

Reklama - rodzaje, środki i cele

Każda współczesna firma zarówno mała, jak i duża nie jest w stanie obyć się bez odpowiedniej strategii marketingowej. Prezentacja usług lub produktów jak najszerszemu gronu potencjalnych klientów to rzecz absolutnie konieczna. Dlatego tak ważna jest skuteczna reklama, która niejednokrotnie przesądza o sukcesie bądź porażce biznesu. **Reklama** dzieli się na tradycyjną i internetową, jednak bez względu na formę i środki, które wykorzystuje, wciąż ma za zadanie spełnić trzy podstawowe funkcje – przekazywać informacje, przekonywać do produktu bądź usług oraz nieustannie o nich przypominać.

Reklama tradycyjna ze względu na miejsce przeznaczenia oraz pełnione zadania dzieli się na reklamę zewnętrzną i wewnętrzną. Obie mają w perswazyjny sposób zachęcać do skorzystania z usług lub kupienia produktów danej firmy. Środkami jej przekazu są media tradycyjne, takie jak telewizja i radio oraz wszelkie materiały drukowane. **Reklama wewnętrzna (indoor)** jest ściśle związana z siedzibą firmy, wyznawanymi przez nią ideami, jej filozofią i polityką. Składają się na nią wszelkiego rodzaju ulotki, plakaty, foldery reklamowe, loga np. w postaci przestrzennych liter 3D zawieszona na ścianie, kalendarze, papier i teczki firmowe czy folie z grafiką na podłodze. Można do niej zaliczyć także gadżety reklamowe w postaci kubków, podkładek pod mysz, ozdobnych pudełek prezentowych, długopisów czy breloków z firmowym nadrukiem, które jako drobny prezent dla klienta stale będą budowały wizerunek marki w jego świadomości za każdym razem, gdy ich użyje.

Na pograniczu obu form reklamy tradycyjnej znajdują się coraz bardziej popularne folie one way vision naklejane na szyby budynków lub autobusów, które dzięki perforowanej powierzchni pozwalają nadrukować na powierzchnię folii dowolną, wysokiej jakości grafikę. W ten sposób **reklama** jest widoczna z zewnątrz dla klientów, zaś całkowicie przezroczysta od środka, zapewniając tym samym dyskrecję osobom znajdującym się w biurze lub aucie.

Z kolei **reklama zewnętrzna (outdoor)** ma za zadanie rozpowszechnienie wizerunku marki na szerszą skalę. Jej nośnikami są olbrzymie billboardy zawieszane na ścianach budynków, banery na ogrodzeniach i przy drogach, w tym całkiem interesujące jego rodzaje, jakimi są banery podświetlane oraz banery odbłaskowe. Skuteczną reklamę zewnętrzną stanowią również tzw. potykacze przed wejściem do sklepu czy restauracji informujące o ofercie dnia oraz roll-upy używane do prezentacji firmy podczas konferencji, eventów i wydarzeń promujących przedsiębiorców.

Drugą stroną medalu stanowi **reklama internetowa**. Wszechobecny dostęp do Internetu sprawia, że firma, która nie posiada choćby najprostszej strony WWW lub nie udziela się na portalach

społecznościowych, nie ma praktycznie żadnych szans na pozyskanie klienta z firmami, które podejmują takie działania. Nie oznacza to jednak, że reklama internetowa całkowicie wyprze reklamę tradycyjną. Obie posiadają zarówno wady, jak i zalety, dzięki czemu wzajemnie się uzupełniają. Dlatego też pośród ogromnej konkurencji obecnej w każdej branży jedynie umiejętne połączenie środków oferowanych przez obie formy reklamy może przynieść najlepsze efekty i wymierne korzyści finansowe.

Dlaczego długopisy z grawerem cieszą się nieustannie popularnością?

Gadżety reklamowe takie jak kubki z nadrukiem, breloki, naklejki firmowe czy podkładki pod myszkę z nadrukiem to elementy promocyjne, które, choć z pozoru banalne, odgrywają ogromną rolę w budowaniu wizerunku firmy. Do tego dochodzą artykuły piśmiennicze, a wśród nich **długopisy z grawerem**, które jako przedmioty codziennego użytku na stałe zapisują daną markę w świadomości klientów.

Długopisy z grawerem – funkcjonalny i estetyczny prezent

Podstawowym atutem długopisów z nadrukiem jest ich walor użytkowy oraz niskie koszty zakupu i produkcji. Klient, który otrzymał **długopis z nadrukiem firmowym** za każdym razem, gdy go używa, spogląda na nazwę i logo firmy, która wręczyła mu gadżet. Ten drobny prezent na stałe utrzuca myśl o firmie w naszym kliencie oraz budzi nim pewną wdzięczność. Jest bardzo prawdopodobne, że osoba obdarowana przez nas długopisem z firmowym grawerem w przyszłości chętniej skorzysta z naszych usług.

Dodatkowym atutem długopisów z grawerem jest ich cena. Waha się ona w zależności od materiału, z którego długopisy te są wykonane. Najtańsze **długopisy z grawerem** posiadają plastikową obudowę. Nieco droższe długopisy to te, których korpus wykonany jest z metalu lub drewna. Pierwsze będą prezentowały się bardziej elegancko od tych plastikowych, a dodatkowo są od nich bardziej wytrzymałe. Drugie wskazują, że firma, która rozdaje je swoim klientom, podąża za najnowszymi trendami oraz szanuje środowisko, ponieważ długopisy z elementami drewnianymi podlegają recyklingowi.

Dla kogo przeznaczone są długopisy z grawerem?

Długopisy z grawerem jako element piśmienniczy powinny być wyeksponowane w naszym biurze. Są one przeznaczone nie tylko dla naszych pracowników, ale głównie dla naszych klientów. Każdy klient, który nas odwiedzi, zostaje bowiem doceniony i nagrodzony efektywnym, a co ważniejsze - funkcjonalnym upominkiem. Droższe długopisy z metalowym bądź drewnianym korpusem umieszczone dodatkowo w eleganckim pudełku prezentowym powinniśmy wręczać tylko stałym klientom, którzy wielokrotnie powracają do nas i korzystają z naszych usług. Taki upominek w formie długopisu z grawerem dodatkowo umocni naszą więź z klientem, a sam klient poczuje się naprawdę doceniony. Tańsze długopisy z plastiku możemy przeznaczyć dla wszystkich klientów, którzy odwiedzają naszą firmę po raz pierwszy. Nawet jeśli będą wahać się, czy skorzystać z naszych usług, długopis z grawerem będzie skutecznie zwracał myśli ku naszej firmie.

Długopisy z grawerem niewątpliwie mają wiele zalet. Warto przeanalizować te najbardziej praktyczne, a nie do końca oczywiste. Przede wszystkim są to funkcjonalność i trwałość długopisów z grawerem. W przeciwieństwie do billboardów czy ulotek pełnią funkcje nie tylko reklamową, ale i użytkową – potencjalny klient nie pozbędzie się go tak szybko jak ulotki, dzięki czemu myśli o firmie wygrawerowanej na długopisie na stałe zagości w jego myślach.

Fototapety na drzwi

O stylu każdego pomieszczenia w dużej mierze przesądzają detale. To one nadają wnętrzą wyrażnego akcentu i całkiem nowego, świeżego charakteru. Dlatego też **fototapeta na drzwiach** stanowi ważny element wystroju każdego wnętrza. Spotyka się ją nie tylko w mieszkaniach prywatnych. Coraz częściej umieszczana jest w miejscach publicznych -np. w kawiarniach, biurach czy klubach. **Tapeta na drzwi** jest też świetnym sposobem, aby szybko i tanio optycznie powiększyć pomieszczenie oraz zamaskować mankamenty drzwi.

Fototapety na drzwiach — idealny sposób na efektowne zmiany

Drzwi od zawsze pełniły funkcje użytkowe. Przede wszystkim miały oddzielać poszczególne wnętrza, zapewniając spokój i dyskrecję ich mieszkańcom. Pełnią również istotne funkcje dekoracyjne. Jednakże dobre jakościowo drzwi wykonane z drewna, pięknie przeszklone lub ozdobione bogatą ornamentyką to wydatek, na który nie każdy może sobie pozwolić. Z drugiej strony, nawet najpiękniejsze drzwi wraz z upływem czasu ulegają zniszczeniu. Zamiast wstawiać nowe, wystarczy pokusić się o dobór odpowiedniej **fototapety na drzwi**. Pozwoli to nie tylko

wyeliminować nieestetyczny wygląd. Nada również drzwiom całkiem nowego wymiaru i sprawi, że nieustannie będą przyciągały uwagę.

Jaką fototapetę na drzwi wybrać?

Fototapeta na drzwi powinna być starannie dobrana do wnętrza nie tylko pod względem wyglądu. Równie istotny jest wybór materiału, z którego jest wykonana. Dobra jakościowo tapeta powinna być zatem nie tylko wytrzymała i odporna na wilgoć, ale i odpowiadać nowoczesnym trendom designerskim.

- **fototapeta na drzwi papierowa**

Jest to nic innego jak tradycyjna **tapeta na drzwi**. Ponieważ jest ona bardzo cienka, wykazuje małą oporność na wilgoć, promienie słoneczne i uszkodzenia mechaniczne. Szybko też odkształca się i blaknie. Jednakże **fototapeta na drzwi** z papieru dodatkowo pokrywana jest warstwą PCV, która znacznie poprawia jej odporność. Dzięki temu w stosunkowo niskiej cenie można uzyskać fototapetę z dobrej jakości grafiką.

- **fototapeta na drzwi lateksowa**

To rodzaj fototapety wykonanej z syntetycznego papieru z dodatkiem lateksu, który w znacznym stopniu poprawia jej właściwości użytkowe. Przede wszystkim **fototapeta na drzwi** lateksowa jest grubsza niż wersja papierowa, co znacznie wpływa na jej odporność na uszkodzenia. Dodatkowo można ją czyścić za pomocą wilgotnej szmatki. Ponadto zdjęcia na fototapecie lateksowej są niezwykle realistyczne, a kolory soczyste i głębokie.

- **fototapeta na drzwi winylowa**

Jest niezwykle trwała i odporna na uszkodzenia mechaniczne, wilgoć, promieniowanie UV, a nawet na tłuszcz. Ogromnym atutem **fototapety na drzwi** winylowej jest jej wysoka przepuszczalność. Dzięki tej właściwości drzwi wykonane z drewna mogą swobodnie przez nią oddychać. Dodatkowo jest gładka, rzadko dochodzi do jej odkształceń oraz zapewnia wysoką jakość nadruku. **Fototapeta na drzwi** winylowa nadaje się także do wymagających pomieszczeń, takich jak łazienki i kuchnie.

Fototapety na drzwi – najmodniejsze motywy

Fototapety na drzwi oferują bogactwo motywów i kolorów. Dzięki temu bez problemu dopasowują się one do każdego rodzaju pomieszczenia i stylu wnętrz. Jedne wykorzystują najnowsze trendy designerskie. Inne korzystają z ponadczasowych wzorów, które zawsze będą w modzie. **Tapeta na drzwiach** jak za dotknięciem magicznej różdżki potrafi odmienić nawet najbardziej minimalistyczne i surowe pomieszczenia. We wnętrzach klasycznych, rustykalnych czy prowansalskich sprawdzą się motywy roślinne, piękne krajobrazy czy znane budowle. Z kolei w pomieszczeniach industrialnych i nowoczesnych idealne będą grafiki czarno-białe, przedstawiające wysokie wieżowce lub nowinki techniczne. Obecnie największą popularnością cieszą się **fototapety na drzwi 3D**, które nadają zwykłym drzwiom nieznanego dotąd wymiaru i głębi.

Fototapeta na drzwiach może odzwierciedlać konkretne zainteresowania mieszkańca danego pokoju czy mieszkania. Można również postawić na grafiki bardziej uniwersalne, takie jak piękne samochody, mapy kosmosu, sprzęty muzyczne czy zwierzęta. W pokojach dziecięcych sprawdzi się kolorowa **tapeta na drzwi** z ich ulubionymi postaciami z bajek. Natomiast w gabinetach idealne będą tapety z hasłami motywującymi do pracy zamiast tradycyjnych plakatów. Wnętrza kawiarni, kolorowe owoce i warzywa lub motywy z parującą kawą świetnie wpasują się w klimat każdej kuchni. Natomiast **fototapety na drzwiach** pełne błękitów wody i nieba lub palących się świec uprzyjemnią każdy moment spędzony w łazience.

Montaż fototapety na drzwiach

Montaż **fototapety na drzwiach** nie jest zadaniem trudnym. Jej samodzielne przyklejenie wymaga jednak wiele cierpliwości i dokładności. Można również wynająć firmę, która zamontuje ją szybko i profesjonalnie bez obaw, że powstaną nieestetyczne niedoskonałości. Fototapeta umieszczana jest na drzwiach za pomocą specjalnego kleju, który dołączany jest do zamówienia wraz z instrukcją obsługi. Dlatego też **fototapety na drzwi** to szybki, prosty i tani sposób na efektywną odmianę każdego wnętrza.

Stojaki reklamowe jako nienachalna forma reklamy

Wiele osób, po latach pracy w czyjejś firmie, decyduje się na założenie własnej działalności gospodarczej. Własna firma staje się coraz bardziej popularną formą zarobkową głównie dzięki temu, że pozwala na niezależność i większe dochody. Jednakże konkurencja na rynku jest niezwykle silna i

tylko dobrze dobrana strategia marketingowa pozwoli nam wyróżnić się w tłumie. W tym artykule przedstawimy zalety stosowania stojaków reklamowych jako nienachalną a skuteczną formę reklamy.

Do czego służy stojak reklamowy?

Stojaki reklamowe przede wszystkim służą do zaprezentowania uporządkowanego przekazu informacyjno-reklamowego. Najczęściej do stojaków tych przymocowuje się banner reklamowy lub umieszcza się na nich ulotki i foldery informacyjne. Mogą także posiadać wymienne czarne tablice, po których można pisać kredą. Wystawione na zewnątrz naszego biura czy sklepu zawierają informacje o promocjach i artykułach, a zatem skutecznie skłaniają przechodniów do lepszego zapoznania się z naszą ofertą. Stojaki reklamowe cieszą się ogromną popularnością na wszelkiego rodzaju eventach branżowych, konferencjach czy targach. Bardzo często stojaki reklamowe znajdziemy w urzędach z informacjami dla petentów lub formularzami do wypełnienia. Spotkamy je także w przychodniach lekarskich, gdzie oferują pacjentom ulotki z opisem usług lub informacje dotyczące refundowanych zabiegów. Stojaki reklamowe można stosować zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz – w przypadku reklamy zewnętrznej potocznie nazywa się je potykaczami.

Jaki stojak reklamowy wybrać?

Pierwsze pytanie, które powinniśmy sobie zadać przy wyborze stojaka reklamowego, dotyczy przeznaczenia naszego stojaka – czy będzie on wyeksponowany na zewnątrz, czy wewnątrz budynku. Jest to bardzo istotne, ponieważ stojak w reklamie zewnętrznej narażony będzie na zmienne warunki pogodowe, dlatego też powinniśmy wybierać wytrzymałe materiały, a więc konstrukcje stalowe. Wewnątrz budynku z powodzeniem możemy zastosować tańsze materiały np. stojaki o konstrukcji aluminiowej.

Powinniśmy również zwrócić uwagę, czy nasz stojak reklamowy zawiera dodatkowe wyposażenie np. koszyk na ulotki, wymienne czarne wkłady, po których można pisać kredą lub górny panel. Zastanówmy się także, czy nasz stojak ma być jedno, czy dwustronny, rozkładany lub nierozkładany, a jeśli rozkładany, czy można go błyskawicznie rozłożyć i złożyć. Jeśli dokładnie przemyślimy zakup odpowiedniego stojaka reklamowego, z pewnością spełni on swoje funkcje marketingowe i posłuży nam przez długi czas.

Baner reklamowy dwustronny – pokaż się z każdej strony!

Każdy, kto dopiero rozpoczyna prowadzenie własnego biznesu, zastanawia się nad wyborem odpowiednich środków reklamowych. Jednym z najbardziej popularnych nośników reklamy zewnętrznej są banery reklamowe. Do wyboru mamy baner jednostronny oraz **baner dwustronny**, który jak sama nazwa wskazuje, wykorzystuje obie strony materiału do przekazania cennej treści reklamowej.

Jak powstaje baner dwustronny?

Baner dwustronny ze względu na możliwość umieszczenia czytelnego zadruku na obu stronach przygotowany jest z nieco innego materiału niż zwykły baner jednostronny. Materiał ten zwany blackout to specjalna gładka, półmatowa tkanina o wysokich parametrach technicznych i wyższej gramaturze, posiadająca wewnątrz czarny materiał, który zapobiega prześwitywaniu obu stron banera, a więc nakładaniu się obu nadruków reklamowych.

Jeśli chodzi o sposób zadruku banera dwustronnego, wykorzystywane są dwie techniki – solwentowa i UV. Technika solwentu używa do zadruku farb z dodatkiem rozpuszczalnika. Sprawiają one, że **baner dwustronny** staje się odporny na blaknięcie kolorów i wilgoci, a grafika się nie ściera. Z kolei technika UV jeszcze bardziej uodparnia wydruk na działanie czynników zewnętrznych w tym dodatkowo na intensywne nasłonecznienie dzięki utrwalaniu go za pomocą światła z lamp UV.

Gdzie znajduje zastosowanie baner dwustronny?

Brzegi banera dwustronnego zakończone są zgrzewami posiadającymi metalowe oczka, co tak jak w przypadku jednostronnego banera ułatwia ich montaż w niemal dowolnym miejscu. Baner na metalowym stelażu można umieścić go nad węzłami komunikacyjnymi nie tylko w celach reklamowych, ale i w celach informacyjnych. **Banery dwustronne** doskonale sprawdzają się na różnego rodzaju wydarzeniach masowych, a więc na koncertach, piknikach, zawodach sportowych, spotkaniach wyborczych czy manifestacjach ulicznych. **Baner dwustronny** można wszak wykorzystać jako transparent niesiony w rękach, poprzez wykończenie obu brzegów banera tunelami z drzewcami. Banery te montuje się również na metalowych stelażach przytwierdzanych do ulicznych słupów i latarni, przez co często nazywa się je banerami ulicznymi, przypominając nieco flagi na wietrze. Ponieważ sam stelaż jest ruchomy, banner poddaje się działaniu wiatru i nie ulega zniszczeniu przy silniejszych podmuchach.

Materiał typu blackout, z którego wykonywane są bannery reklamowe dwustronne nie należy jednak do najtańszych materiałów. Jednakże z powodzeniem ten sam efekt wytrzymałości i nieprześwitowania obu stron zadruku osiągniemy, montując dwa bannery jednostronne niezadrukowanymi stronami do siebie.

Baner odblaskowy – skuteczna forma reklamy całodobowej

Bannery odblaskowe to doskonała forma reklamy umieszczanej na tablicach lub przy drogach. Swoją wyjątkowość i skuteczność zawdzięczają specjalnemu materiałowi, umożliwiającemu zadruk bez utraty czytelności. Mają one zastosowanie wszędzie tam, gdzie widoczność banneru konieczna jest przez całą dobę bez konieczności montowania dodatkowego oświetlenia, a ich montaż i dowolna relokacja są jego nieodzowną zaletą.

Jak powstaje baner odblaskowy?

Baner odblaskowy zyskuje swoją niepowtarzalność dzięki zadrukowi treści reklamowych lub informacyjnych na specjalnym podkładzie. Podkład ten posiada strukturę plastra miodu wypełnionego mikro-pryzmatycznymi cząsteczkami materiału odblaskowego. Istotną zaletą materiału odblaskowego jest jego duża tolerancja na wahania temperatur. Oznacza to, że materiał nie zmienia swojej wielkości pod wpływem ciepła i zimna, nie rozciągnie się ani nie skurczy, dzięki temu nadruk na nim nie ulegnie zniekształceniu.

Co ciekawe, w przypadku banera odblaskowego nie różni się on niczym od zwykłego banneru w przypadku ekspozycji na światło dzienne. Dopiero po zmroku sytuacja ta ulega zmianie, a treść i grafika umieszczone na banerze są nadzwyczaj czytelne — od razu przyciągają uwagę i przemawiają do wyobraźni odbiorcy.

Jak trwałe są bannery odblaskowe?

Bannery odblaskowe to nie tylko nowoczesna i skuteczna forma reklamy wielkoformatowej, to też rodzaj reklamy bardzo ekonomicznej i trwałej. Jeśli zadbamy o to, aby nasz baner odblaskowy zabezpieczyć odpowiednią warstwą laminatu, w sprzyjających warunkach powinien on zachować swoją trwałość aż do 5 lat z zachowaniem dopuszczalnej kolorystyki.

Z reguły do produkcji bannerów odblaskowych stosuje się trzy technik nadruku: druk UV, druk solwentowy w wariacie druku twardego (hard solvent) oraz druk eko solwentowy super precyzyjny (light solvent), z których pierwszy okazują się najtrwalszy, ostatni zaś najszybciej ulega zniszczeniu.

Folia one way vision w reklamie Twoje firmy!

Folia One Way Vision (OWV) to idealne rozwiązanie dla tych, którzy chcą zwiększyć powierzchnię reklamową swojego samochodu lub biura. Jak wskazuje nazwa, folia ta przeznaczona jest do zadruku wyłącznie po jednej stronie powierzchni reklamowej. Zasada jej działania jest zbliżona do działania lustra weneckiego – od strony zewnętrznej widoczna jest wyłącznie grafika reklamowa, natomiast od wewnątrz widać półprzezroczysty materiał folii.

Perforowana struktura folii przepuszcza nawet do 50% światła do wewnątrz pojazdu czy budynku. Dzięki temu osoba patrząca z wewnątrz staje się niemal niewidoczna dla osoby patrzącej z zewnątrz, a biuro lub salon zyskuje na intymności.

Dla kogo przeznaczona jest folia one way vision?

Folia one way vision pozwala zyskać dodatkową powierzchnię reklamową każdemu, kto jej potrzebuje. Polecana jest dla tych firm, które swój marketing opierają na reklamie outdoorowej (zewnętrznej). Najlepszym jej zastosowaniem jest oklejenie szyb środków komunikacji miejskiej, samochodów prywatnych oraz reklamowych, które prezentują reklamę, przemieszczając się na sporym obszarze. **OWV** idealnie sprawdzi się również na ruchliwych ulicach naklejona na szyby banku, salonu, sklepu itp., gdzie ruch przechodniów jest natężony.

Jakie są zalety folii one way vision?

Folia One Way Vision jest stosunkowo niedroga, łatwa zarówno do przyklejenia, jak i do usunięcia. Podstawową zaletą folii **OWV** jest oczywiście możliwość zastosowania reklamy na szybach budynków i pojazdów bez zasłaniania osobom wewnątrz światła i widoku. Dodatkowo może stanowić element ochronny przed nadmiernym nasłonecznieniem w letnie dni.

Zanim jednak zdecydujemy się wykorzystać folię **One Way Vision** do celów reklamowych warto uważnie przyjrzeć się grafice, którą ma prezentować. Jeśli zależy nam na bardzo szczegółowej grafice,

warto zastanowić się nad takim rozwiązaniem lub grafikę tę uprościć, ponieważ perforacja folii może usunąć istotne szczegóły reklamy.

Banery reklamowe – jaki rodzaj wybrać?

Żyjemy w czasach, w których prowadzenie biznesu jest praktycznie niemożliwe bez reklamy. Strona wizytówka firmy, sklep internetowy oraz obecność w mediach społecznościowych to skuteczne formy e-marketingu. Jednakże reklama drukowana wciąż święci sukcesy na ulicach i budynkach wokół nas, a wśród jej różnych form najbardziej popularne są banery. Obecna technologia sprawia, że drukarnie wielkoformatowe są w stanie wydrukować baner dostosowany do indywidualnych potrzeb każdego klient.

Baner frontlit

Jest to najpowszechniejszy, najprostszy i najtańszy rodzaj banera, jaki możemy zamówić w drukarni wielkoformatowej. Frontlit to tkanina z siatki poliestrowej, która pokryta jest powszechnie znanym PCV. Wśród banerów frontlit możemy wybrać wersję powlekaną, która jest bardziej wytrzymała oraz wersję laminowaną, wykazującą niższą odporność na czynniki zewnętrzne. Oczywiście wytrzymałość banneru frontlit zależy w dużej mierze od jego gramatury – im większa, tym baner dłużej nam posłuży. Na co dzień baner tego rodzaju możemy spotkać na płotach i budynkach.

Baner dwustronny

Baner dwustronny to rodzaj banera, na którym możliwy jest zadruk po jego obu stronach. Jest wykonany z innego materiału niż zwykły jednostronny baner frontlit, a nazywa się go blackout. Jest to półmatowa tkanina o wyższej gramaturze, który w środku zawiera dodatkowo czarny materiał, uniemożliwiający prześwitywanie. Oznacza to, że kolorowe nadruki na obu stronach tego baneru nie będą się na siebie nakładały. Banery dwustronne znajdziemy najczęściej nad ulicami i drogami zawieszane jak flagi.

Siatka mesh

Jaka sama nazwa wskazuje, ten rodzaj baneru zbudowany jest z siatki o perforowanej, oczkowanej strukturze, której brzegi są dodatkowo zgrzewane. Właśnie ze względu na taką strukturę baner ten można zawiesić w miejscach, gdzie występują silne i częste podmuchy wiatru. Bardzo istotny jest fakt,

że dzięki oczkowanej strukturze baner ten doskonale przepuszcza światło i dźwięki, dlatego też jest stałym elementem wszelkich eventów i koncertów.

Baner odblaskowy

Baner ten wykonany jest z mikropryzmatycznych cząstek materiału odblaskowego. Dzięki takiej budowie możliwe jest odczytywanie grafiki nawet przy niewielkim snopie światła padającego na jego powierzchnie. Z tego też względu najczęściej spotkamy go przy drogach, gdzie codziennie przejeżdża tysiące samochodów, których światło wystarcza do świetlenia go w nocy bez dodatkowego oświetlenia zewnętrznego. Baner odblaskowy jest zatem bardzo skuteczny, bo zapewnia całodobową reklamę w niskiej cenie.

Plakaty motywacyjne do biur

Wygląd współczesnych biur idzie z duchem czasu. Charakteryzują się one nowoczesnym designem połączonym z funkcjami użytkowymi. Coraz częściej można w nich spotkać zamiast tradycyjnych obrazów plakaty, które służą zarówno celom aranżacyjnym, jak i utylitarnym. Prosty, tanim i niezwykle skutecznym sposobem motywowania swoich pracowników okazują się minimalistyczne w designie i wymowne w przekazie plakaty motywacyjne.

Jakie funkcje marketingowe i użytkowe spełniają kubki z nadrukiem?

Kubki z nadrukiem to idealne rozwiązanie na spersonalizowany prezent dla bliskiej nam osoby. Na rynku znajdziemy bogatą ofertę kubków z gotową grafiką produkowanych hurtowo, przez co tracą na swojej niepowtarzalności. Dlatego też, jeśli skontaktujemy się z naszą ulubioną drukarnią wielkoformatową oraz poświęcimy czas na przemyślenie i znalezienie odpowiedniej grafiki, która trafi w gusta osoby obdarowanej, sprawia, że kubek ten jest wyjątkowy. **Kubki z nadrukiem** są również idealnym dopełnieniem identyfikacji wizualnej każdej firmy.

Jakie są rodzaje kubków z nadrukiem?

Obecne technologie wykorzystywane w drukarniach wielkoformatowych pozwalają umieścić nadruki na kubkach o przeróżnych kształtach, wielkościach i kolorach, dlatego też nie musimy przejmować

się, że zakupiony przez nas kubek będzie nieodpowiedni. Równie dobrze, co **tradycyjny kubek z nadrukiem** możemy wybrać filiżankę lub zdecydować się na finezyjny kształt ucha kubka. Kolejnym zadaniem będzie wybór koloru kubka, na którym umieścimy nasz nadruk – czy będzie on tradycyjnie biały, czy też kolorowy. Ostatnią kwestią jest materiał naszego gadżetu. Coraz częściej nadruki te stosuje się nie na kubkach ceramicznych, ale na kubkach termicznych, które są niezastąpione w drodze do pracy czy na uczelnię. Równie ciekawym rozwiązaniem są kubki termoaktywne, na których elementy graficzne lub kolory zmieniają się pod wpływem gorącego napoju.

W zależności od materiału kubka i projektu graficznego stosuje się kilka technik nadruku:

- nadruk bezpośredni
- nadruk ceramiczny
- sublimację.

Czy kubek z nadrukiem sprawdza się w reklamie?

Wiele firm i korporacji decyduje się na zakup gadżetów, takich jak długopisy z grawerem, breloki, podkładki pod mysz z firmowym nadrukiem oraz **kubki z firmowym nadrukiem**. Są to akcesoria, które nie tylko służą pracownikom. Kubki z nadrukiem firmowym zawierającym logo i nazwę firmy, hasło reklamowe, dane adresowe lub produkt ofertowy stają się często upominkami rozdawanymi potencjalnym klientom na różnych rodzajach targach, konferencjach czy spotkaniach biznesowych. Dzięki nim firma buduje pozytywny wizerunek swojej marki, zwiększa swoją wiarygodność i rozpoznawalność oraz podnosi zainteresowanie swoją ofertą. Klient raz obdarowany kubkiem z nadrukiem firmowym codziennie będzie przypominał sobie o firmie, której logo znajduje się na jego kubku podczas picia porannej kawy czy herbat.

Kubki z nadrukiem spersonalizowanym to również doskonały pomysł na prezent. Możemy zamieścić na niej grafikę lub słowa, którymi chcemy komuś podziękować, wyrazić swoją miłość lub zapewnić o przyjaźni. To również świetny pomysł na prezent dla samego siebie. Wystarczy pójść do sklepu wybrać kształt kubka lub filiżanki, a następnie umieścić naszą ulubioną grafikę lub hasło motywujące mobilizujące nas do działania każdego dnia.

Siła magnesów reklamowych

Zapewne większość z nas posiada w domu lodówkę w dużej części pokrytą magnesami. Najczęściej przywozimy je z wakacji, z miejsc, które mieliśmy przyjemność odwiedzić. Równie często są to **magnesy reklamowe**, które otrzymujemy wraz z zakupionymi produktami jak np. magnesy z bohaterami bajek dla dzieci, postaciami warzyw, czy poszczególnymi literami do układania i zostawiania w ten sposób wiadomości innym domownikom. Równie dobrym pomysłem jest wykorzystanie magnesów reklamowych w budowie wizerunku firmy.

Jak zbudowany jest magnes?

Tradycyjne **magnesy reklamowe** przybierają formę prostokąta lub prostokąta o zaokrąglonych rogach. Jednakże wiele drukarni wielkoformatowych oferuje magnesy o nieszablonowych kształtach jak koło, elipsa i kwadrat. Obecne technologie pozwalają uzyskać całkowicie niestandardowe kształty pieska, kotka czy serca. Najmniejszy rozmiar magnesu wynosi 3,5 x 3,5 cm. Z reguły jednak w przypadku tradycyjnych prostokątnych kształtach stosuje się wymiar 9,5 x 5,5 cm, który pozwala na rozłożenie grafiki i tekstu bez straty w ich czytelności.

Każdy **magnes reklamowy** składa się z czterech elementów:

- maty gumowo-magnetycznej, która trzyma magnes na powierzchni metalu;
- biały papier kredowy, na którym doskonale widoczne są wszystkie kolory;
- nadruk wykonany w technologii cyfrowej lub offsetowej;
- laminat matowy lub błyszczący, który zabezpiecza nadruk przed zniszczeniem, zachlapaniem i promieniowaniem UV.

Magnes na lodówkę jako działanie marketingowe

Magnesy reklamowe to doskonały nośnik treści reklamowych, jeśli tylko zdecydujemy się na nich umieścić logo i nazwę naszej firmy, przewoźne hasło reklamowe i dane kontaktowe. Klienci zostaną nimi obdarowani podczas spotkań biznesowych w siedzibie naszej firmy, podczas różnego rodzaju targów i konferencji. Umieszczone na lodówce codziennie przypominają klientowi o istnieniu naszej firmy. Jeszcze większym powodzeniem cieszą się magnesy z notesami, które pełnią funkcję użytkowe, a dodatkowo na stałe utrwalają wizerunek naszej firmy w świadomości klientów. **Magnesy reklamowe** na lodówkę są stale wykorzystywane do działań marketingowych przez światowe

przodujące marki z branży spożywczej i nie tylko. Niektóre produkty zawierają magnesy, które możemy kolekcjonować, co zmusza nas do kolejnych zakupów kolejnego z serii.

Styrodur w reklamie przestrzennej – wady i zalety

Reklama przestrzenna korzysta w głównej mierze z materiału potocznie zwanego styrodurem, który umożliwia tworzenie kształtów 3D. Należą do nich nie tylko litery 3D, ale i wszelkie niestandardowe bryły, w tym logo. Najczęściej ze styrodurem można spotkać się w siedzibach firm, w których na ścianach wiszą właśnie trzywymiarowe logotypy firm, hasła reklamowe, bądź inne formy reklamy przestrzennej bez podświetlenia wewnętrznego.

Czym jest styrodur?

Styrodur, czyli polistyren ekstrudowany, powstaje na skutek wymieszania granulek polistyrenu z różnymi składnikami, które w odpowiedniej proporcji nadają mu odpowiednie właściwości. Największy nacisk kładzie się na jego barwę oraz odporność na uszkodzenia mechaniczne. Następnie styrodur poddawany jest obróbce termicznej, wysokiemu ciśnieniu oraz wpompowywaniu i wypompowywaniu gazu. **Styrodur** często bywa mylony ze styropianem używanym w budownictwie, jednakże jest od niego bardziej odporny, a jednocześnie pochłania więcej wilgoci, co umożliwia jego malowanie. Płyty gotowego do użycia styroduru najczęściej posiadają wymiary zbliżone do powierzchni roboczej najpopularniejszych ploterów termicznych, którymi wycinane są kształty, czyli około 126 x 60 cm. Natomiast sama grubość płyt styroduru waha się od 1 cm do nawet 20 cm.

Jakie są wady i zalety styroduru w reklamie przestrzennej?

Podstawową zaletą wykorzystywania styroduru jako materiału do tworzenia reklamy przestrzennej jest jego mała waga. A zatem umieszczenia logo lub liter na ścianie w siedzibie firmy jest mało inwazyjne na jej powierzchnię. Kolejnym atutem styroduru jest jego mocno przestrzenna bryła. Wiąże się to z walorami estetycznymi – logo lub litery z łatwością przykują uwagę klienta, przełamując płaskość każdej powierzchni. Dodatkowo **styrodur** cechuje solidny i estetyczny wygląd. Wypalone rozgrzanym drutem plotera kształty są dokładnie polerowane, a następnie pomalowane odpowiednim kolorem. Sposób jego barwienia ma ogromny wpływ na jego odporność i nasycenie barw. Równie zachęcająca jest cena styroduru, która jest znacznie niższa niż innych materiałów używanych w reklamie.

Styrodur ze względu na swoje podobieństwo do tradycyjnego styropianu i niewielką wagę jest materiałem delikatnym. Dlatego też nie stosuje się go w reklamie zewnętrznej, gdzie szybko mógłby ulec zniszczeniu przez warunki atmosferyczne. Jako alternatywę styroduru w reklamie zewnętrznej stosuje się plexi i PV, które wykazują większą twardość. Niestety nawet najmniejsze wgniecenie na powierzchni styroduru jest sporym mankamentem estetycznym, a jego demontaż równoznaczny jest z całkowitym zniszczeniem kształtów wykonanych z tego materiału styroduru.

Jakie są najpopularniejsze rodzaje druku wielkoformatowego?

Każdy, kto prowadzi własną działalność gospodarczą, zdaje sobie sprawę z konieczności, jaką jest reklamowanie swoich usług lub produktów. Nie wystarczy jednak postawić na jedną formę reklamy. Aby marketing naszej firmy był skuteczny i przynosił nam wymierne korzyści, zdecydowanie powinniśmy używać wielu różnorodnych nośników reklamy tak, aby na stałe zagościć w pamięci potencjalnych klientów. Dzięki nowoczesnym technologiom stosowanym w drukarniach wielkoformatowych mamy naprawdę szerokie możliwości wyboru środków reklamowych.

Bilboardy i banery reklamowe

Stanowią jedną z najpopularniejszych i najbardziej zauważalnych formatów druku wielkoformatowego. Możemy je spotkać praktycznie wszędzie: na fasadach budynków, na płotach lub rusztowaniach przy drogach. Ze względu na swoje rozmiary nie można przejść obok nich obojętnie, dlatego są niezwykle skuteczną formą reklamy.

Szyldy

Ułatwiają klientom lokalizację siedziby naszej firmy. Jeśli nasze biuro znajduje się w budynku, na jego froncie powinien znajdować się szyld przedstawiający logo i nazwę naszej firmy oraz – co jest niezwykle istotne – szczegółowe informacje dotyczące tego, jak dotrzeć do naszego biura. Szyld powinien być wyraźny i czytelny oraz wyróżniać się wśród innych, aby nasi potencjalni klienci z łatwością go zauważyli wśród konkurencji i skorzystali z naszych usług.

Tablice reklamowe

Jeśli prowadzimy działalność sprzedażową typu sklep lub restaurację najlepiej zrobimy, jeśli wystawimy tablicę reklamową w niewielkiej odległości od naszego lokalu. Tablice

reklamowe spotkać można często na chodniku lub w galeriach handlowych, gdzie przechodnie zauważają ją szybciej niż reklamę na szybie. Jej podstawową funkcją jest poinformowanie przechodniów o promocjach i okazjach, a tym samym zachęcenie ich do skorzystania z naszych usług.

Plakaty reklamowe

Znajdują szerokie zastosowanie nie tylko wewnątrz naszego biura jako element identyfikacji wizualnej. Chętnie stosowane są w punktach sprzedażowych, a więc sklepach i restauracjach, jako nośnik informacji o wyprzedażach i promocjach oraz. Plakaty reklamowe spotkamy również w autobusach i na przystankach autobusowych, gdzie informują również o wszelkich eventach i wydarzeniach.

Folie One Way Vision

Stanowią jedną z ciekawszych form reklamy stosowaną na szybach lokali i autobusów miejskich, dzięki czemu docierają do naprawdę dużej grupy odbiorców. Ich cechą charakterystyczną jest to, że reklama umieszczona na folii OWV widoczna jest tylko na zewnątrz oklejonej nią szyby, zaś niewidoczna jest dla osób znajdujących się po jej wewnętrznej stronie.

Reklamy na podłodze

Dzięki zastosowaniu odpowiedniego rodzaju folii i laminatu ta forma reklamy staje się odporna na ścieranie, a przechodnie, przechodząc po niej, nie mogą jej nie zauważyć. Najczęściej można ją spotkać w centrach handlowych lub biurach, natomiast można ją zastosować praktycznie wszędzie.

Baner frontlit – powlekany czy laminowany

Rozpoczynając prowadzenie własnej firmy lub chcąc zareklamować nowy produkt bądź usługę, stajemy przed wyborem nośnika naszej reklamy. Nasz wybór dotyczy materiału, na którym umieścimy treści i grafikę reklamową oraz od miejsca, w którym reklamę chcemy eksponować. Najpopularniejsza i najbardziej ekonomiczną formą reklamy zewnętrznej wielkoformatowej od dawna jest **baner reklamowy**.

Czym jest baner frontlit i jakie są jego rodzaje?

Jednym z najczęściej używanych materiałów do produkcji banerów reklamowych jest **baner frontlit**. **Frontlit** to tkanina składająca się z siatki poliestrowej pokrytej polichlorkiem winylu powszechnie nazywany PCV. Na rynku istnieją dwa rodzaje PCV, z którego przygotowuje się banery reklamowe. Pierwszy z nich to baner powlekany, którego siatka podczas procesu obróbki termicznym zyskuje na odporności na czynniki zewnętrzne poprzez zatopienie jej w płynnej PCV. Drugi rodzaj, baner powlekany, powstaje poprzez przepuszczenie siatki przez rozgrzanie do wysokiej temperatury wałki dociskowe, które pokrywają ją folią wykonaną z PCV.

Od czego zależy wytrzymałość banera frontlit?

Podstawowymi czynnikami, które mają ogromny wpływ na trwałość **banera frontlit** jest gramatura jego materiału oraz jego gęstość. **Frontlit** dostępny jest w gramaturach z przedziału 290-9000g/m², jednak do produkcji standardowych bannerów wykorzystuje materiał o gramaturze 430 g do 550g/m². Jeśli chodzi o gęstość materiału na baner, materiał powlekany wykazuje niemal dwukrotnie większą liczbę włókien niż materiał laminowany. Oznacza to, że **banner frontlit powlekany** będzie niemal dwa razy bardziej odporny na uszkodzenia niż ten sam baner **frontlit laminowany**.

Jaka jest różnica pomiędzy banerem a billboardem reklamowym?

Jednym z głównych nośników reklamy zewnętrznej są reklamy wielkoformatowe takie jak billboardy i banery. W powszechnej świadomości oba te pojęcia bywają używane zamiennie, jednakże bywają znaczne różnice. Dlatego też, zanim udamy się do dobrej profesjonalnej drukarni wielkoformatowej, aby wybrać odpowiadającą nam formę reklamy wielkoformatowej, poznamy **różnice pomiędzy banerem a billboardem**.

Forma produkcji banneru i billboardu

Podstawową różnicą pomiędzy banerem a billboardem jest sposób ich przygotowania. **Billboard** to rodzaj reklamy zewnętrznej powstałej poprzez druk pojedynczych arkuszy zawierających pewną część większego obrazu, dlatego tylko razem układają się w logiczną spójną całość będącą nośnikiem reklamy, która skutecznie, bo już z daleka przyciąga uwagę odbiorców. Jednakże, aby umieścić reklamę o tak dużych wymiarach, niezbędne jest możliwość użytkowania odpowiedniej powierzchni przeznaczonej do przyklejania billboardów.

Z kolei **baner** powstaje dzięki nadrukowi treści i grafiki na specjalny elastycznym materiale. Materiał ten jest przede wszystkim odporny na działanie czynników zewnętrznych takich jak deszcz, promieniowanie słoneczne i mróz w przeciwieństwie do arkuszy baner. Dodatkowo na brzegach materiału, z którego jest wykonany baner, znajdują się metalowe oczka, które uniemożliwiają montaż banera do ściany budynku, tablicy, płotu czy siatki ogrodzenia.

Baner czy billboard — która forma reklamy jest użyteczniejsza?

Ze sposobu mocowania billboardu i baneru wynikają znaczne różnice w ich użyteczności. Jak już wspomnieliśmy, baner przygotowany jest z kilku zadrukowanych arkuszy, które są przyklejane do tablicy billboardowej. Oznacza to, że **billboard** umieszcza się w danym miejscu tylko raz, a jego funkcje reklamowe przepadają wraz z naklejeniem na tę samą powierzchnię nowego billboardu reklamowego.

Natomiast **baner**, dzięki elastycznemu i wytrzymałemu materiałowi oraz metalowym oczkom, można mocować w coraz to innych lokalizacjach w zależności od potrzeb. Oznacza to również, że baner nie potrzebuje istnienia specjalnej tablicy jak w przypadku billboardu. Wystarczy znaleźć interesujący nas płot, ogrodzenie lub ścianę budynku i negocjować cenę wynajmu tych powierzchni właśnie pod montaż banera reklamowego.

Czemu służy plakat motywacyjny w biurze?

Słowa mają ogromną moc i nie jest to tylko utarty frazes. Moc ta objawia się nie tylko w dobrze skrojonych kampaniach reklamowych, ale i w sposobie, w jakim motywują człowieka do określonych działań i wpływają na poprawę jego humoru. **Plakaty** z sentencjami, błyskotliwymi i humorystycznymi doskonale wpasowują się w wystrój każdego biura — ożywiają je i nadają niepowtarzalnego charakteru. Sprawdzą się zarówno w pomieszczeniach tradycyjnych, jak i urządzonych w stylu industrialnym czy przemysłowym. **Plakaty motywacyjne** są bowiem harmonijnym połączeniem sztuki, dekoracji i wymownej treści.

O tym, jak ważna jest atmosfera w pracy, przekonał się chyba każdy. Każdy też miał momenty wątplenia w swoją pracę, odczuwał zmęczenie i zniechęcenie. Poza motywującą funkcją plakatu możemy wybrać takie sentencje, które dzięki zawartemu w niej humorowi poprawia nastrój naszych pracowników i wywołują u nich uśmiech. Każdy plakat powinien być związany z branżą, w której

pracujemy. Inne sentencje pobudzą do działania informatyków, coachów czy sprzedawców. Ważne, aby poprawiały atmosferę pracy i nie obrażały niczyich uczuć. **Plakaty motywacyjne** wiszące w naszym biurze to też informacja dla naszych klientów o nas. Świadczą, że nasza firma idzie z duchem czasu nie tylko jeśli chodzi o trendy w aranżacji wnętrz. Pokazuje, że dbamy o komfort naszych pracowników i ich motywację do pracy.

Jak przygotować plakat motywacyjny do druku?

Przede wszystkim powinniśmy dokładnie przemyśleć, jak powinna wyglądać kompozycja plakatu motywacyjnego. Może to być sama sentencja z użyciem ciekawej czcionki lub sentencja uzupełniona prostą grafiką. Grafika ta nie powinna być natrączywa – pamiętajmy, że to treść plakatu ma odgrywać pierwszoplanową rolę. Jeśli posiadamy gotowy **projekt plakatu motywacyjnego**, powinniśmy zapisać plik przesyłany do drukarni wieloformatowej w formacie PDF. Jeśli natomiast nie mamy na niego pomysłu, warto zwrócić się o pomoc do profesjonalnych grafików, którzy przedstawią kilka propozycji projektu w oparciu o nasze sugestie.