



Оформление визиток: правила и типичные ошибки

Оформление визиток: правила и типичные ошибки

- Оформление визиток кажется на первый взгляд легким и простым. Но если копнуть глубже, то далеко не каждый знает их основные параметры: какая бумага подходит лучше, в какой программе быстрее сделать макет. Именно с последнего начинается создание визитной карточки. Вам в помощь Adobe Photoshop и Adobe Illustrator.
- В погоне за самой лучшей визиткой можно допустить много ошибок. Самые банальные – игра со шрифтами, неправильное указание телефона или электронной почты, а также слишком яркий дизайн. Последний явно не подходит под деловой стиль владельца.



Краткая история визиток

- Еще **5 000 лет назад** в качестве визиток купцы использовали отрезки кожи и таблички, выполненные из глины, на которых были указаны их адрес проживания и имя. Чуть позже, а именно **2 500 лет назад**, они появились в Китае и представляли собой красные бумажки с указанием должности и имени. Такую визитку должен был иметь каждый чиновник государства. Кроме того, пользовались и такими табличками, которые необходимо было передавать хозяину дома – в них указывались цель прихода визитера и его имя.



Слово французского происхождения **«visit»** означает посещение. Именно король Франции **Людовик 14** стал родоначальником делового этикета вручения визитных карточек. Однако вместо них использовались предметы роскоши и украшения, по которым можно было определить статус владельца.



Краткая история визиток



- Печатные варианты визитных карточек появились в Германии в **18 веке**. Самым известным коллекционером в то время был **Иоганн Гете**. Однако только когда типографское дело стало более распространенным, визитками начали пользоваться представители среднего класса.

ВИДЫ ВИЗИТОК

Визитки могут быть следующих видов:

- **Личные.** На них указывается главная информация владельца, то есть фамилия, имя и контакты. Выполнены они могут быть в любом стиле. Однако для лица со статусом используются уже более дорогие материалы для создания элегантного стиля визитки.
- **Семейные.** В них указываются данные о семье. Как правило, такие визитки отправляют вместе с подарками и поздравлениями. Они являются разновидностью личных карточек.
- **Деловые.** Этот вид визитных карточек используется в сфере бизнеса, чтобы представить себя партнерам. В них указывается следующая информация: Ф. И. О., должность и организация, в которой человек работает, сфера деятельности, а также контакты, например, номер телефона. Нужно отметить, что, согласно правилам оформления визиток по деловому этикету, все карточки, которые получают сотрудники организации, должно иметь единый стиль.

ВИДЫ ВИЗИТОК

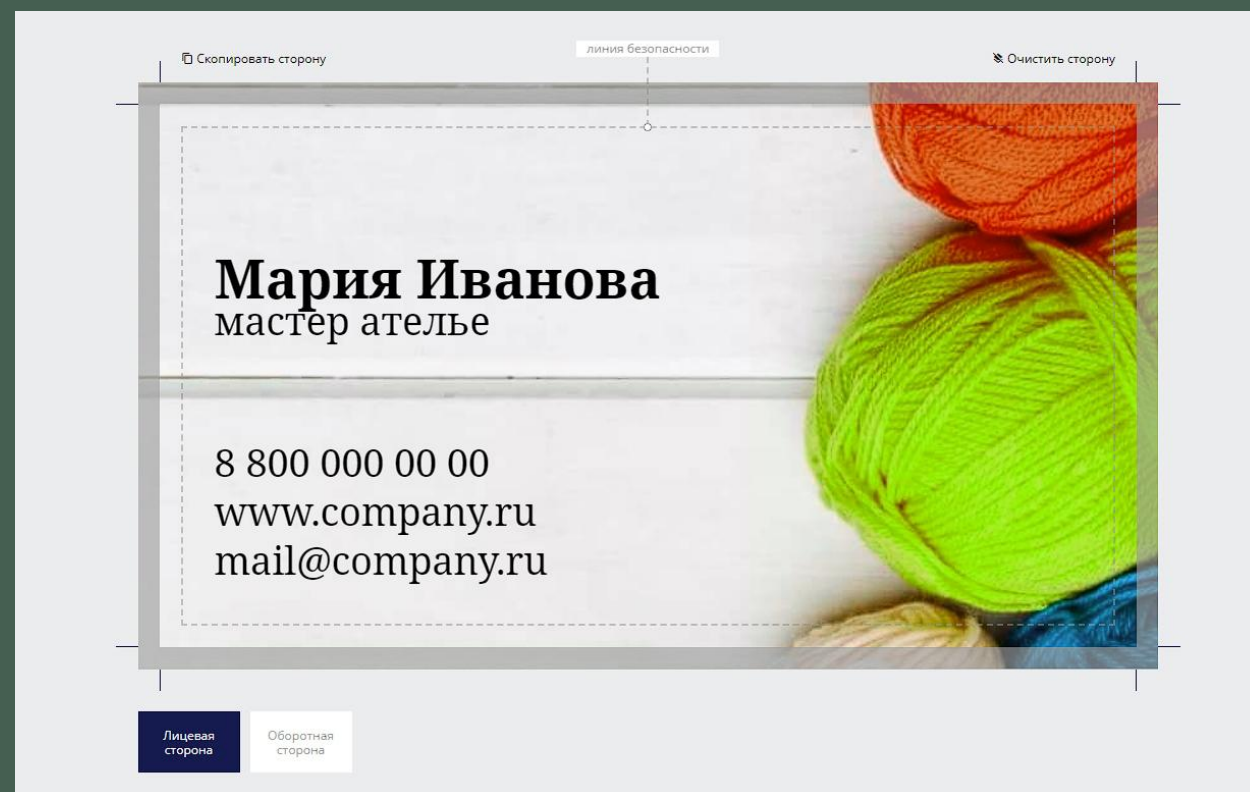
- **Эпатирующие.** Визитки, обладающие оригинальным дизайном. Их главной задачей является привлечение внимания потенциальных клиентов к деятельности организации, поэтому процесс их изготовления исключает строгий стиль.
- **Корпоративные.** Такие визитки используются для представления не конкретного лица, а организации, поэтому они содержат такую информацию, как название компании, услуги, которые она оказывает, номер телефона, сайт (если есть) и схему проезда.
- **Представительские.** В них указывается минимальное количество данных, причем не конкретного человека, а его представителя. Как правило, такие визитные карточки предпочитают раздавать известные люди, которые хотят оставить в тайне свои контактные данные.

Личные визитки

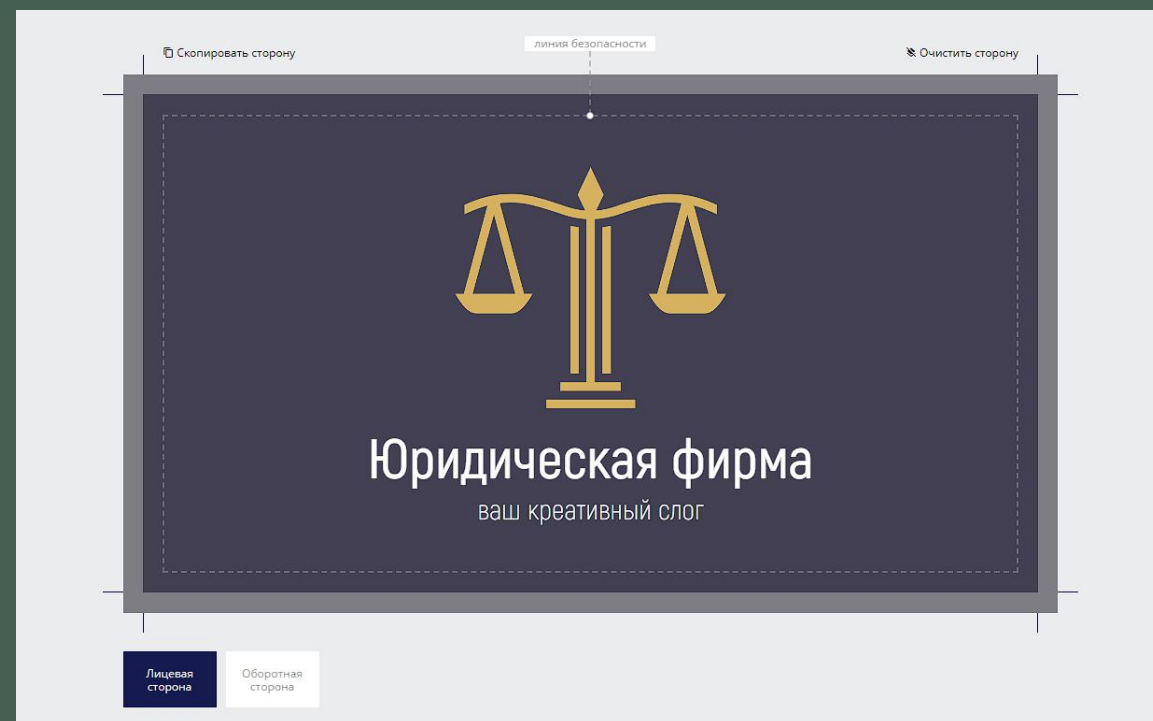
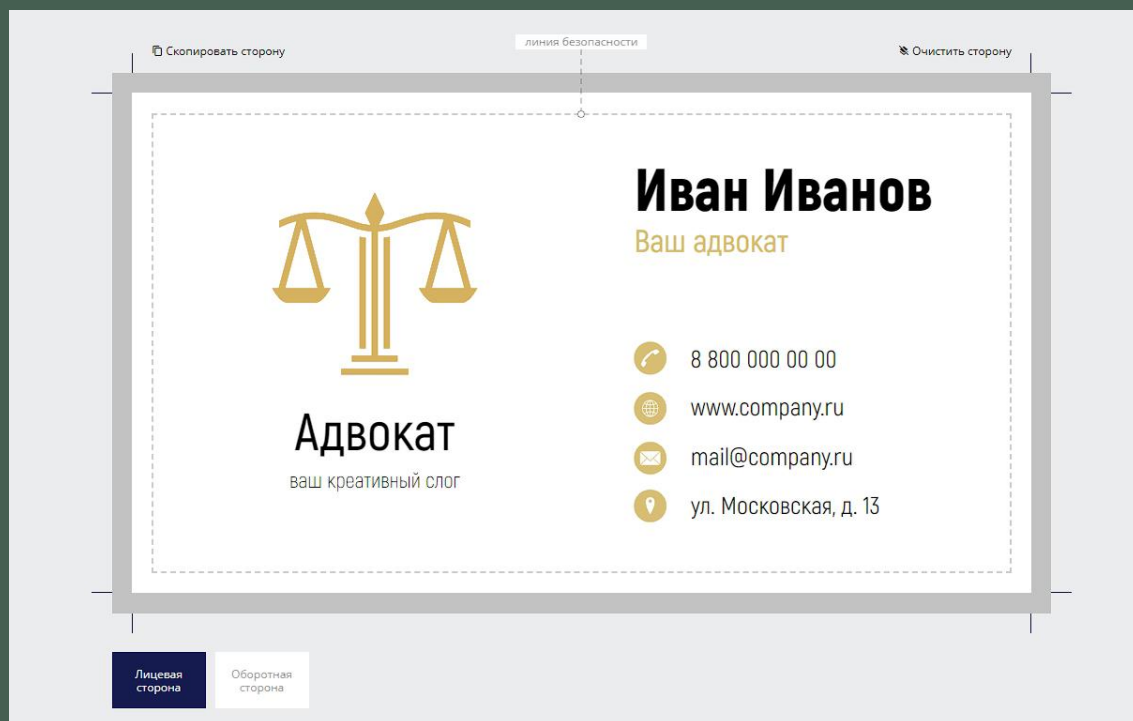
Личные визитки используются при дружеском знакомстве и неформальном общении.

Как правило визитка содержит **имя** и **фамилию владельца** и иногда **телефонный номер**. Должность и адрес в ней **не обязательны**.

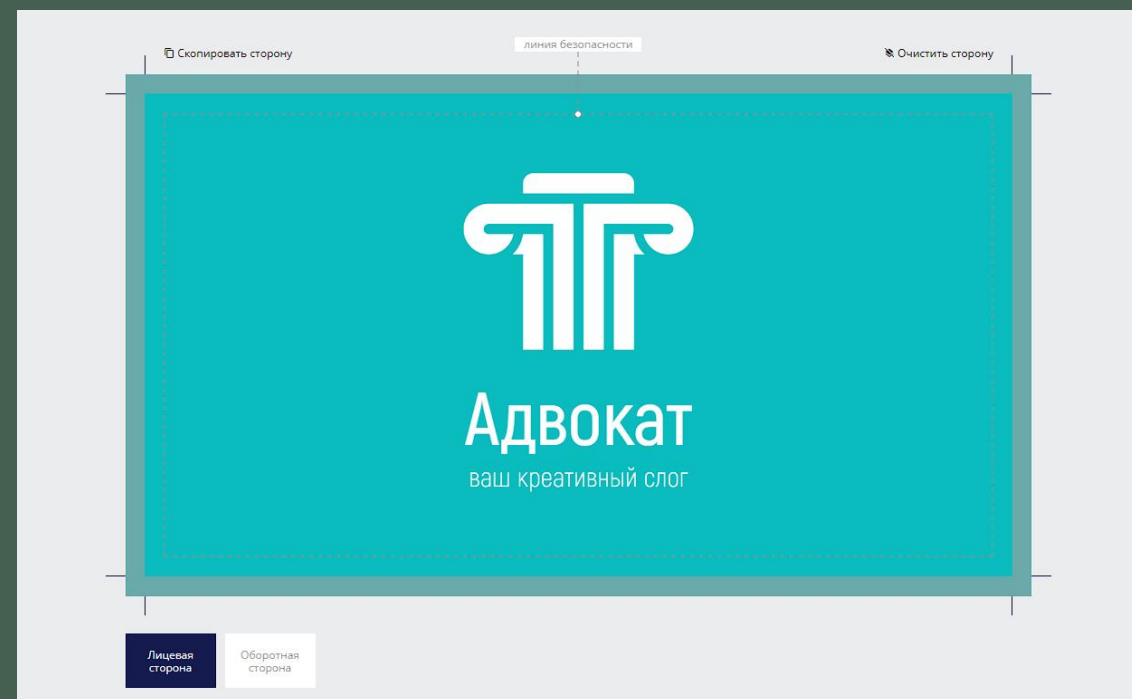
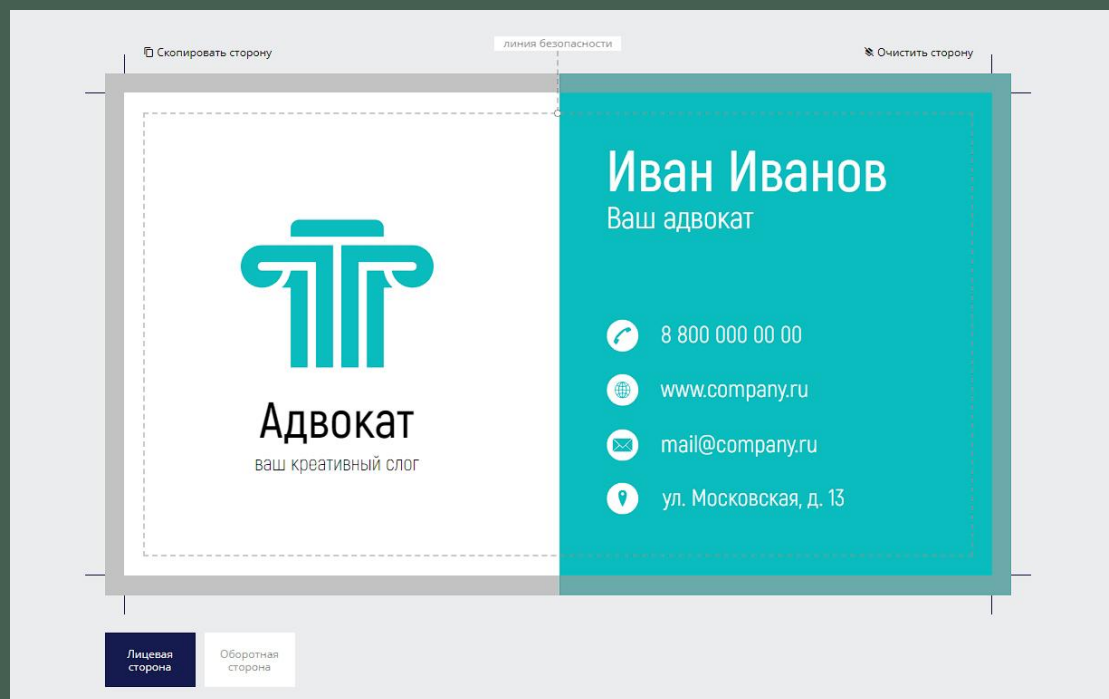
Стиль исполнения может быть любым и разрабатывается в соответствии с личными предпочтениями владельца.



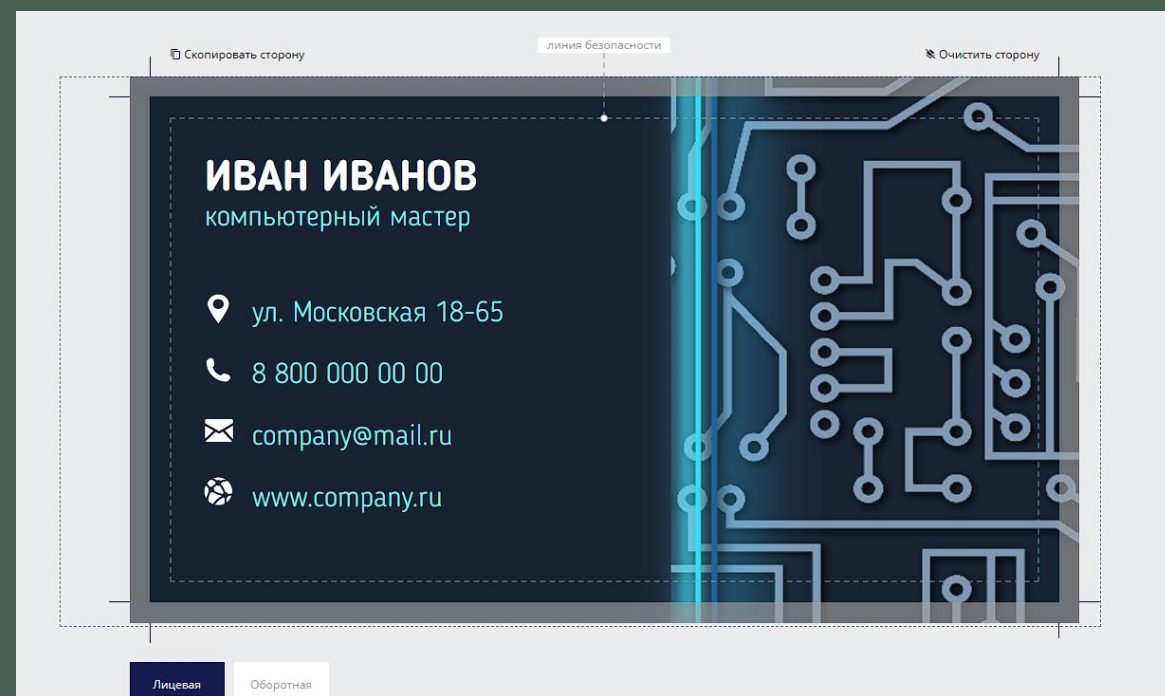
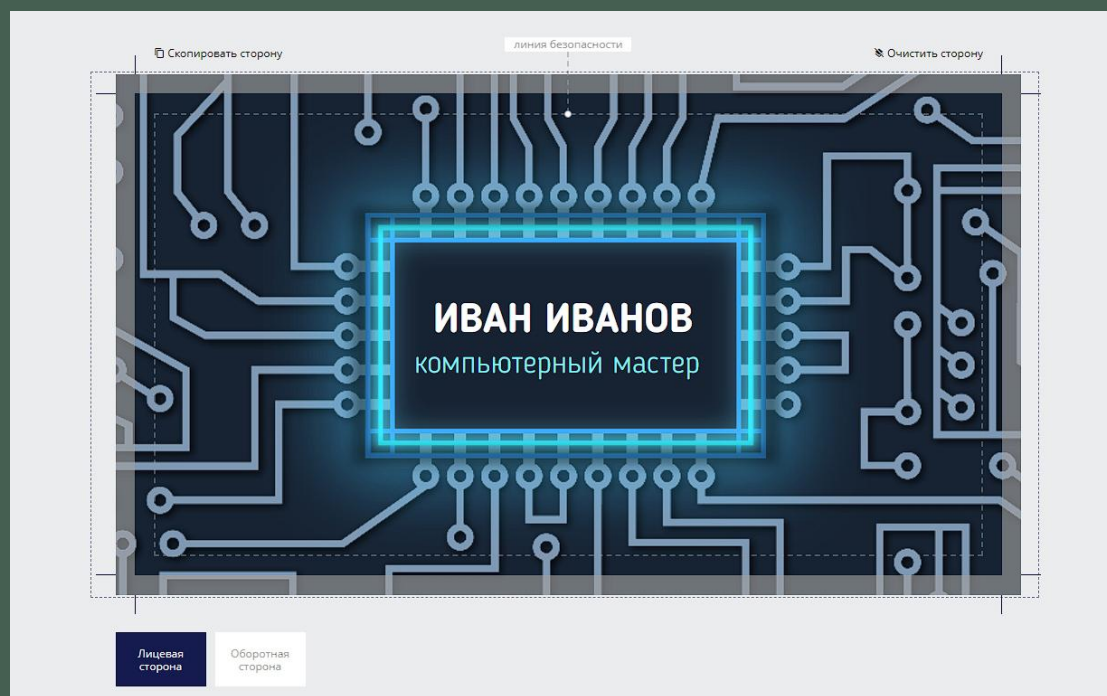
Личные визитки



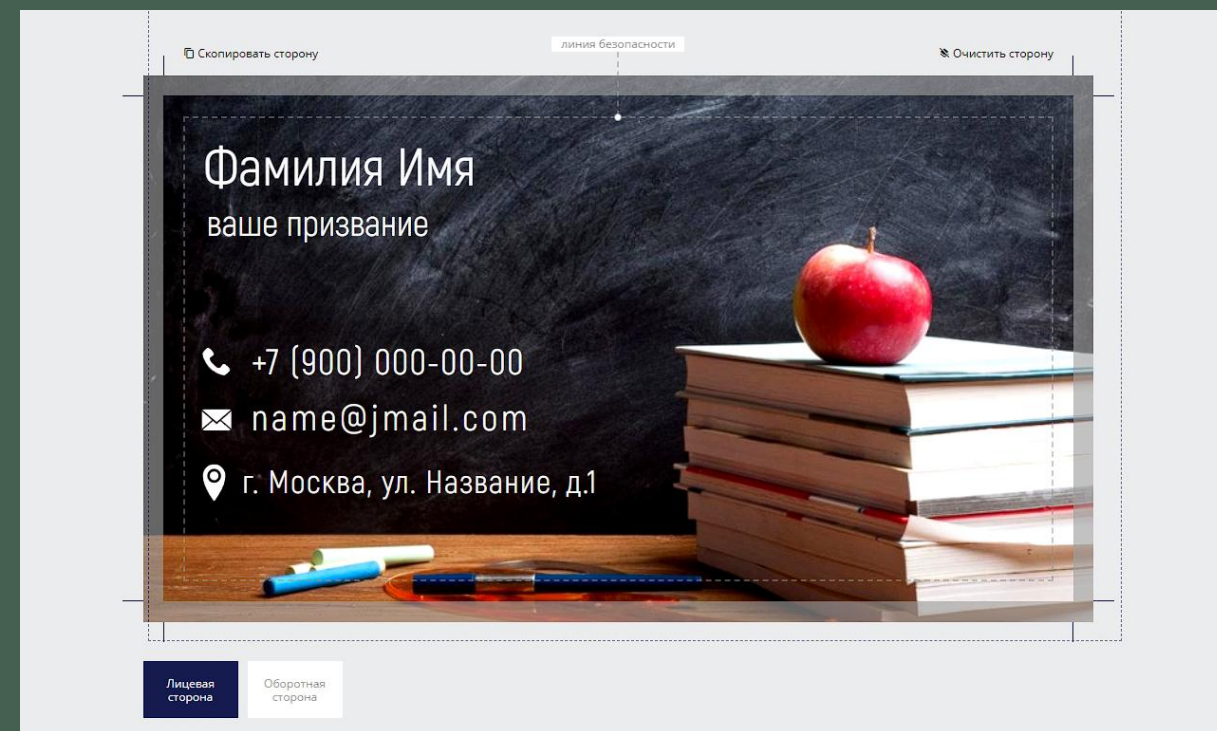
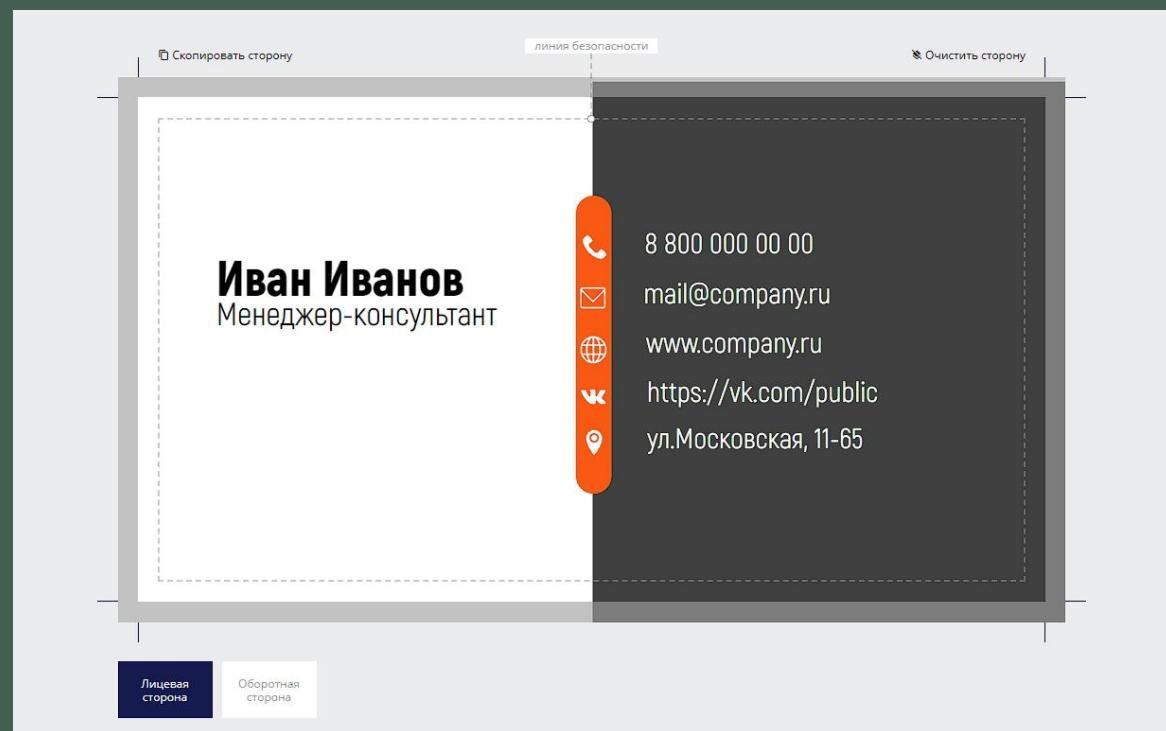
Личные визитки



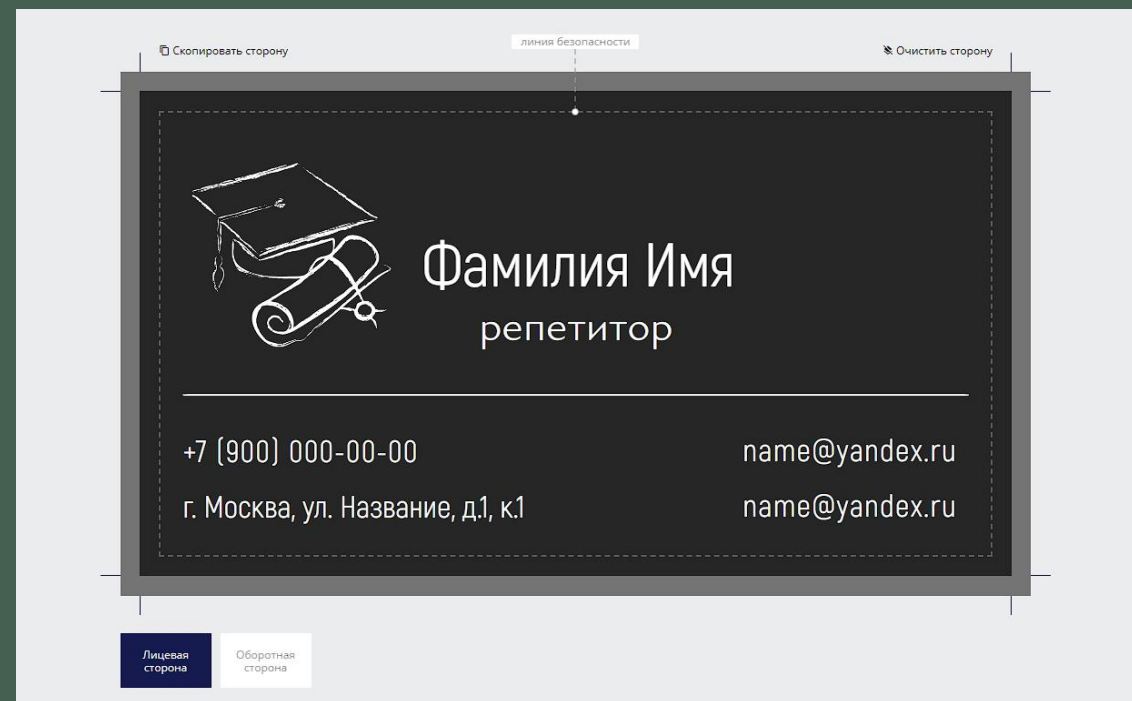
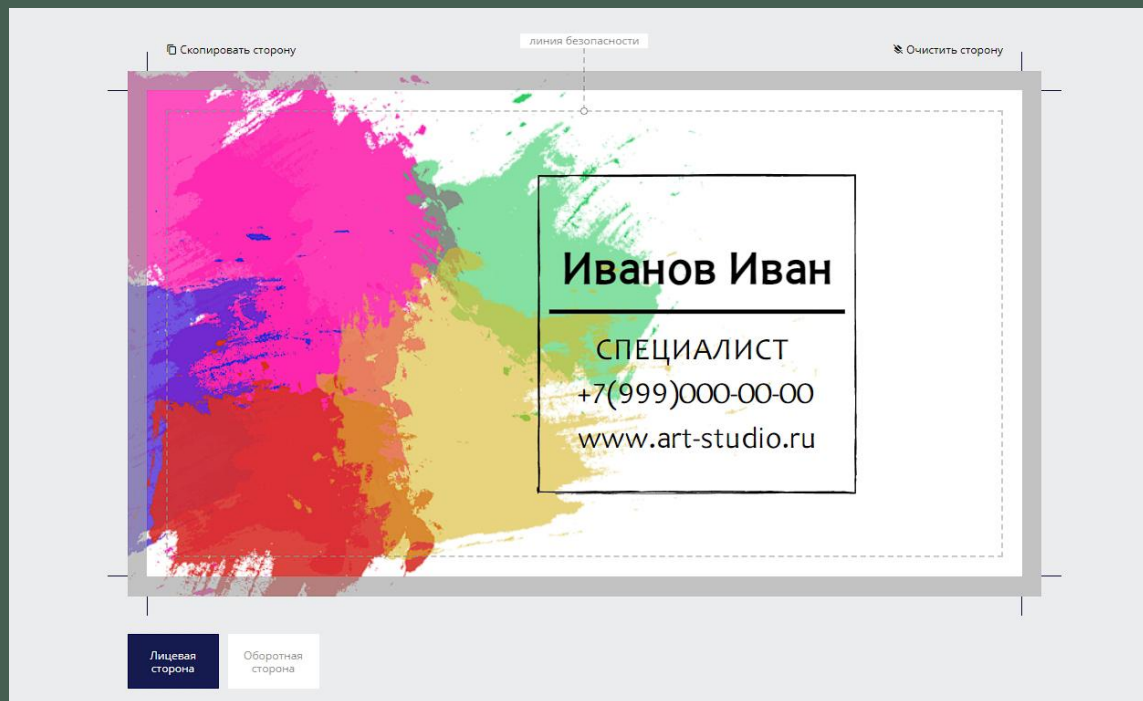
Личные визитки



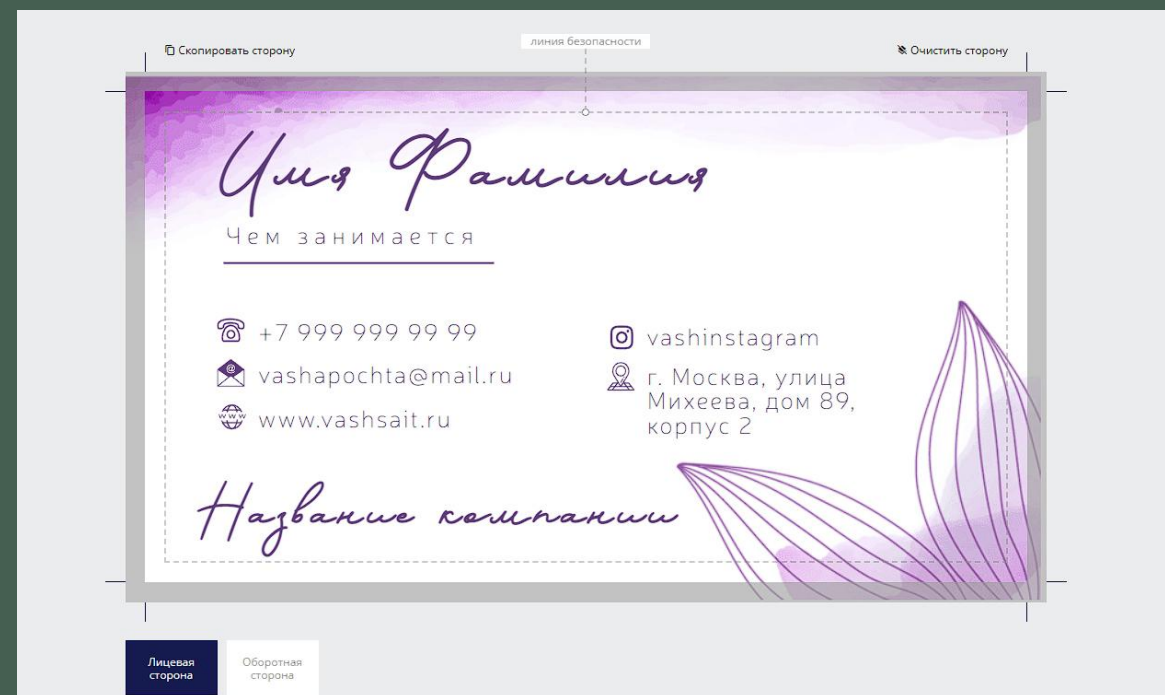
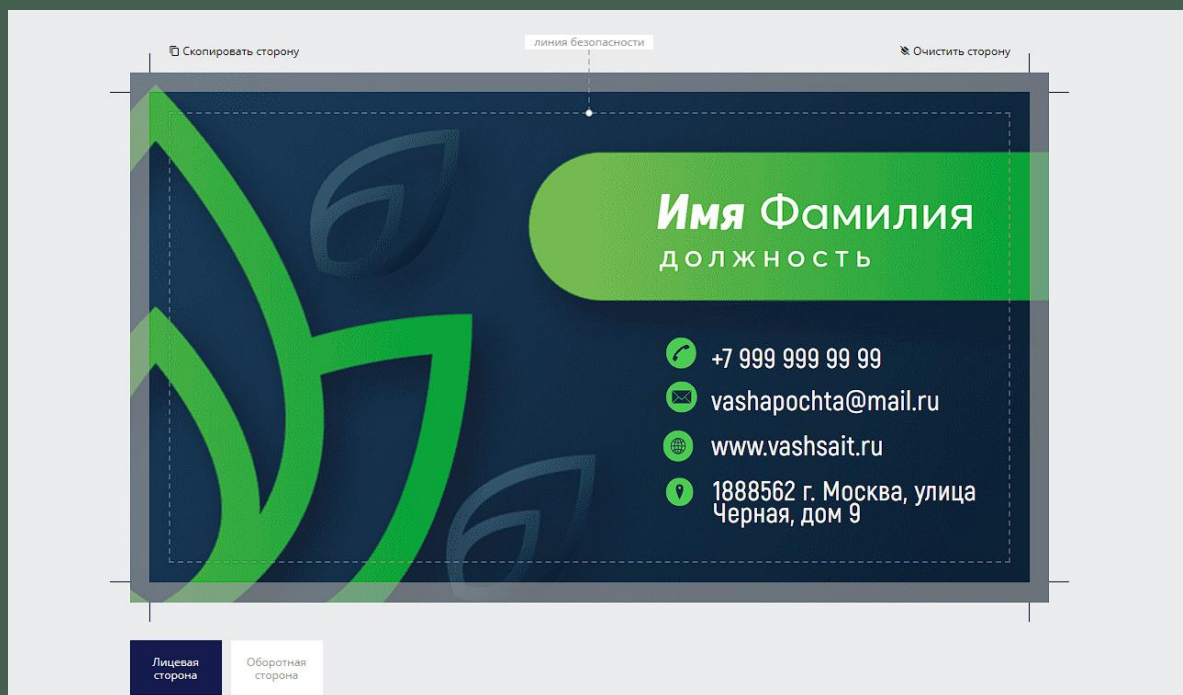
Личные визитки



Личные визитки



Личные визитки



Зачем нужна визитка

- ❑ Не стоит бояться того, что визитка, которую вы кому-то вручили, будет выкинута. Страшно, если от нее избавились и при этом не сделали того, на что вы рассчитывали.
- ❑ Нужно понимать, что визитная карточка в любом случае рано или поздно окажется выкинутой или утерянной, поэтому разницы никакой нет в том, где она находится у получателя: висит в рамке или лежит в общей пачке. Главной целью является получение результата, а не длительный срок хранения. Рассмотрим все по порядку.
- ❑ Визитная карточка представляет собой такой же инструмент маркетинговой политики, как whitepaper, листовка или маркетинг-кит.
- ❑ Поэтому к созданию этого продукта необходимо подойти очень внимательно. Правильно составленная визитная карточка может окупиться в один миг и сделать большую часть вашей работы.

Зачем нужна визитка

Прежде чем пускать ее в печать, необходимо определиться со следующими моментами:

- Кто будет получателем. Это позволит понять, какой визитка должны быть с точки зрения подачи и концепции.
- Где она будет распространяться. Это поможет сформировать данные для указания на карте.
- Цель изготовления. В соответствии с этим разрабатываются формат карточки и призыв, который будет на нее нанесен.
- Технические вопросы. Это поможет определиться с подходящим размером визитки, материалом и формой.

Определившись с этими моментами, вы будете понимать, что вам нужно, для кого делается визитка, какой она должна быть и для чего необходима. Это поможет подобрать формат и содержание маркетингового инструмента.

Размер и оформление визитки

- Для начала необходимо разобраться с основными принципами и правилами красивого оформления визиток и только после этого приступить к их тюнингу различными трюками и фишками.

1. Размер карточки

- Тут лучше придерживаться общепринятого в стране размера: зачем изобретать то, что уже давно создано.
- Однако если вы планируете пользоваться визиткой за границей, то придется потратиться, поскольку в разных странах существуют свои требования относительно оформления и идеальных пропорций.

Страна	Ширина	Высота
Россия	90 мм	50 мм
Китай	90 мм	54 мм
Франция	85 мм	55 мм
Германия	85 мм	55 мм
Япония	91 мм	55 мм
США	89 мм	51 мм

Размер и оформление визитки

Варианты размеров Задать свой размер

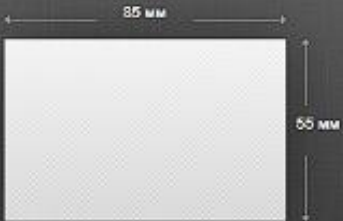


Вертикальная визитка

Размер: 50 x 90 мм

Создание вертикальной визитки

[Шаблоны визиток](#) [Сделать с нуля](#)



Визитка Евро

Размер: 85 x 55 мм

Создание евро визитки

[Шаблоны евровизиток](#) [Сделать с нуля](#)



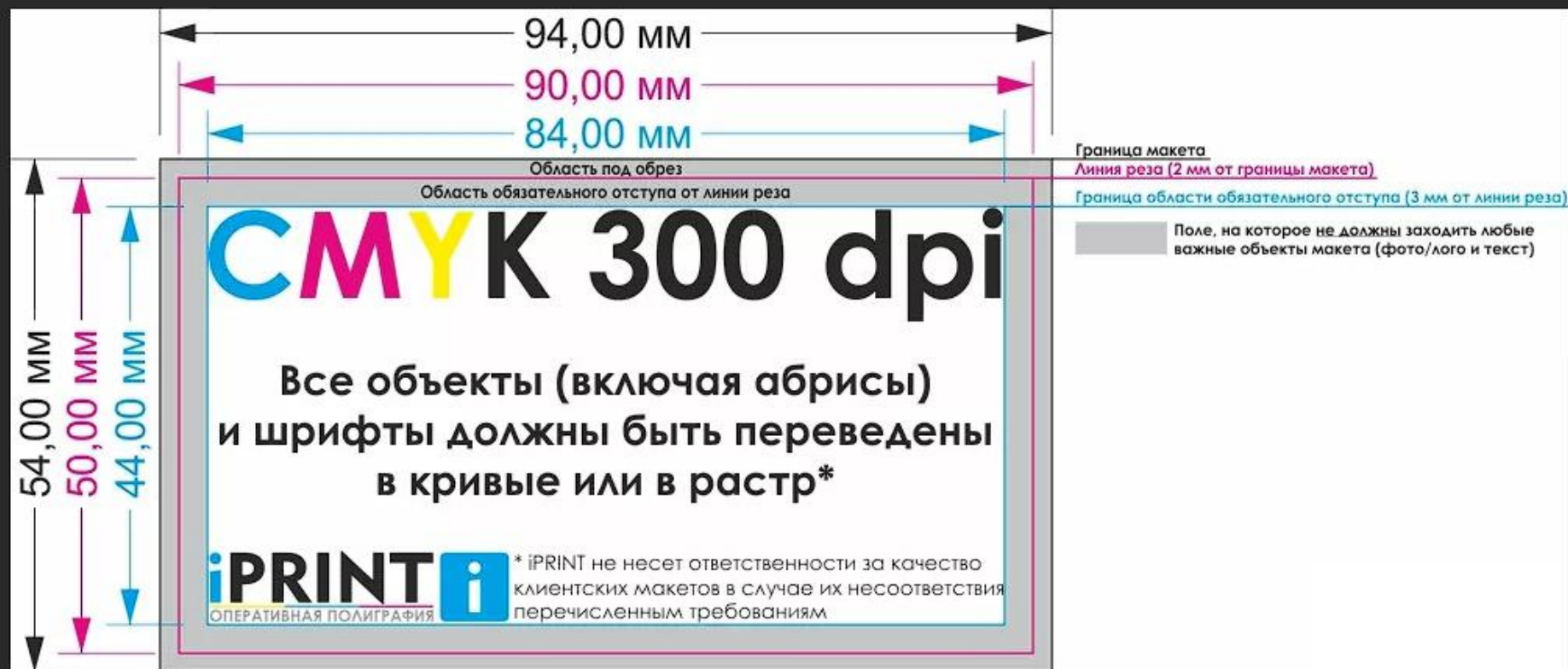
Стандартная визитка

Размер: 90 x 50 мм

Создание визитки

[Шаблоны визиток](#) [Сделать с нуля](#)

Размер и оформление визитки



Размер и оформление визитки

2. Цвет и материал

- Для некоторых этот этап является самым сложным, бывает, что люди по несколько недель не могут определиться с цветом визиток, а также материалом.
- Нужно понимать, что от оформления результат мало зависит, поэтому внимание лучше уделить содержанию и макету визитки.
- Однако вопрос с выбором материала и цветового сочетания все же придется решить, хотя особого значения нет, будет ли это бумага с глянцем или под лен.
- Главной задачей является создание визитки, которая будет дорого смотреться. Добиться такого эффекта гораздо проще на рифленной поверхности, при этом бумага должна иметь плотность не менее 250 г/м².
- Что касается цвета, то тут никаких правил нет, главное, чтобы он соответствовал стилю компании. При его отсутствии лучше отдать предпочтение классическому варианту оформления визиток, то есть белому исполнению.
- Если получится так, что цвет компании пойдет в разрез с оттенком карточки, то от маркетингового инструмента будет больше вреда, чем пользы.
- Поискать интересные идеи оформления визиток можно на сайте [pinterest.com](https://www.pinterest.com), для этого достаточно ввести в строку поиска слово «визитка» и выбрать из множества примеров.

Размер и оформление визитки

3. Форма

- Здесь себя сдерживать в креативности не стоит, поскольку чем оригинальнее будет форма карточки, тем лучше.
- Однако меру тоже нужно знать, так как круглые визитки или в форме сердечек – это уже перебор. Достаточно небольшого угла наклона или среза.
- Для поиска оригинальных идей можно обратиться к Интернету. И все же нужно понимать, что создание одного экземпляра обойдется вам примерно в 500 рублей, поэтому использование визитки будет разумным только в том случае, если в сфере вашей деятельности она является способом удивить или показать свою креативность.

Форма визитки

А вот в этом случае Ваши креативные идеи будут кстати. Чем оригинальнее будет форма визитки, тем лучше.

Но нужно понимать границы этого высказывания.

Ваша визитка может быть с отрезанным одним углом или иметь небольшой угол наклона. А не формы валентинки, квадрата или круга. Во всем должна быть



Форма визитки



Правильно оформленная структура визитки

- Создание структуры визитки является самым интересным этапом. Условно она делится на переднюю и заднюю.
- Поскольку каждая из них имеет свою задачу и ценность, следует остановить внимание на обеих. Кроме того, раскроем некоторые секреты типографий и маркетологов.
- В качестве примера возьмем личную визитку, поскольку она является наиболее распространенной.
- Что касается содержания визитной карточки, тут особых правил нет, каждый сам решает, какая информация будет на нее нанесена в зависимости от того, что необходимо донести до получателя.

Правильно оформленная структура визитки

Однако для большей части визиток существует типовой состав, о котором и поговорим далее:

- ❑ Логотип. Его лучше всего расположить в верхнем углу слева, поскольку получатель начинает изучать карточку именно оттуда.
- ❑ Дескрипшен, то есть краткое описание деятельности.
- ❑ Ф. И. О., при этом на первом месте желательно указывать имя, потом отчество и уже в последнюю очередь фамилию.
- ❑ Должность (для лучшего запоминания указывать какую-нибудь нестандартную).
- ❑ Контакты. Здесь никаких пояснений указывать не нужно, поскольку такая информация, как телефон, e-mail, сайт, адрес, и так понятна получателю.

Правильно оформленная структура визитки

Кроме того, нелишним будет придерживаться следующих рекомендаций для правильного оформления визитки:

- Номер телефона должен быть один.
- Перед контактами следует добавить призыв типа «Приезжайте!», «Звоните!» или «Пишите!».
- Если вы сначала не хотели, чтобы вам звонили, а потом возникла такая необходимость, телефон можно написать вручную.
- Не стоит использовать на одной стороне более трех шрифтов.
- Между элементами необходимо оставлять расстояние.

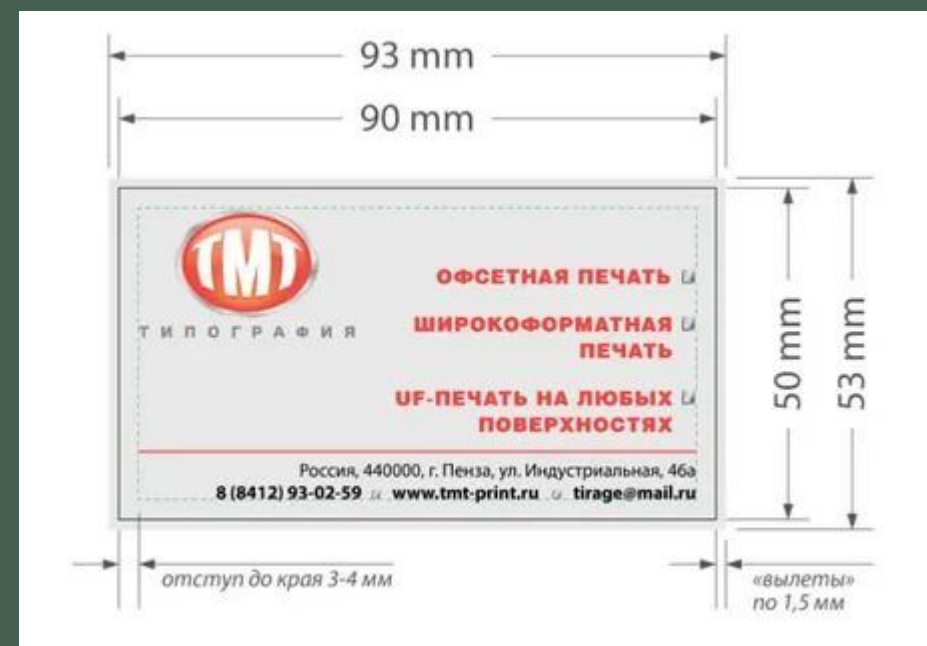
Правильно оформленная структура визитки

- ❑ Двусторонние визитки являются менее распространенными, поскольку печать с обеих сторон стоит дороже.
- ❑ Однако учтите, что, потратив всего пару лишних рублей, вы можете получить более эффективный маркетинговый инструмент, а значит, и больше прибыли. Дело в том, что именно на задней стороне делается главный оффер.
- ❑ Здесь можно разместить, к примеру, предложение посетить ваш блог, добавив в конце фразу типа «Внимание! Читается вкуснее, чем борщ». Прочитав ее, человек испытывает небольшое удивление, в результате акцентирует внимание на полученной информации.
- ❑ Призыв прочитать блог может быть не единственным, используйте и более сложные варианты. Визитка, выполненная в строго классическом направлении, на задней стороне может содержать и такую фразу, как «Уникальное торговое предложение» (можно разместить и на передней части), «Товар-локомотив», «Скидка при предъявлении».
- ❑ Содержание может быть совершенно любым, все зависит от вашей фантазии, однако информация должна побуждать получателя к полезному действию для вашего бизнеса, причем чем оно будет выгоднее и легче, тем лучше.

4 распространенные ошибки в оформлении визиток

1. Проблемы с версткой.

- ❑ Верстка необходима, чтобы правильно расставить акценты на карточке. Если допустить ошибки, то получателю будет сложно ориентироваться в информации, то есть он не поймет, на что обратить внимание в первую очередь.
- ❑ К тому же, если «сетка» отсутствует, блоки могут располагаться слишком близко к краям и друг к другу, что приводит к тому, что текст слипается и прочитать его становится сложно.



4 распространенные ошибки в оформлении визиток

2. Неправильная работа со шрифтами.

При работе следует руководствоваться следующими принципами:

- Шрифты необходимо подбирать подходящие друг другу, поэтому больше двух вариантов сразу лучше не использовать. Так у вас будет меньше шансов ошибиться.
- Не нужно использовать эффекты (допускаются только в исключительных случаях).
- Не допускается растяжение, поскольку буквы уже не будут выглядеть так, как это было задумано изначально.

4 распространенные ошибки в оформлении визиток

3. Проблемы с читаемостью.

- ❑ Не стоит использовать все имеющиеся в Adobe Photoshop эффекты для заполнения каждого сантиметра визитной карточки в погоне за уникальным дизайном.
- ❑ Информация должна быть доступной и легко читаемой, а имитация 3D, тени и разные текстуры мешают этому. Нужно понимать, что чаще всего визитка изготавливается из тонкой бумаги, поэтому не стоит пытаться с помощью эффектов создавать текстуру или пытаться имитировать объемное изображение, лучше потратиться чуть больше на хороший материал.

4 распространенные ошибки в оформлении визиток

4. Заполнение карточки.

Рассмотрим наиболее частые ошибки, которые допускаются на этапе наполнения визитки:

- ❑ При оформлении ссылок не используйте «https://», поскольку эта часть является ненужной и необязательной для ввода. Кроме того, нужно сделать так, чтобы «id» страниц, а также сообществ выглядели не как «/id32754081», а например, как «/logomachine».
- ❑ Оформление номера телефона. Городской номер указывается в формате «1 11 22 33», а сотовый «8 911 123 44 55». При этом в скобках рекомендуется писать только те цифры, которые необходимы для набора, например, код города.
- ❑ Оформление почты. В идеале она должна быть на домене вашей компании. Не рекомендуется использовать в качестве логина «zauchik777» или @rambler.ru.
- ❑ Не стоит использовать в оформлении визитки фото (собственное), поскольку это считается дурным тоном, особенно если вы глава фирмы, предприниматель, то есть известный человек. Исключением являются только карточки менеджеров, где фото становится отличительным знаком.
- ❑ Использование двух языков на обеих сторонах визитки говорит о том, что человек просто хочет сэкономить на изготовлении отдельной партии карточек, предназначенной для иностранных клиентов.

Виды печати и оформления визиток в типографиях

- Изготовить сегодня визитки с различным оформлением (дизайном) в любом количестве и в минимально короткие сроки несложно, и все благодаря современным технологиям печати. В качестве материала может быть использована как обычная бумага с картоном, так и более оригинальные варианты типа дерева, пластика или кожи. Кроме того, нередко применяются и различные техники постпечатной обработки. Далее рассмотрим основные технологии печати визитных карточек.

Виды печати и оформления визиток в типографиях

1. Цифровой способ

- Если говорить о скорости изготовления визиток, то этот способ является лидером. Благодаря цифровой технологии можно получить большой тираж карточек высокого качества всего за несколько минут. Данный способ считается самым простым, поскольку при его использовании нет необходимости в подготовке специальных форм и пленки.

Преимущества цифровой печати:

- высокая скорость;
- яркая цветопередача;
- высокое качество изображений;
- универсальность и простота.

Недостатки:

- высокая цена (при больших тиражах);
- присутствуют ограничения относительно сорта бумаги.

Виды печати и оформления визиток в типографиях

2. Офсетная технология.

- Конкурентов у этого способа нет уже на протяжении длительного времени. Благодаря доступной цене, высокому качеству и производительности офсетная печать является самой популярной среди остальных технологий. Если необходимо изготовить большое количество печатной продукции, то этот метод является оптимальным.

Преимущества офсетной печати:

- высокое качество;
- большой выбор цветов;
- высокая производительность и скорость печати при изготовлении большого количества изделий;
- доступность в плане стоимости, причем цена уменьшается при увеличении тиража.

Недостатки технологии:

- более сложный процесс, чем при цифровой печати;
- для маленьких тиражей не подойдет.

Виды печати и оформления визиток в типографиях

3. Шелкография

- Этот способ используется, как правило, для изготовления элитных визиток с оригинальными изображениями. Шелкография является разновидностью трафаретной печати, которая заключается в том, что краситель вдавливается в картон, бумагу, пластик, ткань или другой носитель.

Преимущества этого метода печати:

- возможность создания оригинального дизайна;
- для печати подойдет любой материал.

Недостатки:

- присутствуют определенные требования к макету;
- высокая стоимость.

Виды печати и оформления визиток в типографиях

4. Тиснение

- В данном случае текст и рисунок наносятся на визитку с помощью полимерного или металлического штампа путем выдавливания горячим или холодным способом. Если это дизайн в черно-белом цвете, то используется обычный штамп, для цветного клише он покрывается металлической фольгой или специальной краской.

5. Фольгирование

- Эта технология позволяет придать визиткам металлический блеск. Сам процесс состоит из нескольких этапов: визитка распечатывается, покрывается специальной фольгой, которая, вступая в реакцию с красителем, оставляет на поверхности тонкую пленку. Несмотря на довольно высокую стоимость, фольгирование вполне оправдывает себя высоким качеством визитных карточек и их невероятно эффектным внешним видом.

Виды печати и оформления визиток в типографиях

6. Термоподъём

- С помощью данной технологии можно получить рельефную поверхность без использования штампов. Для этого лист обрабатывается специальным порошком и нагревается. Данный метод нельзя назвать дешевым, поскольку он предполагает наличие заготовок и дорогого оборудования. Однако он позволяет воплотить в жизнь самые необычные и смелые дизайнерские решения.

Стоимость работы зависит от следующих моментов:

- размера изделий;
- предпочтений относительно цветовой палитры;
- тиража, то есть количества экземпляров;
- одно- или двусторонней печати;
- основного материала.
- Типографии предлагают огромное количество вариантов печати визиток. И даже если возникнут какие-либо затруднения или вопросы, на помощь всегда придут специалисты, которые расскажут о каждом виде изделий, об их преимуществах и помогут определиться с оптимальным по качеству и стоимости вариантом.

9 заключительных советов по оформлению визиток

Что необходимо для того, чтобы сделать хорошее оформление визитных карточек для рекламы:

- 1. Первое впечатление – очень важный момент. Визитка – это своего рода лицо – ваше и вашей компании. Дизайн карточки должен быть разработан таким образом, чтобы она выделяла ваш бизнес от конкурентов, передавала корпоративные ценности, а также мотивировала обратиться именно на ваше предприятие. Если стиль вашей работы является формальным и простым, то это должно быть отражено в карточке. Предоставляя яркие и креативные услуги и продукты, визитную карточку следует делать с «цепляющим» слоганом, используя броские, смелые тона.

9 заключительных советов по оформлению визиток

Что необходимо для того, чтобы сделать хорошее оформление визитных карточек для рекламы:

- 2. Дизайн визитки (элементы, цвет) должен соответствовать вашему бизнесу и ассоциироваться у получателя с предоставляемыми вашей компанией товарами и услугами. Карточка должна быть легко узнаваемой. Если вы реализуете дорогую одежду или ювелирные изделия, то можно использовать фольгирование отдельных элементов или отделку лаком.
- 3. Должно присутствовать согласование визиток с сайтом, если он у вас есть, и другими рекламными материалами. Даже если у вас нет сайта и маркетинговых материалов, но имеется свой логотип или что-то известное, например, здание, знак, униформа сотрудников, эту информацию можно включить в дизайн визитной карточки.

9 заключительных советов по оформлению визиток

Что необходимо для того, чтобы сделать хорошее оформление визитных карточек для рекламы:

- ❑ 4. Можно сделать карточку более интересной и приятной на ощупь. Для этого используются необычная форма, тиснение, бумага Touch cover.
- ❑ 5. Сделайте визитку более функциональной. К примеру, на обратной стороне можно разместить календарь, сделать поле для записей или указать информацию об акциях или скидках. Неплохой вариант – нанести на визитку полезные данные, которые необходимы для работы, или советы.
- ❑ 6. Визитка должна привлекать внимание и постоянно находиться перед глазами получателя, то есть быть «прилипающей». Отличным вариантом являются магнитные карточки, особенно в тех случаях, когда вы работаете в сфере деятельности, предполагающей постоянное возвращение к предоставляемым услугам (автосервис, ремонт, парикмахерские или косметологические услуги, доставка суши или пиццы). Часто такие визитки клеят на холодильник, чтобы к ним периодически обращаться.

9 заключительных советов по оформлению визиток

Что необходимо для того, чтобы сделать хорошее оформление визитных карточек для рекламы:

- 7. Контактные данные должны быть легко читаемыми. В создании хорошей визитной карточки важную роль играет способ размещения информации. Однако если вы не уверены в данном вопросе, то лучше использовать классический вариант расположения текста:
 - название организации;
 - имя и фамилия;
 - должность;
 - номер телефона, e-mail, социальные сети и другие контактные данные.
- 8. Контактные данные должны быть верными, поэтому нужно несколько раз проверить разборчивость шрифта, правильность написания и достоверность. В визитке должны быть указаны не только имя и должность, но также компания, сайт, номер телефона, социальные сети и электронная почта. Все должно быть сделано таким образом, чтобы потенциальному клиенту было удобно использовать указанные в карточке контакты. Дополнительно в оформление визитки можно включить QR-код с информацией о компании.

9 заключительных советов по оформлению визиток

Что необходимо для того, чтобы сделать хорошее оформление визитных карточек для рекламы:

- 9. Хорошо, если у вас есть возможность посоветоваться и обсудить маркетинговый продукт с дизайнером. Во-первых, это позволит вам сэкономить время, а во-вторых, получить визитки, созданные с учетом основных принципов графики и дизайна. Ну и, конечно же, обязательно следует проверить размер текста, чтобы его было удобно читать, и разрешение элементов.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!