



# SPIRAL TEAM

A new Perspective  
of Creative Art

مراحل طراحے یک کاتالوگ تبلیغاتے  
تأثیرگذار



آگاهی از مراحل طراحی کاتالوگ برای طراحی حوزه بازاریابی ضروری است. همچنین اطلاع از اهمیت این ابزار و راه‌های بهبودش، به‌توجه برای مدیران، کارکنان و علاقه‌مندان حوزه کسب‌وکار خپله مفید باشد.

به‌طورکلی، کاتالوگ نوع سند بازاریابی که جزئیات اساسی محصول رو توی خودش ذکر می‌کنه. جزئیات که در فرایند تصمیم‌گیری به خریداران کمک می‌کنن. این جزئیات شامل ویژگی‌های محصول، توضیحات مرتبط، ابعاد، قیمت، وزن، رنگ، شیوه عملکرد و موارد دیگر هست.

نماینده‌های فروش و تیم‌های فروش داخلی، از کاتالوگ محصول برای انتقال اطلاعات حیاتی در مورد یک محصول یا خدمات به مشتریان خودشان استفاده می‌کنن. خریداران که همون تصمیم‌گیرندگان اصلی هستن هم موقع تصمیم‌گیری به‌عنوان مرجع بهش نیاز دارن. چون کاتالوگ به اونا کمک می‌کنه محصولات یا خدمات مختلف فروشنده‌ها رو با هم مقایسه کنن و مناسب‌ترین گزینه رو برای خرید انتخاب کنن.

## مراحل طراحی کاتالوگ

بسته به سلیقه طراحی‌ها و مهلتی که در اختیار دارن، مراحل طراحی کاتالوگ به‌توجه متفاوت باشد. ما آنچه در کسب‌وکارها و بازار محصولات متداول‌تر هست رو در ادامه ذکر می‌کنیم.

### 1) جمع‌آوری اطلاعات محصول

یک از اولین کارهایی که باید انجام بشه اینه که محصول یا محصولاتت که قراره توی کاتالوگ معرفی شن رو انتخاب کنی. بعدش اطلاعات زیر رو در مورد هر محصول جمع‌آوری کنی.

- **مجوزها و گواهی‌نامه‌ها:** مجوزها یا همان سرتیفیکیت‌های کسب‌شده توسط محصول مثل استاندارد ISO یا غیره
- **اجزای تشکیل‌دهنده:** ترکیبات اصلی محصول (به‌عنوان مثال: مس، فولاد یا ترکیبات آلیاژی)... این بخش با توجه به زمینه و صنعت فعالیت شما متفاوت هست
- **اعتبار مشتری:** اعتبارنامه مشتریانی که از محصول راضی بودن
- **توضیحات:** مختصراً محصول خود و کارایی اون رو شرح بدید تا کاربران بتونن به‌سرعت اون رو بررسی کنن



- ابعاد: طول، ارتفاع، عرض، وزن و حجم
- تخفیف
- ویژگی‌های طلایی: ویژگی‌های برتر محصول
- ضمانت یا گارانتی
- شرایط ایده‌آل استفاده
- نام محصول
- تصاویر
- قیمت
- اقدامات ایمنی
- سایز: خاطرنشان کردن سایز محصول، به‌ویژه در پوشاک اهمیت زیادی دارد.
- نسخه: نسخه و سری محصول (به‌عنوان مثال: ویندوز 10)
- سال عرضه

## 2) طراحی صفحه اطلاعات محصول (Product Datasheet)

اینجا باید ظاهر و سبک کلی کاتالوگ را انتخاب کنید. این امر باید از نظر برندینگ، نوع تجارت شما رو منعکس کند. چارچوب بندی و کار روی Layout کاتالوگ می‌تونه تفاوت زیادی در میزان فروش محصول ایجاد کند. فراموش نکنید برای دستیابی به بهترین نرخ مشارکت و درگیری مشتری، باید بررسی طرح کلی آسون باشه.

## 3) همگن سازی و بهینه سازی توصیفات و داده‌های فنی

ساعت‌های طولانی پاک کردن، تغییر، اصلاح، بررسی و... منتظر شما هستن. اگر این وظیفه را به دست افرادی بسپارید که خیلی زود از چنین کارهایی خسته می‌شن، اشتباهات کاتالوگ چندبرابر می‌شه.

[لینک اصلی مقاله](#)