

SVETOG SAVE**Premijerka otvara Koledž**

Koledž Svetog Save 27. januara zvanično će otvoriti premijerka NSW, Gledis Bebedžklijan. Predsednica vladove održave i osvedočeni prijatelj srpske zajednice, potvrdila je dolazak i ona će tom prilikom otkriti komemorativnu ploču na zgradi škole i obratiti se đacima, roditeljima, nastavnicima i ostalim zvanicama.

Pozdravni govor održaće i vladika Siluan, direktorka škole Ana Nikolau, kao i nekadašnji savezni poslanik Filip Radok.

Dan ranije, 26. januara, na imanju Koledža svečano će biti obeležen Dan Australije, a tim povodom održaće se i svećano otvaranje škole, uz postavljanje krsta na kupolu ispred glavnog ulaza.

Spremne su i školske uniforme za đake

m²ilan

PIŠE: Milan VLAŠIĆ

"VESTI" VAM U 2021. GODINI NUDE NOVE I NAJPOVOLJNIJE PAKETE OGLAŠAVANJA BIZNISA

Dobra reklama je garant uspeha!

■ Ako neko pruža usluge ili prodaje robu namenjenu našim ljudima u Australiji, mediji na srpskom jeziku su najbolji način da dođe do klijenata

Fudbal je kažu, najvažnija sporedna stvar na svetu. Svi smo o fudbalu nekada znali sve, neki su znali da ga igraju, a neki i nisu. Kažu da je u bivšoj nam državi bilo oko 22 miliona fudbalskih selektora. I svi su znali bolje od onog ko je plaćen za taj posao.

Tako je i sa reklamama - neki biznisi se reklamiraju, a neki ne, ali svi imamo mišljenje o tome. A mišljenja su, naravno, često oprečna. Ne znači da neki biznis neće biti uspešan ako se ne reklamira, ali gotovo da nema biznisa koji je ulagao u marketing i reklame, a da nije bio uspešan.

Lična preporuka je naravno najbolja, ali ona ne isključuje sve druge vrste reklame i promocije. Naprotiv, to je komplementarno i uvek nekako ide ruku pod ruku. Kada vam neko od poverenja preporuči majstora, advokata, agenta, doktora ili bilo kog drugog profesionalca, gotovo je sigurno da će te preporuku uzeti u obzir. Ali, kada nakon lične preporuke vidite u novinama, na primer, reklamu za taj isti biznis, gotovo je sigurno kome ćete poveriti posao.

Primer Koka-Kole

Možda je za vas dovoljno jak argument da vama ne treba reklama. Možda ste opet dovoljno poznati da ono čime se bavite u stvari radite toliko dobro da mušterije same dolaze na vaša vrata. Ipak, verovatnoća je velika da bi reklama privukla i nove mušterije koji bi vašu uslugu

platili više jer, veća potražnja po pravilu znači i veću cenu. Pogledajte samo Koka-kolu.

Troškovi reklame ne postoje, reč je o investicijama, a investicije znače da vam se uložena sredstva višestruko vraćaju

Ova svetski poznata kompanija je u poslednjih pet godina na globalnom nivou izdvajala oko četiri milijarde američkih dolara na ime reklame. Svake godine! Po red televizijskih kampanja, reklame se neprestano vrate i na društvenim mrežama, ali Koka-Kola najviše investira u oglašavanje u magazinima, da-ku u stampi. Po pravilu, zakupe celu stranu, postave dobro osmišljenu reklamu i uspeh je gotovo zagarantovan.

Za Koka-Kolu znaju svi i sigurno je da im nije potrebno da

se iznova predstavljaju, ali oni su tu non-stop. Jednostavno, oglašavaju svoje prisustvo na tržištu, "podsećaju" nas da postoje i da im dobro ide. A kupci takvima obično ne znaju da odo-

Oglašavanje u "Vesti"

Velike razlike nema ni kada su u pitanju daleko manje poslovne razmere. Kao u pesmi - princip je isti, ostalo su nijanse. Zato, ako neko pruža usluge ili prodaje robu namenjenu našim ljudima u Australiji, mediji na srpskom jeziku su svakako najbolje sredstvo da se dopre do šireg tržišta.

Tada svakako treba uzeti u obzir činjenicu da "Vesti" svakog dana, sem nedelje kada ne izlazimo, prođu kroz ruke od 8.000 do 10.000 naših ljudi - od Perta, preko Adelajda, do Melburna, Kanbere, Vulongonga, Sidneja, Central Kouta, Njukasla, pa sve do Gold Kouta i Brizbejna.

Australijsko tržište je veliko, a statistike govore da širom kontinenta živi više od 100.000 ljudi srpskog porekla. Takođe, nas čitaju i pripadnici drugih balkanskih naroda, što samo povećava "vidljivost" bi-

znaša koji se oglašavaju u našem listu. Takođe, ne bi trebalo zanemariti činjenicu da će skoro svaki naš čitalac radije otici kod svog zemljaka da kupi neku robu ili radi pružanja neke stručne usluge.

To samo govori u prilog činjenici da je za poslovni uspeh poželjno da svaki biznis bude prisutan u novinama na jeziku zajednice koju vidi kao ciljnu grupu.

Zato vas na početku 2021. pozivamo da nam se javite da zavodimo jedno građimo nove i jačamo postojeće veze. Naši specijalni marketingi paketi su spremni da pruže maksimalan doprinos novim poslovnim perspektivama i većim dostignućima naših ljudi - stručnjaka, lekara, zanatlija, ugostitelja i svih onih koji žele da njihov biznis bude uspešniji i plodniji u novoj godini.

Naravno, oglasi mogu biti i lične prirode, a jedan takav mogao bi da glasi ovako: "Romantičan muškarac traži srodnu žensku osobu koja voli putovanja, koja voli Pariz i Madrid. Neka se javi do srede, da zajedno gledamo fudbalsku utakmicu Real Madrid - Pari Sen Zermen."

Zajednički do najboljeg rešenja

Ukoliko želite da saznate više o našim povoljnim paketima za oglašavanje, pišite nam na e-mail adresu post@vesti.com.au ili nas pozovite na broj telefona: (02) 8781 1980. Spremni smo da vas saslušamo, odgovorimo na sva vaša pitanja i da zajedno pronađemo najbolje rešenje za promociju vaših proizvoda i usluga.

