

DESATERO PŘI TVORBĚ PROPAGAČNÍCH TISKOVIN V TURISTICKÉM RUCHU

Mgr. Jiří Senohrábek



Desatero při tvorbě tiskovin

1. přikázání:

- Pečlivě vybírejte grafika a nešetřete na něm. On balí Váš výrobek. A obal prodává.

*Ve špatném obalu Váš výrobek málokdo okusí,
i kdyby byl sebelepší...*

DESIGN JE VŽDY

AŽ NA 1. MÍSTĚ.

Nezničitelný brk



Desatero při tvorbě tiskovin

2. příkázání:

- Budujte značku, která bude od ostatních rozeznatelná na první pohled.

Citigo je pro zcela jiného zákazníka než Fabia nebo Superb. Ale každý ze zákazníků, ač má jiné představy, musí poznat, že jde o Škodovku.



výřad

VOLTE JEDNOTNÝ VIZUÁLNÍ STYL!

Desatero při tvorbě tiskovin

3. přikázání:

- Dobrým autorem budete jen tehdy, zapomenete-li na autorské ego a vcítíte se do kůže čtenáře. Žádoucího čtenáře...

Nebud'te jako politici: Excelují slovními obraty, ale málokdy něco řeknou.

Nebud'te jako úředníci: Odškrtnou si svůj úkol, ale málokdy svou suchopárnou prací někoho překvapí.

**MYSLETE NA TO, CO OD TISKOVINY OČEKÁVÁ
ČTENÁŘ, KTERÉHO CHCETE ZÍSKAT.**

Desatero při tvorbě tiskovin

4. přikázání:

- Rozhodně si nechte poradit od starších i výše postavených. Ale jen tehdy, pokud jsou i zkušenější.

Starosta chce mít v letáku o atraktivitách města tu příšernou školu z éry socialismu, protože její generální rekonstrukce byla největší investicí města? Nezničte si vztah s ním! A hlavně si nezničte svou profesionální pověst a čest! ... Do letáku ochotně dejte fotku jeho milovaného veterána z roku 1958, s nímž jezdí tak rád do práce...

**CTI NADŘÍZENÉHO SVÉHO I ZASTUPITELKU
SVOU. POKUD NEPOŽADUJÍ BLUDY.**



Desatero při tvorbě tiskovin

5. přikázání:

- Pište tak, aby obsahu rozuměla Vaše počítačka i Váš popelář. A abyste neodradili ani největší osobnost ve Vašich očích!

Z hlediska globálního aspektu je relativně markantní, že jste tu pro klienty širokého spektra kompetencí a inteligence.

PIŠTE SROZUMITELNĚ!



Desatero při tvorbě tiskovin

6. přikázání:

- Titulek by měl být ideálně věcně informovat a zároveň vzbudit zvědavost a očekávání. Často to ale nejde spojit v jedno. Pak pracujte s věcnými titulky a magnetizujícími podtitulky či anotacemi, které Vám pomohou získat líné čtenáře.

Přesvědčte starostu i sami sebe, že brožura s názvem Zajímavosti Postoloprtska nikoho nenaláká. Inspirujte se bulvárem...



VOLTE IDEÁLNĚ VĚCNÉ A ZÁROVEŇ ZVĚDAVOST BUDÍCÍ TITULY, (POD)NADPISY A ANOTACE!

Desatero při tvorbě tiskovin

7. přikázání:

- Nesoustředíte se jen na obsah. Dejte mu i emotivní formu.
- Nezapomínejte pro samé emoce na obsah.

PIŠTE ROZUMEM, ALE NEVYHÝBEJTE SE CITŮM.

RACIO A EMOCIO:

– JEDNO BEZ DRUHÉHO ANI RÁNU!



Desatero při tvorbě tiskovin

8. přikázání:

- Zapojte svědectví o zajímavých předcích: Co zažili na místě, které chcete představit jako atraktivitu?
- Zapojte svědectví současníků, kteří poznali to, co popisujete, a nemohou si to vynachválit. Čtenáři to budou chtít také prožít...

Dům byl postaven v 11. století ještě jako dřevěný, ve 13. století dostal dnešní kamennou podobu. Nábytek v něm vystavený pochází z 16. – 19. století... Kdo Vám asi poděkuje za takhle osvícenou informaci o Vaší mimořádné atraktivitě?

**PRODÁVEJTE LIDSKÉ PŘÍBĚHY.
TY MINULÉ, I TY SOUČASNÉ!**



Desatero při tvorbě tiskovin

9. přikázání:

- Hledejte lákavé a prokazatelné superlativy – čtenáři milují, když je něco PRVNÍ, JEDINÉ či NEJ.
- Zásadně ušetřete čtenáře prázdných či zprofanovaných superlativů.
 - *Máma: Hele, tady píšou, že je to jedno z nejzajímavějších míst na Dolnohotsku.*
 - *Táta: Tak tam fakt nejedu! To si dám radši Plzeň, ta je nej!*

**SUPERLATIVY, TO MAJÍ MAZLÍČCI RÁDI.
ALE VOLTE JE S ROZMYSLEM!**



Desatero při tvorbě tiskovin

10. přikázání:

- Identifikujte to, co je u Vás pro návštěvníky nejzajímavější, a učiňte z toho hlavní téma Vašich prezentací, které připomínejte všude, kde to jen jde – ve sloganech, fotografiích, a pokud to půjde, tak třeba i v logu.

O těch lázních už nepište, tam jezdí mraky lidí a město z toho nic nemá, jen zazobaný hoteliéři a Rusové. Máme skvělejší florbalový tým. Vo tom ať se lidi dozvědí!

Propagujte nás jako „Karlovy Vary – město florbalu!“



**VAŠE DESTINACE JE VAŠE FIRMA. NAJDĚTE
TO NEJ, CO NABÍZÍ, A UČIŇTE Z TOHO VÝVĚSNÍ ŠTÍT!**