

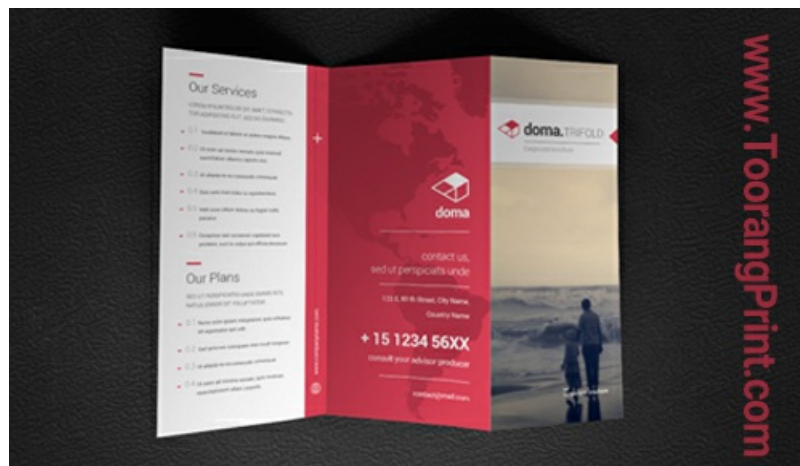
تورنگ چاپ، طراحی و چاپ انواع بروشور تبلیغاتی سه لت و ساده را با بهترین کیفیت چاپ انجام می‌دهد. جهت سفارش چاپ بروشور تبلیغاتی و کسب اطلاعات بیشتر در مورد قیمت بروشور سه لت و ساده با ما تماس بگیرید.

اما چنانچه می‌خواهید اطلاعات بیشتری از چاپ بروشور تبلیغاتی کسب کنید مقاله زیر را مطالعه کنید.

یکی از راه‌های موثر تبلیغات و ارتقاء کسب و کار، این است که اطلاعات مفید را به صورت مختصر و اجمالی از طریق بروشور در اختیار مخاطب قرار دهید. انتقال اطلاعات اولیه در مورد حرفه و یا محصول شما از طریق چاپ بروشور تبلیغاتی که حسن بزرگ قابل حمل بودن را داراست راهی مقرون به صرفه و عالی برای تبلیغات است.

بهترین راه برای طراحی یک بروشور تبلیغاتی مفید و مخاطب پسند این است که علاوه بر داشتن طرح و رنگ مرتبط با حرفه و چشم نواز که اولین المان برای جلب توجه مخاطب است، متن و عکس مرتبط با موضوع مورد نظر خود را به طوری در بروشور قرار دهید که مخاطب هنگام مطالعه آن دچار یکنواختی نشود و با صرف زمانی کوتاه اطلاعات لازم را دریافت کند. برای انجام این کار استفاده از سرفصل‌های کوتاه و صحیح، توضیحات مختصر و مفید، تصاویر و نمادها کمک زیادی به شما خواهد کرد.

توزیع بروشور چه فایده ای دارد؟

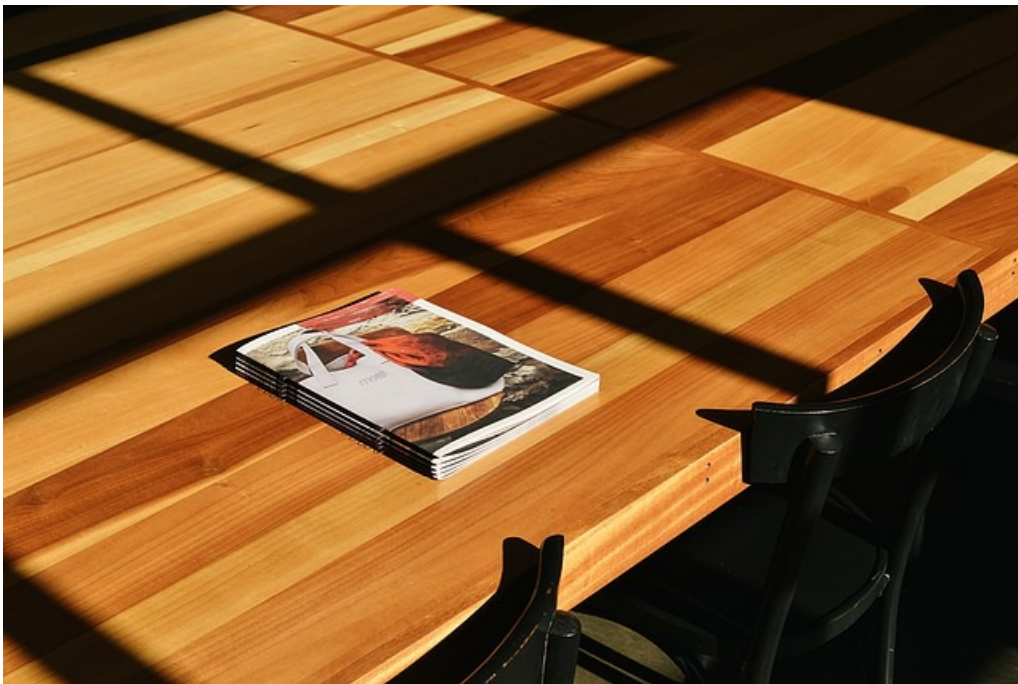


یکی از مزایای مهم **چاپ بروشور تبلیغاتی** این است که می‌توانید آن را به صورت تاشو طراحی کنید تا اطلاعات مربوط به هر بخش را در صفحه مربوط به آن قرار داده و یک تبلیغ کوچک و قابل حمل را در اختیار مخاطب خود قرار دهید. متداول ترین بروشور تاشو، بروشور سه لت است که در واقع ۶ صفحه عمودی را در اختیار شما قرار می‌دهد تا اطلاعات مورد نیاز را در آن درج کنید. البته می‌توانید از اولین صفحه به عنوان جلد، از ۴ صفحه دیگر برای درج مطالب و از صفحه آخر جهت درج اطلاعات تماس استفاده کنید. به این صورت علاوه برای معرفی محصول خود راه‌های ارتباطی خود را نیز در اختیار مشتری قرار خواهید داد.

توزیع بروشور چه فایده ای دارد؟

بروشور تبلیغاتی چیست؟

بروشور یک ورق یا سند کاغذی حاوی اطلاعات است که به‌عنوان تبلیغات استفاده می‌شود. بروشور می‌تواند به‌صورت تمپلیت، پمفلت، لیفلت، کتابچه، دفترچه و جزوه تا شود. هدف بروشور، تبلیغات از طریق آگاه‌سازی و انتقال اطلاعات است و بیشتر برای معرفی یک شرکت، سازمان، کالاها و خدمات مختلف به مشتری‌های احتمالی یا مردم عادی در جامعه به کار می‌رود. بروشورها معمولاً قاطی روزنامه‌ها، لای مجله‌ها، قرار دادن در محیط‌های پررفت‌وآمد و شلوغ و یا به‌طور شخصی توسط افراد مختلف توزیع می‌شوند.



هدف از توزیع بروشور چیست؟

هدف اصلی توزیع بروشور این است که اطلاعات خواننده آن نسبت به یک موضوع مشخص که بروشور بر اساس آن نوشته شده است افزایش پیدا کند. بروشور ها می‌توانند توجه یک گروه خاصی (معمولاً تارگت مارکت موضوع مربوطه) را با طراحی گرافیکی زیبا جلب کنند. بروشور ها می‌توانند باعث تبلیغات محصولات، شرکت، نمایندگی یا خدمات مختلف به صورت شهودی شوند. مشتری‌های احتمالی با خواندن بروشورهایی که حاوی اطلاعات مفید در رابطه با موضوع مشخصی است و فقط تبلیغ محصول نیست به برندها بیشتر اعتماد می‌کنند. بروشور ها نسبت به تبلیغات در تلویزیون، فضای مجازی، روزنامه یا روی بیلبورد ها مقرون به صرفه تر هستند و برای بیزینس هایی محلی که بودجه کمی دارند انتخاب تبلیغاتی بسیار مناسبی هستند. در جهانی که از تبلیغات دیجیتالی اشباع شده است، استفاده از بروشور می‌تواند یک وجه تمایز با ارزش محسوب شود.

انواع بروشور تبلیغاتی

بروشور انواع مختلفی دارد که نقش‌هایشان باهم فرق می‌کند و برای مقاصد تبلیغاتی متفاوتی استفاده می‌شوند. بروشور ها بر اساس قالب (فرمت) و طرح‌بندی (لی اوت) به پنج نوع کلی تقسیم می‌شوند.

بروشور دروازه ای

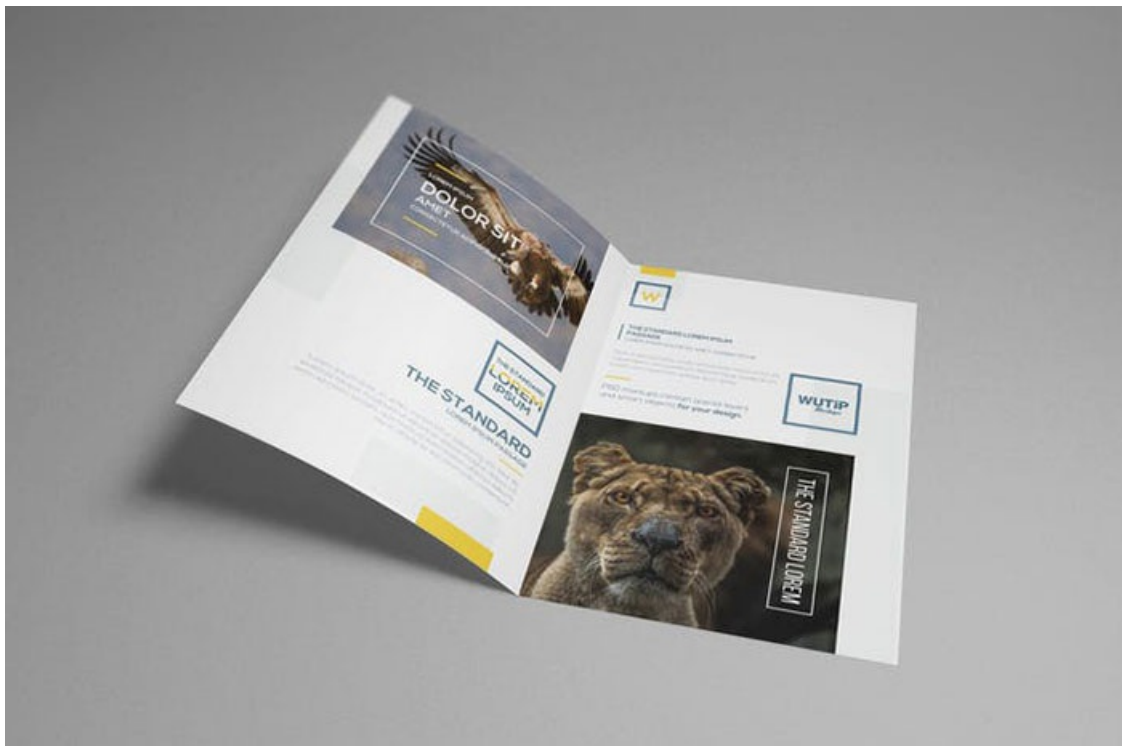
این نوع چاپ بروشور خیلی متداول نیست زیرا هزینهی بیشتری نسبت به انواع دیگر صرفش می‌شود اما اگر این نوع چاپ بروشور درست صورت بگیرد می‌تواند تأثیر تبلیغاتی خیلی خوبی داشته باشد. به علت نوع تا شدن این بروشور (حالت کتابی یا دروازه ای) احتمال نگه‌داشتن آن بیشتر است و کاغذ استفاده شده در چاپ این بروشور کیفیت بالایی دارد برای همین می‌توان مدت طولانی از آن نگهداری کرد.

[سفارش چاپ بروشور](#)



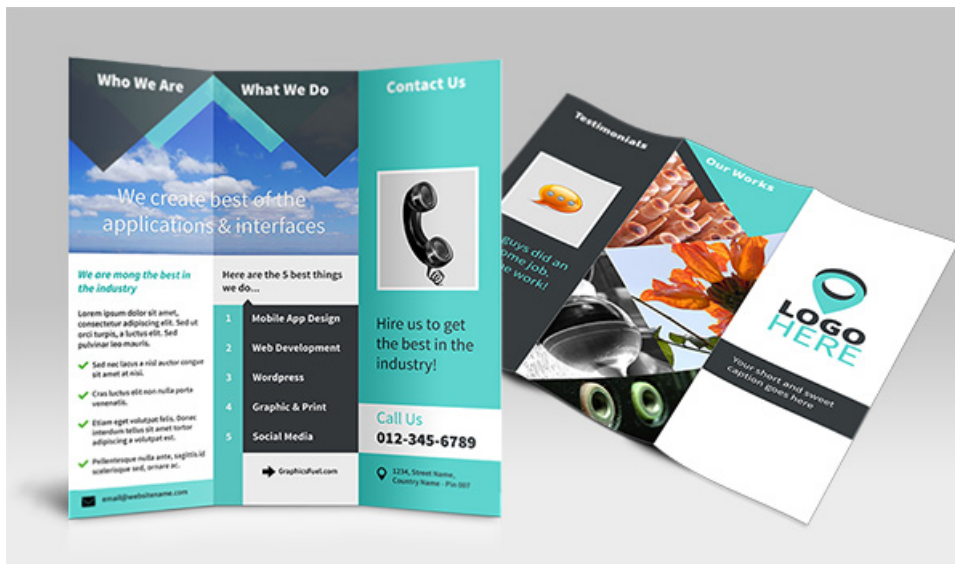
بروشور دو تیکه یا بای فولد

بروشورهای دوتکه همیشه در اطراف ما پیدا می‌شوند. چاپ بروشور بای فولد بسیار محبوب است و در بسیاری از کسب‌وکارها استفاده می‌شود. بروشور دوتکه طرح‌بندی رسمی‌تری از بروشور سه تکه دارد و بیشتر برای معرفی محصولات، توضیحات همایش‌ها، خلاصه جلسات شرکت‌ها و غیره استفاده می‌شود.



بروشور سه تکه یا تری فولد

بروشورهای سه تکه را می‌توان از روی اسم آن‌ها شناخت و نیازی به توضیحات بیشتر ندارد. چاپ بروشور سه تکه هم بسیار متداول است و در اطراف ما زیاد دیده می‌شود. این نوع بروشورها فضای کافی برای نشان دادن عکس‌ها و اطلاعات زیادی در اختراع طراح بروشور می‌زارند و مردم برای خواندن آن‌ها مشتاق‌تر هم می‌شوند.



بروشور آکاردئونی یا زد فولد

در طراحی بروشور آکاردئونی می‌توان کاری کرد که هر ستون به‌طور مجزا به چشم بیاید و یا می‌توان آن را طوری طراحی کرد که بعد از باز شدن تبدیل به یک عکس بزرگ شود در هر صورت [جواب بروشور](#) آکاردئونی می‌تواند پیشنهاد خوبی برای افرادی باشد که به طراحی گرافیک عالی و متمایز اهمیت می‌دهند.



۵ نکته مهم در طراحی بروشور



راهنمای طراحی بروشور

در حال حاضر ما در یک دنیای دیجیتال زندگی می‌کنیم اما بسیاری از ترانکشن‌ها آنلاین انجام می‌شود اما همچنان چاپ بروشور یکی از روش‌های تأثیرگذار تبلیغاتی است. چاپ این برگه‌های کاغذی بسیار ارزان قیمت است و یکی از بهترین روش‌های ارتباط برقرار کردن با مشتری‌های احتمالی در شرایط رو در رو هستند. در دنیایی که روز به روز استفاده از کاغذ در آن کمتر می‌شود، بروشورها می‌توانند باعث ایجاد ارتباط به روش قدیمی با مخاطب شوند. طراحی بروشور مهم‌ترین قسمت برای تأثیرگذاری تبلیغات است. در ادامه در مورد مهم‌ترین نکته‌هایی که در طراحی بروشور باید به آن دقت شود صحبت می‌کنیم.

۵ نکته‌ای که باید در طراحی بروشور به آن دقت شود

تا به حال شده به یک بروشور نگاه کنید و متوجه شوید انگار یک چیزی سر جایش نیست؟ بر اساس تجربه در زمینه طراحی و تبلیغات ایجاد این حس با طراحی اشتباه باعث می‌شود مخاطب با پیام و اطلاعات روی بروشور ارتباط نگیرد در نتیجه تبلیغات برند موفقیت‌آمیز نخواهد بود. در طراحی بروشور یک سری المان‌های طراحی وجود دارند که اشتباه در آن‌ها ممکن است باعث ایجاد این حس در مخاطب شود و باید در طراحی آن‌ها بیشتر دقت را به خرج داد.

فضای خالی

به‌طور کلی بروشورها اسناد کاغذی تبلیغاتی هستند که سریعاً یک شرکت، محصول یا خدمات را معرفی می‌کنند. هدف اصلی در طراحی بروشور این است که مخاطب را وادار به خواندن کند تا یک سری مفاهیم اصلی را در مورد یک موضوع مشخص متوجه شود. بسیاری از شرکت‌ها بیشتر از آنچه باید اشتباه پر کردن بیش از حد بروشور با اطلاعات بدون طبقه‌بندی کردن نکته‌های مهم را تکرار می‌کنند. این اشتباه ممکن است باعث شود که خواننده در نگاه اول گیج شود و در عرض یک ثانیه بروشور را داخل سطل آشغال بیندازد.



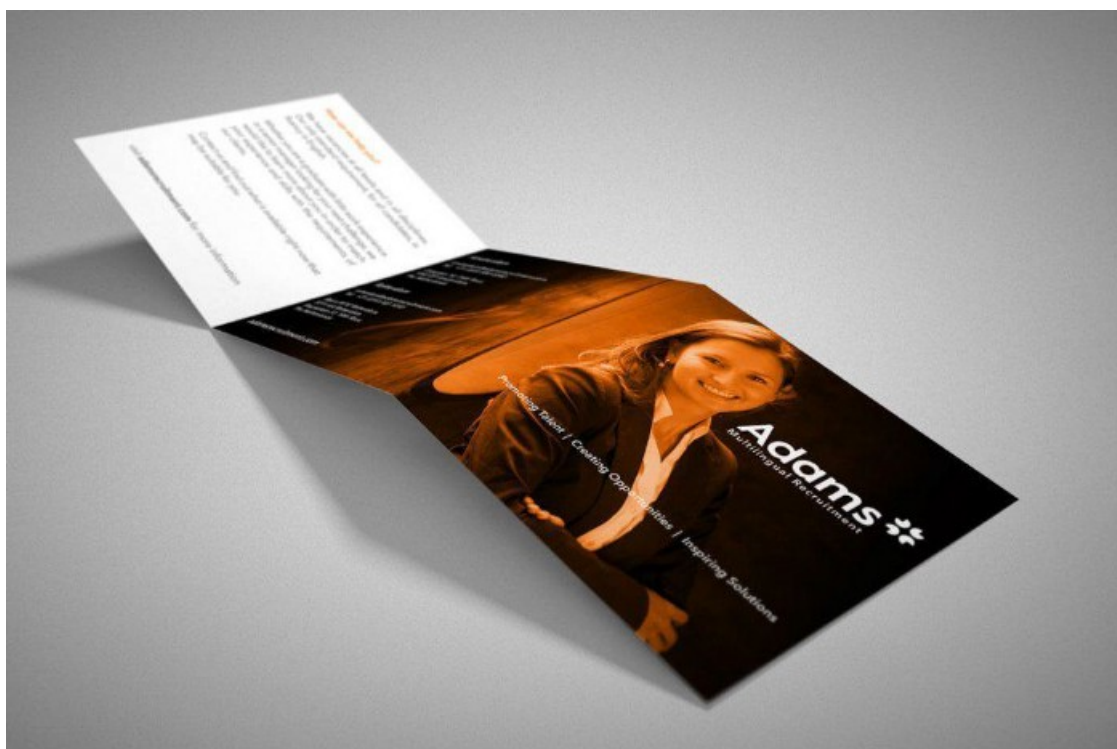
تایپوگرافی مشخص و یکنواخت

فونت استفاده شده در بروشور می‌تواند به حس کلی که تلاش در ایجادش دارید کمک کند. اگر بتوانید طرح حروف (تایپ فیس) را با اندازه‌های درست استفاده کنید، پیام شما به راحتی به مخاطب منتقل می‌شود و در ذهن می‌ماند. اشتباه بعضی از کسب‌وکارها این است که از چند فونت متفاوت که باهم در تناسب نیستند را در بروشور استفاده می‌کنند این باعث می‌شود در نگاه اول اطلاعات به جای یکنواخت بودن غیرقابل فهم به نظر بیایند.



انجام در برندینگ

بروشور مسئول پخش و توزیع برند شما است پس باید با برندینگ شما همخوانی داشته باشد و در یک راستا باشد. باید دقت داشته باشید تا در طراحی بروشور حتماً از نقاط کلیدی برند شما که می‌خواهید با آن شناخته شوید استفاده شود. بسیاری از کسب‌وکارها وقتی نوبت به طراحی بروشور می‌رسد زیاده‌روی می‌کنند و فراموش می‌کنند که تا هويت برند خودشان را در بروشور نشان دهند تا راحت شناخته شوند.



عکس‌های عالی و مناسب

تصاویر تأثیر مثال نزدنی روی مخاطب دارند و یک عکس می‌تواند به راحتی کار هزاران کلمه را انجام دهد. مغز انسان می‌تواند تصاویر را ۶۰ هزار بار سریع‌تر از جمله‌ها تجزیه و تحلیل کند. شما

می‌توانید با انتخاب عکس‌های مناسب برای معرفی برندگان روی بروشور طرز فکر مردم نسبت به کالا یا خدماتتان را کنترل کنید. بهتر است عکس‌هایی که استفاده می‌کنید اورجینال باشند و از سایت‌های اینترنتی گرفته نشده باشند در این صورت دقیق‌تر می‌توانید پیامی که می‌خواهید را به مخاطب انتقال دهید.



طراحی گرافیک بر اساس برند

گاهی اوقات بروشورها شامل طرح‌های گرافیکی یا قسمت‌های مهمی مثل چارت یا نقشه می‌شوند. به‌جای استفاده از نمونه‌های گرافیکی آنلاین بهتر است با یک طراح گرافیک باتجربه کار کنید تا المان‌های گرافیکی موردنیاز شما را طوری طراحی کند که باعث تبلیغ برند شما به صورت اختصاصی شود. اگر هنوز تیم گرافیکی خودتان را ندارید نگران نباشید همیشه می‌توانید برای چاپ بروشور به صورت پروژه‌های یک تیم طراحی را استخدام کنید.

جلوگیری از اشتباهات رایج در طراحی بروشور

طراحی یک بروشور خوب کار دشوار و غیرممکن نیست اما موفقیت بروشور شما به چگونگی طراحی آن و دقت در جلوگیری از اشتباهات رایج بستگی دارد.

امروزه با وجود نرم افزارهای طراحی، طراحی یک بروشور نسبتاً آسان است اما نکته‌ی مهم اینجاست که یک بروشور خوب نیاز به تمرکز و تفکر دارد و باید با دقت و حوصله به آن بپردازید تا در نهایت نتیجه مطلوب را بدست آورید. برای جلوگیری از اشتباهات مرسوم در ابتدا باید به نوع کاغذ، طرح اولیه و محتویات بروشور خود توجه داشته باشید.

کاغذی که از آن استفاده کرده اید در دید کلی اولین چیزی است که مشتری به آن توجه می‌کند. پس سعی کنید اندازه و جنس کاغذ، محتویات متنی، طرح کلی و تصاویری که در آن استفاده می‌کنید پیش پا افتاده و کسل کننده نباشد تا در نگاه اول جذاب به نظر برسد و مخاطب را ترغیب به ادامه دادن کند. واقعیت این است که اکثر مردم با وجود مشغله و دغدغه‌های بی شمار روزمره، زمان و تحف کمی دارند و نهایتاً نگاهی سریع به بروشور می‌اندازند، تنها زمانی برای خواندن بروشور تبلیغاتی شما وقت می‌گذارند و با دقت آن را می‌خوانند که به آن علاقمند باشند. به همین علت مختصر و مفید بودن مطلب و جذابیت آن برای مشتری نکته بسیار مهمی است.

تا جایی که ممکن است متن را در پاراگراف‌های کوتاه خلاصه کنید، تیتراها را مشخص کرده و لیست نکات مهم را اضافه کنید. مشخص کردن عناوین و لیست کردن نکات مهم جهت ایجاد تمرکز در زمان خواندن بسیار مفید بوده و توجه خواننده را حفظ می‌کند. سعی کنید با بروشورهای نامرتب باعث سردرگمی خوانندگان نشوید. خواننده باید بداند محتویات بروشور در مورد چیست و برای خواندن در مورد یک موضوع خاص به کدام قسمت مراجعه کند. سعی کنید یک جریان منظم را در قسمت‌های مختلف بروشور رعایت کنید تا مخاطب دچار سردرگمی نشود.

برای داشتن طرحی زیبا باید با حوصله سلیقه به خرج دهید، مثلاً هزاران رنگ را به طور تصادفی انتخاب نکنید زیرا رنگ‌های انتخابی شما در طرح کلی تأثیر زیادی داشته و در نگاه اول تأثیر گذارند. در عوض یک پالت رنگ محدود با رنگ‌هایی بسازید که خوشایند به نظر برسند. توجه داشته باشید که علی‌رغم رعایت هارمونی رنگ‌ها بخش اصلی متن باید در آن رنگ پس زمینه قابل خواندن باشد. به عنوان آخرین و مهمترین نکته پیشنهاد می‌کنیم که علاوه بر اینکه جذابیت را حفظ کرده و به جزئیات کار توجه می‌کنید، سعی کنید پیشنهاد و منظور خود را در بروشور شفاف سازی کنید. این نکات برخی از گام‌های اصلی برای ساخت یک بروشور کارآمد است و در نهایت تمرکز، تفکر و ظرافت در کار می‌تواند نتیجه بهتری را برای شما رقم بزند.

بروشور چیست؟

بروشور چه کاربردی در تبلیغات دارد؟

چرا شرکت‌ها از بروشور استفاده می‌کنند؟

چرا باید برای بروشور هزینه کنیم؟

چرا خریدار و مصرف کننده به بروشور نیاز دارد؟

آیا بروشور در ایجاد تصویر معتبر از سازمان موثر است؟

چه می‌شود اگر نتوانیم یک بروشور موثر طراحی و عرضه کنیم؟

در این مقاله سعی شده است تا پاسخ موثری برای پرسش‌های بالا مطرح شود.



بروشور چه کاربردی در تبلیغات دارد؟

با این که بروشور (بر خلاف کاتالوگ) بیشتر به اطلاع رسانی می پردازد و چندان جاذبه های تبلیغاتی ندارد، ولی از امان های موثر تبلیغات است و نباید نفوذ و اثرگذاری تبلیغاتی آن را دست کم گرفت. چاپ بروشور می تواند با ارائه ای اطلاعات جامع، مفید و کاربردی، تجربه ی خوبی را برای مشتری ایجاد و از این راه، رضایت او را جلب کند.



چرا شرکت ها از بروشور استفاده می کنند؟

شرکت ها دریافته اند که اگر مشتری نتواند به خوبی و درستی از کالا و سرویس مورد عرضه استفاده کند، تجربه ی خوشایندی از خرید خود نخواهد داشت و همین عامل سبب عدم مراجعه ی بعدی می شود.

چرا باید برای بروشور هزینه کنیم؟

بروشور کالا، برند و سازمان شما را مورد توجه و دید مستمر مشتری های واقعی و حتی احتمالی قرار می دهد. بی توجهی و هزینه نکردن برای بروشور سبب عدم آگاهی مشتری نسبت به کالا و سرویس شما می شود.



چرا خریدار و مصرف کننده به بروشور نیاز دارد؟

نکته، دستورالعمل و راهکارهای بسیاری هست که به طور حتم فرصت عرضه ی مستقیم آن به مشتری وجود ندارد و از طرفی پی بردن به آن ها، برای مشتری هزینه و زمان بر است. پس لازم است تا سازمان خود با فراهم آوردن این بستر، تجربه ای خوشایند برای مشتری رقم بزند.

آیا بروشور در ایجاد تصویر معتبر از سازمان موثر است؟

به طور قطع همین طور است. بروشوری که مفید و موثر باشد، تجربه ی خوبی از شناخت کالا برای مشتری ایجاد و در نتیجه اعتبار سازمان نزد او را افزایش می‌دهد.

چه می‌شود اگر نتوانیم یک بروشور موثر طراحی و عرضه کنیم؟

آن چه بالا یاد شد، همه دال بر اهمیت روز افزون و فزاینده ی بروشور در تبلیغ، مارکتینگ و بازاریابی کالا و سرویس های سازمان و شرکت هستند. پس اگر سازمانی در عرضه ی این مهم شکست بخورد، این شکست مقدمه ای برای شکست های بعدی (به ویژه کاهش فروش و سطح رضایت مشتری) خواهد بود.



پس لازم است تا سازمان و شرکت ها با صرف وقت، هزینه، دانش، تجربه و البته نیروی کار متخصص و حرفه ای، به تحقق یافتن این مهم بپردازند و از این راه، اعتبار، سود و درآمد قابل قبولی را برای سازمان خود فراهم آورند.

