

پنج نکته‌ی مهم در طراحی راهبرد محصولات تبلیغاتی چاپی

حرف ما در اینجا با مالکان کسب‌وکار است که می‌خواهند محصولات چاپی تبلیغاتی را برای توسعه‌ی درآمدزایی خود بکار بگیرند، ولی اغلب نمی‌دانند دقیقاً باید چه کاری کنند. این کار هم مانند هر سرمایه‌گذاری دیگر کسب‌وکاران باید درست صورت بگیرد تا در رشد سودآوری‌تان نتیجه‌بخش باشد؛ اما یک محصول چاپی تبلیغاتی درست چه خصوصیتی دارد؟

1. مخاطب

همیشه باید طرف صحبت خود را بشناسید. هدف تبلیغات امروزی ایجاد تعامل با مخاطبانی است که می‌توانند مشتریان بالقوه‌ای برای کسب‌وکاران هم باشند. پس شناخت و کسب آگاهی از اینکه مخاطبانتان چه کسانی هستند و چه چیزهایی آن‌ها را به ایجاد تعامل یا واکنش به تبلیغاتتان وامی‌دارد، بهترین نقطه برای شروع به طراحی تبلیغات کارآمد محسوب می‌شوند. بجای تبلیغات بی‌هدف بهتر است متناسب با خصوصیات مخاطبان هدف‌تان برنامه‌ریزی کنید.



2. هدف/مقصد

قصد دارید با این محصول تبلیغی خود چه کاری کنید؟ مخاطبان خود را به وبسایت هدایت کنید، به سمت خرید سوق دهید یا تجربه‌ای خاص و مؤثر را ایجاد کنید؟ این امر به شما کمک می‌کند تا بفهمید که چه نوع ابزار تبلیغاتی مناسب کارتان است و بهترین روش دستیابی به مخاطبانتان کدام

تورنگ چاپ، ارائه دهنده مناسب‌ترین خدمات طراحی و چاپ

www.ToorangPrint.com

است؟ به قول جیمز راند ولف آدامز، «رایج‌ترین مسئله‌ی تبلیغات این است که زیادی بر تأثیرگذاری روی مردم تلاش می‌کند».

3. طراحی مواردی چون رنگ، فونت، گرافیک و صفحه‌بندی

اگر چشم تیزبین یک طراح گرافیک را ندارید یا شانس بهره‌مندی از یک کارمند طراح در کسب‌وکارتان را ندارید، حالا بهترین زمان برای استخدام یک طراح گرافیک خوب است. طراح گرافیک می‌تواند چهره‌ی کسب‌وکارتان را شکل دهد و می‌تواند برند و اهدافتان را در طرحی بگنجانند که برای مخاطبانانتان جذابیت و گیرایی داشته باشد. اگر فکر می‌کنید رنگ و طرح گرافیکی اموری ساده هستند، سخت در اشتباه هستید. طراحی گرافیکی خوب می‌تواند شما را متمایز و خاص جلوه دهد. حتماً روی آن سرمایه‌گذاری کنید. البته بسیاری از شرکت‌های چاپی همچنین خدمات طراحی را در بخش پیش‌چاپی ارائه می‌دهند که این ویژگی را دارند که متناسب با تجهیزات چاپی خود طراحی می‌کنند و به این ترتیب از حداکثر بهره‌وری تجهیزات چاپی خود برای تولید عالی‌ترین خروجی چاپی ممکن استفاده نمایند.

4. متریال

متریالی که طرح تبلیغی روی آن چاپ می‌شود، به‌نوبه‌ی خود می‌تواند در جلب‌توجه مخاطب مؤثر باشد. باید تصمیم بگیرید که بهترین و تأثیرگذارترین متریال برای طرح گرافیکی خود کاغذ، وینیل بنر، اکریلیک یا غیره است. با چه وزنی؟ چه رنگی؟ متریال چاپ باید بهترین خروجی چاپی را ارائه دهد و همچنین در تجربه‌ی مخاطب از برندتان تأثیرگذار باشد، اگر در مورد متریال مناسب محصول تبلیغاتی مردد هستید، از شرکت چاپی مشورت و نمونه کارهای مختلف بخواهید.

تورنگ چاپ، ارائه دهنده مناسب‌ترین خدمات طراحی و چاپ

www.ToorangPrint.com



5. دعوت به اقدام مشخص

اکثر کسب و کارها دعوت به اقدام مشخص را چیزی شبیه به شعار مسخره‌ای می‌دانند که با جوکی همراه می‌شوند، اما این کار هیچ حاصلی ندارد. جمله‌ای که در تبلیغات مخاطبان را به انجام کار خاصی دعوت می‌کند، باید از مشوق و انگیزه‌ای مانند تخفیف ویژه در مهلت زمانی محدود برای خرید بهره بگیرد که مخاطبان را به بقیه‌ی ماجرا بکشانند. هرچه مشوق و انگیزه‌ی دعوت به اقدامتان وسوسه‌برانگیزتر باشد، نتیجه‌ی بهتری از تبلیغات خود به دست خواهید آورد. حتماً در تبلیغات خود متناسب با هدف‌تان از جمله‌ای خوش‌ساختی برای دعوت مخاطبان به اقدام خاص استفاده کنید.

کلمات کلیدی: تبلیغات مؤثر، پارامترهای تبلیغاتی چاپی مؤثر، پنج اصطلاح مهم برای فعالان تبلیغات

تورنگ چاپ، ارائه دهنده مناسب‌ترین خدمات طراحی و چاپ

www.ToorangPrint.com
