

## تهیه بروشور شرکت

بروشور شما باید اولین چیزی باشد که در دسترس یک مشتری احتمالی قرار می گیرد، اما بخاطر داشته باشید که این تنها بخشی از یک برنامه کامل ارزیابی است. راهکار بازاریابی شما همچنین از چیزهایی چون یک وب - سایت حاوی اطلاعات مفید و کارکنان مطلع که بتوانند به طور مستمر پاسخگوی هر گونه سؤال باشند، بهره می برد.

حتی اگر تنها از طریق اینترنت کسب و کار انجام می دهید، لازم است گاهی یک بروشور چاپی در اختیار مشتری قرار دهید. اگر به نمایشگاه محصولات تجاری می روید و یا از تلفن برای فروش محصولات استفاده می کنید، از شما انتظار می رود که یک بروشور تخصصی همراه داشته باشید.

## گرد آوری اطلاعات لازم

مهم است که قبل از تماس با یک ناشر یا طراح گرافیک برای تهیه بروشور آمادگی لازم داشته باشید. برخی از اطلاعاتی که در اختیار طراح / ناشر می گذارید، عبارتند از :

- تعریفی از محصولات و/ یا خدمات
- تعریفی از بازار یا مشتریان مورد نظر
- طرحی از مزایای پیشنهادی و مشکلاتی که شما قادر به حل آن هستید.
- مدارکی دال بر توانایی های تجارت، محصولات و یا خدمات آن : این مدارک می توانند شامل تجربه در طول سالیان ، شمار مشتریانی که از خدمات راضی بوده اند ، تصدیق نامه ها و توصیه نامه ها شوند.
- انتظاراتی که از بروشور دارید: معرفی کسب و کار شما ، معرفی محصولات و خدمات شما ، کمک به شما در گرفتن سفارشات، و منبع خوبی برای یادآوری اطلاعات .
- هرگونه اسم و علامت تجاری موجود، شامل کارت شرکت و وب-سایت ها ( سبب تضمین استمرار علامت تجاری شرکت می باشند).

تصمیم بگیرید که در مورد چه چیزی اطلاعات می دهید و مخاطب شما کیست.

- به طور مستقیم و به نحوی که گویا واقعا" در حال صحبت کردن با یک مشتری احتمالی هستید، اطلاع رسانی کنید.
- در مورد نیاز مشتریان صحبت کنید، نه در مورد آن چه که کسب و کار شما به آن نیاز دارد.

- سعی کنید در قدم اول، اطلاعات بیش از حد به مشتری ندهید، زیرا پیام اصلی فراموش می شود. پس بر روی پیام اصلی تمرکز کنید.
- اطلاعات تماس را که باید در بروشور گنجانده شود، فراهم کنید.
- نمونه بروشورهای دیگر شرکت های مورد نظرتان را گردآوری کنید.

## همکاری با عرضه کنندگان خدمات

پس از آن که اطلاعات لازم را گردآوری کردید، نیاز دارید که برای طرح و چاپ بروشور از عرضه کنندگان این خدمات کمک بگیرید.

- **عرضه کنندگان خدمات خود را انتخاب کنید:** معمولاً شما به دو عرضه کننده نیاز دارید- یک شرکت طراحی خلاق و یک شرکت نشر. برای صحبت در مورد اهداف، نیازها و بودجه تان با آنها ملاقات کنید. اطمینان حاصل کنید که آنها نیازهای شما را به خوبی درک میکنند. اغلب، شرکت طراحی، شرکت نشر را به شما معرفی میکند. همچنین ممکن است که شرکت طراحی هزینه ای را که شرکت نشر مطالبه می کند در صورت حساب خود بگنجانند و خود با آن شرکت وارد مذاکره شود.
- **در مورد نظریات خود با عرضه کننده خدمات صحبت کنید:** تمامی اطلاعات گردآوری شده را در اختیار شرکت طراحی قرار دهید. شاید بخواهید که شرکت طراحی از طرح های شما نیز استفاده نماید.
  - تصمیم بگیرید که کدام طرح ها، تصاویر، رنگ ها و جنس ها به بهترین وجه کسب و کار شما را معرفی میکنند.
  - در مورد این که بروشور شما چگونه مورد استفاده مشتریان قرار می گیرد فکر کنید. شما می توانید با گنجاندن یک تقویم، دستور آشپزی یا دستورالعمل هایی در ارتباط با کسب و کار خود شانس دور انداخته شدن آن را کاهش دهید.
  - در مورد تکنیک هایی که مردم را ترغیب به باز کردن بروشور شما می کند صحبت کنید. تمام جلد بروشور را به آرم شرکت اختصاص ندهید؛ ارزش پیشنهادات کسب و کارتان را به مشتریان بالقوه بفروشید.
  - به نظرات عرضه کنندگان خود گوش بدهید (آنها در کار خود تخصص دارند) و به سوالات آنها پاسخ دهید.
- **پیش نویس بروشور را بررسی کنید.** عرضه کننده باید یک پیش نویس از بروشور تهیه کند تا شما آن را بررسی کنید. برخی از عرضه کنندگان به شما نظرات مختلفی ارائه میدهند و شما می توانید یکی از آنها را انتخاب کنید (بر اساس آنچه که در قرارداد آمده است). هنگام مرور پیش نویس، همه چیز را به دقت مورد بررسی قرار دهید. ببینید که آیا همه اطلاعات لازم در بروشور آمده است؟ آیا املا همه چیز درست است؟ آیا اطلاعات تماس به درستی نوشته شده است؟ هیچ چیز را از قلم نیاندازید - پیدا کردن یک اشتباه در شماره تلفن شرکت پس از آنکه صدها بروشور به چاپ برسد، یک اشتباه پرهزینه خواهد بود.

## قدم های بعدی

زمانی که بروشور شما چاپ شد و به دستتان رسید، اطمینان حاصل کنید که از آن به خوبی به نفع کسب و کارتان استفاده خواهید کرد.

- **بروشورها به دست مردم برسانید:** بروشورهای زیادی وجود دارند که به دقت طراحی و چاپ شده اند ولی هرگز از آنها استفاده نشده است. اگر مطمئن نیستید که چه گونه از بروشورتان استفاده خواهید کرد، شاید بهتر باشد که منتظر فرصت مناسبی برای طراحی آن بشوید.
- **روشی برای توزیع بروشور پیدا کنید.** بروشورها را هنگام دیدارهایی که برای فروش محصولات صورت می گیرد و درنمایشگاه های تجاری به همراه داشته باشید. بروشورها را برای مشتریان بالقوه پست کنید. مراسمی در محل شرکت ترتیب دهید و بروشورها را در اختیار مدعوین قرار دهید.
- **کارها را پیگیری کنید:** یک بار فعالیت تبلیغاتی به ندرت به عقد قرارداد، سفارش محصولات و یا فروش منجر می شود، بنا براین آماده باشید که با فعالیت هایی چون ملاقات های شخصی، تماس های تلفنی و نامه نگاری مسائل را پی گیری کنید.