

WIZYTÓWKI,
CZYLI JAK WYKORZYSTAĆ
APLIKACJE DO
TWORZENIA MATERIAŁÓW
REKLAMOWYCH.

RODZAJ KOMUNIKOWANIA
PERSWAZYJNEGO
OBEJMUJĄCY TECHNIKI I
DZIAŁANIA PODEJMOWANE W
CELU ZWRÓCENIA UWAGI NA
PRODUKT, USŁUGĘ CZY IDEĘ

The image features a dark blue background with a subtle pattern of concentric circles. On the left and right sides, there are decorative elements resembling circuit board traces, consisting of thin white lines and small white circles. The main text is centered and rendered in a white, serif, all-caps font. The text is arranged in two lines: the top line reads 'PROFESJONALNA' and the bottom line reads 'WIZYTÓWKA'.

PROFESJONALNA
WIZYTÓWKA

WIZYTÓWKA FIRMOWA PEŁNI FUNKCJĘ
INFORMACYJNĄ.

DOBRA WIZYTÓWKA JEST OPRÓCZ TEGO
REKLAMĄ, SKŁANIAJĄCĄ DO USŁUGI LUB TOWARU.

WIZYTÓWKA RZECZYWIŚCIE JEST WAŻNYM
ELEMENTEM W NAWIĄZYWANIU RELACJI
BIZNESOWYCH.

Rodzajów
wizytówek jest
wiele:



składane,
tradycyjne, z
zaokrąglonymi
rogami, a nawet
wycinane w
różne kształty.

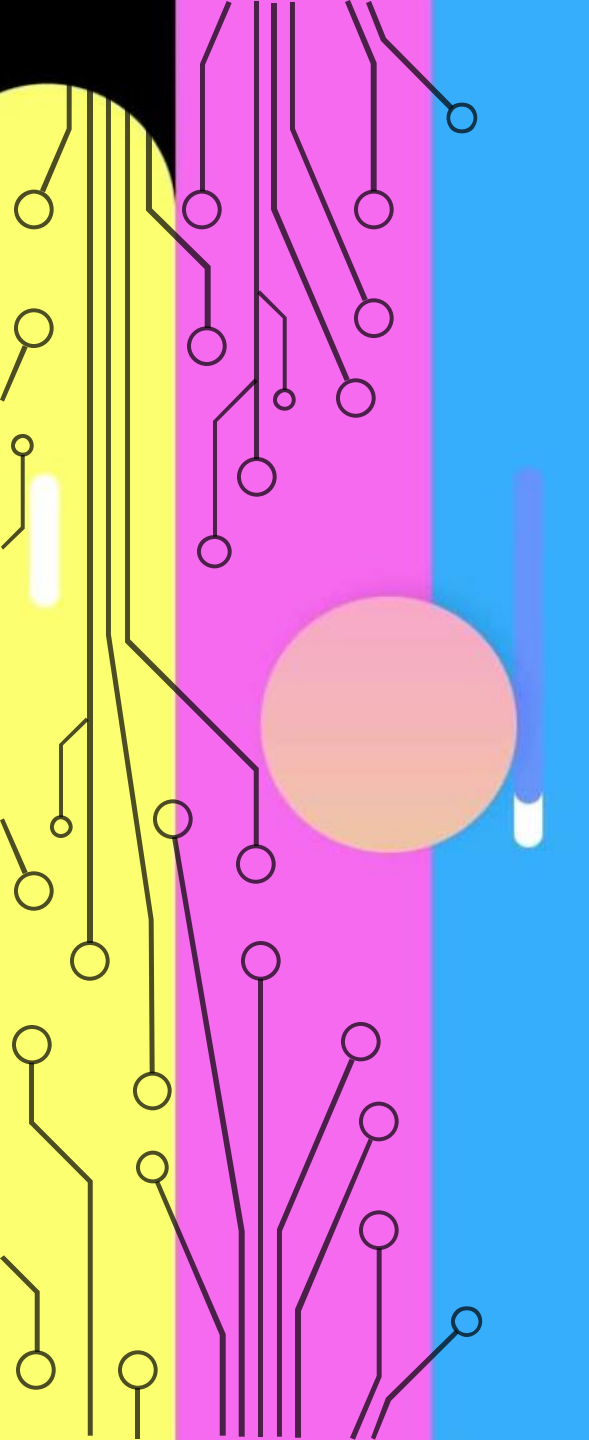
PODSTAWOWĄ INFORMACJĄ,
KTÓRA POWINNA BYĆ W NIEJ ZAWARTA TO:
NAZWA FIRMY I LOGO
IMIĘ I NAZWISKO
ORAZ DANE TELEADRESOWE:
ADRES,
NUMER TELEFONU,
E-MAIL...

ciekawym zabiegiem jest umieszczenie małych ikon przy danych
– słuchawka telefoniczna przy numerze telefonu,
- symbol @ przy firmowym adresie e-mail

NAZWA FIRMY POWINNA BYĆ STOSUNKOWO
DUŻA I CZYTELNA, NAPISANA TĄ SAMĄ CZCIONKĄ
I MAJĄCA TEN SAM KOLOR, CO NAZWA
UMIESZCZONA NP. NA STRONIE INTERNETOWEJ,
ALBO NA SZYLDZIE ZAKŁADU PRACY.

NIE WOLNO ZAPOMNIEĆ O UMIESZCZENIU LOGA
FIRMOWEGO.

Kolejnym bardzo ważnym elementem wizytówki jest jej kolor. Powinien on być spójny z ogólną kolorystyką firmy i tym samym warto jest przyjrzeć się barwom. Niektóre z nich zarezerwowane są dla konkretnych branż. Kolor czarny lub purpurowy, opatrzony złotymi literami nadaje powagi i elegancji. Doskonale sprawdzi się w wypadku sklepu jubilerskiego i hotelu, jednak wypadnie słabiej w biznesie hydraulicznym. Ciepłe kolory jak brąz, ciemna czerwień często używane są w przemyśle spożywczym. Trzeba przemyśleć kolor dla branży gastronomicznej!



Oprócz gry kolorów stosuje się grafikę w tle wizytówki i jest to dobry pomysł, o ile pozwala nam na to użyty wcześniej kolor i jest to grafika, która nie wpływa negatywnie na czytelność tekstów.

Wymiary wizytówki powinny być standardowe czyli 9 cm na 5 cm.

Równie ważne jest odpowiednie hasło reklamowe - slogan firmy. Nie powinno być zbyt długie, ale czytelne i bezpośrednio wskazujące na działalność firmy. W wypadku firmy turystycznej z ofertą wyjazdów do Afryki hasło "Świat bliżej nas", prawdopodobnie będzie mniej skuteczne niż "Podróże po Afryce – poznaj najcieplejszy kontynent".



DOBRZE
ZAPROJEKTOWANA
WIZYTÓWKA
POWINNA:

zapadać w
pamięć

zachęcać do
kontaktu

wyróżniać się
jakością

być wyjątkowa

wyglądać
elegancko

być
profesjonalna

przekazywać
wiadomość

zawierać
wyraźną i
czytelną
czcionkę

cechować się
przemysłanym
layoutem