



Оформим буклет

Мастер-класс
по оформлению буклетов

Должны ответить:

- Для чего этот буклет?
- Для кого он создается? Кто будет его читать?
- В чем твоя специализация?
- Каким образом он будет распространяться?
- Что должен сделать человек после его прочтения?



Содержание

Буклеты по своему содержанию могут быть **информационными и имиджевыми**.

Информационный буклет описывает какие-либо ваши услуги, программы, товары и является помощью в его продажах. Буклет побуждает клиента сделать какой-то шаг к покупке. Например, позвонить, запросить дополнительную информацию, зайти на сайт. В конечном итоге цель этого буклета совершить успешную продажу.

Цель имиджевого буклета - сообщить о себе, сформировать о своей фирме определенное мнение, создать какой-либо опыт общения, взаимодействия. Главное, чтобы клиент запомнил о тебе, твоей фирме и когда ему понадобятся твои услуги, вспомнил и нашел тебя.

Как сделать так, чтобы твой буклет прочитали? Чтобы он не отправился в корзину, а был сохранен? Самое первое и главное: **пиши в буклете информацию, которая была бы полезна и интересна** твоим потенциальным клиентам. Это могут быть советы, какой-либо опыт. Опыт нестандартного использования, советы по уходу, советы по тому, как надо и не надо делать, типичные ошибки, проблемы и как их можно преодолеть. Любая информация, которая может помочь твоему клиенту. Научи своего клиента тому, что ты умеешь, научи его решить свои задачи с твоей помощью.



Графика

Человеческий мозг графическую информацию воспринимает быстрее и эффективнее, поэтому **важно добавлять в текст буклета картинки, иллюстрации, рисунки**, и лучше, что бы они были по сути.

Многие люди пробегают глазами по картинкам и подписями под ними, а затем принимают решение – читать им этот буклет или нет. Очень важно, что бы буклет был красивым, стильным и уместным. Графика должна подчеркивать, а не доминировать и забивать.



Заголовок

Человек за 5 секунд определяет, интересна ему эта информация или нет. У человека есть два разума: сознательный и бессознательный. Сознательный разум воспринимает 4-7 ед. информации одновременно. Бессознательный в тысячи раз больше. Между сознательным и бессознательным разумом есть ретикулярная система, которая определяет, какую информацию передавать в сознательный ум, а какую нет. Она передает только информацию, которая интересна для хозяина.

Пиши заголовки кратко, обращаясь к ценностям человека. Сколько человек заработает, что он получит, сколько съэкономит, чему научится, что для него станет возможным, какие горизонты перед ним откроются.



Предложение

Какова суть твоего предложения? В чем оно состоит? Насколько доступно написано? **Важно, что бы даже старенькая бабушка могла понять суть твоего предложения.**

Напиши в буклете, что должен сделать человек, который просматривает буклет. Куда позвонить, написать, приехать, куда зайти в интернете.

Контактная информация

Позвони, напиши, приезжай, зайди. **Четкое указание, что человеку сделать.** Как ему поговорить с менеджером, который поможет ему получить то, что поможет решить его задачи. Как зайти на сайт и получить больше полезной информации. Куда написать письмо. Как найти твой офис и проехать к нему.





Типичные ошибки и их решения

ПРОВЕРКА БУКЛЕТА ПЕРЕД ЗАПУСКОМ В ПЕЧАТЬ

1. Действие

К какому конкретному действию хочешь побудить читателя буклета? Предлагаешь ли ты ему совершить это действие? Если надеешься, что он догадается, то зря надеешься. Предоставь всю информацию, что бы клиент смог совершить это действие.

2. Проверка на «ГКЧП»

Отвечает ли твой буклет на вопросы: «Где», «Когда», «Что», «Почему».

3. Проверка на человеческий язык

Сможет ли понять твой буклет пятиклассник и бабушка



4. Проверка за 5 секунд

Способен ли твой буклет заинтересовать читателя за пять секунд? Что он успевает понять за это время?

5. Проверка на уместность отзывов

- Отзыв рассказывает о результатах, которые получил твой клиент.
- Отзыв подписан реальным клиентом и у читателя должна быть возможность этого человека найти.
- Отзыв должен быть написан человеком похожим на твою целевую аудиторию, либо должен быть авторитетом для них.

6. Проверка на целевую аудиторию

Где ты собираешься размещать свой буклет? Есть ли там твоя целевая аудитория? Каким образом ты это проверял?



Вывод:

- Пиши в буклете информацию, которая была бы полезна и интересна;
- Добавляй в текст буклета картинки иллюстрации, рисунки;
- Пиши заголовки кратко, обращаясь к ценностям человека;
- Важно, чтобы каждый человек понял суть твоего предложения;
- Буклет должен содержать четкое указание, что человеку сделать.



- Мастер-класс подготовила Подшивалова Анна, 10 класс.