

Plakátky, letáčky

Žijeme v době, kdy jsme zaplavováni pozvánkami, nabídkami apod. Je třeba brát v úvahu, že ne každý letáček si lidé „s chutí přečtou“

Výhody plakátků

- šance zaujmout nové lidi
- vizuální prostředky hrají na oči – atraktivita

Na co si dát pozor

- identita – společné grafické prvky, které hned prozradí, kdo za letáčkem stojí
- atraktivita – umět zaujmout na první pohled, grafika, slogan, silný prvek
- kompletnost – nehrát si na to, že čtenář si něco „samozřejmě domyslí“, ale uvést všechny důležité informace, kdo za kampaní stojí, o co mu jde, kolik to bude stát apod.
- distribuce – přemýšlet nad tím, kde se čtenáři dostanou do kontaktu s letáčkem (za chůze, v klidu v čekárně, na nástěnce, kterou znají, apod.)

Doporučujeme dát plakátek prohlédnout někomu „zvenčí“ a nechat si pravdivě říct: Co vidí, Jak tomu rozumí, Co od něj letáček chce, Čím ho motivuje, Jak tomu rozumí, Jaké má pocity...