



Секрет любой рекламной кампании кроется в выбранных инструментах для привлечения внимания потенциальных клиентов. В этом аспекте особое внимание привлекают флаеры. Они представляют собой яркие листовки, предназначение которых состоит в быстром информировании о предстоящих событиях, акциях, появлении новых товаров и услуг, мероприятиях, открытии магазинов, торговых центров и т.д. При соблюдении правил оформления и использования флаеры способны существенно поднять эффективность и прибыльность любого вида деятельности.

Не надо банальностей!

У каждого из нас в почтовом ящике найдется с десяток разных листовок о продаже окон, открытии новой парикмахерской, с приглашением на фитнес рядом с домом и прочими предложениями. Как обычно вы с ними поступаете? Большинство из нас, быстро пролистав, откладывают изъятую стопку в сторону. Если вы не хотите подобной участи, тогда [печать флаеров](#) надо заказывать у опытных дизайнеров, понимающих маркетинговые особенности их разработки.

Самый большой враг эффективной листовки – банальные фразы и обещания в стиле "мы самые лучшие", "широкий ассортимент товаров", "наша продукция самая качественная" и др. Подобные изречения имеют отталкивающее действие на потенциального клиента. Если представить, сколько было вложено денег в печать, становится обидно за заказчика. Он оплатил рекламный инструмент, который заведомо окажется с нулевой эффективностью. Надо искать правильное воплощение рекламного продукта.

В чем секрет работающего флаера?

Есть несколько составляющих создания эффективных листовок. Их можно выделить в следующие группы:

- яркий и броский дизайн;
- лаконичная и креативная подача информации;
- определение целевой аудитории;
- наличие оффера;
- призыв к действию.

Выполнить разработку и [печать еврофлаеров](#) в соответствии с изложенными пунктами означает создать действительно работающий рекламный продукт. Это формула успеха. Когда листовка попадает человеку в руки, есть буквально несколько секунд на целевое воздействие. После этого сценарий событий разворачивается в одном из двух направлений – или потенциальный клиент принимает информационный посыл, или выкидывает флаер в макулатуру. Практика показывает, что креативная подача текста, яркое и оригинальное оформление, качественная полиграфия работают действительно эффективно на продвижение бренда, товара или услуги. Самое главное – найти для этого правильную форму и грамотное исполнение.