

АЗАРТНАЯ РЕКЛАМА

Зарубежные рекламисты уже давно обратили свои взоры на игральные карты, превратив их в один из массовых источников информации о товарах и услугах, оказывающих весьма эффективное воздействие на потенциального потре-



бителя. Так, еще в 60-е годы прошлого века один известный американский автомобильный концерн выпустил рекламную колоду, где на тузах был представлен модельный ряд из четырех автомобилей, а на остальных картах – приборы, агрегаты, и аксессуары, которыми эти машины могли комплектоваться.

Спустя почти полвека, «карточная реклама» пришла и в нашу страну.

Каковы же возможности игральных карт как рекламного носителя?

Прежде всего, это – прекрасный инструмент для проведения промо-акций. Ведь листовки и буклеты, скорее всего, окажутся в мусорном ведре, но уж никак не новенькая, блестящая колода карт.

Это и презентация своих возможностей для дизайнерских компаний, рекламных и копирайтерских агентств, а также фирм, производящих товары и услуги, занимающихся оптовой и розничной торговлей. Как выглядит такая реклама? Простейший вариант – на рубашках карт может разме-

щаться любая вербальная или визуальная рекламная информация: логотип, фирменная символика, слоган, контактные данные компании, перечень товаров и услуг, образцы продукции и т.д. Например, западные пивные компании часто презентуют, таким образом, новые сорта своего пенного напитка, помещая на карточную рубашку бокал с пивом и одну или несколько бутылок.

Другой вариант – та же информация может размещаться на джокерах и специальных картах. При этом специальных карт в колоде может быть неограниченное количество.

Следующее направление – корпоративные игральные карты со своим неповторимым дизайном. Для ювелирной фирмы, например, – это колода-коллекция изделий, созданная по такому принципу: вместо «картинок» на валетах помещаются изображения перстней, на дамах – серег (и так далее на всех картах). А на фосках – младших картах – любая компания-производитель, может представить образцы производимой ими продукции, заменив ими индексы мастей.



Карточная колода прекрасно адаптируется под рекламную кампанию, как отдельной фирмы, так и под совместную акцию. Так, четыре фирмы-партнера могут разместить, все на тех же индексах мастей, свои бренды. Здесь же веселый джокер, жонглирующий изображениями брендов, а на тузах эти изображения даны крупным планом.

Прекрасный корпоративный подарок – персонализированные игральные карты, где, предположим, королями являются топ-менеджеры, а в роли валетов выступают ру-



ководители среднего звена. Такая колода – хорошо запоминающийся VIP-сувенир, для которого разрабатывается и соответствующая, индивидуальная упаковка из различных сортов дерева, кожи, пластика и металла.

А вот нестандартный рекламный ход. Придумайте собственную карточную игру. Вы можете сделать это как самостоятельно, так и обратившись в рекламное агентство. Назовите игру именем фирмы. Издайте сопроводительную брошюру с правилами игры, содержащую также и описание видов деятельности Вашей компании. Как знать, быть может, Ваша игра пойдет в народ, а народ, в свою очередь, к Вам. ■

Сергей Васильев

RUSJOKER
всё об игральных картах
издательство игральных карт
авторские и репринтные колоды
дизайн игральных карт и печать с оригинал-макета заказчика
изготовление игральных карт на заказ малыми тиражами
(от 10 колод)

Санкт-Петербург,
Белоостровская, 22, офис 104
www.rusjoker.ru www.printissa.ru
тел.: 449 2146, 449 2147 e-mail: info@rusjoker.ru