

کمپنی کا کتابچہ بنانا

آپ کا کتابچہ پہلی چیز ہوسکتا ہے جو آپ ایک ممکنہ موکل کے ہاتھوں میں دیں ، لیکن یاد رکھیں کہ یہ ایک پورے مارکٹنگ پروگرام کا محض ایک حصہ ہے ۔ آپ کی مارکٹنگ حکمت عملی کی تائید ایسی چیزیں بھی کرتی ہیں جیسا کہ ایک پُر از معلومات ویب سائٹ اور ایک ذی علم اور باخبر عملہ جو سوالات کے جواب دے سکے اور کسی استفسار کا جواب ڈھونڈ نکالے ۔

تب بھی جب آپ بزنس آن لائن چلاتے ہیں ، ایسے وقت آسکتے ہیں جب آپ کسی کو پرنٹ کردہ کتابچہ دینے کے قابل ہونا چاہیں ۔ اگر آپ تجارتی میلے یا نمائشیں میں حاضر ہو رہے ہیں یا کسی کو سیلز کے سلسلے میں مل رہے ہیں ، تو لوگ یہ توقع رکھیں گے کہ آپ کے پاس ایک پیشہ ورانہ کتابچہ ہو ۔

مطلوب معلومات اکٹھی کرنا

پرنٹنگ یا گرافک ڈیزائن سپلائی کرنے والوں سے رابطہ کرنے سے پہلے یہ اہم ہے کہ آپ تیار ہوں ۔ کچھ معلومات جو آپ ایک ڈیزائنر/پرنٹر کو دے سکتے ہیں ، ان میں شامل ہیں :

- آپکی مصنوع اور/یا سروس کی تصویر کشی
- آپکی نشانہ بنائی ہوئی مارکیٹ اور گاہکوں کی وضاحت
- ان فوائد کا خاکہ جو آپ پیش کر رہے ہیں ، اور مسائل جو آپ حل کرتے ہیں
- اپنی بزنس اور اسکی مصنوعات یا سروسز کی صلاحیتوں کا ثبوت : سالوں کا تجربہ ، مطمئن گاہکوں کی تعداد ، سندیں اور حوالاجات ۔
- آپ کتابچے سے کیا سر کرنے کی توقع رکھتے ہیں : آپکی بزنس اور اس کی مصنوعات یا سروسز کو متعارف کرنا ، آرڈرز لانا ، یا بطور یاد دہانی کے کام آنا
- کوئی پہلے ہی وجود میں برینڈنگ کا مواد ، بشمول آپ کا بزنس کارڈ اور ویب سائٹ (برینڈ کے ایک یکساں تجربے کے لئے) ۔

فیصلہ کریں کہ آپ کیا کہنا چاہتے ہیں اور یہ کس کو کہنا چاہتے ہیں :

- سیدھی بات کریں ، جیسے اگر آپ واقعی ایک ممکنہ موکل سے بات کر رہے ہیں ۔
- ان کی ضروریات کے بارے میں بات کریں ، نہ کہ اپنے بارے میں ۔

- ایک ہی سانس میں بہت کچھ کہنے کی کوشش نہ کریں ، پیغام کھو جائے گا ۔ توجہ ایک مرکز پر رکھیں ۔
- رابطہ کرنے کی معلومات تیار کریں جو کتابچے میں شامل کرنی چاہئیں ۔
- دوسری کمپنیوں سے جو آپ کو پسند ہیں کتابچے کے نمونوں کی مثالیں ڈھونڈیں ۔

ایک سپلائر (کتابچہ بنانے والا) کے ساتھ کام کرنا

ایک دفعہ آپ نے مطلوب معلومات حاصل کر لی ہوں ، تو پھر کتابچہ ڈیزائن کرنے اور پرنٹ کرنے کے لئے آپ کو سپلائی کرنے والوں کے ساتھ کام کرنے کی ضرورت ہوگی ۔

- اپنے سپلائر (کتابچہ بنانے والا/والے) کا انتخاب کریں : عموماً آپ کو دو سپلائرز کی ضرورت ہوگی ۔ ایک تخلیقی ڈیزائن فرم اور ایک پرنٹر ۔ اپنے مقاصد ، ضروریات اور بجٹ کے بارے میں تبادلہ خیال کرنے کے لئے ان سے ملیں ۔ اس بات کو یقینی بنائیں کہ وہ آپ کے تقاضے سمجھتے ہیں ۔ اکثر ایک تخلیقی ڈیزائن فرم ایک پرنٹر کی سفارش کر سکتی ہے یا سائڈ آپ کی جانب سے بذاتِ خود پرنٹر سے لین دین کرنے کے قابل ہو سکتی ہے اور اپنی کوٹیشن میں پرنٹنگ کی لاگت شامل کر سکتی ہے ۔
- آئیڈیاز کے بارے میں اپنے سپلائر کے ساتھ تبادلہ خیال کریں : جو معلومات آپ نے اکھٹی کی ہیں ان میں تخلیقی ڈیزائن فرم کو شریک کریں ۔ ہوسکتا ہے کہ آپ اپنے تخلیقی آئیڈیاز بھی ڈیزائن میں ڈالنا یا جذب کرنا چاہیں ۔
 - اس پر غور و خوض کریں کہ کون سی اشکال ، امیجز یا عکس ، رنگ ، اور مواد آپ کے خیال میں آپ کی بزنس کی بہترین نمائندگی کرتے ہیں ۔
 - اس بارے میں سوچیں کہ آپ کا موکل آپ کے کتابچے کو کیسے استعمال کرے گا ۔ ایک کیلنڈر ، کھانا پکانے کی ترکیب ، یا اپنی بزنس سے متعلقہ ٹیس یا ٹوٹکے شامل کر کے آپ اس کے پھینکے جانے کے مواقع کم کر سکتے ہیں ۔
 - ٹیکنیکس یعنی طریقہ کار کے بارے میں بات کریں جو لوگوں کو کتابچہ کھولنے کی ترغیب دیں گے ۔ محض فرنٹ پیج (کتابچے کا جلدی صفحہ) کو بزنس کے شناختی نشان سے نہ بھریں ؛ ممکنہ گاہکوں کو اپنی بزنس کی افادیت یا قدر کا احساس دلائیں ۔
 - اپنے سپلائی کرنے والوں کے آئیڈیاز کو سنیں (وہ ماہر ہیں) اور اپنے سپلائرز کے سوالات کا جواب دیں ۔

- مسودہ کی نظر ثانی کریں : آپ کی نظر ثانی کے لئے آپ کے سپلائر کو آپ کے کتابچے کا مسودہ تیار کرنا چاہئے ۔ کچھ سپلائرز چند ایک مختلف نظریات پیش کریں گے جن میں سے آپ ایک کا انتخاب کر سکیں (اس کا انحصار اس پر ہے کہ معاہدے میں کن چیزوں پر رضامندی ہوئی تھی) ۔ جب آپ مسودہ کی نظر ثانی کریں ، تو ہر چیز بہت احتیاط سے چیک کریں ۔ کیا تمام مطلوب معلومات شامل کر لی گئی ہیں ؟ کیا ہر چیز کے بجے صحیح ہیں ؟ کیا رابطوں کے بارے میں معلومات صحیح ہے ؟ کسی بھی چیز کو فرض مت کریں ۔ کئی سینکڑوں کتابچوں کے پرنٹ ہونے کے بعد یہ دریافت ہونا کہ آپ کے فون نمبر میں غلطی ہے ایک بڑی مہنگی غلطی ہو سکتی ہے ؟

اگلے اقدام

ایک دفعہ آپ کا کتابچہ پرنٹ ہو جائے اور آپ کو مل جائے ، تو پھر اس بات کو یقینی بنائیں کہ اپنی بزنس کے لئے آپ اس کو مؤثر طریقے سے استعمال میں لاتے ہیں ۔

- **کتابچے کو لوگوں کے ہاتھوں تک پہنچانیں :** بہت سے کتابچے ہیں جو بڑی احتیاط سے ڈیزائن اور پرنٹ کئے گئے ہیں ، لیکن کبھی بھی استعمال نہیں کئے گئے ۔ اگر آپ کو یقیناً معلوم نہیں کہ آپ اپنا کتابچہ کیسے استعمال کریں گے ، تو آپ اس کو ڈیزائن کروانے میں انتظار کرنا چاہیں گے ۔
- **تقسیم کرنے کی حکمت عملی بنائیں :** سیلز کے لئے ملاقاتوں اور تجارتی میلوں اور نمائشوں میں کتابچہ ساتھ لے کر جائیں ۔ ممکنہ گاہکوں کو ڈاک کے ذریعے کتابچہ بھیجنے کے بارے میں سوچیں ۔ اپنی لوکیشن پر ایک سوشل موقع کی میزبانی کریں اور جو لوگ آئیں ان کے لئے کتابچہ دستیاب کریں ۔
- **پیروی کرنا :** فروغ دینے کی ایک سرگرمی شاذونادر ہی ایک معاہدے ، آرڈر یا سیل کا سبب بنتی ہے ، اس لئے اضافی سرگرمیوں کے ذریعے اس کی پیروی کرنے کے لئے تیار رہیں ، جیسا کہ ذاتی ملاقاتیں ، ٹیلیفون کالز اور ڈاک کے ذریعے اشتہار یا کتابچہ بھیجنا ۔