



Календари: от классики до эксклюзива

Календари – наиболее популярный и излюбленный вид имиджевой продукции в корпоративной полиграфии.

Трудно найти более убедительный и весомый способ поднять престиж компании в глазах партнеров и потребителей, нежели подарить верным друзьям и хорошим знакомым роскошный настенный календарь с упоминанием фирмы и ее славных дел.

Предназначенными для ежемесячного пользования красочными календарями ассортимент Документального центра XEROX, разумеется, не исчерпывается. Дизайнерская фантазия не знает границ. Это традиционные формы настенных календарей, такие как «классика», выполненные в виде плаката формата SRA3 (450x320 мм) на одном листе, либо в перекидном варианте из нескольких листов, скрепленных пружиной. «Стандарт» - настенный календарь, разделенный на одну-три секции, в каждой из которых крепятся на пружине 12 листов с месяцами, плюс прозрачная пластиковая лента с передвижной рамкой. Или «престиж», тот же, но увеличенных размеров. Кроме того, любой желающий может заказать себе эксклюзив, отразив собственную индивидуальность.

Не менее популярны в корпоративной (и не только) среде карманные календары. С одной стороны, это всегда находящаяся под руками сетка-табличка,

помогающая ориентироваться в датах и днях недели, с другой, своеобразный рекламный минипроспект, предоставляющий оперативную и зачастую весьма востребованную информацию. Ну и, наконец, настольные «домики» как перекидного, так и обычного типа, которые также можно заказать в Документальном центре XEROX.

Совершенно уникальные возможности в производстве календарей различного назначения дает печать переменных данных, персонализация процесса. Используемая при этом база данных позволяет презентовать каждый из появляющихся на свет экземпляров исключительно тому или иному человеку. Его имя и фамилия красной нитью пройдут по всем страницам персонализированного издания, а интересные даты будут отмечены в календарной сетке.

Бурную фантазию заказчика могут охладить разве что скачущие туда-сюда цены. Но и они – не повод для уныния. Гибкая ценовая политика и широкий стоимостной диапазон позволяют подобрать для каждого клиента именно тот вариант, который вызовет у него чувство глубокого удовлетворения. Весьма привлекательно также

выглядят эксперименты с новинками и возможность печатать сколь угодно малые тиражи.

Творческие поиски Документального центра XEROX не прошли незамеченными: в декабре 2006 года сразу два образца календарной продукции завоевали награды на Всероссийском конкурсе полиграфических средств организации/планирования времени «Orgtime» в Москве. «Серебром» в номинации «Оптимальное решение для квартального календаря» был отмечен квартальный (трехблочный) календарь «РосМорПорт», а календарь «Бабочка» (реклама самого Документального центра) стал обладателем премии «За новое решение для квартальных календарей со стандартными блоками».

А январе 2007 года в Варшаве представительное жюри III международного конкурса календарей и празднично-новогодних открыток «Vidical 2007» отметило одну из двух сделанных и представленных Документальным центром работ. Календарь «IT-techno» занял почетное третье место в номинации «Перекидной календарь большого формата» и удостоен бронзовой медали..

Владимир Шахов