

jako

OBÁLKA

účinný nástroj komunikace

*„Podívejte se na obálku z pohledu příjemce a jak ji vnímá.
Pochopíte její sílu a možnosti.“*



Říká: »Existuji. Jsem.«

Obálka pomáhá budovat image a důvěru k firmě/značce. Šíří povědomí, připomíná. Vytváří a udržuje vztah.

OBÁLKA

... je základní firemní tiskovina

Obálka s logem patří mezi základní nosiče **firemní identity**.

Firemní (korporátní) identita utváří tvář společnosti, zhmotňuje ji. Ovlivňuje a buduje vztah s veřejností, spotřebiteli, zákazníky, uživateli, ale i samotnými zaměstnanci.

Obálka **pomáhá šířit povědomí** o existenci společnosti za hranice firmy. **Připomíná ji.**

Stejně jako ostatní tištěné firemní dokumenty (hlavičkové dopisní papíry, vizitky, brožury, tištěné nabídkové listy, katalogy, ...) **říká: » Nejsme virtuální. Existujeme. «** Ale také: » Klademe důraz na profesionální služby. « , » Za naší nabídkou si stojíme. « , » Záleží nám na vás. «.

To vše příjemce podvědomě vnímá už v momentě, kdy obálku dostane do ruky.

OBÁLKA

... je účinný
nástroj komunikace



**Spojuje výhody
médií a přímé, osobní
komunikace**

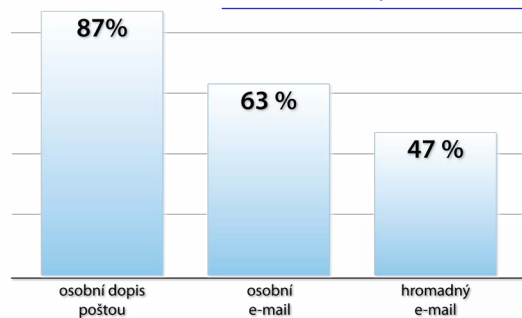


OBÁLKA

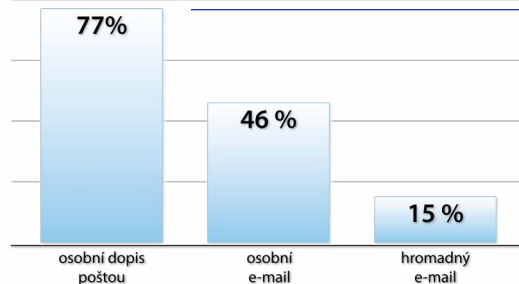
**Umožňuje přesné cílení.
Zaručuje vysoký zásah.**

... je účinný
nástroj komunikace

ČTE
alespoň někdy



ČTE vždy



U obálky **víme, koho oslovujeme.**

Použijeme vlastní databázi, můžeme si databázi koupit, a i v případě neadresné distribuce lze vybrat příjemce s určitými socioekonomickými parametry či cílit regionálně, v oblasti působnosti a zájmu.

Víme, koho oslovujeme a máme možnost **přizpůsobit sdělení různým cílovým skupinám.** To může být důležité pro celkový úspěch kampaně.

S obálkami máme jistotu doručení i zásahu. Téměř 90% populace 15+ v ČR korespondenci v obálkách čte, téměř 80% ji čte vždy.

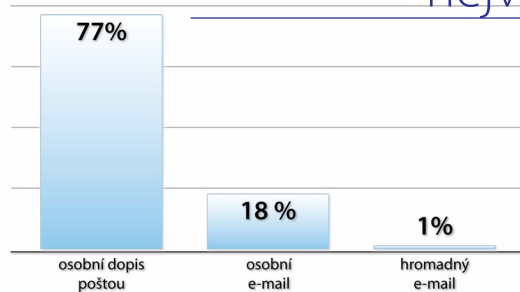
Žádné jiné reklamní médium nenabízí podobnou jistotu šíření a doručení informace.

OBÁLKA

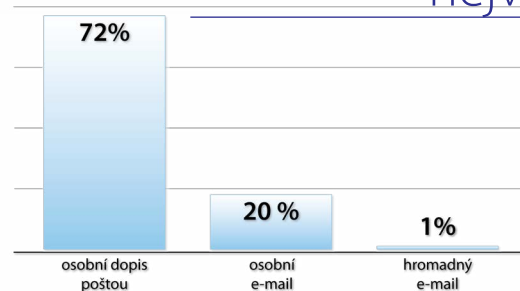
Vysoká důvěra. Vysoká míra reakce.

... je účinný
nástroj komunikace

DŮVĚŘUJE
nejvíce



REAGUJE
nejvíce



Korespondence v obálkách je vždy osobní - je doručena konkrétní osobě. Ta ji tak také vnímá a**reaguje**.

I proto, že zaslání tištěných dokumentů v obálkách je dnes vnímáno jako něco mimořádného. Ukazuje respekt k osobě příjemce. Díky tomu korespondence zasláná v obálkách **účinně buduje důvěru a dlouhodobý vztah**.

Funguje to i v případech, kdy je obálka používána pro „pouhé“ zasílání běžné korespondence, faktur či výpisů.

A funguje to i v případě neadresného rozesílání obálek. U dobře zvoleného obsahu adresát příliš nerozlišuje mezi obálkou s adresou či bez adresy, rozhodně obálky neřadí do kategorie reklamních letáků.

Obálka dokáže šířit pozitivní image podobně jako nejdražší nadlinková média, zároveň buduje osobní vztah a nabízí vysokou pravděpodobnost, že adresát bude na sdělení reagovat.

OBÁLKA

Nabízí velký prostor pro sdělení, kontrolu nad obsahem.

... je účinný
nástroj komunikace



U obálek **nejíme omezení** velikostí ani viditelností reklamní plochy. Můžeme se vyjádřit bez nutnosti shrnout sdělení do několika málo slov či jednoduchých vět. Poslat je možné (téměř) vše, co potřebujeme.

Říci toho můžeme skutečně hodně - máme prostor účinně poslat akční nabídku, důležitou informaci, oslovit nového klienta, stejně jako podrobně vysvětlit výhody, které jsou podstatné pro využívání služby a vymezení vůči konkurenci.

Nebo můžeme prostě jen připomínat naši existenci.

OBÁLKA

Vynikající poměr cena-výkon

... je účinný
nástroj komunikace



U obálek **není potřeba řešit počet opakování**, aby si informace příjemce vůbec všiml. Informaci **stačí poslat jednou, neztratí se v záplavě** jiných reklamních sdělení.

Díky svým výsledkům **obálka obstojí ve srovnání** jak s klasickými médii, tak s dnes nejlevnějším prostředkem přímé komunikace - rozesíláním hromadných emailů; i při zahrnutí nákladů na výrobu a tisk vkládaných materiálů.

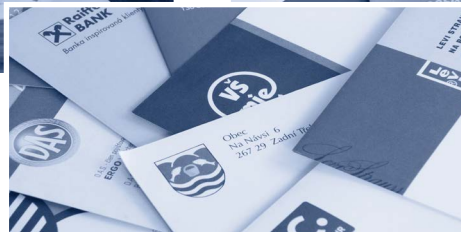
Náklady na rozeslání obálek a tisk materiálů jsou proto jen zdánlivě vyšší. Při posouzení všech přínosů, obálky a kampaně s nimi vyhrávají jako **maximálně efektivní nástroj komunikace**.

OBÁLKA

... je účinný nástroj komunikace



Spojuje výhody médií a přímé, osobní komunikace



- Šíří povědomí
- Pomáhá budovat image a důvěru
- Vytváří a udržuje kontakt, vztah
- Připomíná

- Umožňuje přesné cílení
- Poskytuje jistotu doručení
- Zaručuje vysoký zásah
- Nabízí vysokou pravděpodobnost reakce

- Poskytuje prostor i pro detailní sdělení
- Garantuje kontrolu nad obsahem
- Umožňuje přizpůsobení adresátovi
- Nevyžaduje opakování

Kampaně s obálkou přináší výsledky, mají vynikající poměr cena-výkon.