

Виды визиток (основная информация)

В переводе с английского визитка (*business card*) означает «деловая карточка». Визитки могут использоваться для разных целей и выполнять различные функции.

В зависимости от этого выделяют несколько видов визиток, а именно:

- ✓ личные
- ✓ деловые
- ✓ корпоративные
- ✓ представительские.

Личные визитки

Личная визитная карта (рис.1) используется, в основном, при дружеском знакомстве и неформальном общении.

Она содержит имя и фамилию владельца, а также контактную информацию (например, телефон или ICQ).

Для таких визитных карточек *характерен свободный стиль исполнения.*

Однако если личная визитка принадлежит какой-либо важной персоне, она должна быть выдержана в эффектном, но сдержанном стиле. Например, на дорогой бумаге дорогой бумаге или с золотым тиснением.



Рис.1 Личная визитка

Разновидностью личной визитки являются **семейные визитные карты** (рис.2). Как видно из названия, такие визитки представляют ту или иную семью и **используются при знакомстве, прилагаются к подаркам, отправляются с поздравлениями** и т.п.

Оформляя такую карту **нужно помнить**, что **имя жены указывается перед именем мужа.**

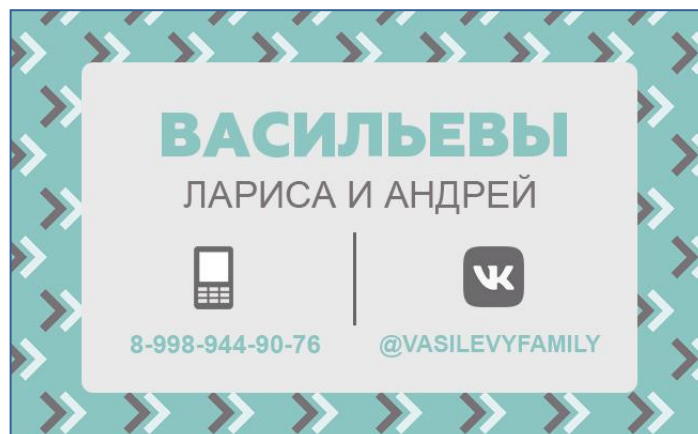


Рис.2 Семейная визитка

Деловые визитки

Деловые визитные карты (рис.3) используются в бизнесе, на официальных встречах для предоставления контактной информации потенциальным партнерам.

На ней указывается имя и фамилия сотрудника, его должность, название организации, контактная информация (адрес, телефон, e-mail).

На ней представлена информация о компании, в которой работает человек, сфера деятельности, логотип, эмблема и т.д..

Эти визитки имеют, как правило, *строгий дизайн и выполняются в одинаковом стиле* для всех сотрудников организации.

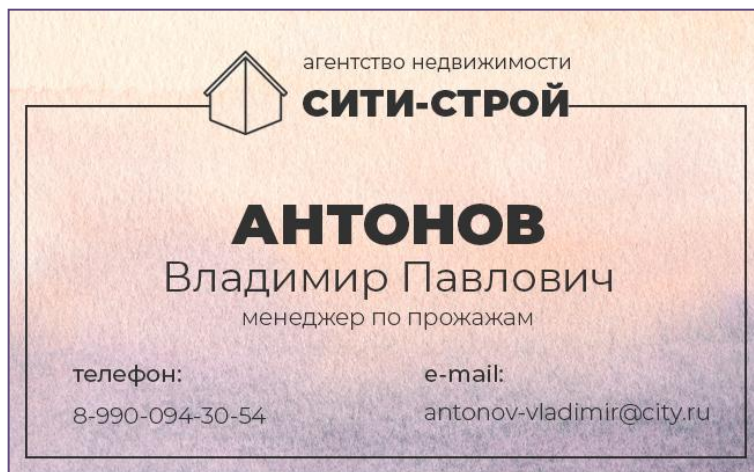


Рис.3 Деловая визитка

Деловые визитные карты иногда делят на *функциональные* и *эпатирующие*.

Функциональные визитки отличает хорошо читаемый текст, максимум необходимой информации без перегруженности текста и лаконичный дизайн.

Эпатирующие визитки (рис.4) характеризуются оригинальным дизайном. Соблюдение строгих правил оформления визиток им не свойственно.

Они создаются *для привлечения внимания*, чтобы произвести впечатление на партнера.



Рис.4 Эпатирующая визитка

Корпоративные визитки

Корпоративные визитки (рис.5) **представляют компанию**, а не конкретное лицо.

Чтобы создать эффективную визитку для организации, необходимо указать в ней название компании, перечень оказываемых услуг или изготавливаемой продукции, контактную информацию (телефон, адрес сайта, схему проезда и т.д.).

Эти визитки используются, в основном, в рекламных целях (рекламные карты), например, *раздаются на выставке*.

Часто их делают двусторонними.

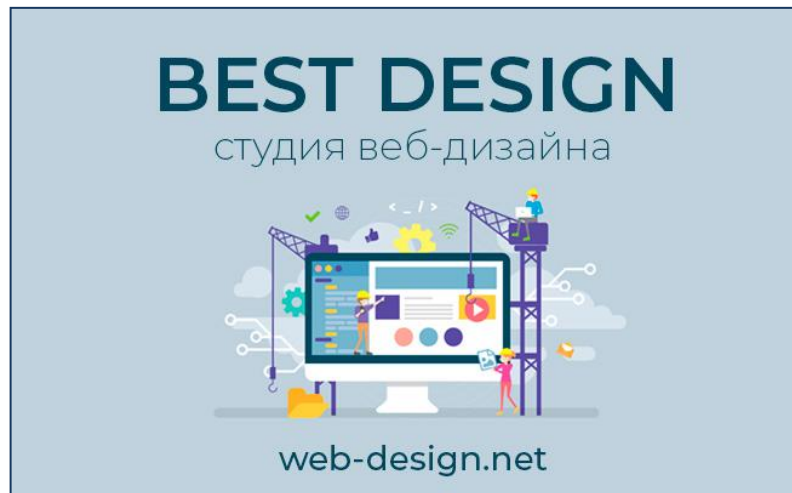


Рис.5 Корпоративная визитка

Представительские визитки

Представительские визитки (рис.6), в основном, используются лицом, имеющим большое количество встреч, но не желающим оставлять личные контакты.

На такой карте указывается только имя и фамилия, иногда телефон и адрес фирмы, но не самого лица.

Представительские визитки часто используют знаменитости, звезды шоу-бизнеса, политики.

Иногда их применяют для регистрации на выставках, конференциях и тому подобных мероприятиях.



Рис.6 Представительская визитка