

ਕੰਪਨੀ ਦਾ ਇੱਕ ਕਿਤਾਬਚਾ ਬਣਾਉਣਾ

ਆਪਣਾ ਕਿਤਾਬਚਾ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ ਪਹਿਲੀ ਚੀਜ਼ ਹੋਵੇ ਜਿਹੜੀ ਤੁਸੀਂ ਕਿਸੇ ਸੰਭਾਵੀ ਗਾਹਕ ਦੇ ਹੱਥਾਂ ਤਕ ਪਹੁੰਚਾਉਣਾ ਚਾਹੋਗੇ ਪਰ ਯਾਦ ਰੱਖੋ ਕਿ ਇਹ ਇੱਕ ਸਮੁੱਚੇ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ ਦਾ ਇੱਕ ਹਿੱਸਾ ਮਾਤਰ ਹੀ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਤੁਹਾਡੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਨੀਤੀ ਨੂੰ ਜਾਣਕਾਰੀ ਵਾਲੀ ਇੱਕ ਵੈੱਬਸਾਈਟ ਅਤੇ ਸਵਾਲਾਂ ਦੇ ਜਵਾਬ ਦੇ ਸਕਣ ਵਾਲੇ ਅਤੇ ਕਿਸੇ ਵੀ ਪੁੱਛ-ਗਿੱਛ ਦੀ ਪੈਰਵੀ ਕਰ ਸਕਣ ਵਾਲੇ ਗਿਆਨਵਾਨ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਵਰਗੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਦੀ ਹਿਮਾਇਤ ਵੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

ਭਾਵੇਂ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣਾ ਕਾਰੋਬਾਰ ਆਨਲਾਈਨ ਹੀ ਕਰਦੇ ਹੋਵੋ, ਅਜਿਹੇ ਵਕਤ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਕਿਸੇ ਨੂੰ ਛਪਿਆ ਹੋਇਆ ਕੋਈ ਕਿਤਾਬਚਾ ਦੇਣਾ ਚਾਹੋ। ਜੇ ਤੁਸੀਂ ਵਪਾਰਕ ਨੁਮਾਇਸ਼ਾਂ 'ਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹੋਵੋ ਜਾਂ ਵਿਕਰੀ ਲਈ ਫੋਨ ਕਾਲਾਂ ਕਰਦੇ ਹੋਵੋ ਤਾਂ ਲੋਕ ਉਮੀਦ ਕਰਨਗੇ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਪੇਸ਼ਾਵਰ ਕਿਤਾਬਚਾ ਦਿਉਂਗੇ।

ਲੋੜੀਂਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਇਕੱਠੀ ਕਰਨਾ

ਛਪਾਈ ਵਾਲੇ ਜਾਂ ਗ੍ਰਾਫਿਕ ਡਿਜ਼ਾਈਨ ਸਪਲਾਇਰਾਂ ਨਾਲ ਸੰਪਰਕ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਤੁਹਾਨੂੰ ਤਿਆਰ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਡਿਜ਼ਾਈਨਰ/ਛਾਪਕ ਕੋਲ ਲੈ ਜਾਣ ਵਾਲੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਵਿੱਚੋਂ ਕੁੱਝ ਇਹ ਹੋਵੇਗੀ:

- ਤੁਹਾਡੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਅਤੇ/ਜਾਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦਾ ਇੱਕ ਵੇਰਵਾ
- ਤੁਹਾਡੀਆਂ ਟੀਚਾ ਮਾਰਕੀਟਾਂ ਨੂੰ ਸਪਸ਼ਟ ਕਰਦਾ ਇੱਕ ਬਿਆਨ ਅਤੇ ਤੁਹਾਡੇ ਟੀਚਾ ਗਾਹਕ
- ਤੁਹਾਡੇ ਵੱਲੋਂ ਪੇਸ਼ ਲਾਭਾਂ ਦੀ ਇੱਕ ਰੂਪ-ਰੇਖਾ, ਅਤੇ ਤੁਹਾਡੇ ਵੱਲੋਂ ਹੱਲ ਕੀਤੀਆਂ ਜਾਂਦੀਆਂ ਮੁਸ਼ਕਲਾਂ
- ਤੁਹਾਡੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਅਤੇ ਇਸ ਦੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀਆਂ ਕਾਬਲੀਅਤਾਂ ਦਾ ਸਬੂਤ: ਕਿੰਨੇ ਸਾਲਾਂ ਦਾ ਤਜਰਬਾ ਹੈ, ਕਿੰਨੇ ਸੰਤੁਸ਼ਟ ਗਾਹਕ, ਕੋਈ ਸ਼ਾਹਦੀਆਂ ਜਾਂ ਹਵਾਲੇ
- ਤੁਸੀਂ ਕਿਤਾਬਚੇ ਤੋਂ ਕੀ ਉਮੀਦ ਕਰਦੇ ਹੋ: ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰ, ਇਸ ਦੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਜਾਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਜਾਣ-ਪਹਿਚਾਣ, ਆਰਡਰ ਹਾਸਲ ਕਰਨਾ, ਜਾਂ ਯਾਦ-ਦਹਾਨੀ ਕਰਾਉਣ ਵਾਲੀ ਵਸਤ ਵਜੋਂ

- ਕੋਈ ਮੌਜੂਦ ਬਰਾਂਡ ਮਾਰਕੇ ਵਾਲੀ ਸਮੱਗਰੀ, ਸਮੇਤ ਤੁਹਾਡੇ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਕਾਰਡ ਅਤੇ ਵੈੱਬਸਾਈਟਾਂ ਦੇ (ਤਾਂ ਕਿ ਬਰਾਂਡ ਨਾਮ ਦਾ ਇੱਕਸਾਰ ਤਜਰਬਾ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਇਆ ਜਾ ਸਕੇ)

ਫੈਸਲਾ ਕਰੋ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਕੀ ਕਹਿਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ ਅਤੇ ਕਿਸ ਨੂੰ ਕਹਿਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ:

- ਸਿੱਧੀ ਗੱਲ ਕਰੋ, ਜਿਵੇਂ ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਹੀ ਕਿਸੇ ਸੰਭਾਵੀ ਗਾਹਕ ਨਾਲ ਗੱਲ ਕਰਦੇ ਹੋਵੋਂ।
- ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਬਾਰੇ ਗੱਲ ਕਰੋ, ਆਪਣੀਆਂ ਬਾਰੇ ਨਹੀਂ।
- ਇੱਕ ਦਮ ਬਹੁਤਾ ਨਾ ਕਰੋ, ਸੰਦੇਸ਼ ਗਵਾਹ ਜਾਵੇਗਾ। ਧਿਆਨ ਕਾਇਮ ਰੱਖੋ।
- ਸੰਪਰਕ ਜਾਣਕਾਰੀ ਤਿਆਰ ਰੱਖੋ ਜਿਹੜੀ ਕਿਤਾਬਚੇ ਉੱਤੇ ਦਰਜ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।
- ਹੋਰਨਾ ਕੰਪਨੀਆਂ ਦੇ ਅਜਿਹੇ ਕਿਤਾਬਚੇ ਵੇਖੋ ਜੋ ਤੁਹਾਨੂੰ ਪਸੰਦ ਹੋਣ।

ਕਿਸੇ ਸਪਲਾਇਰ ਨਾਲ ਰਲ ਕੇ ਕਾਰਜ ਕਰਨਾ

ਇੱਕ ਵਾਰੀ ਤੁਸੀਂ ਲੋੜੀਂਦੀ ਸਾਰੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਇਕੱਠੀ ਕਰ ਲਵੋ, ਤੁਹਾਨੂੰ ਆਪਣਾ ਕਿਤਾਬਚਾ ਡਿਜ਼ਾਈਨ ਕਰਨ ਅਤੇ ਛਾਪਣ ਲਈ ਸਪਲਾਇਰਾਂ ਨਾਲ ਰਲ ਕੇ ਕਾਰਜ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਪਵੇਗੀ।

- ਆਪਣੇ ਸਪਲਾਇਰ ਚੁਣੋ: ਤੁਹਾਨੂੰ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਦੋ ਸਪਲਾਇਰਾਂ ਦੀ ਲੋੜ ਪਵੇਗੀ – ਇੱਕ ਸਿਰਜਣਾਤਮਕ ਡਿਜ਼ਾਈਨ ਬਣਾਉਣ ਵਾਲੇ ਅਦਾਰੇ ਦੀ ਅਤੇ ਦੂਜਾ ਕਿਸੇ ਛਾਪਕ ਦੀ। ਆਪਣੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ, ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ ਬਜਟ ਬਾਰੇ ਵਿਚਾਰ ਕਰਨ ਲਈ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨਾਲ ਗੱਲ ਕਰੋ। ਇਹ ਗੱਲ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਓ ਕਿ ਉਹ ਤੁਹਾਡੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਸਮਝਦੇ ਹੋਣ। ਅਕਸਰ, ਸਿਰਜਣਾਤਮਕ ਡਿਜ਼ਾਈਨ ਕਰਨ ਵਾਲਾ ਅਦਾਰਾ ਕਿਸੇ ਛਾਪਕ ਦੀ ਦੱਸ ਵੀ ਪਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਆਪਣੇ ਦੱਸੇ ਮੁੱਲ ਵਿੱਚ ਛਾਪਾਈ ਦਾ ਖਰਚ ਵੀ ਸ਼ਾਮਲ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਤੁਹਾਡੀ ਬਿਨਾਂ 'ਤੇ ਛਾਪਕ ਨਾਲ ਵਾਹ ਵੀ ਰੱਖ ਸਕਦਾ ਹੈ।
- ਵਿਚਾਰਾਂ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਸਪਲਾਇਰ ਨਾਲ ਵਿਚਾਰੋ: ਜਿੰਨ੍ਹੀ ਵੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਤੁਸੀਂ ਇਕੱਠੀ ਕੀਤੀ ਹੈ, ਇਸ ਨੂੰ ਸਿਰਜਣਾਤਮਕ ਡਿਜ਼ਾਈਨ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਆਪਣੇ ਅਦਾਰੇ ਨਾਲ ਸਾਂਝਿਆ ਕਰੋ। ਤੁਹਾਨੂੰ ਖੁਦ ਆਪਣੇ ਸਿਰਜਣਾਤਮਕ ਵਿਚਾਰ ਵੀ ਇਸ ਡਿਜ਼ਾਈਨ ਲਈ ਪੇਸ਼ ਕਰਨੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ।
 - ਇਹ ਵਿਚਾਰ ਕਰੋ ਕਿ ਕਿਨ੍ਹਾਂ ਸ਼ਕਲਾਂ, ਤਸਵੀਰਾਂ, ਰੰਗਾਂ ਅਤੇ ਸਮੱਗਰੀ ਨੂੰ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੀ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਧ ਤਰਜਮਾਨੀ ਕਰਨ ਵਾਲੀਆਂ ਮੰਨਦੇ ਹੋ।
 - ਇਹ ਸੋਚੋ ਕਿ ਤੁਹਾਡੇ ਗਾਹਕ ਵੱਲੋਂ ਤੁਹਾਡੇ ਕਿਤਾਬਚੇ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਵਰਤਿਆ ਜਾਵੇਗਾ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਕੈਲੰਡਰ, ਪਕਵਾਨ-ਵਿਧੀ ਜਾਂ ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਤ ਸੁਝਾਅ ਲਾ ਕੇ ਤੁਸੀਂ ਇਸ ਨੂੰ ਕੂੜੇ ਵਿੱਚ ਸੁੱਟੇ ਜਾਣ ਤੋਂ ਬਚਾਅ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ।

- ਅਜਿਹੀਆਂ ਤਕਨੀਕਾਂ ਬਾਰੇ ਗੱਲ ਕਰੋ ਜਿਹੜੀਆਂ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਕਿਤਾਬਚਾ ਖੋਲ੍ਹਣ ਲਈ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਕਰ ਦੇਣ। ਮੂਹਰਲੇ ਸਫ਼ੇ ਨੂੰ ਇਕੱਲੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਲੇਗੋ ਨਾਲ ਹੀ ਨਾ ਭਰ ਲੈਣਾ; ਸੰਭਾਵੀ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਆਪਣੀਆਂ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ਾਂ ਦੇ ਮੁੱਲਵਾਨ ਹੋਣ ਦੀ ਗੱਲ ਨਾਲ ਪ੍ਰੇਰੋ।
- ਆਪਣੇ ਸਪਲਾਇਰਾਂ ਦੇ ਵਿਚਾਰ ਸੁਣੋ (ਉਹ ਮਾਹਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ) ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਸਵਾਲਾਂ ਦੇ ਜਵਾਬ ਦਿਓ।
- ਕੱਚੀ ਛਾਪ ਨੂੰ ਪੜਤਾਲੋ: ਤੁਹਾਡੇ ਸਪਲਾਇਰ ਨੂੰ ਤੁਹਾਡੇ ਵੱਲੋਂ ਪੜਤਾਲ ਕੀਤੇ ਜਾਣ ਹਿਤ ਕਿਤਾਬਚੇ ਦੀ ਇੱਕ ਕੱਚੀ ਨਕਲ ਤਿਆਰ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਕਈ ਸਪਲਾਇਰ ਤੁਹਾਡੇ ਵੱਲੋਂ ਪਸੰਦ ਕੀਤੇ ਜਾਣ ਲਈ ਅਨੇਕਾਂ ਵੰਨਗੀਆਂ ਪੇਸ਼ ਕਰਦੇ ਹਨ (ਇਸ ਗੱਲ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦਿਆਂ ਕਿ ਇਕਰਾਰਨਾਮੇ ਵਿੱਚ ਕੀ ਸਹਿਮਤੀ ਹੋਈ ਸੀ)। ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਕੱਚੀ ਛਾਪ ਨੂੰ ਪੜਤਾਲਦੇ ਹੋ, ਹਰ ਚੀਜ਼ ਨੂੰ ਗਹੁ ਨਾਲ ਜਾਂਚੋ। ਕੀ ਲੋੜੀਂਦੀ ਸਾਰੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਮੌਜੂਦ ਹੈ? ਕੀ ਹਰ ਚੀਜ਼ ਦੇ ਸ਼ਬਦ-ਜੋੜ ਸਹੀ ਹਨ? ਕੀ ਸੰਪਰਕ ਜਾਣਕਾਰੀ ਸਹੀ ਹੈ? ਕਿਸੇ ਵੀ ਗੱਲ ਨੂੰ ਬਿਨਾ ਜਾਂਚੇ ਸਹੀ ਨਾ ਮੰਨੋ – ਸੈਂਕੜੇ ਕਿਤਾਬਚੇ ਛਪਵਾ ਕੇ ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਵੇਖਣਾ ਕਿ ਇੱਕ ਫ਼ੋਨ ਨੰਬਰ ਗ਼ਲਤ ਛਪ ਗਿਆ ਹੈ ਬੜੀ ਮਹਿੰਗੀ ਗ਼ਲਤੀ ਹੋਵੇਗੀ।

ਅਗਲੇ ਕਦਮ

ਇੱਕ ਵਾਰੀ ਤੁਹਾਡਾ ਕਿਤਾਬਚਾ ਛਪ ਕੇ ਆ ਜਾਵੇ, ਇਹ ਗੱਲ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਓ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਲਈ ਇਸ ਦੀ ਸਹੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰੋ।

- ਕਿਤਾਬਚਾ ਲੋਕਾਂ ਦੇ ਹੱਥਾਂ ਤਕ ਪਹੁੰਚਾਓ: ਅਨੇਕਾਂ ਹੀ ਅਜਿਹੇ ਕਿਤਾਬਚੇ ਹਨ ਜਿਹੜੇ ਬੜੀ ਮਿਹਨਤ ਨਾਲ ਤਿਆਰ ਕੀਤੇ ਅਤੇ ਛਾਪੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ਪਰ ਕਦੇ ਵੀ ਵਰਤੇ ਨਹੀਂ ਜਾਂਦੇ। ਜੇ ਤੁਹਾਨੂੰ ਪਤਾ ਨਹੀਂ ਹੈ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਕਿਤਾਬਚੇ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਿਵੇਂ ਕਰੋਗੇ, ਤੁਹਾਨੂੰ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕਿਤਾਬਚਾ ਡਿਜ਼ਾਈਨ ਕਰਾਉਣ ਲਈ ਇੰਤਜ਼ਾਰ ਕਰ ਲਵੋਂ।
- ਵਿਤਰਣ ਦੀ ਕੋਈ ਨੀਤੀ ਵਿਕਸਤ ਕਰਨਾ: ਵਿਕਰੀ ਲਈ ਜਾ ਕੇ ਮੁਲਾਕਾਤਾਂ ਕਰਨ ਵੇਲੇ ਅਤੇ ਵਪਾਰਕ ਨੁਮਾਇਸ਼ਾਂ 'ਤੇ ਜਾਣ ਵੇਲੇ ਕਿਤਾਬਚੇ ਆਪਣੇ ਨਾਲ ਲੈ ਜਾਓ। ਸੰਭਾਵੀ ਗਾਹਕਾਂ ਲਈ ਇੱਕ ਡਾਕ-ਸੂਚੀ ਬਣਾਉਣ ਬਾਰੇ ਗ਼ੌਰ ਕਰੋ। ਆਪਣੇ ਮੁਕਾਮ ਵਿਖੇ ਇੱਕ ਸਮਾਗਮ ਕਰੋ ਅਤੇ ਮਹਿਮਾਨਾਂ ਲਈ ਕਿਤਾਬਚੇ ਉਪਲਬਧ ਕਰੋ।
- ਪੈਰਵੀ: ਪ੍ਰੋਤਸਾਹਨ ਦੀ ਕਿਸੇ ਇੱਕ ਹੀ ਗਤੀਵਿਧੀ ਦਾ ਨਤੀਜਾ ਵਿਰਲੇ ਹੀ ਕਦੀ ਕਿਸੇ ਇਕਰਾਰਨਾਮੇ, ਆਰਡਰ ਜਾਂ ਵਿਕਰੀ ਵਜੋਂ ਨਿਕਲਦਾ ਹੈ ਇਸ ਲਈ ਜਾ ਕੇ ਮਿਲ ਆਉਣ, ਫ਼ੋਨ ਕਰਨ ਜਾਂ ਵਧੇਰੇ ਚਿੱਠੀਆਂ ਪਾਉਣ ਵਰਗੀਆਂ ਪੈਰਵੀ ਵਾਲੀਆਂ ਕਾਰਵਾਈਆਂ ਲਈ ਤਿਆਰ ਰਹੋ।