

POLICEALNE STUDIUM ZAWODOWE
SZKOŁA ZARZĄDZANIA FUNDACJI
„FAKTORIA”

PRACA DYPLOMOWA

ŁUKASZ FRANKOWSKI

***„REKLAMA JAKO NAJSKUTECZNIEJSZA FORMA
PROMOCJI- praca oparta na przykładzie
przedsiębiorstwa Kapilar.”***

PRACA POD KIERUNKIEM:
MGR MAGDALENY NOWAKOWSKIEJ

ŁÓDŹ
1999

SPIS TREŚCI

WSTĘP	2
CZĘŚĆ PIERWSZA	5
PROMOCJA	6
SZTUKA POZYSKIWANIA NABYWCÓW.	6
CELE PROMOCJI.	8
SPOSOBY PROMOWANIA.	11
REKLAMA	14
REKLAMA JAKO NAJSKUTECZNIEJSZY SPOSÓB PROMOWANIA.	14
JAK WYGLĄDA DOBRY PRZEKAZ REKLAMOWY ?	16
JEDENAŚCIE PRZYKAZAŃ DAVIDA OGILVY.	16
TWORZENIE REKLAMY.	19
OKREŚLENIE CELU PRZEKAZU REKLAMOWEGO.	19
OKREŚLENIE KOSZTÓW REKLAMY ZWIĄZANYCH BEZPOŚREDNIO Z WYZNACZONYM CELEM.	19
DOKONANIE WYBORU ŚRODKÓW REKLAMY.	21
SPRAWDZENIE EFEKTÓW PRZEPROWADZONYCH DZIAŁAŃ.	22
„DOBRY SMAK” REKLAMY.	23
DLACZEGO PRZEDSIĘBIORSTWA WYDAJĄ CORAZ WIĘCEJ ŚRODKÓW NA REKLAMĘ ?	25
CZĘŚĆ DRUGA	27
PRZEDSTAWIENIE P.P.H.U. KAPILAR.	29
PRODUKTY KAPILARA.	31
TERMOMETRY.	31
PRZYRZĄDY DO DOMOWEJ PRODUKCJI WINA.	32
SZKŁO LABORATORYJNE.	32
BOMBKI CHOINKOWE.	33
REKLAMA NEONOWA.	33
SZKŁO UŻYTKOWE.	34
„IMAGE” KAPILARA- WIZERUNEK FIRMY I REKLAMA POŚREDNIA.	35
NAZWA.	36
ZNAK GRAFICZNY- LOGO KAPILARA.	36
KROJE PISMA I KOLORYSTYKA.	38
WIZYTÓWKI.	40
PAPIER FIRMOWY.	41
ULOTKA INFORMACYJNA.	42
UPOMINKI, GADŻETY REKLAMOWE.	42
PLANSZE REKLAMOWE, SZYLDY.	43
OZNAKOWANIE ŚRODKÓW TRANSPORTU.	45
REKLAMA BEZPOŚREDNIA W FIRMIE KAPILAR.	47
TECHNIKA PISANIA TEKSTÓW REKLAMOWYCH.	50
GŁÓWNE ZASADY GRAFICZNEGO PROJEKTOWANIA ŚRODKÓW REKLAMY.	52
LISTY REKLAMOWE.	55
KATALOGI FIRMOWE, BROSZURY.	57
ZAKOŃCZENIE	60