

Ein geschäft zu eröffnen ist leicht; schwer ist es, es geöffnet zu halten!

chinesisches Sprichwort

Wichtige Werbemittel, deren Layout Sie bei professioneller Gestaltung immer begleiten werden und nur einmalig Kosten verursachen! Druckkosten dagegen können durch Nachbestellungen mehrfach entstehen. **Beachten Sie folgende Fertigungsreihenfolge!**

1. firmenname

sollte klangvoll sein, kann Initialien, Abkürzungen, Berufs- und Tätigkeitsbezeichnungen enthalten

2. signet/logo

sollte Wort- und/oder Bilddarstellung sein
Farbe: für viele Werbezwecke
Graustufe: für Zeitungsanzeigen
Scharz-Weiß: für Faxkopf, Kugelschreiber

3. visitenkarte

Standart: 85 x 55 mm, einseitig bedruckt – deshalb gut geeignet zur Archivierung – mit Signet/Logo und Firmendaten versehen

4. briefbogen

Seite 1 mit Signet/Logo und Firmendaten für Anschreiben, Angebote und Rechnungen
Seite 2 nur mit Signet/Logo für Folgeseiten

5. statische website oder empfohlen, wenn nur Unternehmen präsentiert werden soll mit ganz wenigen inhaltlichen Änderungen und **keiner** Interaktivität

5. dynamische Website empfohlen, wenn viele Inhalte geändert und Dienstleistungen angeboten werden, die eine Interaktivität zwischen Nutzern, Website und Ihnen erfordern

Optionale Werbung, die meist mit wiederkehrenden Kosten verbunden sind, da diese Werbemittel durch Aktualität und Haltbarkeit zeitlich begrenzt sind:

6. flyer

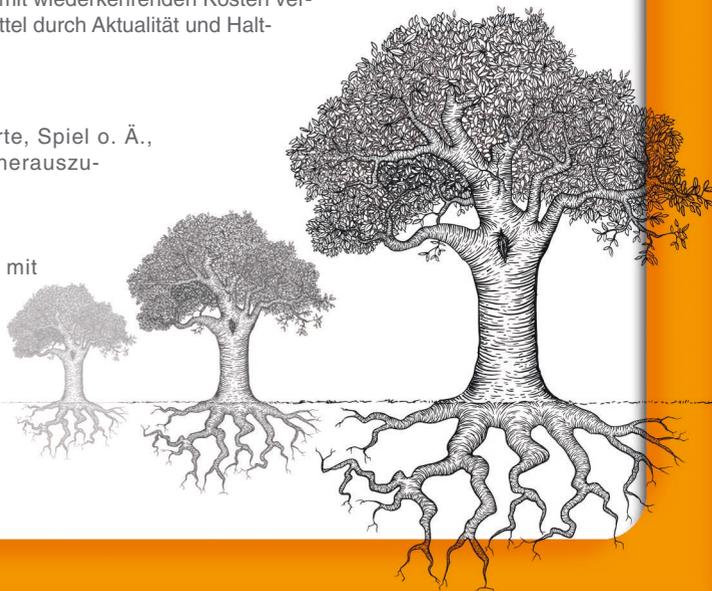
6-, 8-seitig mit Antwortkarte, Spiel o. Ä., um eine Kundenreaktion herauszufordern

7. autowerbung

mindestens Heckscheibe mit Signet/Logo, Telefon und Internet, evtl. Slogan

8. stempel

mit Signet/Logo, Name, Anschrift, Telefon und Internet



Das außergewöhnliche

geschieht nicht auf glattem, gewöhnlichem Wege!

Johann Wolfgang von Goethe

Wichtige Werbemittel, deren Layout Sie bei professioneller Gestaltung immer begleiten werden und nur einmalig Kosten verursachen! Druckkosten dagegen können durch Nachbestellungen mehrfach entstehen. **Beachten Sie folgende Fertigungsreihenfolge!**

1. praxisname

sollte klangvoll sein, kann Initialien, Abkürzungen, Berufs- und Tätigkeitsbezeichnungen enthalten

3. visitenkarte

Standart: 85 x 55 mm, einseitig bedruckt – deshalb gut geeignet zur Archivierung – mit Signet/Logo und Praxisdaten versehen

5. flyer

mindestens 6-seitig mit Leistungs- bzw. Behandlungsbeschreibung

7. autowerbung

mind. Heckscheibe mit Signet/Logo, Handy und Internet, evtl. Slogan

2. signet/logo

sollte Wort- und/oder Bilddarstellung sein
Farbe: für viele Werbezwecke
Graustufe: für Zeitungsanzeigen
Scharz-Weiß: für Faxkopf, Kugelschreiber

4. stempel

mit Signet/Logo, Name, Anschrift, Telefon und Internet

6. statische website

empfohlen, wenn nur die Praxis präsentiert werden soll, mit ganz wenigen inhaltlichen Änderungen und **keiner** Interaktivität

Optionale Werbung, die meist mit wiederkehrenden Kosten verbunden sind, da diese Werbemittel durch Aktualität zeitlich begrenzt sind:

8. briefbogen

Seite 1 mit Praxisdaten für Anschreiben, Anamnese und Rechnungen
Seite 2 nur mit Signet/Logo für Folgeseiten

9. dynamische website

empfohlen, wenn viele Inhalte geändert und Dienstleistungen angeboten werden, die eine Interaktivität zwischen Patienten, Website und Ihnen erfordern, sonst genügt eine **statische Website**

