

Технология успеха, или Как не ошибиться в выборе рекламного агентства

Современный рынок наружной рекламы перенасыщен различными технологиями и способами изготовления конечного рекламного продукта, рассчитанными на любой вкус и кошелек. Что же выбрать из этого океана вариантов, что подойдет именно Вам?

С учетом собственных предпочтений Вы можете остановиться на наружной рекламе с использованием неона или внутренней подсветкой банальными люминесцентными лампами, использовать дорожущее оптоволокно, комбинировать различные варианты – все в Ваших руках. Возможности современных рекламно-производственных фирм необыкновенно широки.

Существует ли универсальный совет по выбору рекламной технологии, необходимой именно в Вашем случае? Совет, позволяющий максимально рационально использовать средства и в то же время удовлетворить самый взыскательный вкус?! На наш взгляд, да. Самое

мания на то, что нужно в Вашем конкретном случае, уверяя при этом, что наработанная ими технология является лучшим выбором. Если Вы хотите правильно вложить свои средства, следите за тем, насколько специалисты рекламного агентства, с которыми Вы работаете, учитывают Ваши нужды и пожелания, а не подстраивают Вас под возможности своего сборочного цеха, есть ли в этом рекламном агентстве профессиональные дизайнеры. Не поленитесь поинтересоваться, с какими клиентами это рекламное агентство работало, и, конечно же, обязательно познакомьтесь с портфолио.

После того как Вы получите удовлетворительные ответы на все поставленные Вами вопросы, можете смело делать выбор. ■

Тех. директор
ООО «Виртуоз»
Капралов
Кирилл



парадоксальное, что залог успеха наружной рекламы заключается не в использовании какой-либо определенной технологии изготовления (технология изготовления должна усиливать и закреплять эффект воздействия рекламы), а в наличии у создателя свежей и оригинальной идеи.

Сверканием неона и дороговизной рекламы сейчас сложно кого-либо удивить, запоминается и узнается в первую очередь оригинальная реклама, в технологии создания которой есть тонкий расчет на целевую аудиторию. Поэтому первоочередная задача заказчика – выбрать производителя своей наружной рекламы, который сможет ему обеспечить 3 позиции:

1. Оригинальность и свежесть идеи, интересный дизайн.
2. Качественное изготовление.
3. Знание современных технологий.

При этом надо иметь в виду, что многие поднатревшие в какой-либо узкой области рекламно-производственные фирмы будут Вам настойчиво предлагать то, что у них поставлено «на поток», не обращая вни-



рекламно-производственная
фирма **ВИРТУОЗ**
тел. (812) 325-62-40
т/факс (812) 325-62-21
www.virtuoz.org.ru