

JAK efektivně inzerovat

Inzerce v Regionálním Reklamníku je pro vás investicí, od které očekáváte její zhodnocení v podobě většího zájmu zákazníků o vaše výrobky a služby.

Při tvorbě tohoto návodu jsme maximálně využili dlouholetých zkušeností v oblasti reklamy, marketingu a grafiky. Předkládáme vám stručný návod, jak efektivně inzerovat, vyvarovat se základních chyb, tak aby vám inzerce v Regionálním Reklamníku přinesla maximální efekt.

Dobrý inzerát by měl poskytnout zájemci takové informace, kterých by se mu dostalo od dobrého obchodníka.

Jaká by měla být přípravná fáze:

- 1) Zamyslete se nad tím, co chcete inzerčí sdělit (např.: máte nový výrobek, výprodej, nové služby...).
- 2) Promyslete si, v čem bude vaše nabídka zajímavější a lákavější, než nabídka konkurence (např.: nižší cena, lepší servis, rychlá dodávka...).
- 3) Připravte si podkladové materiály pro tvorbu inzerátu (obrázky, texty, loga apod.).

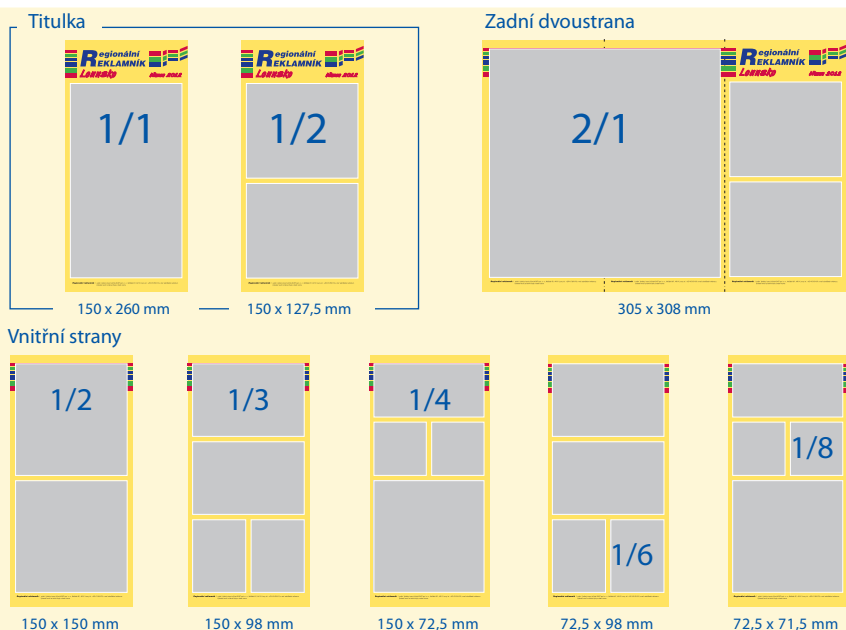
Co by měl obsahovat dobrý inzerát:

- Zajímavý titulek. Má upoutat, zapůsobit jako výzva a vyvolat zájem přečíst celý inzerát.
- Maximum informací, jako kdyby k vám hovořil dobrý obchodník.
- V textech preferujte vaše služby a užitek z nich, který zákazník získá, pokud u vás nakoupí.
- Text by měl být srozumitelný skupině zákazníků, které oslovujete.
- Mimořádnou, až neodolatelnou nabídku (např.: sleva 20 a více %, výhodná cena, atraktivní slevový kupon apod.).
- Pravdivé informace, konkrétní čísla a ověřená fakta (neurčitá tvrzení zanechávají neurčitý dojem).
- Pouze pozitivní informace (negativní sdělení mají prokazatelně nižší komerční úspěch).
- Srozumitelné kontakty.

U vašich inzerátů se vyvarujte těchto chyb:

- Na pouhou informaci, že jste na trhu, většinou zákazníci nereagují.
- Nedemonstrujte pouze velikost vaší firmy, zařízení, případně vaše postavení na trhu. Zákazníka to většinou neosloví.
- Nepoužívejte výzev, které působí samostředně (např.: My jsme nejlepší, naše výrobky jsou nejlepší apod.).
- Nepoužívejte obecná prohlášení (např.: Dejte přednost kvalitě, s námi ušetříte....apod.).
- Nesnažte se být humorní. Možná pobavíte, ale neprodáte.

Tímto od nás dostáváte stručný návod, jak se vyvarovat základních chyb při tvorbě dobrého inzerátu. V případě zájmu jsme připraveni vám pomoci s konkrétním řešením vaší reklamy a inzerce.



PODKLADY pro výrobu inzerátů

A) Podklady TEXTOVÉ

- 1) V textovém dokumentu programů
 - Quark - *.qxd od verze 3 do verze 8.5
 - InDesign - *.ind, *.indd, *.inx od verze CS2 do verze CS5
 - Word - *.txt, *.doc, *.docx
 - Excel
 - PDF (texty ale nesmí být v křivkách)
- 2) Vytiskněné v čitelné podobě na psacím stroji, na počítači, jiné tištěné publikace.

B) Podklady OBRAZOVÉ

- 1) Fotky
 - V elektronické podobě (e-mail, FTP, CD, DVD atd.) v souborech TIFF, PSD, EPS, JPEG a PDF.
 - V rozlišení 300 DPI při velikosti 1:1, režim CMYK.
- 2) Loga, vektorové grafiky
 - V elektronické podobě (e-mail, na CD, DVD atd.) v souborech AI, EPS (vše do verze CS5), v případě nouze i Corel *.CDR, ale pouze do verze 10 (!). Corel doporučujeme přeuložit do *.AI.
 - Texty musí být v křivkách!
 - Mohou také být v TIFF, PSD, EPS, JPEG a PDF, musí ale mít rozlišení 300 DPI při velikosti 1:1 (bez požadavku na zvětšení nebo výběr detailu).
- 3) Veškeré obrázkové podklady také na fotografiích či diapozitívech.
- 4) Máme k dispozici vlastní foto vybavení pro interiérovou i exteriérovou fotografii.

C) Podklady TISKOVÉ (hotová grafika dodaná klientem)

- Soubory PDF v tiskové kvalitě = 1:1, kompozitní, režim CMYK, komprese pro ofsetový tisk – 300 DPI), vč. pasovacích a ořezových značek. Pro jistotu texty v křivkách.
- Soubory TIFF v tiskové kvalitě = 1:1, režim CMYK, komprese pro ofsetový tisk – 300 DPI)

Kontaktujte náš kreativní tým na e-mail: adart@adart-reklama.cz

provozovna: Nečičská 451, 440 01 Louny – Dobroměřice, tel.: +420 415 654 610, fax: +420 415 679 111, e-mail: adart@adart-reklam

IČ: 62243101, DIČ: CZ62243101

a.cz