

نیازی نیست مبلغ زیادی را صرف طراحی تراکت کنید تا توجه مردم جلب شود، فقط کافی است انتخاب‌های درستی در طراحی تراکت انجام دهید و از بعضی اشتباه‌های رایج دوری کنید و در نهایت تراکت شما در بین جمعیت و در فضاهای شلوغ توجه مردم را جلب خواهد کرد. وقتی نوبت به طراحی تراکت می‌رسد همه‌ی طراحان خبره تقریباً از چند نکته‌ی مهم پیروی می‌کنند:

عنوان تراکت باید چشمگیر باشد

عنوان تراکت باید زود به خطر سپرده شود، کمی عجیب یا غیرمعمول باشد و از کلماتی در آن استفاده شود که مطمئناً باعث عکس‌العمل مردم می‌شود. عنوان‌هایی که تا به حال موفق بوده‌اند با این کلمات شروع شده‌اند: آسان‌ترین راه، فرصت استثنایی، چگونه، جوایز رایگان، ثابت‌شده و...

طراحی گرافیکی چشمگیر و رنگ‌های روشن باید در تراکت باشند

یک تصویر بزرگ همیشه تأثیرگذاری بیشتری از چند تا عکس کوچک دارد. یک عکس زیبا یا تصویرسازی که جلب توجه می‌کند باعث انتقال بهتر پیام و هویت برند شما می‌شود. عکسی که در تراکت استفاده می‌کنید کانون توجه کل تراکت است که باعث می‌شود مردم نوشته‌ها را بخوانند.

در متن تراکت باید به مزیت‌های کالا یا خدمات اشاره شود

مخاطب‌های شما همیشه این سؤال «این محصول چه فایده‌ای برای من دارد؟» در ذهنشان هست، پس بهتر است متن تراکت را از زاویه دید آن‌ها بنویسید و از کلماتی مثل «شما» و «برای شما» استفاده کنید. از استفاده از کلماتی مثل من، ما و مال ما پرهیز کنید. حتماً محتوای تراکت را به‌طور خلاصه و صریح بنویسید. بعضی از کلمات در نوشتن محتوای تراکت زیاد استفاده می‌شوند: صرفه‌جویی، تخفیف، مجانی، جدید، تضمین و...

صفحه‌ی تراکت باید با خطوط، شکل‌ها و رنگ‌های مختلف مرتب شود

نیازی نیست که تراکت شما مثل صفحه‌ای از کتاب درسی پر از متن‌ها و عکس‌های پشت سر هم باشد. بهتر است با استفاده از طراحی گرافیک به نوشته‌ها نظم دهید تا خسته‌کننده به نظر نیایند. استفاده از فضای خالی هم می‌تواند کمک کند تا بعضی از نکات بیشتر به چشم بیایند و تراکت بیشتر قابل خواندن و به نظر بیاید.

تراکت نباید بیش از حد شلوغ یا گیج‌کننده باشد

بهتر است تنها از دو تایپ فیس در نوشتن تراکت استفاده کنید و از استفاده‌ی بیش از حد از رنگ‌ها یا رنگ‌هایی که به هم نمی‌خورند بپرهیزید. هر چه قدر در نظر مردم خواندن یک تراکت راحت‌تر به نظر بیاید شانس خواندن آن هم بالا می‌رود پس طراحی تراکت اگر شلوغ و گیج‌کننده به نظر بیاید ممکن است مخاطب حتی به خودش زحمت خواندن آن را هم ندهد.

گذاشتن کد تخفیف در تراکت همیشه فکر خوبی است

اشاره کردن به یک تخفیف استثنایی یا قیمت پایین در یک بازه‌ی زمانی مشخص همیشه به عمل کردن مشتری‌ها و بررسی کردن خدمات و کالاهای شما کمک می‌کند. نوشتن جمله‌هایی مثل «با همراه داشتن این تراکت این مقدار تخفیف بگیرید» می‌توانید مطمئن شوید که مشتری حتماً تراکت شما را به خانه می‌برد. گذاشتن کد تخفیف اگر باعث خرید مشتری نشود در کمترین حالت باعث بازدید کردن مشتری از وبسایت یا فروشگاه شما می‌شود و اطلاعاتش نسبت به کالا و خدمات شما بالاتر می‌رود که هدف کلی پخش بروشور است.