

Link do produktu: <https://biurowy24.pl/zakladki-indeksujace-post-it-niebieskie-25x43mm-p-752.html>

Zakładki indeksujące Post-it niebieskie 25x43mm

Cena	47,29 zł
Numer katalogowy	3M-UU008930156
Kod producenta	3M-UU008930156
Kod EAN	051141920603
Kod producenta	3M-UU008930156
Waga produktu z opakowaniem jednostkowym	0.015
Rozmiar	inny
Materiał	plastikowe
Kolor	niebieski
Rodzaj	zakładki indeksujące
Marka	Post-it
EAN (GTIN)	051141920603

Opis produktu

ZAKŁADKI INDEKSUJĄCE POST-IT® (680-B2EU), PP, 25,4X43,2MM, 2X50 KART., NIEBIESKIE

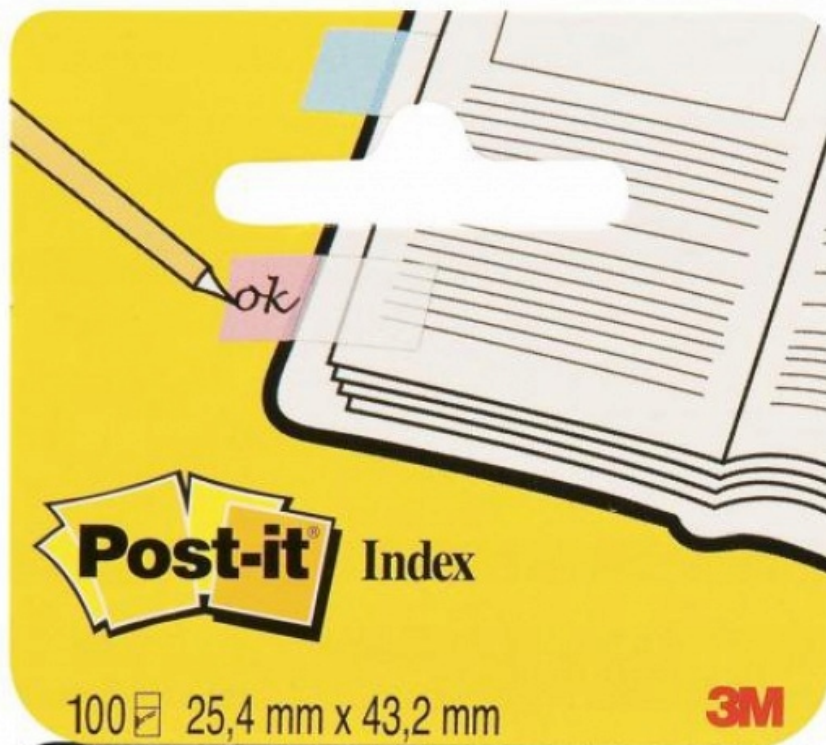
- Najbardziej uniwersalne zakładki Post-it®, idealne do planowania i zarządzania Twoimi dokumentami
- Korzystaj z różnych kolorów do tworzenia własnej hierarchii ważności lub kodowania zagadnień
- Możesz po nich pisać, a przezroczysta część nie zasłania tekstu
- Po przyklejeniu mocno się trzymają, po odklejeniu nie zostawiają śladów na dokumentach, nawet przy wielokrotnym użyciu
- Szerokie zakładki w rozmiarze 25,4x43,2mm wskazują kluczowe zagadnienia i mają więcej miejsca do pisania
- Grubość: 64 mikrony, Klej: akrylowy repositionowalny 3M w technologii mikrosferycznej
- W opakowaniu 2 dyspensery po 50 zakładek w rozmiarze 25,4x43,2mm w kolorze niebieskim

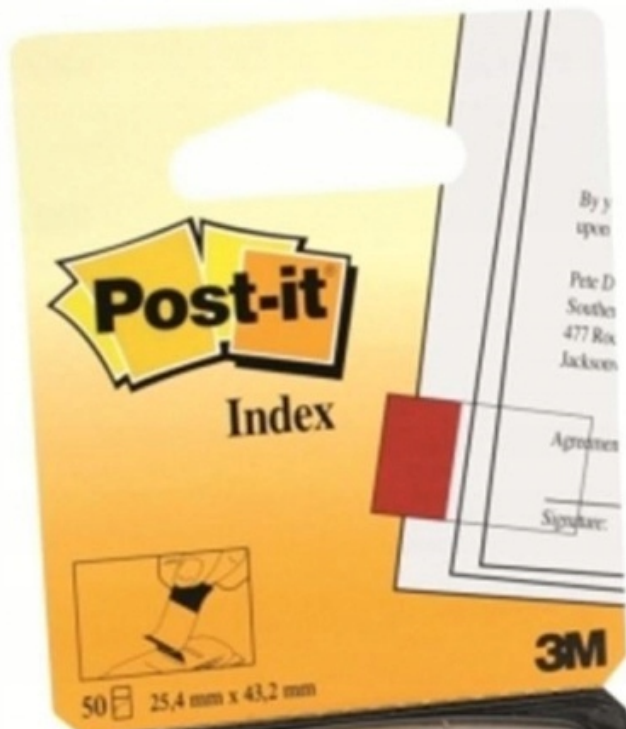
OPIS MARKI POST-IT-3M: Masz wiele świetnych pomysłów do zrealizowania? Produkty marki Post-it® pozwolą ci być dużo bardziej produktywnym i innowacyjnym! Przekonaj się! Produkty Post-it® pomogą ci zorganizować swój dzień, nie ważne czy to w szkole, domu czy pracy!

OPIS KATEGORII ZAKŁADKI INDEKSUJĄCE: Zakładki indeksujące są niezastąpionym rozwiązaniem do wyraźnego oznaczania treści w dokumentach, znakowania rozdziałów książek, podręczników, itp. Dzięki wyrazistym i efektownej kolorystyce zapisane na nich informacje nigdy nie umkną żadnej uwadze. Idealnie nadadzą się do eksponowania istotnych fragmentów dokumentacji i ich szybkiego odnajdywania. Są absolutnym niezbędnym akcesorium w każdym biurze, sekretariacie czy urzędzie. Mogą być wykonane z różnych materiałów, np. papiery czy miękkiego PP. Nasza kategoria związana jest z grupami produktów najczęściej określanymi jako: zakładki indeksujące, karteczki indeksujące, znaczki samoprzylepne do szkoły i biura, zakładki z podajnikiem, kolorowe zakładki

Polecamy Państwu także inne nasze aukcje na produkty biurowe i życzymy udanych zakupów.











A healthy solution to this dilemma is that used by *Geo* magazine, published by Gruner & Jahr, a subsidiary of Bertelsmann. They developed an initial "collector's issue" which is offered as the free incentive. These can be printed in quantity and sent out to new subscribers promptly without waiting for the next issue date. The regular issues then all count as circulation for advertising purposes. Time magazine's development of exciting premiums like almanacs are offered in much the same way, and enable the magazine to make an honest free offer.

Other Considerations

There are many other matters besides price to be considered when planning offer strategy. Many of them are discussed in Chapter 4, The Proposition.

One question is credit. Depending on the nature of the product and the audience, you may or may not want to establish a credit relationship with your customer. "Send no money now" is a powerful result builder, especially when used with a full guarantee, but it involves sending out bills, setting up credit-evaluation procedures, and writing off some percentage of bad debt. Installment sales and credit cards have their own unique problems, as do cash-on-delivery (COD) shipments. Contests and sweepstakes are another aspect of offer strategy, which has dynamic and dangerous consequences. The "lift" of a sweepstakes can be like a narcotic. It makes you feel good for the moment, but you can get hooked on it. While sweepstakes have been very important for many advertisers, they create a whole new set of problems in terms of poor quality, high costs, and the need to come up with bigger and better contests in order to maintain the hyped sales level. The effects show up in everything from bad debt to poor renewals to lower list-rental income. "Sweepstakes-sold" is, to a sophisticated advertiser, a warning that the magazine or list whose circulation is offered consists largely of people who like to enter contests, not necessarily of people truly involved in the type of magazine, product, or service sold.

Evaluating the Time Factor

The most overlooked factor in planning offer strategy is time. Usually an advertiser must make some type of advertising or premium investment (such as a loss-leader sale) to attract a customer. We often refer to "buying" a customer, as it is not uncommon to deliberately lose money by selling an item for \$10 which cost us \$5, at a cost per order

All these models. W
PDC can d
often work
times, in yo
and entered,
version rates,
zines they ad
well. At the t
can be printed
ume levels, an
night, you can c





