный перечень реализуемой продукции и условия продаж (доставка, монтаж, гарантия, скидки и т.д.);
- может быть установлено изображение вида или видов реализуемых товаров;
- может быть установлена схема проезда к торговому предприятию, или установлена схема рынка (торгового центра) с указанием на ней местонахождения торговой точки;
- может быть представлен адрес, E-mail, сайт, номер телефона (или несколько номеров телефонов) с указанием имен их владельцев.

На обороте рекламной визитки может быть установлен дополнительный текст, схема проезда, карта скидок, календарь, и другая важная информация.

Иногда оборотную сторону визитки оставляют чистой для того, чтобы на ней можно было написать что-то нужное или добавить какую-либо информацию.

Какие материалы и технологии чаще всего используются при изготовлении рекламных визитных карточек?

Так как рекламные визитки предназначены для широкого распространения, то стоимость их изготовления должна быть сравнительно небольшой, а качество печати должно быть достаточно хорошим.

Эти требования могут быть успешно удовлетворёны изготовлением рекламных визиток методом офсетной печати, при котором краска наносится специальными машинами на исходный материал.

В основном, для изготовления этих визиток применяется гладкий картон белого цвета.

Визитки, изготовленные этим методом, могут быть полноцветными или черно-белыми.

Однако чаще всего рекламные визитки делаются полноцветными с обеих сторон.

Полноцветная печать – это полиграфический термин, используемый для обозначения многокрасочной печати на исходном материале.

Современный товарный рынок уже насыщен и перенасыщен товарами, которые не всегда своевременно находят своего покупателя.

Как можно было бы торговому предприятию выжить и развиться в условиях жесткой конкуренции на современном товарном рынке?

Для того чтобы можно было успешно выжить торговому или производственному предприятию, в условиях жесткой конкуренции, нужно делать эффективную рекламу, путем организации и проведения различных рекламных мероприятий.

Многие предприятия создают системы продаж, используя в них печатную рекламу.

Существует много различных систем продаж товаров или услуг, в которых успешно используются рекламные визитные карточки.

Рекламные визитные карточки, на сегодняшний день, являются одним из самых популярных видов печатной рекламы, и это факт, с которым трудно не согласиться.

## Как создается стиль визитной карточки

Любая визитная карточка создается в каком-либо стиле.

Стиль визитки представляет собой визуальный образ печатного изделия, отличающийся совокупностью признаков характерных определенному способу предоставления информации, имеющему условное название.

Нужно заметить, что не существует четкой системы стилей, используемых при создании визитных карточек, а причисление той или иной визитки к какому-то стилю носит чисто условный характер.

Однако, даже использование простейшей системы видов стилей, при создании различных визитных карточек, значительно облегчает работу и позволяет получать продукцию отличного качества.

Визитные карточки, по большей части, создается в следующих стилях:

- деловой стиль;
- рекламный стиль;
- фирменный стиль;
- классический стиль;
- традиционный стиль;
- авангардный стиль;
- стиль модерн;
- романтический стиль;
- стиль фэнтази;
- стиль реализм;
- стиль «петухи» и т.д.

Деловой стиль визитки представляет собой стилевой образец, в котором используется определенный набор информации, включающий в себя, в том числе, название организации, а так же ее логотип и набор реквизитов.

В деловом стиле изготавливаются деловые и корпоративные визитные карточки.

Рекламный стиль характерен использованием в визитных карточках того или иного рекламного сообщения.

В рекламном стиле, на сегодняшний день, создается большая часть изготавливаемой печатной продукции, причем, с использованием всех видов печатных изделий.

Фирменный стиль визитных карточек отличается использованием в них элементов фирменного стиля какой-либо организации.

Носителями фирменного стиля могут быть любые печатные изделия, отвечающие требованиям, предъявляемым к качеству этих изделий.

Классический стиль отличается использованием в визитных карточках лучших традиций жанра, характеризующихся строгостью, сочетаемой с простотой, а так же практичностью форм и видов визитных карточек.

Классический стиль используется в любых видах печатных изделий.

Традиционный стиль характерен использованием в визитных карточках элементов народных или национальных традиций.

Это могут быть национальные орнаменты или сочетания цветовых форм, традиционно используемых в изделиях народных промыслов.

Авангардный стиль, используемый при создании визитных карточек, характерен продвижением в визуальных образах передовых идей современного общества.

Стиль модерн определяется идеей о том, что форма макета визитной карточки важнее ее содержания.

Стиль модерн используется достаточно редко при создании визитных карточек, а упоминается он в этой статье только для того, чтобы читатель, встретившийся с замысловатыми формами на визитных карточках, понимал принадлежность этих изделий к стилю модерн.

Романтический стиль печатных изделий характеризуется изяществом и утонченностью форм и линий в макете визитной карточки.

В романтическом стиле иногда изготавливается реклама салонов красоты или реклама салонов стильной одежды.

Стиль фэнтази - это свободный полет творческой мысли, реализуемый в макете визитной карточки, в виде нереальных форм и образов.

Применяется частенько в рекламе различных аттракционов или цирковых программ.

Стиль реализм характерен использованием в визитных карточках фотографий или графических изображений существующих изделий, товаров, помещений и т.д. с целью создания у читателя достаточного представления о реальности существования этих вещей в настоящем времени.

Стиль «петухи» - это название цветасто-пестрых визитных карточек, которые привлекая читателя яркостью цветовых форм, отличаются наличием трудно читаемых текстов на этих визитках, изготовленных с нарушениями всех элементарных норм и правил создания визитных карточек.

Зачастую стиль конкретной визитной карточки создается с использованием разных видов стилей.

Однако, используя такие общие, для любых стилей, принципы как: краткость, конкретность, грамотность, логичность, оригинальность и выразительность возможно создание достаточно качественных визитных карточек.

## Алгоритмы создания визиток

Создать – это значит получить визитные карточки в готовом виде.

Слово создать более других подходит в этом случае для описания всего, что должно быть сделано для того, чтобы в результате получились именно те визитки, которые в большей степени смогут обеспечить решения задач, поставленных перед разработчиками макета визитки.

Итак, вначале нужно определить назначение будущих визиток исходя из существующей в настоящее время классификации видов визиток.

Основных видов визиток несколько:

- личные визитки;
- деловые визитки;
- корпоративные визитки;
- рекламные визитки.

Для создания любого из видов визиток существуют определенные алгоритмы создания визиток.

Слово алгоритм определяется как упорядоченная последовательность выполняемых действий, имеющая своей целью достижение запланированного результата.

Алгоритм создания личных визиток включает в себя такие действия:

- определение вида материала, на котором будут изготовлены эти визитки;
- определение технологии изготовления визиток;
- разработка визуального образа макета личной визитки;
- создание дизайна макета визитки;
- изготовление и упаковка личных визиток.

Визуальный образ макета разрабатывается в таком виде, который бы как можно лучше отражал реальные свойства личности обладателя этих визиток, а так же его интересы или стиль жизни.

Суть личных визиток заключается в том, чтобы представить человека таким, какой он есть на самом деле, подчеркивая его достоинства и положительные качества.

Если макет личной визитки будет демонстрировать образ человека, который во многом не соответствует действительности, то такие визитки могут привести к недоумению или даже к замешательству того человека, в чьи руки они попали. В результате чего поддержание дальнейших отношений с человеком, представленном подобной личной визиткой, может оказаться затруднительным.

Алгоритмы создания корпоративных и деловых визиток включают в себя разработку фирменного стиля заказчика визиток, либо воспроизведение на этих визитках уже существующего фирменного стиля.

По сути, воспроизведение фирменного стиля на макетах визиток является основным правилом при создании корпоративных, деловых и рекламных визиток.

Дело в том, что некоторые заказчики разрабатывают изначально фирменный стиль, устанавливая его на рекламных баннерах, где имеются большие площади для установки различных картинок, а потом уже решаются изготовить для своих нужд корпоративные, деловые или рекламные визитные карточки.

В таких случаях дизайнерам приходится изрядно потрудиться для того, чтобы решить эту задачу.

Алгоритм создания корпоративных и деловых визиток включает в себя:

- определение вида материала и технологии изготовления визиток, с учетов объема конкретного заказа;
- разработку макета визитки в соответствии с фирменным стилем организации, для которой создаются эти визитки;
- изготовление, упаковку и доставку визиток заказчику.

Для создания макетов деловых визиток, обычно, используется макет корпоративной визитки, в который добавляются необходимые данные о сотруднике и его линиях связи.

Рекламные визитки фирмы делаются так же в стиле корпоративной визитки, с различием в том, что на рекламных визитках продвигается идея продажи товаров или услуг, сопровождаемая необходимой информацией.

Корпоративные, деловые и рекламные визитки, как правило, изготавливаются методом офсетной печати тиражами не менее 500 штук каждого вида.

Алгоритмы создания визиток, наработанные многолетней практикой, позволяют создавать эффективные работающие визитки.

# Как сделать хорошие визитные карточки

Чтобы сделать хорошие визитные карточки, нужно сначала решить для себя вопрос – «Кто будет изготавливать эти визитки?».

Есть два основных варианта ответа на этот вопрос:

1. Обратиться в рекламное агентство.
2. Самому изготовить визитки.

Этот вопрос достаточно важный потому, что в зависимости от того как он будет решен, нужно будет совершать определенные действия.

А теперь мы рассмотрим тот вариант, когда человек решает обратиться в рекламное агентство с тем, чтобы ему изготовили визитки.

Позвонив в рекламное агентство, заказчик договаривается о встрече с рекламным агентом в определенном месте и в определенное время, либо сам приезжает в это агентство.

Работа по созданию визитки начинается с вопроса рекламного агента – «Для чего Вам нужны визитки?».

Получив ответ на этот вопрос, рекламный агент показывает заказчику образцы готовой продукции, акцентируя внимание заказчика на тех вариантах, которые соответствуют теме заказа.

При необходимости рекламный агент даёт пояснения относительно материалов, сроков изготовления и цен на изготовление визиток.

После того как заказчик выбрал материал, определил цветность макета (полноцветный, чёрно-белый), и количество заказываемой продукции, агент переходит к обсуждению макета будущей визитки и оформлению заказа с заполнением «бланка-заказа».

Сначала определяется цвет фона макета, используя при этом имеющиеся образцы визиток.

Подобрав фон, определяется объём текста, наличие картинок (которые заказчик желает установить на макет), логотипы, телефоны и другие данные, которые должны быть установлены на лицевой стороне визитки.

Картинки должны быть не «какие-нибудь», а чётко определённые.

Относительно логотипов, которые заказчик желает видеть на своей визитке, то он может подобрать их с образцов, представленных агентом, либо сам должен позаботиться о том, чтобы представить их на каких-либо материалах или дать ссылки, по которым можно найти их в интернете.

У некоторых заказчиков есть такая фантазия, что «дизайнер все знает» или «дизайнер все сам найдет», однако это не соответствует действительности.

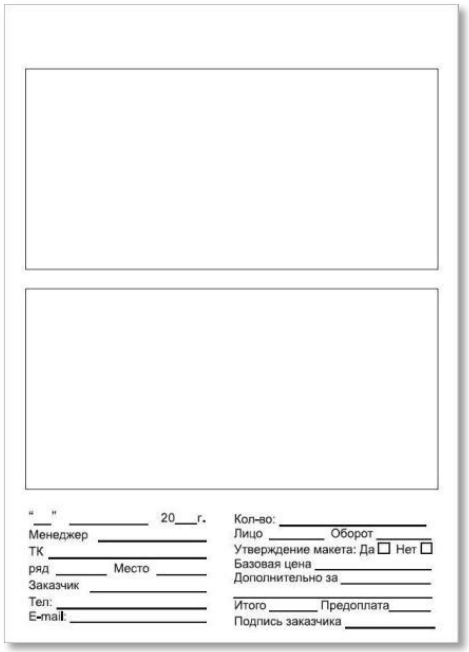
На самом деле существует огромнейшее количество всевозможных логотипов, и именно заказчик знает тот логотип, или тот вариант изображения логотипа, который нужно установить на его визитке, а потому этот заказчик и должен позаботиться о том, чтобы представить рекламному агенту нужный ему логотип на каком-либо носителе.

Для удобства работы рекламный агент может сначала составить черновик на листе бумаги или сам заказчик может написать и нарисовать на черновике примерный вариант того, что он хотел бы видеть на своей визитке, с учётом расположения текстов, картинок, логотипов, телефонов и т.д.

Возможно, понадобится сделать несколько черновиков, прежде чем обозначится тот вариант, который можно будет взять за основу.

В том случае, когда заказчик желает повторить его визитку, или, отобрав из образцов, представленных агентом, какой-либо вариант, предлагает взять его за основу (с учётом изменений телефонов и т.д.), то можно черновик и не делать.

Завершив работу с лицевой стороной визитки, переходят к оборотной стороне, где все действия выполняются аналогично.




После завершения работы над черновиками макетов, окончательно заполняется «бланк-заказа», в котором указываются: имя заказчика, его местонахождение, E-mail, контактный телефон, вид материала, цветность лицевой и оборотной стороны, количество изделий, дополнительные условия, сумма заказа, дата приёма заказа и сроки изготовления продукции.

На этом оформление заказа, на изготовление визиток, заканчивается.

Далее дизайнером рекламного агентства, на основе бланка-заказа, создается макет визитной карточки, который отправляется по электронной почте заказчику, на просмотр и утверждение.

При необходимости, или по желанию заказчика, макет дорабатывается до состояния, в котором он может быть утвержден заказчиком.

После утверждения заказчиком макета визитки, этот макет отправляется в печатное производство, а изготовленные визитки упаковываются и доставляются заказчику, либо заказчик забирает их самостоятельно из рекламного агентства.

Когда заказчик знает правильный порядок оформления заказа на изготовление визиток, то для него не будет сложностей в том, чтобы заранее подготовить необходимые, для изготовления визиток, материалы.

В том случае, когда человек решает самостоятельно сделать визитку, он может обратиться к материалу этой статьи, в котором дается порядок разработки макета визитки.

Отпечатать визитки, разработанные самостоятельно, можно на хорошем принтере.

Однако качество самостоятельно изготовленных визиток будет значительно ниже, чем качество визиток, изготовленных рекламным агентством.

Макеты, создаваемые в рекламном агентстве, делаются в специальных дизайнерских программах, что позволяет получить наиболее качественные макеты визиток, а печатаются такие визитки на типографском оборудовании с использованием самых современных технологий.

Сделать визитку не сложно, но чтобы сделать работающую рекламную визитку, которая будет приводить покупателей, нужно кое-что знать и уметь.

## Этапы создания визитных карточек

Визитная карточка, по своему функциональному назначению, представляет собой носитель контактной информации о человеке, организации или торговой точке.

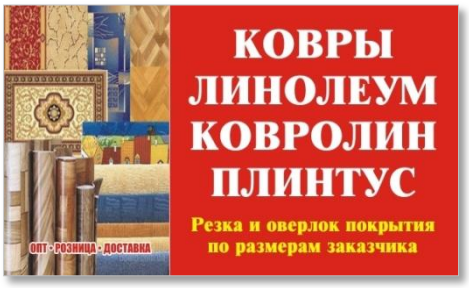
Визитка – это небольшой листок с размерами 50х90мм., изготовленный из пластика, картона, бумаги или из других материалов.

Чаще всего, для изготовления визиток используется белый гладкий картон плотностью 250-300гр/кв.м.

Как создать визитные карточки?

Создание визитных карточек осуществляется в несколько этапов:

- определение назначения;
- определение вида материала и технологии изготовления визиток;
- разработка визуальной идеи;
- разработка и создание макета визитной карточки;
- изготовление визитных карточек.




Назначение визитной карточки определяется заказчиком.

Вид материала и вид технологии изготовления визитных карточек также определяется заказчиком исходя из принципов разумной целесообразности.

Разработка визуальной идеи осуществляется исходя из целей, для достижения которых эти визитки создаются.

Процесс разработки макета начинается с обсуждения, заказчиком и изготовителем визитных карточек, тематики, цветовых решений, текстов и изображений, которые будут установлены на визитных карточках.

В результате обсуждения всех исходных данных, создается эскиз макета, а после его доработки до какого-то конечного варианта, этот эскиз макета вместе с другой дополнительной информацией фиксируется в бланке-заказа на изготовление визитных карточек.

На основании эскиза макета, и с учетом всей дополнительной информации, дизайнером создается макет визитной карточки на экране монитора.

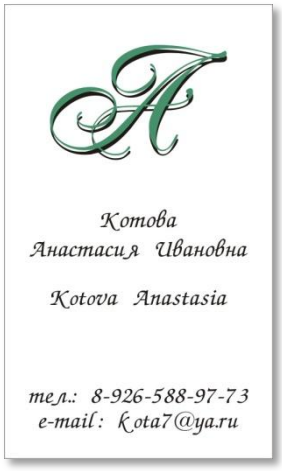
После утверждения заказчиком макета визитной карточки, макет отправляется в печать.

Менее дорогие визитки изготавливаются методом офсетной печати, при котором краска наносится специальными машинами на исходный материал.

Визитки, изготовленные этим методом, могут быть черно-белыми или полноцветными.

Визитки, изготовленные методом офсетной печати, можно покрыть лаком, что обеспечит этим визиткам большую устойчивость к истиранию и другим механическим воздействиям.

Качество визиток, изготовленных методом офсетной печати – отличное.




При малых тиражах используется цифровая печать. Однако стоимость визиток изготовленных методом цифровой печати выше, чем стоимость визиток изготовленных методом офсетной печати. Высокая стоимость цифровой печати получается из-за дороговизны картриджей, используемых в машинах цифровой печати.

Нужно отметить, что само по себе название «цифровая печать» обозначает изготовление печатных изделий на высококачественных принтерах. Качество печати, при изготовлении визитных карточек методом цифровой печати, несколько ниже, чем у визиток, изготовленных офсетной печатью.

Поэтому, при изготовлении визиток методом цифровой печати не рекомендуется создавать полноцветные макеты, для печати которых потребуется полная заливка всего поля визитной карточки.

При изготовлении визиток используется так же и метод шелкографии.

Методом шелкографии изготавливаются визитки на разных материалах, но чаще всего используется дизайнерский картон, видов которого более четырёхсот.

Такой картон отличается разнообразием фактуры и широкой цветовой палитрой.

Очень интересные визитки получаются на плайке и тач кавере.

Эти материалы имеют бархатистую и приятную на ощупь поверхность.

На визитках, изготавливаемых методом шелкографии, нельзя установить цветные картинки, а можно лишь установить текст и графические рисунки.

Визитки, изготовленные методом шелкографии, достаточно дорогие.

Отпечатанные визитные карточки можно покрыть ламинатом, после чего их устойчивость к любым воздействиям значительно увеличивается.

Ламинированным визиткам рекомендуется делать скругление углов для того, чтобы при использовании этих визиток не происходило отслаивание ламината на углах визитки.

Визитки изготавливаются и на других видах материалов, но это делается гораздо реже, чем на тех материалах, о которых написано в этой статье.

## Стандартный размер визитки

Стандартный размер визитки, изготавливаемой в России и некоторых странах СНГ, представляет собой формат с размерами по сторонам 50х90мм.

Чаще всего визитки изготавливаются методом офсетной печати, на белом картоне плотностью 250-300 г/кв.м., в количестве не менее 500 шт. одного вида.

Для изготовления визиток используются так же другие технологии и другие материалы.

Ассортимент материалов, на которых изготавливаются визитки в небольших количествах, настолько велик, что его трудно перечислить в рамках этой статьи.

Визитки можно встретить самые разные и изготовленные на самых разных материалах.

Для хранения визитных карточек, чаще всего, используются разнообразные визитницы.

Нужно отметить, что современные визитницы, реализуемы в сфере торговли России, имеют размеры ячеек соответствующие стандартным размерам визиток, и попытки втиснуть в эти ячейки визитки большего размера приводят к порче этих визиток или визитниц.

Однако бывают такие случаи, когда на визитке требуется установить большой объем текста, а сделать это за счет уменьшения размера шрифтов не представляется возможным. Такое случается иногда с рекламными визитками, на которых заказчик желает поместить текстовую информацию, превышающую все возможные пределы.

В таких случаях используются форматы размерами 50х180мм., или форматы 100х90мм.

В сложенном состоянии, такая двойная визитка, имеет стандартный размер визитки 50х90 мм., а в раскрытом состоянии размер поля в два раза больше.

Одним словом – просто используется новый формат в размере двух совмещенных визиток стандартного размера, который затем сгибается по линии сгиба, и в результате чего получается двойная визитка, в которой можно поместить информации в два раза больше, чем на обычной визитке.

У двойной визитки имеется внешняя сторона и внутренняя сторона, а также лицевая сторона и оборотная сторона.

В сложенном состоянии визитка имеет лицевую и оборотную сторону, а в раскрытом состоянии, эта же визитка, имеет внутреннюю и внешнюю стороны.

На лицевой и оборотной стороне двойной визитки устанавливается материал таким же образом, как и на обычной визитке, а внутренняя сторона двойной визитки обычно заполняется более подробным перечнем товаров, реализуемых заказчиком этой двойной визитки.

При изготовлении двойных визиток требуется применять дополнительные меры предосторожности для того чтобы резчик, выполняющий работы по обрезке печатной продукции в типографии, «не зарезал» двойную визитку.

На практике были такие случаи, когда резчик, не обращая внимания на предупредительные надписи, установленные рядом с двойной визиткой, продолжая свою работу, разрезал эти двойные визитки по линии их сгиба.

Это происходит потому, что двойные визитки в типографиях изготавливают достаточно редко, а резчики, привыкшие в своей работе к неким автоматизмам, не замечают предупредительных надписей на печатных листах и разрезают двойные визитки по линии сгиба.

Иногда визитки делаются с фигурными вырубками или с применением каких-либо других технологических новшеств, что создает дополнительные трудности в изготовлении этих визиток, хотя, в результате этой работы получается необычная продукция, впечатляющая порой своим видом даже видавших всякие виды печатников.

Занимаясь какими-либо делами можно встретить «визитки», отпечатанные на плотной бумаге, с размерами, превышающими принятые стандарты.

Как было подмечено на практике, чаще всего такие «визитки» изготавливаются непрофессионалами в кустарных условиях, либо делаются какие-то карточки по специальным заказам, которые по ошибке называют визитками.

По поводу размеров визиток можно поделиться с читателями этой статьи наблюдениями, накопленными в течение нескольких лет работы в сфере изготовления печатной рекламы.

Чаще всего интересуются изготовлением визиток с нестандартными размерами заказчики, желающие выделиться из общего фона каким-либо образом.

Однако эти заказчики зачастую не понимают, что самое лучшее впечатление они смогут произвести на людей не в тех случаях, когда размеры их визиток будут не стандартными, а в тех случаях, когда макеты их визиток будут достаточно впечатляющими по своим художественным качествам.

Используя стандартные размеры визиток, обладатель этих визиток может рассчитывать на доброжелательное отношение людей, которым он эти визитки вручает.

А использование нестандартных размеров визиток, за исключением случаев изготовления двойных визиток, может восприниматься не самым лучшим образом, и привести к не самому хорошему отношению со стороны людей, в чьих руках эти визитки оказались.

Визитки, имеющие стандартные размеры, хорошо воспринимаются большинством людей, и они успешно используются в самых разных сферах жизни и деятельности современного общества.

## Создание дизайна макета визитки

Дизайн макета визитки – что это такое?

Дизайн – это процесс деятельности человека, направленный на создание новых форм какого-либо изделия, а так же результат этой деятельности, выраженный внешними формами созданного изделия.

Дизайн макета визитки – это процесс создания макета визитки, и результат этого процесса в виде картинки.

Можно сказать, что дизайн макета визитки - это разработка макета будущей визитки и это сам макет в виде картинки, который можно просмотреть на мониторе либо в распечатке на листе бумаги.

Процесс создания визитной карточки включает в себя, как составную часть, разработку идеи, которую должна нести в себе эта визитка.

Определившись с идеей, приступают к этапу разработки макета, состоящего из технической части и дизайна этого макета.

Техническая часть состоит из разработки объема и структуры текста, а так же из определения количества изображений, которые будут установлены на макете визитки.

Разработка дизайна начинается одновременно с разработкой идеи, которую должна нести в себе эта визитная карточка, так как в этот момент определяются цветовые формы будущей визитки и их взаимное сочетание.

Разрабатывая техническую часть визитки, состоящую из определенных текстов и изображений, принимают во внимание общий цветовой фон, который уже был изначально принят за основу.

Дизайн макета визитки должен отличаться целостностью формы и идеи, что достигается использованием в разработке макета законов композиции.

Чаще всего изготавливаются визитки следующих категорий:

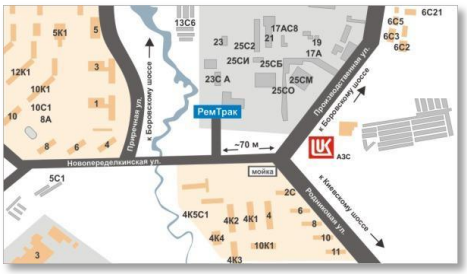
- деловые визитки;
- корпоративные визитки;
- рекламные визитки.

Деловая визитка, по сути своей является такой же необходимой принадлежностью набора делового человека как костюм, галстук, авторучка или телефон.

Деловые визитки изготавливаются в различных стилях, но чаще всего используется классический стиль, который воспринимается с уважением не только в деловом сообществе, но и самыми разными людьми современного общества.

Новаторские стили имеют место, при изготовлении деловых визиток, однако воспринимаются такие визитки не однозначно, а потому могут вызвать недоумения у клиентов и партнеров по бизнесу.

Нужно отметить, что в последние годы деловые визитки стали иногда изготавливаться с элементами рекламы, и если это делается достаточно корректно, то встречается с пониманием в деловой среде.




Корпоративная визитка представляет компанию, фирму или какое-то предприятие.

Макеты корпоративных визитных карточек создаются в фирменном стиле предприятия или организации, которых эти визитки представляют.

В корпоративной визитной карточке указывается правильное юридическое название предприятия и его местонахождение, а так же сфера деятельности этого предприятия, и контактная информация в виде телефонов, эл.почты и сайта предприятия.

На обороте корпоративной визитки может быть установлена схема проезда к месту нахождения предприятия или может быть указан перечень видов деятельности этого предприятия.

Корпоративные визитки достаточно широко используются предприятиями для установления и поддержания контактов с клиентами и партнерами.

Рекламные визитки – это достаточно новый вид печатной рекламы, завоевавший, тем не менее, заслуженную популярность в сфере торговли и оказания услуг.

Главное, что можно выделить в дизайне рекламных визиток, это их необычность и привлекательность, которая не должна остаться незамеченной потенциальным покупателем или заказчиком.

Дизайн рекламных визиток настолько разнообразный, что не поддается какой либо классификации или систематизированию.

Подводя итоги рассмотрения темы этой статьи можно выделить главные характерные особенности дизайна макетов визиток.

Дизайн макета визитки должен быть сбалансирован как по цветовым формам, так и по объему представленной информации.

Макет визитки не должен быть плотно забит текстом и какими-либо изображениями.

На макете визитки должен быть «воздух», то есть на макете должно быть свободное пространство, которое создает чувство легкости визитки.

Дизайн макет визитки должен быть создан в едином стиле, и не должен отличаться чрезмерной пестротой цветовых форм.

Хороший дизайн макета визитки вызывает у человека, просматривающего визитку, приятные эмоции и чувство заинтересованности к тому, что представлено на этой визитке.

# ЧЕМ ВЫГОДНО КОЛЛЕКЦИОНИРОВАТЬ ВИЗИТКИ

Многие люди специально коллекционируют визитки, используя для их хранения различные визитницы.

Коллекционировать – это значит собирать образцы однородных предметов для их дальнейшего использования.

Чем выгодно коллекционировать образцы визиток для посетителей торговых предприятий и сервисов, а так же для их владельцев?

Собирая коллекции визиток по разным темам, коллекционер всегда может обратиться к своей коллекции за помощью.

Намереваясь сделать в своей квартире ремонт, или желая приобрести что-то нужное для себя в магазине, совершенно не обязательно бегать по разным магазинам в поисках необходимых товаров, а достаточно открыть нужную визитницу и сделать несколько телефонных звонков по телефонам, указанным на рекламных визитках.

Конечно, можно поискать нужные товары по интернету, но здесь есть очень важное обстоятельство, состоящее в том, что обращаясь по телефону, указанному в интернете, человек не знает, что собой представляет тот магазин или сервис, в который он звонит.

Что же касается визиток, то здесь совершенно другая ситуация, и особенность здесь в том, что коллекционер визиток уже, как минимум однажды, побывал в том магазине, визитка которого лежит в его коллекции.

То есть, коллекционер визиток уже был в магазине, в котором взял для своей коллекции визитку понравившегося ему магазина.

В наше время гораздо выгоднее обращаться к тем магазинам, с которыми уже знаком и о которых уже сложилось хорошее мнение.

Позвонив по телефону, указанному на визитной карточке, можно узнать не только о наличии нужного товара и его стоимости, но зачастую даже сделать заказ о комплектации нужных товаров.

С точки зрения потребителя мы рассмотрели вопрос о коллекционировании визиток, но есть еще и интерес предпринимателей в том, чтобы коллекционировать образцы визиток.

Коллекционируя образцы визиток по теме, соответствующей направлению деятельности предпринимателя, можно наблюдать за тем, что происходит у конкурентов.

Наблюдая за изменениями в визитках конкурентов можно сделать анализ их печатной рекламы с тем, чтобы использовать для себя лучшее из того, чем пользуются «друзья по цеху».

Коллекционировать образцы визиток выгодно еще и тем, что просматривая по необходимости свою коллекцию можно найти на каких-то образцах что-то очень полезное для совершенствования собственной печатной рекламы.

В том, чтобы перенимать хороший опыт, нет ничего плохого, если это не делается в виде прямого копирования, которое может доставить много неприятностей любителю воспроизведения чужой рекламы.

## Визитницы

Любой человек, занимающийся какими-либо делами, раздаёт свои визитки и получает визитки других людей.

Деловому человеку довольно часто приходится обращаться к визиткам, которые у него накапливаются в результате его деятельности, и поэтому у делового человека, рано или поздно, встает вопрос об удобном хранилище для своих визиток.

Активному деловому человеку, который в течение дня встречается и проводит переговоры со многими людьми, потребуются разные визитницы для хранения своих визиток**.**

Визитница – это любой предмет, выполненный из различных материалов, и предназначенный для хранения визиток.

Существуют следующие виды визитниц:

- карманные,
- декоративные,
- визитницы-кляссеры,
- большие визитницы,
- визитницы-футляры,
- настольные подставки под визитки,
- визитницы-картотеки,
- визитницы из камня, и другие, не менее популярные, виды визитниц.

Карманные визитницы удобны для повседневного использования, и решают проблемы хранения небольшого количества визиток, и пластиковых карт.

Карманные визитницы подвергаются большому количеству различных механических воздействий, а потому подбирать для себя нужно такую карманную визитницу, которая могла бы иметь респектабельный вид, а также долго служить, и не портить одежду.

Большие визитницы предназначены для хранения большого количества визиток, к которым должен быть обеспечен удобный доступ в любое время.

Большие визитницы не предназначены для того чтобы носить их с собой постоянно, но для некоторых людей удобно возить их с собой в машине с тем, чтобы в любой момент можно было найти нужную визитку и установить контакт с ее владельцем.

Декоративные визитницы, выполненные из кожи и украшенные тиснением, а также другими видами отделки, могут стать красивым подарком для любого делового человека.

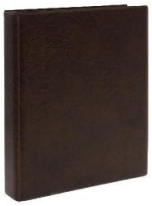
Конечно, прежде чем покупать и дарить декоративную визитницу, следует узнать о вкусах и пристрастиях того человека, для которого готовится этот подарок.

Настольная подставка для визиток удобно расположится на рабочем столе менеджера по работе с клиентами, или на столе торговой точки.

В настольную подставку можно положить некоторое количество визиток и к этим визиткам будет обеспечен быстрый и удобный доступ.

Визитницы-картотеки, стоящие на рабочем столе, занимают немного места, но обеспечивают большие удобства в поиске необходимой визитки.

Визитницы-картотеки надолго сохранят визитки клиентов и партнёров в хорошем состоянии, несмотря на то, что этими визитками часто пользуются в текущей работе.



Кляссеры удобны для хранения визиток, разложенных по темам, и могут находиться как на рабочем столе менеджера, так и в его портфеле или машине.

Визитница – это удобное средство хранения и транспортировки не только для визиток, но и для банковских кредитных карт, водительского удостоверения, пропуска в различные организации, карт экспресс-оплаты, дисконтных карт, проездного в метро и много чего другого.

Визитницы, являясь совершенно необходимым аксессуаром любого делового человека, можно приобрести как в магазинах канцелярских товаров, так и в магазинах, специализирующихся на продажах этого вида товаров.

Безусловно, в специализированных магазинах представлен более широкий ассортимент визитниц, и поэтому не составит большого труда, для любого делового человека, выбрать для себя в таком магазине именно те визитницы, которые больше всего для него подходят.

## Эпилог

Хорошие визитные карточки востребованы в современном обществе.

Хорошие визитные карточки способны вызывать положительные эмоции у людей, а так же формировать у них образы новых реальностей относительно тем, используемых в макетах этих визитных карточек.

Хорошие визитные карточки способны расположить любого человека к информации, представленной на визитке и заинтересовать этого человека предложениями, указанными на этих визитках.

Визитные карточки помогают человеку в жизни буквально на каждом шагу:
- представить себя незнакомому человеку;
- создать благоприятное впечатление о владельце визитки и сообщить контактную информацию, используя которую можно всегда установить с ним линии связи;
- сделать рекламу товарам или услугам;
- распространить информацию о новой фирме или новом сервисе;
- и во многих других случаях и ситуациях.

Учитывая всю историю использования визитных карточек в жизни и деятельности многих поколений людей можно сказать, что визитные карточки еще долгие годы будут нужны людям.

А это значит, что любой человек, заинтересованный в создании для своих нужд и интересов хороших визиток должен иметь представление о том, как вообще делаются визитки, и как можно сделать для себя именно хорошие визитные карточки.

Хорошие визитные карточки должны служить на пользу каждого человека и общества в целом!

## Глоссарий

**Алгоритм** определяется как упорядоченная последовательность выполняемых действий, имеющая своей целью достижение запланированного результата.
**Визуальный образ** – это картинка, созданная воображением человека или запечатленная с натуры и хранящаяся в разуме этого человека, которая может быть воспроизведена по желанию самого человека и отражена на каком-либо материале с помощью технических средств и технологий.
**Визитка** – это небольшой листок с размерами 50х90мм., изготовленный из пластика, картона, бумаги или из других материалов.
**Визитница** – это любой предмет, выполненный из различных материалов, и предназначенный для хранения визиток.
**Глоссарий** – это не большой по объему словарь, в котором даются определения специальных терминов, используемых в тексте книги или в документах. В глоссарии так же включают новые или трудные для понимания слова. Причем, определения терминов и слов даются в том контексте, в котором они используются в данном тексте.
**Гравировка** – это способ создания надписи или рисунка резанием поверхности исходного материала (камня, металла, стекла и т.д.).
**Деловая визитная карточка** (деловая визитка) – это визитная карточка, которая используется в бизнесе, на официальных встречах, на переговорах, для представления владельца визитки своим будущим клиентам, партнёрам или коллегам.
**Деловой** - имеющий какое-либо отношение к службе, работе, или какому-то делу.
**Деловой стиль** – это образ печатного изделия, связанного с работой, службой или с какими-то деловыми отношениями.
**Дизайн** – это процесс деятельности человека, направленный на создание новых форм какого-либо изделия, а так же результат этой деятельности, выраженный внешними формами созданного изделия.
**Дизайн макета визитки** – это процесс создания макета визитки, и результат этого процесса в виде картинки.
**Коллекционировать** – это значит собирать образцы однородных предметов для их дальнейшего использования.
**Композиция** – это составление частей макета в форму, создающую чувство единства и цельности в печатном рекламном изделии.
**Компоновка** – это создание макета печатного изделия с использованием законов композиции.
**Корпорация** – это объединение лиц или организаций, зарегистрированное в форме юридического лица и осуществляющее свою деятельность самостоятельно.
**Корпоративные визитные карточки** представляют собой визитки какой-либо организации или учреждения, содержащие в себе достаточную информацию об этой организации, и предназначенные для того чтобы можно было представить, с помощью корпоративной визитки, эту организацию заинтересованным сторонам.
**Литография** – это способ печати, при котором краска переносится под давлением с плоской поверхности камня, на которой создан какой-либо рисунок, на поверхность какого-то материала.
**Личные визитные карточки** создаются для того, чтобы представить своего владельца как частное лицо с присущими ему индивидуальными чертами и свойствами.

**Логотип** – это уникальный графический или словесный образ, служащий для идентификации владельца логотипа, или его товаров и услуг, на соответствующем рынке товаров или услуг. Проще сказать, логотип представляет собой какой-либо визуальный образ, который устанавливается на печатных изделиях владельца этого логотипа для того, чтобы люди могли отличить рекламу, продукцию, товары или услуги владельца логотипа от других, ему подобных товаров, продукции или услуг.
**Магазин** – это стационарное помещение, специально оборудованное для розничной продажи товаров.
**Макет** (в полиграфии) – это картинка, видимая на экране монитора, или на принтерной распечатке, в отличие от готового изделия.
**Печатная продукция** – это печатные издания, изготовленные типографским способом.
**Печатная реклама** – это информация рекламного характера, выраженная в виде текстов и изображений, носителями которой являются печатные изделия.
**Полноцветная печать** – это полиграфический термин, используемый для обозначения многокрасочной печати на исходном материале.
**Реклама** (от лат. *reclamare* — « выкрикивать») — это информация, распространяемая любым способом, и имеющая своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, с целью формирования и поддержания интереса, к этому объекту, и его продвижения на рынке.
**Рекламные визитные карточки** представляют собой визитки, изготовленные для того чтобы предоставить потенциальным покупателям достоверную информацию, созданную в краткой форме, об объекте рекламирования, с целью заинтересовать этих потенциальных покупателей приобретением товаров или услуг, указанных в этих рекламных визитках.
**Рекламный агент** – это представитель рекламного агентства, обладающий знаниями и навыками в разработке и создании изделий печатной рекламы.
**Рекламное сообщение** – это информация в виде текстов, изображений, символов и разнообразных цветовых комбинаций, установленная на печатном изделии различными технологиями, имеющая своей целью осведомить покупателя о предмете рекламирования и создать у него заинтересованность в приобретении рекламируемого товара.
**Ризограф** – это вид печатной машины, и это один из способов трафаретной печати, осуществляемой на специальном оборудовании, при котором печать наносится на бумагу одним цветом.
Для печати на ризографе используются специальные краски, видов которых до 36.
**Создать** – это значит получить визитные карточки в готовом виде.
**Стиль визитки** представляет собой визуальный образ печатного изделия, отличающийся совокупностью признаков характерных определенному способу предоставления информации, имеющему условное название.
**Стиль рекламы** представляет собой визуальный образ печатного изделия, отличающийся совокупностью признаков характерных определенному способу предоставления информации, имеющему условное название.
**Схема проезда** представляют собой план местности, с указанием на этом плане главного объекта (или места назначения), а также дополнительных объектов, служащих ориентирами, с помощью которых можно было бы легко добраться до главного объекта.
**Фирма** – это предприятие, или объединение предприятий, пользующиеся при осуществлении своей деятельности в сферах торговли, производства или оказания услуг, единой торговой маркой.

## К читателю

Спасибо Вам, уважаемый читатель, за то, что терпеливо дочитали эту книгу до конца!

Надеюсь, что Вы узнали из этой книги что-то полезное для себя, и может быть, даже что-то будете использовать в своей жизни или в работе.
В любом случае Вы потратили своё время не впустую, занимаясь изучением материалов, представленных в этой книге.

Жизнь современного человека насыщена всякими событиями, делами, заботами и для того чтобы можно было лучше организовать свою жизнь приходится внедрять в свою жизнь элементы администрирования, которые позволили бы нам более эффективно управлять своей жизнью.
Элементы администрирования – это разные приемы, методики или правила, используя которые можно значительно облегчить свою жизнь, и сделать ее более удобной и радостной.
К элементам администрирование можно отнести и работу с визитными карточками.
Имея в своем распоряжении разные визитные карточки можно более успешно действовать в нашем, не отличающемся спокойствием и стабильностью, обществе.
А коллекционируя различные визитные карточки можно создать себе целую систему, которая всегда поможет в решении различных проблем и задач.

Однако, используя в своей жизни различные визитные карточки, нужно помнить и понимать, что только хорошие визитные карточки способны в должной степени помочь человеку в его жизни!

Желаю Вам, уважаемый читатель, построить себе успешную, процветающую и счастливую жизнь!

В завершение хочу добавить, что я готов внимательно выслушать или прочитать все Ваши замечания, отзывы, комментарии и пожелания, которые Вы можете отправить мне по адресу: vubornov@gmail.com

Дополнительная информация о том, как можно создать разнообразную печатную рекламу, находится на сайте: reclama-vam.ru

**Желаю Вам всяческих успехов в Ваших делах и в личной жизни!**

*С уважением и наилучшими пожеланиями - Александр Михайлович Выборнов.*

***P.S. Важное дополнение!***
*Уважаемый читатель! Эта книга не создавалась для широкого распространения путем копирования авторской копии, а создавалась для личного пользования читателем с приобретением этой книги непосредственно у автора этой книги!*