



اشتباهات رایج در طراحی کارت ویزیت

همان‌طور که می‌دانید نمایشگاه الکامپ (الکترونیک و کامپیوتر) که یکی از بزرگ‌ترین و مهم‌ترین نمایشگاه‌های ایران است در روزهای دوم تا پنجم آذر برگزار شد. سعی کردم از تمام این چهار روز به خوبی استفاده کنم و در غرفه‌مان حضور پیدا کنم تا تحقیقاتی در زمینه مشتریان، رفتار آن‌ها، چگونگی جلب توجه آن‌ها و ... انجام دهم. با بسیاری از مدیران شرکت‌ها و سازمان‌ها آشنا شدم، شرکت‌هایی که درآمدهای قابل توجهی دارند. یکی از مواردی که خیلی توجهم را جلب کرد، کارت‌های ویزیتی بود که افراد مختلف به من می‌دادند.

کارت ویزیت یکی از مهم‌ترین و ساده‌ترین ابزار بازاریابی به‌شمار می‌رود. توسط آن شما خود و کسب‌وکارتان را در کم‌ترین زمان به دیگران معرفی می‌کنید؛ بنابراین برای طراحی آن باید وقت کافی اختصاص دهید. چند نقطه ضعف را که در اغلب کارت‌های ویزیت مشاهده کردم، با شما درمیان می‌گذارم تا از آن‌ها بپرهیزید.

۱. عدم توضیح زمینه کاری

کارت‌هایی را دریافت کردم که بر روی آن‌ها فقط نام شرکت، نام شخص و سمت شخص نوشته شده بود و نام شرکت زمینه کاری را مشخص نمی‌کرد. فرض کنید نام شرکتی «فرا فناوران روز» باشد. آیا می‌توانید حدس بزنید این شرکت چگونه می‌تواند برای شما مفید باشد؟ بنابراین بر روی کارت ویزیت به وضوح زمینه کاری را ذکر کنید.

۲. استفاده از عکس‌های نامناسب

کارت ویزیتی دریافت کردم که بیشتر شبیه به کارت ویزیت میوه فروشی‌ها بود! البته زمینه کاری شرکت واردات سخت‌افزار کامپیوتر بود، ولی طراح خلاق کارت ویزیت برای نمایش تفاوت آن‌ها با دیگران از عکس چند میوه استفاده کرده بود که یکی از آن‌ها رنگی متفاوت داشت. کارت ویزیت مکان مناسبی برای نمایش خلاقیت‌های طراح نیست و صرفاً جهت معرفی و بازاریابی کسب‌وکار به کار می‌رود.

۳. عدم استفاده از جملات توضیحی

بیا بید شرکت‌های جهان را به دو دسته تقسیم کنیم. شرکت‌های بسیار معروف و شرکت‌های معمولی. شرکت‌های بسیار معروف نیازی به توضیح کسب‌وکار خود ندارند و اگر بر روی کارت خود بنویسند میکروسافت، همه می‌دانند که چه کاری انجام می‌دهد. شرکت‌های معمولی، شرکت‌هایی هستند که غالب افراد آن‌ها را نمی‌شناسند. چنین شرکت‌هایی باید کارشان را در یک یا دو جمله توضیح دهند. کارتی دریافت کردم که بر روی آن نوشته شده بود: شرکت ... انجام پروژه‌های اتوماسیون. آیا با این عبارت دقیقاً متوجه می‌شوید این شرکت چه کمکی به شما می‌کند؟ به جای آن می‌توان نوشت: «با نصب دستگاه‌های هوشمند در کارخانجات، نیاز به کارگران کمتری خواهید داشت». این جمله سرنخی ارائه می‌کند که نشان می‌دهد همکاری با این شرکت، شاید نیاز به نیروی انسانی را کمتر سازد. بنابراین انگیزه بیشتری برای تماس و

گرفتن اطلاعات بیشتر می‌دهد.

۴. استفاده از فونت‌های بسیار ریز

در طراحی کارت ویزیت از فونت‌های بسیار کوچک استفاده نکنید. مدیر سالخورده‌ای کارت‌های را به من داد و بلافاصله توضیح داد که آدرس سایتشان را با حروف بزرگ‌تر یادداشت کنم زیرا ناخوانا بود! در نوشتن آدرس سایت از فونت‌های کوچک و همچنین از سایه و افکت‌های فتوشاپ استفاده شده بود. شاید یک گرافیک‌ست ترجیح دهد کارت‌های با فضای خالی و نوشته‌های ریز طراحی کند، ولی یک بازاریاب به فروش می‌اندیشد و نه فقط به زیبایی کارت.