

Bez obzira na veličinu i broj strana, efikasan i atraktivan katalog je mnogo više od teksta raspoređenog oko gomile slika. Kreiranje kataloga je skladna priča koja zahteva strateški plan, primeren dizajn i najvažnije majstora koji razume materiju.

Dobar katalog generiše nove poslove.

Dobar katalog stvara potrebu i budi želje.

Dobrom katalogu se rado vraćamo i ponovo ga iščitavamo.

Dobar katalog je referentan.

Dobar katalog se drži na stolu.

Dobar katalog se pokazuje poslovnim saradnicima.



M5//1

Agencija "Gomo design" je dugogodišnjim radom izgradila svoj identitet **(1)** specijalizovane firme za izradu svih vrsta promo materijala i kataloga na svim medijima **(2)**. Bez obzira da li su u pitanju jednolisni flajeri ili katalogi od preko 150 strana **(3)**, promotivni materijali su uvek izazivali komentare saradnika **(4)**.

Učešćem u izgradnji stručnih magazina "mikroElektronika" i „Infinit“ **(5)** krenuli smo u lepo putovanje.

Realizovanjem magazina "Mehatronika" **(6)** pokazali smo da umemo da proizvedemo vrhunski proizvod **(7)**.

Budući da smo u branši i da razumemo problematiku, odlično znamo kako izgleda referentni katalog, koji se drži na stolu i pokazuje prijateljima.

1. Katalog = identitet firme

Katalog je ambasador firme, koji mora sa sobom nositi miris i duh biznisa, tako predstavljen da se lako i snažno doživi i teško zaboravi. To je isti onaj duh koji se oseća kada se prvi put uđe u nečiji poslovni prostor i koji odlučuje o daljem poslovanju.

2. Multimedija

Štampani katalog je kralj predstave, ali on nikada ne može biti tako obiman kao što to može biti CD, niti ažuran kao što to može biti web. Svi ovi elementi marketing programa moraju biti 100% usaglašeni.



3. Veličina kataloga

Osrednjost nije dobra politika. U izradi kataloga dve su dobitne kombinacije: mini i mega. Mini specijalizovani ciljani katalogi posvećenu jednom proizvodu ili grupi udaraju pravo u cilj. Mega katalogi, najpotpuniji na tržištu čuvaju se kao reference. Svi ostali se bacaju.

4. Proaktivni pristup

Katalog mora izazvati akciju čitaoca. Angažovani čitalac je verovatni kupac i saradnik, apatija nije cilj kataloga.

5. Magazin firme

Katalog je magazin firme, samo što mu je periodika godišnja. Radost čitanja sledećeg broja je imperativ.

6. Ideja

Što je uređivački koncept kataloga interesantniji, čitaoci će provoditi više vremena u čitanju, ali i posmatranju ponude.

7. Vrhunski kvalitet

Čitaoci kataloga ne mogu dodirnuti proizvod niti doživeti sav luksuz poslovnog prostora. Visoko kvalitetne slike, dobar tekst i vrhunski papir čine kompletan događaj.

Više informacija: **Agencija "Gomo Design"**, Stanoja Glavaša 37, 26300 Vršac, 013/830-266,

<http://www.gomodesign.rs>

Podeli ovo:

Štampanje

Fejsbuk

Google

Linkedin