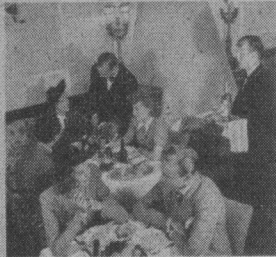


EN TRYKSAG BLIVER TIL...

AF REKLAMECHEF GUNNAR HANSEN



Ogsaa de Omgivelser, hvor Tuborgs Øllet omdannes til Tønde Lab underkastet store Forandringer, maaltids som det er sagt anerkendte sig her ved Sammenstilling af en Tegning af et Reklamekoncept for Klubbens og Prædikan og et moderne Fotograferes Klædestrøg er endvidere godtagte Omgivelser og den materielle Censureringer ligesom Mændene i Dag, men det er stadig lige højt i Kæden Tuborg Øllet Det Skovsøer i Glæderne fra Flaakke eller fra Fæst og Lecker og hyder Glæderne med sin lillende Smag — nu som dengang.



Et Eksempel paa Kombination af Tegning og Fotografi (Tuborgs Jubilæumsbrochure).

EN Tryksag skal være i Stand til at sælge Varen alene uden en Sælgers Hjælp. Tryksagen skal med andre Ord paa Minutter udføre det Arbejde, som en Sælger kan tillade sig at bruge Timer til. En Tryksag skal derfor indeholde Salgshandlingen i den rigtige Rækkefølge og til sidst faa Kunden til at foretage sig noget, der fører til Salgets Afslutning. For at skabe denne Tryksag, maa man kende sin Vare og Salget af den i de mindste Enkeltheder.

Inden man gaar igang med en Tryksag, maa man samle saa mange af Konkurrenternes Tryksager sammen, som det er muligt — ikke for at efterligne dem, men for at se hvilke Argumenter der benyttes. Derefter sammenligner man sin egen Vare med Konkurrenternes, man finder ud af, hvilke af Konkurrenternes Argumenter, der skal imødegaaes, samt hvilke af ens egne Fordele, der skal fremhæves. Vigtige Fordele fremhæves i Fotografier, mindre vigtige kan fremhæves med Vignetter.

Folder eller Brochure? Ja, det afhænger af, hvorledes man ønsker sin Tryksag fordelt. Skal Sælgeren have den med ud i Marken, vil han som oftest foretrække Folderen. Denne kan han brede ud foran Kunden og derefter let udpege alle Varens Fordele. — Kunden kan se det hele for sig paa een Gang, og Sælgeren behøver ikke at slæbe sin Vare med ud. Sendes Tryksagen med Posten, er Brochuren af foretrække. Denne lader sig ikke overse paa een Gang, men Kunden maa ofre længere Tid for at blade den igennem. Man-

ge Forretningsfolk (Forhandlere), der afleverer Tryksagen til en Kunde, for at den skal arbejde videre i Hjemmet, foretrækker ogsaa Brochuren.

Skal man sælge en Vare, der skal demonstreres, bør man benytte Fotografier; idet disse forekommer Publikum sandfærdige. Tegninger, paastaar Kunderne, kan altfor let laves om. Humoristiske Tegninger kan derimod med Held bære en Tryksag, tænkt blot paa Engholms D. S. B. Prospekt. Man bør blot huske paa, at det ikke alene drejer sig om at skabe Humor, men Humoren skal ogsaa have en Hensigt. Paa Fotografierne

er Modeller en Nødvendighed. Ikke alene fordi en smuk Model fanger Øjet, men ogsaa for at give Kunden Indtryk af Varens rigtige Størrelse. Det er f. Eks.

haabløst, naar man ser 8—10 Radioapparater anbragt paa Rad og Række uden Model eller andet, der kan vise Apparaternes Størrelse. Det har dog den største Betydning for Kunden at vide, hvor meget Apparatet fylder i Hjemmet. — Hver lille Detaille i Tryksagen maa være gennemtænkt.

Tryksagens Idé og Handling tegnes ned som en løs Skitse, denne lægges ned i en Skuffe. Næste Dag ser man paa den med friske Øjne og foretager sine Rettelser. Skitsen benyttes som Grundlag for Tegner og Fotograf.

Har man modtaget sine Tegninger og Fotografier, lader man en Tegner eller et Bureau montere, beskære og afdække Billederne. Ved Monteringen bør man saavidt muligt sørge for, at Figurerne Ansigt og Handlingen vender ind mod Tryksagens Midte. Den monterede Tryksag sendes til Clichéanstalten. Vælg den bedste Clichéanstalt, De kan finde. Det nytter ikke at ofre den dyreste Fotograf, naar Clichéanstalten kan ødelægge det hele. Jeg har set Clichéer, hvor Modellerne har været ukendelige, nogle var f. Eks. skeløjede, Benene havde faaet forskellig Tykkelse og Kroppens Form var blevet helt forvasket. Der kræves meget dygtige Fagfolk i en Reproduktionsanstalt for at naa et Resultat, der kan tilfredsstille det store kritiske Publikum.

Efter nogle Dages Forløb modtager man saa de færdige Clichéaftryk. Disse



En Stjernemodtager
GRAND PRIX 42 CHATOL
 Løst og løst: 2. verdenskrig, elegant i udseende. Det er første gang, præcise Chatol Radioapparater, en special konstruktion med 7 Sætt, som vil opbevare de bedste højfrekvensrør, alle med 500000 Ohm, med 1200 Watt fremragende, findes her. B. & O.'s nye stabiliserede kvadrant, som er 100% præcise, det som indstiller sig selv i 10 sekunder. 2. Trykknapper, fuld- og halv-lyd, med 100 Watt effektive. Væk med Self-Locking Pick-up, som sikrer klar lyd og den specielle Kromoxon Høretæller, som gør Gengivelsen af alle Musik som Tale indendørs. Trykknapper i begge sider, samt Automatisk Lyd, Tænding og Slukning.

Pris Kr. 1675,-
 Hovedkontor: UCCS - 10224 - B.P. - 10825 - 1981 -
 10824 - 1981
 Produktionscenter: 10222 West
 Hovedkontor: Hovedkontor, Lyngby, 10222



Paa Fotografier maa man have Modeller med for at vise Varens rigtige Størrelse. (Fra en B. & O.-Brochure med Farvefotos.)

klæbe
 del af
 saa af
 ve et
 man
 Man l
 fylder
 Det e
 for n
 Tekst
 med
 først
 H
 som
 Billed
 glide
 man
 lade
 numr
 keføl
 lene
 dern
 fra d
 ande
 nem
 Beko
 Tryk
 lig n
 Lyste
 Ek
 tinge
 og v
 blive
 Ekstr
 hvis
 ser
 ning
 tvær
 Teks
 skal
 er ik
 En a
 Ekstr
 schw
 derli
 sort
 net, l
 der f
 To
 til a
 men
 Salgs
 Auto
 paa 4
 om o
 kun
 disse
 sulta
 vil o
 Beny
 grafi
 Sk
 kun
 laver
 størr
 suger
 saa r
 Rolle
 kan
 den
 kun
 Ha
 Pris,
 vakt
 vend
 yder
 med
 ve: »
 ning
 ogsa
 den