

## 10 قانون مهم در طراحی کاتالوگ

### 1- خواسته های مخاطب را در طراحی کاتالوگ مد نظر بگیرید

ببینید افراد چه نیازی برای خرید دارند

بعضی اوقات مردم برای تأمین نیاز خرید می کنند اما بیشتر اوقات مردم بخاطر تمایل ذاتی و روانی خریداری می کنند. آنها چیزی را که می خواهند خریداری می کنند زیرا آنها پس از خرید ، احساس بهتری می کنند و راضی تر می شوند. هنر ایجاد تمایل به خرید برای میل مشتری برای دستیابی به یک احساس خاص جذاب است. بنابراین طراحی کاتالوگ به نحوی باشد که این حس ترغیب شود تصاویر جذاب، صفحه آرایبی زیبا و .....

بنابراین ، تمام عناصر فروشگاه خود را به سمت انتقال حس خوب هدایت کنید. این کار را در تمام سطوح انجام دهید. طراحی کاتالوگ شما بایستی تمام جزئیات محصول و یا خدمات را داشته باشد، تصاویر ارجنیال و متن اختصاصی و روان داشته باشد و ...

### 2- طراحی برای مخاطب

طراحی کاتالوگ خود را متناسب با مخاطبان خود تنظیم کنید. طراحی کاتالوگ آرایش با طراحی کاتالوگ صنعتی متفاوت است. کاتالوگ تجارت (B2B) باید متفاوت از کاتالوگ تجارت (B2C) باشد. کاتالوگ های جوانان ظاهری متفاوت از کاتالوگ افراد مسن خواهد داشت. سبک کاتالوگ خود را مطابق با خواسته های مخاطبان خود قرار دهید. حتی نوع نرم افزار طراحی نیز بایستی درست انتخاب شود.

### 3- محصول محور باشید

هرچه کیفیت طراحی کاتالوگ بهتر باشد و هرچه عکس محصول با کیفیت تر و بزرگتر باشد ، فروش محصول نیز بیشتر می شود. برای این منظور ، ما به طور کلی تلاش می کنیم تا اندازه تصویر محصول را به حداکثر برسانیم ، به ویژه در رابطه با ارزش سود هر محصول یعنی هرچه سود یک محصول بیشتر باشد ، محصول را بزرگتر نمایش خواهیم داد.

برخی از شرکت ها در کاتالوگ خود با گروه بندی محصولات در کنار عکس سعی در صرفه جویی در عکاسی و چاپ را دارند. که این اغلب به فروش کمتر منجر می شود زیرا در چنین عکسی هیچ محصولی برای جلب نظر مشتری در آن وجود ندارد. بهتر است موارد را به صورت جداگانه یا در گروه های بسیار کوچک و مرتبط نشان دهید. ما ترجیح می دهیم بیشتر محصولات بدون پس زمینه و با سایه ظریفی نشان دهیم.

### 4- از عکس های محصول استفاده کنید

ایجاد کاتالوگ گران قیمت است و همه ما می خواهیم در صورت امکان هزینه های خود را کاهش دهیم. با این وجود شاید مهمترین

عنصر کاتالوگ عکس محصول است بنابراین به نحوه صحیح از آن استفاده کنید. برای این منظور از روشهای ذیل استفاده کنید.

- عکاسی از محصولات

عکاسی از محصولات یکی از ساده ترین روش های تهیه عکس است، البته بسیاری از تولید کنندگان برای کاهش هزینه خود با استفاده از وسایل ساده مانند موبایل شخصی خود کار عکاسی را انجام می دهند در حالی که رقبا اگر عکاسی حرفه ای انجام دهند از شما در رقابت پیشی خواهند گرفت.

- استفاده از تصاویر وب

برخی از مشتریان جهت طراحی کاتالوگ خود سعی می کنند که از تصاویر موجود در وب استفاده کنند، البته اگر از تصاویر با کیفیت و خریداری شده باشد می تواند منبع مناسبی باشد اما در غیر این صورت اصلاً به صلاح نیست .

چرا عکاسی انجام دهیم

یک عکس خوب "از هزار کلمه با ارزش تر است" اما یک عکس بد می تواند مشتری را ترغیب کند تا محصول شما را نخرید. پیشنهاد می دهیم اگر قصد کاهش هزینه را دارید تعدا عکس ها را کمتر کنید اما عکسهای خوب و با کیفیت داشته باشید.

5- نقطه طلایی را رعایت کنید

خوانندگان معمولاً ابتدا به سمت راست بالا نگاه می کنند و سپس صفحه را به طرف دیگر مشاهده می کنند. بنابراین جذاب ترین محصولات خود را (که به طور معمول محصولات شما هستند و بیشترین سود را دارند) در گوشه بالا و کنار قرار دهید. این عناصر را نسبت به سایر محصولات موجود در صفحه بزرگتر از اندازه نشان دهید.

6- از سایر ابزارها استفاده کنید

طراحی کاتالوگ کاغذی و عرضه آن برای فروش یکی از روشهای متداول است. بهتر است برای گسترش فروش خود فایل pdf کاتالوگ خود را در اپ موبایل، وب سایت، شبکه های اجتماعی و ... نیز قرار دهید.

یک قاعده تبلیغاتی ، اشکال متعدد تبلیغاتی است که به طور همزمان اجرا می شود ، در مقایسه با اشکال مشابه تبلیغات که بطور جداگانه در زمان های مختلف اجرا می شود ، پاسخ بیشتری نشان می دهد. یک فروشگاه خرده فروشی با تبلیغات تلویزیونی و برخی از تبلیغات رادیویی را در نظر داشته باشید. اگر آنها یک ماه تبلیغاتی را با تبلیغات تلویزیونی انجام دهند و یک ماه دیگر با تبلیغات رادیویی تبلیغ کنند ، تأثیر کمتری نسبت به آن دارند که همزمان در هر دو تلویزیون و رادیو همزمان تبلیغ کنند. در اصل یکی از دیگری تغذیه می کند. همین مورد در مورد کاتالوگهای شما صادق است. با تبلیغ وب سایت خود در فروشگاه و فروشگاه خود در وب

سایت خود ، از تجارت متقابل رسانه ها استفاده کنید. کاتالوگ چاپ خود را با فرمت pdf ارسال کنید تا افراد بارگیری کنند.

#### 7-فونت ها را محدود کنید

تعداد فونت ها و / یا وزن ها را به ۲ یا ۳ محدود کنید

برای حفظ ظاهری تمیز و مداوم ، بیش از ۲ تا ۳ فونت در کل کاتالوگ خود استفاده نکنید. بعلاوه ، فاصله و قرارگیری متن را در کنار تصاویر ثابت نگه دارید. از همان سبک متن به طور مداوم برای عناصر رایج مانند نام محصول ، توضیحات محصول و غیره استفاده کنید.

فونت ها را در سبک و عملکرد خود حفظ کنید - خیلی فانتزی نکنید ، مگر اینکه سبک شما به آن نیاز داشته باشد

فونت هایی را انتخاب کنید که خواندن آنها آسان باشد و سبک آنها مطابق با سبک زندگی شما باشد. اگر فونت با کیفیت پایین باشد ، می توان خوانایی ، ظاهر حرفه ای را کاهش داد و شاید به چاپ کاتالوگ لطمه وارد کند.

عکس به همراه متن باید از خواننده حمایت کند تا تصمیم گیری در مورد خرید را افزایش دهد.

#### 8- سبک طراحی خود را حفظ کنید

یک قاعده کلی تبلیغات وقتی است که از نگاه کاتالوگ خود خسته می شوید (زیرا بارها و بارها آن را مشاهده کرده اید) مشتریان شما تازه شروع به تشخیص آن به عنوان چهره شما می کنند. با نگه داشتن تم طراحی خود برای چندین سال از سرمایه گذاری خود محافظت کنید و اگر تصمیم دارید تغییر دهید ، این کار را در مدت زمان طولانی با پیشرفت های کوچک انجام دهید. تکرار طراحی به رسمیت شناختن هویت نام تجاری را به ارمغان می آورد و به رسمیت شناختن نام تجاری پذیرش و فروش را به همراه دارد.

#### 9- فضای مورد نیاز خود را به محصولات بدهید

در طراحی کاتالوگ خود به مواردی که برای شما سود بیشتری دارند، فضای بیشتری البته بیشترین سود در طول زمان ، نه لزوماً کالاهایی که بیشترین حاشیه سود را دارند .

به عنوان مثال دو کالا را در نظر بگیرید. هر دو کالا به قیمت ۵ هزار تومان به فروش می رود و برای هر کالای فروخته شده هزار تومان سود می کنند ، اما محصول A سال گذشته ۵۰۰۰۰ هزار سود کسب کرد در حالی که محصول B فقط ۲۰۰۰۰ هزار درآمد داشت. بنابراین محصول A باید در کاتالوگ شما فضای بیشتری داشته باشد. و به همین دلیل است: که بگوییم با دادن فضای بیشتر به یک محصول ، ۱۰٪ فروش افزایش می یابد. اگر به محصول B فضای بیشتری بدهید ، ممکن است سود آن را ۲۰۰۰۰ هزار دیگر افزایش دهید ، در حالی که اگر به محصول A فضای بیشتری بدهید سود آن را با ۵۰۰۰۰ هزار افزایش می دهد.

#### 10- نکات مهم دیگر

سعی کنید در طراحی کاتالوگ خود از اشتباهات املائی و ... خوداری کنید. همچنین برای مقرون به صرفه بودن بهتر است که

صفحات مضربی از ۱۶ باشد. و حتما پس از چاپ کاتالوگ و توزیع آن بازخورد های را جمع آوری کنید.