



مهندس کامبیز فروزان  
مدیر امور تحقیقات و بذر  
شرکت توسعه کشت دانه های روغنی

## بروشورهای ترویجی برای فروش

- ✓ آیا هدف شما به روز رسانی مشتریانان در یک محصول جدید یا یک برنامه جدید است؟
- ✓ آیا هدف شما تبلیغ کردن در مورد یک واقعه مانند روز مزرعه و غیره می باشد؟

### الف ۲: شناسایی مخاطبان

پیام شما باید برای مخاطبان خاص تنظیم شود نظیر کشاورزان کوچک در مناطق فروش و یا برای توزیع کنندگان محصولاتتان. گرایش معمول شما در امور تجاری می تواند بروشور شما را به بروشوری چند منظوره تبدیل کند. این مسئله کمی از قدرت پیام شما کم می کند چون مخاطب احساس نمی کند که شما مستقیماً با او صحبت می کنید. به خاطر داشته باشید که بعضی از مخاطبان شما خانم ها هستند، لذا ارتباطات خود را در بروشور با آنها گسترش دهید.

**ب: دومین گام بزرگ آن است که خود را به جای مخاطب بگذارید و بعد ببینید چه چیزی را باید در بروشور خود بگذارید:**

از خودتان بپرسید اگر من مشتری آتی شرکت باشم چه چیزهایی باید در مورد شرکت بدانم؟ چه چیزی باعث می شود تا من برای مصرف محصولات آنها ترغیب شوم؟ اگر سهم عمده ای از کشاورزان شما را خانم ها تشکیل می دهند چه چیزی باعث ترغیب بیشتر آنها

تهیه بروشورهای ترویجی مناسب می تواند کمک شایانی به فروش شما از محل جذب مخاطبان بنماید. به علاوه بروشورهای خوب می توانند سبب ارتقای اعتبار شما در بین توزیع کنندگان محصولات کشاورزی شود. یک بروشور خوب آن است که اول خوانده شود و بعداً به خاطر سپرده شود. این مسئله که از طراحی اثر گذار، سطح نوشتاری مناسب، زبان مناسب و گویا مطلوب، عکس های محلی در صورت امکان استفاده شود، حائز اهمیت است.

الف: اولین گام برای تهیه یک بروشور ترویجی مناسب آن است که دلیل تهیه بروشور را روشن کرده و مخاطبان خود را شناسایی کنید.

### الف ۱: تعیین کردن دلیل تهیه بروشور

- ✓ آیا بروشور با هدف آشنایی کلی کشاورزان با شرکت شما تهیه می شود؟
- ✓ آیا هدف آن است یک محصول خاص و یا بذر جدیدی را تبلیغ کند؟
- ✓ آیا شما سعی دارید تفاوت شرکت و محصولاتتان را در عرصه رقابت با سایر شرکتها معرفی نمائید؟

## ابزار

### تولید بذر

می گردد تا از محصولات شما استفاده کنند. این مسئله ای است که شرکت ها باید آن را ردیابی کنند. علاوه بر موارد یاد شده فوق لازم است تا کشاورزان از لیست کامل مدیران، تاریخچه شرکت و توانمندی حرفه ای شرکت مطلع شوند. این گروه از اطلاعات به فروش کمک خاصی نمی کند به علاوه کشاورزان می خواهند در مورد:

محصولات و ویژگیهای آنها، مزایای خرید محصولات شرکت و دلایلی که کشاورزان دیگر توصیه به استفاده از آنها دارند، در کنار منابع دیگری که بتوانند اطلاعات بیشتری در مورد محصول ارائه دهند و با آن از نحوه خرید محصولات اطلاعات کاملی کسب کنند و ارزش و اعتبار شرکت می تواند از طریق یک بروشور مناسب، به خوبی ارائه شود.

**ج: سومین گام در تهیه یک بروشور خوب آن است که نحوه توزیع آن به خوبی برنامه ریزی شود.**

برای مثال: اگر شما بخواهید بروشوری را با تیراژ بالا برای عرضه توسط فروشندگان محصولات کشاورزی ارائه کنید شما باید بروشورهای ساده و ارزان تهیه کنید مانند آگهی های تک برگ، اگر



اشتباه می شود.

#### نکاتی در مورد عکس ها:

کشاورزان بسیار به مسایل دیداری اهمیت می دهند بنابراین انتخاب و استفاده از عکس های خوب بسیار حائز اهمیت است. تصاویر خوب به وضوح مزایای تولیدات را نشان داده و علاوه بر آن اثرات آن برای کشاورزان را نشان می دهد.

#### یک بروشور بد:

- ✓ بسیار فشرده تهیه شده و ظاهر مناسب ندارد.
- ✓ عکس ندارد و یا عکس های به کار رفته در آن مناسب نیست.
- ✓ اطلاعاتی در آن وجود دارد که برای مصرف کننده چندان مهم نیست.
- ✓ پاسخ مناسبی به سئوالات کلیدی مصرف کنندگان نمی دهد.
- ✓ کیفیت کاغذ و چاپ آن ضعیف بوده و انتشار آن اثر منفی بر کیفیت بذر تولیدی دارد.

شما بخواهید تعداد محدودی بروشور برای فروشندگان نهاده هایتان، کدخداهای روستاها، تامین کنندگان منابع مالی در یک مزرعه ارائه دهید تهیه بروشورهای ۲ طرفه و یا بروشورهای ۳ برگ مناسب ترین است.

د: چهارمین و آخرین قدم رعایت اصول طراحی خوب در حالتی است که این اجزا در کنارهم قرار می گیرند.

قواعدی برای طراحی یک بروشور خوب وجود دارد.

د- ۱: یک بروشور موثر بایک تیتیر قوی آغاز می شود. تیتیر باید مستقیماً با مخاطب صحبت کند و از نظر دیداری جالب باشد.

د- ۲: اجزای داخلی بروشور باید براساس مشخصه ها، مزایا و منافع خلاصه شود مثلاً عنوان این بذر دارای مقاومت بهتر به بیماری است (مشخصه) که باعث افزایش عملکرد می شود (مزایا) و در آمد بیشتری برای شما ایجاد می کند. (سود) نمونه ای از آن است.

د- ۳: نام و لوگوی شرکت را کاملاً واضح درج کنید.

د- ۴: همواره اطلاعات تماس شرکت را درج نمایید.

د- ۵: از عناوین و تصاویر با تاکید بر اهمیت محصولات تولیدی و پیامهای کلیدی مربوطه استفاده کنید.

د- ۶: از زبانی استفاده کنید که واضح بوده و امکان خواندن آن آسان باشد. بروشورها نباید زیاد متراکم و فشرده نوشته شده باشد زیرا باعث

#### به طور خلاصه یک بروشور خوب:

- ✓ به صورت ویژه بر روی مخاطبان هدف متمرکز شده و نظر مخاطبان را به حساب می آورد (مثلاً چه اطلاعاتی برای آنها مهم است، میزان تحصیلات آنها چیست و ...).
- ✓ شفاف باشید، خوب بنویسید و جذاب باشید.
- ✓ حتماً منابع تصویری جذاب را در بروشور بگذارید.
- ✓ حتماً مشخص کنید که خواننده بروشور از مزایای استفاده از محصول مطلع شود.