

معرفی انواع مختلف کارت ویزیت جذاب و کاربردی

یکی از روش‌های مهم در تبلیغات، طراحی و تهیه Business Card جذابی است که در ذهن همه کاربران باقی بماند. اگر شما هم تصمیم دارید ظاهر کارت ویزیت خود را تعویض کرده و آن را از شکل ساده و همیشگی‌اش خارج کنید، به شما پیشنهاد می‌کنیم ادامه مطلب که در مورد پیشنهادهایی برای تهیه یک Business Card جذاب است را مشاهده کنید.



کارت‌های قابل کاشت

امروزه بسیاری از شرکت‌ها برای تبلیغات کار خود از کارت‌های قابل کاشت استفاده می‌کنند. در واقع این کارت‌ها حاوی دانه‌هایی هستند که بعد از کاشت و آبیاری رشد می‌کنند. افرادی که شغل آن‌ها با کشاورزی و کاشت درختان و گیاهان سروکار دارد می‌توانند از این کارت‌ها استفاده کنند.



کارت‌های جذاب

روی کارت خود از دانه‌های جذاب و یا عطرمایه‌های خوشبو استفاده کنید. کاربرانی که کافی‌شاپ یا رستوران دارنده‌ی تانند از دانه قهوه روی کارت خود استفاده کنند. کاربرانی که با جواهرات سروکار دارند می‌توانند از مهره‌های مروارید و... استفاده کنند. اگر فروشنده لوازم آرایشی هستید می‌توانید کارت ویزیت خود را معطر سفارش دهید.





www.ToorangPrint.com

کارت‌های دوخته‌شده و از جنس‌های خاص

کارت‌هایی که از جنس کتان یا ابریشم ساخته شده‌اند حس خوبی به دستان شما می‌دهند. علاوه بر این کارت‌های فلزی حس استواری و قدرت را به کاربر منتقل می‌کنند. کارتی که در بالا مشاهده کردید از جنس کتان ساخته شده است.



کارت قابل خوردن

این نوع کارت‌ها معمولاً گران تمام می‌شوند. شما می‌توانید کارت ویزیت خود را به عنوان هدیه برای مشتریان خود ارسال کنید. البته لزوماً نیاز نیست که کارت ویزیت خود را از جنس خوراکی تهیه کنید. بلکه می‌توانید تنها ظاهر آن را به این شکل طراحی کنید. افرادی که امور مرتبط با مواد غذایی دارند معمولاً می‌توانند از این نوع کارت‌ها استفاده کنند.



کارت‌های سرگرم‌کننده

این کارت‌ها به نحوی شمارا سرگرم کرده و بازی‌های مختلف را برای شما فراهم می‌کنند. از این کارت ویزیت‌ها برای معرفی مجموعه‌های ورزشی، زمین‌های چمن و استفاده می‌شود.





www.ToorangPrint.com

این کارت‌ها با توجه به ظاهرشان برای انواع مختلف امور، کاربرد دارند. به‌طور مثال تصویری که در بالا می‌بینید مربوط به کارت ویزیت یک آرایشگاه مو است.





علاوه بر این شما می‌توانید از یک دفترچه یادداشت کوچک با طراحی جذاب به‌عنوان کارت ویزیت خود استفاده کنید. معمولاً کاربران چنین کارت‌های ویزیتی را هیچ‌گاه گم نمی‌کنند یا دور کمی ریزند. چراکه نهایتاً از آن‌ها استفاده می‌کنند.





www.ToorangPrint.com

کارت‌هایی که به اشتراک گذاشته می‌شوند



www.ToorangPrint.com

کارت‌های قابل سوراخ یا قابل تکه شدن

این قبیل کارت‌ها معمولاً برای کاربران بسیار جذاب هستند. به‌طور مثال کارتی که در بالا مشاهده می‌کنید متعلق به یک باشگاه بدنسازی است که بعد از ثبت‌نام قسمتی از کارت جدا می‌شود.



ارتباط بین طراحی کارت ویزیت خوب و افزایش فروش

اگر کارت ویزیت با مخاطب تعامل درستی برقرار کند، بدون شک مقصدش به این زودی‌ها سطل زباله نخواهد بود؛ اما آیا این همه ماجرا است؟

آخرین کارت ویزیتی که در ذهنتان مانده کدام کارت ویزیت است؟ با زومت برای داشتن یک کارت ویزیت عالی در زمینه‌ی افزایش فروش خود همراه شوید.

بسیاری از مدیران و صاحبان کسب‌وکار در ایران به کارت ویزیت بااهمیت بالایی نگاه نمی‌کنند. دلیل این ادعا، کارت‌های ویزیت فراوانی است که در ارتباطات گوناگون و نمایشگاه‌ها به دستمان می‌رسد و در نهایت بعد از مدتی ناپدید می‌شوند! یا اگر این نگاه بدبینانه را نداشته باشیم، بسیاری از کارت ویزیت‌ها در یک جُنگِ جا خوش می‌کنند و در نهایت ممکن است حتی یک‌بار هم بعد از نمایشگاه یا ارتباط با طرف مقابل، دیده نشوند.



در این مقاله می‌خواهیم به ارتباط عملیاتی یک کارت ویزیت با فروش کالا و خدمات بپردازیم.

اجازه بدهید بحث را با این پرسش‌ها آغاز کنیم: از کارت ویزیت خود چه می‌خواهید؟ توسعه بازار؟ برندینگ؟ فروش؟ افزایش فروش؟ ارتباط با مشتری؟ یا... واقعاً از کارت ویزیت خود چه می‌خواهید؟

بسیاری از افراد هنگام نیاز به کارت ویزیت، تعریف مشخصی از چرایی نیاز خود ندارند و فقط می‌خواهند یک کارت ویزیت برای عقب نماندن از قافله کسب‌وکارها و شرکت‌های رقیب داشته باشند. این نگاه نادرست سبب غفلت از یکی از رسانه‌های مهم هر کسب‌وکار می‌شود.

کارت ویزیت را درست بسازیم

همان‌طور که به وجود آمدن یک گل زیبا نیازمند مقدماتی است، یک کارت ویزیت مناسب هم به ویژگی‌هایی برای کارکرد صحیح نیاز دارد. کارت ویزیت باید هدف شما را از کسب‌وکار تازه‌تان به درستی تعریف کند یا خدمات و کالاهای شرکت شما را مؤثر نشان دهد. کارت ویزیت در شرایطی که به استراتژی تجارت شما پایبند است، چشم‌انداز شخصی شما را از فعالیت ترسیم می‌کند.

اجازه بدهید عبارات بالا را به شکل ساده‌تر بیان کنیم. دقت کرده‌اید همه ما برای نشان دادن خود، کسب‌وکار یا تخصصمان، با افراد مختلف مذاکره می‌کنیم؟ از استخدام گرفته تا فروش یک کالا، همه و همه با مذاکرات پیش می‌روند؛ اما در این بین کدام مذاکرات در نهایت موفق می‌شوند؟ پاسخ، مذاکرات استراتژیک است. یک کارت ویزیت خوب زمانی می‌تواند برای شما فروش بالا به ارمغان آورد که یک گفتگو را با مخاطب شروع کند. این گفتگو ذهن مخاطب را درگیر می‌کند و در نهایت موجب افزایش فروش خواهد شد.



کارت ویزیت خوب تک بعدی نیست و منافع مشتری و فروشنده را به درستی تقسیم می‌کند. در حقیقت موفق بودن یک کارت ویزیت به نوع این تقسیم برمی‌گردد: آیا کارت ویزیت شما، به مشتری منافع متوازن با منافع شما را نشان می‌دهد؟ توجه کنید حفظ منافع مشتری در یک کارت ویزیت همیشه به معنی تخفیف رایگان یا مشاوره رایگان یا پیک رایگان نیست! متأسفانه یا خوشبختانه در بسیاری کسب‌وکارهای ایرانی، به عنوان مثال پیک موتوری در محدوده، به عنوان یک امتیاز در نظر گرفته می‌شود؛ در حالی که همه ما امروز می‌دانیم اگر بخواهیم کباب‌کوبیده برای منزل سفارش بدهیم یا احیاناً پیترز هوس کنیم؛ اگر آن مغازه پیک موتوری نداشته باشد، به احتمال زیاد از خرید منصرف می‌شویم و سراغ گزینه بعدی می‌رویم.

با کارت ویزیت خوب، برند سازی کنید

خیلی از مدیران کسب‌وکارهای نوپا یا حتی با سابقه در ایران، هنوز کارت ویزیت را یک لوگو و یک آدرس و شماره تلفن می‌دانند. این موضوع تنها به کارت ویزیت مربوط نیست، بلکه بسیاری فرایندهای کسب‌وکار در کشور ما به طور تخصصی ارزیابی نمی‌شود و به جرئت می‌توان گفت بسیاری از خدمات مشاوره تحت عنوان مشاور فروش و بازاریابی، عملاً برای کسب‌وکارها بهینه شده نیستند. در نتیجه بعد از مدت‌ها تلاش و اقدام، این سؤال مطرح می‌شود: چرا فروشان خوب نیست؟



یکی از امتیازهای مهم کارت ویزیت، کمک به برند سازی شما و افزایش فروش است. نفس تبلیغ هنوز برای بسیاری یعنی دروغ و کلاهبرداری! در این شرایط باید چه کار کرد؟ نباید از تبلیغ یا کارت ویزیت و سایر رسانه‌های ارتباطی استفاده کرد؟

زمینه‌سازی و ایجاد اعتماد، یک مرحله قبل از تبلیغ موفق است؛ پس چطور این اعتمادسازی و زمینه‌سازی انجام شود؟

کارت ویزیت خوب یکی از ابزارهای تضمین‌کننده فروش پایدار شما است، چون سبب می‌شود بهتر دیده شوید. فروش پایدار از ارائه عالی شما در کارت ویزیت نشأت می‌گیرد. در ارائه محتوا در کارت ویزیت، به مهندسی تحلیلی آن توجه کنید؛ به‌عنوان مثال یک کارت ویزیت خوب با یک نگاه خلاقانه توسط یک مدیر یا مشاور متخصص، می‌تواند نحوه انتخاب درست را به مخاطبان خود یاد بدهد؛ زیرا مردم به کارت ویزیتی که حاوی آموزش باشد، می‌توانند اعتماد کنند.

