

Несколько практических советов по выбору ежедневников



Вера МИЛОВСКАЯ
Директор по развитию
«Рекламной службы «АБВ»

Наступила осень, горячее время для тех, кому по долгу службы приходится заниматься подарками... Во многих компаниях подарочные коллекции уже спланированы, а кому-то только предстоит решить нелегкую проблему выбора рекламно-сувенирной продукции, определиться со списком подарков партнерам, коллегам, клиентам.... Среди

традиционных рекламно-сувенирных атрибутов одно из главных мест по праву отводится ежедневникам.

Как правильно подобрать ежедневник? На что следует обратить внимание? Как сделать так, чтобы, совмещая в себе функции рекламного носителя и рабочего инструмента, ежедневник стал бы еще приятным подарком?

Первым делом необходимо определиться с материалом обложки ежедневника. Что это будет? Дешевый кожзам или элегантная натуральная кожа... Необычный материал (например, алюминий или дерево «под пробку») или расписная ткань... Заметим в скобках, что большой популярностью сегодня пользуются биматериалы (сочетание в одной обложке двух структур). Нередко к такой обложке обращаются компании с двухцветным логотипом.

Кстати говоря, цвет ежедневника — вопрос немаловажный. Будь то яркий ежедневник с ламинированной лентой или выпуклым логотипом или же строгий классический ежедневник из натуральной кожи, он многое скажет о компании его владельца. По предварительным прогнозам специалистов «Центра ежедневников» на 2006 год лидирующие позиции будет занимать классическая кожа, а что касается цветов, то в моде сейчас яркие обложки

(желтые, оранжевые), а также нежные, пастельные тона — цвет морской волны, нежно-фиолетовый, розоватый.

Кстати, обратите внимание на заделку углов обложки: для прочности ее прошивают. Иногда — особенно на обложках из натуральной кожи — эту традиционную процедуру заменяют бесшовным круглением углов. В любом случае, обратите внимание, чтобы края ежедневника были аккуратно обработаны.



После выбора обложки, обратимся к внутреннему блоку ежедневника. Опытные «сувенирщики» крупных компаний знают, что если подумать об этом заранее, то любой производитель ежедневников предложит напечатать индивидуальный внутрен-

ний блок — т.е. внутренний блок ежедневника будет оформлен по желанию заказчика. Можно отметить важные для компании даты, или заполнить ежедневник интересными цитатами, или обозначить запланированные мероприятия, или напечатать телефоны всех филиалов и офисов компании. Вы сможете выбрать необычную тонированную бумагу и на каждой странице разместить логотип компании. Если на этот год вы опоздали с составлением индивидуального ежедневника — не расстраивайтесь: российский рынок деловой печатной продукции предлагает боль-

шой выбор не только обложек, но и внутренних блоков. В «Центре ежедневников» знают, в какие ежедневники есть возможность сделать вставки рекламно-информационных страниц.

Определяясь с внутренним блоком, обратите внимание на тип бумаги — мелованная или немелованная, матовая или глянцевая (заметим, что писать удобнее и приятнее на гладкой мелованной матовой бумаге). Уточ-



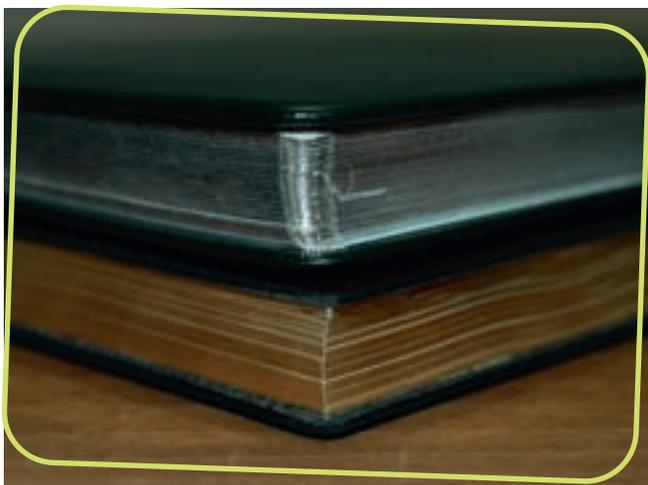
ните вес бумаги. Для ежедневников больших форматов, как правило, используется бумага 90 г/м², а для ежедневников А-5 и меньше — вполне достаточно бумаги 70г/м².

В каждом внутреннем блоке определенное место отводится информационному блоку. Он может быть минимальным или насыщенным — это уж как кому нравится.

Несмотря на то, что ежедневник — это рабочий инструмент, каждому хочется его приукрасить. Тем более, как рекламный носитель, он, безусловно, должен выделяться среди других ежедневников, но при этом отвечать требованиям корпоративного стиля. Круглые углы обложки сегодня в моде.

Особенно хорошо смотрятся круглые углы внутреннего блока с таким же типом обложки. Популярны и выглядит дорого фольгированный срез (золото или серебро). Изысканен и великолепен ежедневник с фольгированным срезом углов. Правда, немногие компании могут предложить этот вид декорирования. Хорошо, когда при этом тиснение на обложке выполнено в цвет фольгированного среза.

Если Вы уже определились с дизайном, то проверьте ежедневник на прочность (ведь он должен прослужить



как минимум год): возьмите образец в руки и аккуратно прогните его несколько раз. Посмотрите, что станет с обложкой, насколько она изменится, деформируется. Посмотрите, есть ли на ежедневнике каптал и ляссе, которые, кстати, по правилам этикета, должны быть того же цвета, что и обложка. Если изделие больше по формату А-5, то есть ли на обложке fix-line (специальный срез рядом с корешком, обеспечивающий изделие

дополнительную надежность и долговечность). Если есть фольгированный срез, не оставляйте ли он пыли на пальцах.

И, напоследок, еще один совет от специалистов «Центра ежедневников»! Очень часто компания выбирает ежедневники разной ценовой категории: эконом, бизнес и VIP. И не только ежедневники.. Ведь есть еще планинги, телефонные книги и блокноты.

Постарайтесь сделать так, чтобы весь ассортимент гармонировал, чтобы ежедневники, несмотря на то, к какой категории они относятся, были выполнены в едином стиле, чтобы они сочетались с другими печатными деловыми предметами. Ведь ежедневник — это универсальный предмет, сочетающий в себе деловые и рекламные функции. Но он является еще и новогодним подарком. Не забывайте об этом.

Мы желаем Вам легкого выбора ежедневников.

Центр ежедневников

Лучшие ежедневники по ценам официальных представителей!

Интересные предложения для рекламных агентств!

EB Lediberg, PAK, V, nazarovgabrielli, LLP LLOYDS, Shred-it, smit, Holly Day, STAMEN

Москва, 105005, ул. Бауманская, д. 43/1, офис 600
 тел.: (095) 788-3998, 263-2101; факс: (095) 788-3978
 www.abv.su; e-mail: abv@abv.su