Как вы понимаете, невозможно без эффективной рекламы продавать товары и услуги. Реклама сегодня делается самыми разнообразными средствами. Флаеры и подобные им листовки выполняются полиграфическими способами.

Цель изготовления флаеров?

Прежде всего стоит сказать, что флаер - это листовку, содержащая информацию о различных льготах. Флаер делается в ярких тонах. Эта разновидность рекламы самая популярная на сегодняшний день. И это понятно, поскольку это востребовано потребителями. Карточки с рекламной информацией обычно раздаются в местах массовых акций и скопления народа.

Изготовление флаеров

Флаеры изготавливаются посредством односторонней и двухсторонней печати. Специалисты по изготовлению флаеров говорят, что хорошо смотрится бумага с матовой и глянцевой поверхностью. Её плотность составляет от 90 до 300 грамм на кв. м. Стоимость флаера зависит от формата и тиража карточек. Печать больших флаеров в небольшом объеме стоит дороже, чем массовая печать маленьких листовок. Более подробно о ценах на флаеры можно узнать по ссылке http://hotprint.ua/production/flyers.html .

Печать может быть офсетная и цифровая. В случае цифровой выдается картинка более яркая и контрастная. При офсетном методе используется обычная печать, более выгодная экономически. Флаеры могут быть черно-белыми и цветными. Черно-белыми очень часто делают информационные листовки, а имиджевые флаеры имеют

декоративные элементы.

Преимущества флаеров

С помощью таких листовок вы сможете донести рекламную информацию до потребителей. Они распространяются довольно быстро. Печать также выполняется очень оперативно. Человек запоминает все необходимое благодаря краткости и лаконичности. Много флаеров выполняется в компактном форм-факторе. Вы сможете без труда разместить их в кошелке. Если люди первоначально не обращают внимание на флаеры, то со временем все равно ими интересуются. Это показывается практика.

Предпринимателям флаеры полезны тем, что дают возможность донести информацию о льготах и скидках. Распространители флаеров должны быть коммуникабельными и находить общий язык с потенциальными клиентами. От этого зависит заработок кампании.