

آیا دنبال راهی هستید که مخاطب‌های بیشتری برای کمپین تبلیغاتی کسب‌وکارتان به دست بیاورید؟ آیا دنبال شناساندن کالا یا خدماتتان به افراد بیشتری هستید؟ چاپ تراکت ممکن است دقیقاً چیزی باشد که به دنبالش هستید. پخش تراکت یکی از روش‌های قدیمی بازاریابی و تبلیغات است که همچنان ارزش خود را حفظ کرده است. در ادامه نگاهی به اینکه تراکت دقیقاً چیست و به چه عواملی در چاپ تراکت باید دقت کرد می‌اندازیم.

تراکت چیست؟

به‌طور خلاصه تراکت یک برگه‌ی کاغذی یا همان پوستر است که برای جلب کردن توجه مردم نسبت به یک کالا، خدمات، رویداد یا تبلیغات استفاده می‌شود. پیامی که توسط پخش تراکت به مخاطب می‌رسد ساده و خلاصه اما چشمگیر است. با استفاده از چاپ تراکت برای قسمتی از مارکتینگ در هزینه‌ها بسیار صرفه‌جویی می‌شود.

فرق تراکت و بروشور چیست؟

بروشور به‌طور معمول به معرفی و دادن اطلاعات در مورد خدمات، کالاها و مزیت‌های یک کسب‌وکار می‌پردازد. پخش بروشور به‌صورت کاغذهای تا شده با طراحی گرافیکی و چاپ تصاویر در هر دو طرف کاغذ صورت می‌گیرد.

اما چاپ تراکت به‌طور معمول روی یک کاغذ صاف انجام می‌شود. معمولاً در پخش تراکت آزادی بیشتر وجود دارد اما بروشورها بیشتر مخصوص مکان‌های خاصی هستند.

بهتر است از بروشور برای نشان دادن تصاویر و ارائه اطلاعات به مشتری‌هایی که علاقه‌مند به شناخت بیشتر کسب‌وکار شما هستند استفاده کنید و بهتر است از پخش تراکت برای جلب توجه مشتری‌های احتمالی و مردم عادی برای یک هدف به‌خصوص استفاده کنید.

از چاپ تراکت برای جذب مشتری‌های جدید به علت ارزان بودن، طراحی راحت و چاپ شدن تنها روی یک‌طرف کاغذ استفاده می‌کنند. از طرفی بروشور طراحی با جزئیات بیشتر دارد که اطلاعات بیشتری در اختیار خواننده قرار می‌دهند و هزینه‌ی بیشتری برمی‌دارد به همین دلیل بهتر است این هزینه‌ی بیشتر صرف افرادی شود که علاقه‌مند به کسب اطلاعات هستند.

برای چاپ تراکت مهم نیست در چه حیطه‌ای هستید و کسب‌وکارتان چیست یک سری قوانین همیشه باید رعایت شوند تا بتوانید نتیجه‌ی تبلیغاتی دلخواه را از پخش تراکت بگیرید.

عنوان

عنوانی که در تراکت استفاده می‌شود اولین قدم برای جلب توجه مردم است. باید به چیزی که می‌خواهید مشتری‌ها از تراکت شما برداشت کنند فکر کنید و دقیقاً همان را در عنوان به کار ببرید. عنوان تراکت باید طوری نوشته شود که اگر مردم بقیه تراکت را نخوانند چیزی که شما می‌خواهید در یادشان بماند.

محتوا

نوشتن محتوای تراکت بسیار مهم است. باید حواستان باشد که از جملات بلند و پاراگراف‌های بلند استفاده نکنید. باید مطمئن شوید مشتری‌ها تنها با چند ثانیه نگاه کردن به تراکت شما تمام نکات کلیدی را در جملات ساده و کوتاه می‌خوانند. محتوای یک تراکت نباید مثل یک کتاب طولانی و سخت باشد بلکه باید شبیه یک پیامک ساده و مختصر باشد.

طراحی

طراحی تراکت باید طوری باشد که در مرحله‌ی اول توجه مشتری‌های احتمالی را به قدری جلب کند که بعداً شروع به خواندن محتوای تراکت بکنند. به تمام تصاویر، گرافیک‌ها، لوگوها و رنگ‌هایی که می‌خواهید در تراکت استفاده کنید فکر کنید و تصمیم بگیرید که آیا این موارد توجه مشتری‌ها را جلب می‌کنند یا باعث شلوغ شدن تراکت و گیج شدن مشتری می‌شوند؟ هر چیزی که در طراحی تراکت در دسته‌ی دوم قرار بگیرد باید حذف شود.

نقطه‌ی فروش

وقتی نوبت به نقطه‌ی فروش می‌رسد باید به چهار چیز توجه کرد: توجه، علاقه، خواستن و عمل. چه چیزی باعث می‌شود که توجه مشتری جلب شود؟ بعد از اینکه توجه مشتری جلب شد چه عواملی باعث می‌شوند تا به موضوع علاقه‌مند شود؟ چه چیزی باید در تراکت قرار بگیرد تا مشتری دقیقاً آن طوری که شما می‌خواهید عمل کند؟ و در آخر باید به مواردی اشاره کنید که مشتری‌ها را به سمت عمل کردن می‌برند مثلاً راهنمایی کردن

مشتری به دنبال کردن برند شما در اینستاگرام. با جواب دادن به این سؤال‌ها می‌توانید به نقطه‌ی فروش مخصوص کسب کارتان برسید.