

مواردی که باید قبل از
طراحی کاتالوگ آماده اش کنی!



چک لیست اطلاعات مورد نیاز برای
سفارش کاتالوگ شرکتی

چک لیست اطلاعات مورد نیاز برای سفارش کاتالوگ شرکتی



اطلاعات شرکت

- نام شرکت
- لوگو
- تاریخچه
- ماموریت
- چشم‌انداز
- ارزش‌ها
- جوایز و افتخارات
- گواهینامه‌ها

این بخش در قسمت معرفی کاتالوگ قرار می‌گیرد و هدف آن نمایش هویت و اعتبار شرکت شماست. اطلاعاتی مانند نام شرکت، لوگو، تاریخچه، ماموریت، چشم‌انداز و ارزش‌ها، تصویری جامع از برند شما به مخاطبان ارائه می‌دهد. همچنین، نمایش جوایز، افتخارات و گواهینامه‌ها اعتماد مشتریان را جلب کرده و توانایی‌ها و استانداردهای بالای شرکت را برجسته می‌کند. این اطلاعات به مشتریان کمک می‌کند تا شرکت شما را بهتر بشناسند و نسبت به آن احساس اطمینان بیشتری پیدا کنند.

اطلاعات محصول/خدمت

- نام محصول / خدمت
- توضیحات دقیق
- ویژگی‌ها
- مزایا
- مشخصات فنی
- ابعاد
- وزن
- مواد اولیه
- قیمت
- تصاویر با کیفیت (با رزولوشن بالا و فرمت مناسب)

این بخش اصلی‌ترین قسمت کاتالوگ است که به معرفی محصولات یا خدمات اختصاص دارد. نام محصول یا خدمت، توضیحات دقیق، ویژگی‌ها، مزایا، و مشخصات فنی، اطلاعات جامعی به مشتری ارائه می‌دهد و نیازهای آن‌ها را به‌طور کامل پوشش می‌دهد. تصاویر با کیفیت و ویدیوهای معرفی (در صورت وجود) باعث می‌شوند تا مخاطبان به درک بهتری از محصول یا خدمت برسند. این بخش باید به‌گونه‌ای طراحی شود که مشتریان را ترغیب به خرید با استفاده از خدمات شما کند.

چک لیست اطلاعات مورد نیاز برای سفارش کاتالوگ شرکتی



اطلاعات تماس

- آدرس
- تلفن
- فکس
- ایمیل
- وبسایت
- شبکه‌های اجتماعی

اطلاعات تماس در انتهای کاتالوگ قرار می‌گیرد و به مشتریان امکان می‌دهد تا به راحتی با شما ارتباط برقرار کنند. آدرس، تلفن، فکس، ایمیل، وبسایت و شبکه‌های اجتماعی، تمامی راه‌های ارتباطی را در اختیار مشتریان قرار می‌دهد. این بخش به مشتریان اطمینان می‌دهد که دسترسی به خدمات یا محصولات شما آسان است و می‌توانند در هر زمان با شما در ارتباط باشند.

نظرات مشتریان

- نام شرکت های مشتری
- نام مشتریان حقیقی
- نظرات و بازخوردهای مثبت مشتریان

نظرات و بازخوردهای مشتریان در بخشی قرار می‌گیرد که به تقویت اعتماد مخاطبان کمک می‌کند. این بازخوردها نشان‌دهنده تجربیات مثبت مشتریان قبلی است و می‌تواند مشتریان جدید را برای انتخاب محصولات یا خدمات شما متقاعد کند. استفاده از نظرات متنی یا ویدیویی تأثیر بیشتری دارد و می‌تواند در تصمیم‌گیری مخاطبان نقش بسزایی داشته باشد.

مطالب تکمیلی

- مقالات
- بروشورها
- کاتالوگ‌های قبلی
- سایر موارد مرتبط

مطالب تکمیلی مانند مقالات، بروشورها یا کاتالوگ‌های قبلی در بخش‌های انتهایی یا بخش‌های مرتبط کاتالوگ استفاده می‌شود. این اطلاعات به مشتریان کمک می‌کند تا اطلاعات بیشتری درباره محصولات یا خدمات شما به دست آورند و نیازهای خود را به صورت عمیق‌تر بررسی کنند. این بخش به‌ویژه برای مشتریانی که به دنبال جزئیات بیشتر هستند، ارزشمند است و به شما کمک می‌کند تا تخصص و تسلط خود را به نمایش بگذارید.