

## 회사 팜플렛 개발

팜플렛은 여러분이 가망 고객에게 건네주는 첫 번째 것일 수 있지만, 팜플렛은 전체적인 마케팅 계획의 일부일 뿐임을 명심하십시오. 팜플렛뿐만 아니라 정보 제공 웹사이트, 질문에 답하고 문의에 대응할 수 있는 박식한 직원 등도 마케팅 전략을 뒷받침해줍니다.

인터넷 상에서만 사업을 할 경우에도 가망 고객에게 인쇄된 팜플렛을 건네주고 싶을 때가 있을 수 있습니다. 상품전시회에 참가하거나 방문 영업을 할 경우, 사람들은 전문적인 팜플렛을 보여주기를 원합니다.

## 필요한 정보의 수집

인쇄소나 그래픽 디자인 공급업자에 문의할 때에는 준비를 잘하고 문의하는 것이 중요합니다. 다음과 같은 정보를 디자이너/인쇄소에 제공할 수 있습니다:

- 제품 또는 서비스에 대한 설명
- 표적 시장 및 표적 고객에 대한 설명
- 여러분이 제공하는 장점과 여러분이 해결해주는 문제에 대한 설명
- 여러분의 사업체와 제품 또는 서비스의 능력에 대한 증거(경험 년수, 만족한 고객의 수, 추천서, 소개서 등)
- 여러분이 원하는 팜플렛의 효과(사업체 및 제품/서비스 소개, 주문 유치, 리마인더 효과 등)
- 명함, 웹사이트 등 기존의 상표 설정 관련 자료(상표 경험의 일관성을 위한 것임)

먼저 여러분이 누구에게 무엇을 말하고자 하는지 결정한 다음:

- 실제로 가망 고객과 대화하는 것처럼 직접적으로 말하십시오.
- 여러분 자신이 아닌 가망 고객의 필요에 대해 말하십시오.
- 한 번에 너무 많은 말을 하지 마십시오. 메시지가 제대로 전달되지 않습니다. 요점에 집중하십시오.

- 팜플렛에 기재되어야 할 연락처 정보를 준비하십시오.
- 마음에 드는 다른 회사 팜플렛을 찾아보십시오.

## 납품업자와의 협의

필요한 정보를 수집하고 나면 팜플렛을 디자인하고 인쇄할 납품업자와 협의해야 합니다.

- **납품업자를 선정하십시오:** 일반적으로 두 명의 납품업자가 필요합니다(창작 디자인 회사와 인쇄소). 이들을 만나 여러분의 목표, 필요 및 예산에 대해 협의하십시오. 여러분이 필요로 하는 것이 무엇인지 확실하게 이해하도록 하십시오. 흔히 창작 디자인 회사는 인쇄소를 추천하거나, 견적에 인쇄비를 포함하여 여러분 대신 인쇄소를 상대할 수도 있습니다.
- **아이디어에 대해 납품업자와 의논하십시오:** 여러분이 수집한 모든 정보를 창작 디자인 회사와 공유하십시오. 디자인에 대한 여러분 자신의 아이디어가 반영되도록 할 수도 있습니다.
  - 여러분의 사업체를 나타내는 데 어떤 형태, 이미지, 색상 및 재료가 가장 적합할지 생각해보십시오.
  - 고객이 여러분의 팜플렛을 어떻게 사용할지 생각해보십시오. 달력, 여러분의 사업과 관련된 요책, 요령 등을 삽입함으로써 그냥 버려질 가능성을 줄일 수 있습니다.
  - 사람들이 팜플렛을 읽어보게 할 수 있는 기술에 대해 말하십시오. 팜플렛 1면에 회사 로고만 넣지 마십시오. 가망 고객에게 여러분의 사업체가 제공하는 가치에 대해 홍보하십시오.
  - 납품업자의 아이디어에 귀를 기울이고(이들은 전문가입니다) 납품업자의 질문에 답하십시오.
- **시뮬새를 검토하십시오:** 납품업자는 여러분이 검토하도록 팜플렛 시뮬새를 만들어 보여줍니다. 여러분이 고를 수 있도록 몇 가지 다른 컨셉트를 보여주는 납품업자도 있습니다(계약서 상의 조건에 따름). 시뮬새를 검토할 때에는 모든 것을 꼼꼼히 살펴보십시오. 필요한 정보가 빠짐없이 들어가 있나? 철자가 틀린 곳이 없나? 연락처 정보가 정확한가? 뭐든지 당연한 것으로 여기지 마십시오. 팜플렛을 수백, 수천 장 인쇄했는데 전화번호가 틀렸다는 것을 나중에야 발견하게 되면 큰 손실이 될 수 있습니다.

## 다음 단계

팜플렛이 인쇄되어 납품되고 나면, 이제 이것을 여러분의 사업을 위해 잘 사용해야 합니다.

- **사람들에게 팜플렛을 배포하십시오:** 신중하게 디자인하여 인쇄했지만 전혀 사용되지 않는 팜플렛이 많습니다. 팜플렛을 어떻게 사용할지 잘 모르겠으면 좀 기다렸다가 팜플렛을 디자인하십시오.
- **배포 전략을 세우십시오:** 방문 영업을 하거나 상품전시회에 참가할 때 팜플렛을 가져가십시오. 가망 고객에게 우송하는 것도 고려하십시오. 사업장에서 행사를 개최하여 방문객에게 팜플렛을 배포하십시오.

- **후속 활동:** 단 한 가지의 홍보 활동을 통해 계약, 주문 또는 판매가 성사되는 경우는 매우 드뭅니다. 직접 방문, 전화, 추가 우편물 발송 등의 후속 활동을 펴야 합니다.