

編訂公司小冊子

有關你公司的小冊子也許是你交給潛在客戶的第一件物品，但請記住，它只是整個行銷概念中的一個部分。你的行銷策略也需要內容充實的網站和知識淵博的員工的支援，他們能回答問題及跟進詢問。

即使你僅在網上開展業務，有時你也可能想派發小冊子。如果你參加展銷會或利用電話銷售，顧客會希望你能提供一份專業的小冊子。

收集必需資料

在聯絡印刷或圖案設計的供應商時，提前做好準備是很重要的。你能帶給設計者或印刷商的資料包括：

- 對你的產品和/或服務的描述
- 對你的目標市場和目標客戶的界定
- 關於你能提供的好處和可以解決的問題的概述
- 你的業務能力、產品或服務的證明：有多少年的經驗，滿意的顧客人數、推薦信或諮詢人。
- 你希望小冊子能達到什麼效果：介紹你的業務、產品或服務，帶來訂單，作為一種提醒。
- 任何現有的品牌資料，包括你的名片和網站（確保始終如一的品牌資料）

決定你想要說什麼以及你想說給誰聽：

- 直接了當，就像在和一個潛在客戶談話。
- 討論他們的需要，而不是你自己的需要。
- 不要試圖一次說太多，否則會淹沒要傳達的資訊；盡量扼要集中。
- 應該在小冊子上留下聯絡資料。
- 從其他公司找到你喜歡的小冊子範例。

與供應商合作

一旦你收集到必需的資料，你就需要與供應商合作設計或印刷你的小冊子了。

- **選擇供應商：**你通常需要兩個供應商 — 一個美工設計公司和一個印刷商。與他們見面並商討你的目標、需要和預算，並確保他們理解你的要求。美工設計公司通常會推薦一個印刷商，或是可能會將印刷費用包含在他們的報價中然後再代表你和印刷商談判。
- **和供應商討論概念：**和美工設計公司分享你收集到的所有資料。你也可能將你的創意概念融入設計中。
 - 考慮哪些形狀、圖案、顏色和材料能最好地代表你的公司。
 - 想想客戶將會怎樣使用你的小冊子。你可以將其製作成日曆、食譜或小提示等物品，從而減少其被扔掉的可能。
 - 討論可以促使顧客打開小冊子的技術。不要只是在前頁印上公司標識；要向潛在客戶推銷你公司可以提供的價值。
 - 聽取供應商的意見（他們是專家），並回答供應商的問題。
- **審閱校樣：**你的供應商應該準備一個小冊子的校樣供你審閱。一些供應商會提供不同的設計供你選擇（這取決於你們的合同中是怎樣規定的）。在審閱校樣時，你要仔細地檢查每一個地方；是不是包含了所有必需資料？是不是所有文字都拼寫正確？聯絡資料正確嗎？不要想當然 — 印刷了幾百份小冊子，最後發現你的電話號碼有誤，這將是個非常昂貴的錯誤。

接下來的步驟

當你的小冊子印刷出來並被發放時，確保你利用它為你的業務創造了積極的效益。

- **將小冊子發到顧客手中：**許多小冊子都設計和印刷得很精美，但沒有被利用起來。如果你不確定你將怎樣利用你的小冊子，你也許需要等一段時間再設計它。
- **制定分銷策略：**在作銷售探訪或參加展銷會時，帶備小冊子同行，亦可考慮給潛在客戶郵寄小冊子。在當地舉行大型活動時，準備小冊子發放給參加者。
- **跟進：**透過一次推銷活動是很難達致簽約、簽訂單或銷售的效果的，所以要準備在活動後做好跟進工作，如私人拜訪、打電話以及郵寄更多資料。