

Предмет : ПРЕДУЗЕТНИШТВО

Циклус: ТРЕЋИ

Одељење: З<sub>1</sub>, З<sub>2</sub>, З<sub>3</sub>, З<sub>4</sub>, З<sub>5</sub>

Наставна јединица: Тим и тимске улоге

## Дизајн флајера – водич како направити добар флајер?

### Шта је летак или флајер?

Летак је једно од средстава рекламирања и информисања. Флајер се обично штампа на малом папиру са информацијама о производу, услузи или о неком догађају. У данашње време је популарна метода оглашавања због ниске цене. Величине и форме флајера веома варирају од стандардних формата на једном листу, до флајера са преклопом или неубичајених облика.

Флајери су прилика да се покаже креативност и уникатност, што се преноси и на пословне успехе

### Дизајн флајера

На шта треба обратити пажњу приликом дизајна флајера?

- ✚ Одредите циљну групу – према циљној групи одређујете коме се обраћате и на који начин. Није исти флајер који се обраћа старијој популацији за попуст после пензије и онај који позива тинејџере за скуп Јутјубера.
- ✚ Атрактивност – флајер треба да се истиче и да западне за око читаоцима, задржавајући им пажњу.
- ✚ Избор фонта (врста и величина слова).
- ✚ Избор фотографије би требало да су добро уклопљени и да буду читљиви.
- ✚ Избор боја (људи несвесно повезују емоције са визуелним приказом тј. бојама).
- ✚ Распоред елемената и размак између њих би требало да буде равномеран. Не треба да буде пренатрпан а опет не треба ни остављати пуног празног простора. Треба направити процену шта би требало да буде у фокусу и на чему је акценат, а остало би требало да прати и да буде у другом плану.
- ✚ Јасна порука – Обратите се својој циљној групи језиком који она разуме. Ако некога позовете да бинцује серију разумеће вас само ако има искуства у томе (бинцовање-маратонско уживање у нечему тв серије, алкохол и слично.), ако вас не разуме онда сте фејловали (фејл – ен. Фале – потпуни неуспех).

- ✚ Позив на акцију – Велики број људи ради управо оно шта им кажете зато је позив на акцију добра ствар на флајерима. ДИЗАЈНИРАЈ САМ СВОЈ ФЛАЈЕР! је један од примера.
- ✚ Ставите ваше контакте – Иако се чини очигледно, чест је случај да се контакт заборави услед „дизајнирања“, зато поставите све могуће контакте: број телефона, адресу, интернет адресу, радно време, емаил, Фацебоок, Инстаграм и остало.
- ✚ Проверите граматичке грешке – најбоље би било да пре него што пошаљете штампарији да вам штампа флајере дате неком ко први пут види ваш флајер да га прочита. „Свеж пар очију“ ће приметити грешке ако постоје које сте превидели иако сте прегледали 100 пута.

Пратећи ова упутства, направите свој сопствени рекламни летак –флајер. Он вам касније може послужити као основа за израду правог којим ћете рекламирати своје производе или услуге. Или може бити јако добра основа коју касније можете дорадити.

Ако желите да покушате, на интернету постоји пуно сајтова који дају већ направљене флајере (моцкупс) које могу дати идеју за дизајн флајера. Можете да измените и прилагодите неке од понуђених дизајна, уз мало познавања програма који се служе за графички дизајн. Неки од ових сајтова су бесплатни, неки се наплаћају, тако да морате водити рачуна. Углавном сваки ће тражити да се региструјете, неки да их запратите, али то је цена бесплатног коришћења. Неки од њих су (обавезно их погледајте):

- <https://www.freepik.com/free-photos-vectors/flyer>
- <https://www.template.net/editable/flyers>
- <https://www.elegantflyer.com/category/free-flyers/>

Уколико мислите да нисте баш вични, можете контактирати дизајнера да то уради уместо вас, и однети у штампарији да то уради уместо вас, водећи рачуна о:

1. Количини - Квантитет флајера – Испланирајте количину флајера која вам је потребна. Количина флајера утиче директно на цену појединачног флајера, али не желите да их баците ако сте одштампали више него што вам је потребно. Ако флајер служи за промоцију неког догађаја или сезонску промоцију а ви не можете да их поделите на време онда сте бацили новац беспотребним штампањем и направили ђубре и угрозили животну средину. Процените количину која вам се исплати. Знамо да ако се флајери убацују у сандучиће просечни одговор на флајере је око 0,5% (на 1.000 флајера пет купаца). На пример ако сте водоинсталатер и просечна цена ваше услуге је нпр. 2.000 динара онда треба да одштампате 10.000 флајера и урадите 50 интервенција да би сте приходовали 100.000 динара. 10.000 флајера кошта око 10.000 динара (без дистрибуције). Проценат одговора на флајере

може да се повећа са добрим дизајном и добром понудом и зато се додатно потрудите око дизајна вашег флајера.

2. Врсти штампе ( мањи број комада флајера (до 2000) комада се углавном штампа техником дигиталне штампе, али већи број комада се исплати штампати офсет техником где се цена флајера и брзина израде по комаду драстично смањује. Ако ваши флајери имају неки други облик осим квадрата или правоугаоника онда сечење флајера мора да буде изведено перфектно. Тражите тест принт пре него се пусти цела количина у штампу. У бољим штампаријама можете да бирате и квалитет папира који веома утиче на изглед самог флајера).
3. Формату флајера- Стандардни флајери се најчешће штампају у форматима А4, А5, А6 или ДЛ формату.
  - А4 формат је формат 210ц297мм или обичан лист папира за штампач.
  - А5 је преполовљени лист А4 формата димензија 148 ц 210 мм,
  - А6 је преполовљени А5 формат димензија 105 ц 148 цм
  - ДЛ формат (американ) је димензија 100×210 мм

Када је ваш рекламни летак готов врши се дистрибуција флајера. Ради на више начина, обично је то дељењем у неком јавном простору или на улици а може бити послат поштом или убачен у поштанско сандуче.

Оно што је најважније је **ваша идеја!**

**Ваш задатак је: ДИЗАЈНИРАЈ САМ СВОЈ ФЛАЈЕР** - осмислите и нацртајте пример рекламног летка.

Задатак пошаљите на mail: [biologijasvetisavans13@gmail.com](mailto:biologijasvetisavans13@gmail.com), или фотографишите па путем Viber-а пошаљите на mail.

Референце

1. <https://www.economy.rs/vesti/flajeri-kao-reklamni-materijal-su-odlican-nacin-za-povecanje-obima-posla/>
2. <https://www.stamparijajovsic.rs/dizajn-flajera-vodic-kako-napraviti-dobar-flajer/>
3. Жељка Ковачев, ПРЕДУЗЕТНИШТВО-Приручник за наставнике предузетништва за трећи разред трогодишњих и четврти разред четворогодишњих средњих стручних школа, Издавач: Издавачка кућа „Klett” д.о.о., 2015. ISBN 978-86-7762-787-4