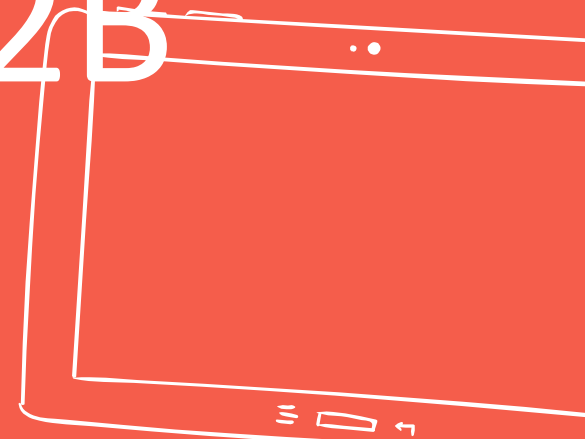
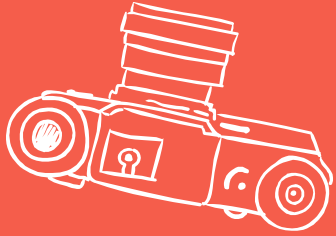


# 6 elementi fondamentali per una brochure B2B



# Chi sono!



Gabriella  
Mazzon



Ho vissuto “dall’interno” le dinamiche delle aziende B2B industriali in realtà di produzione e distribuzione, multinazionali e nazionali. Ho dato il mio contributo sviluppando le attività di Marketing e comunicazione offline/online e integrandole con diversi strumenti come ad esempio il CRM.

Ho deciso di ripartire da questa esperienza e avviare un nuovo progetto, **il blog INTINGO**, per condividere idee B2B e alimentare il talento con nuove contaminazioni.

Scopri tutti i nostri contenuti B2B in: [www.intingo.it](http://www.intingo.it)

Trovi intingob2b anche su:

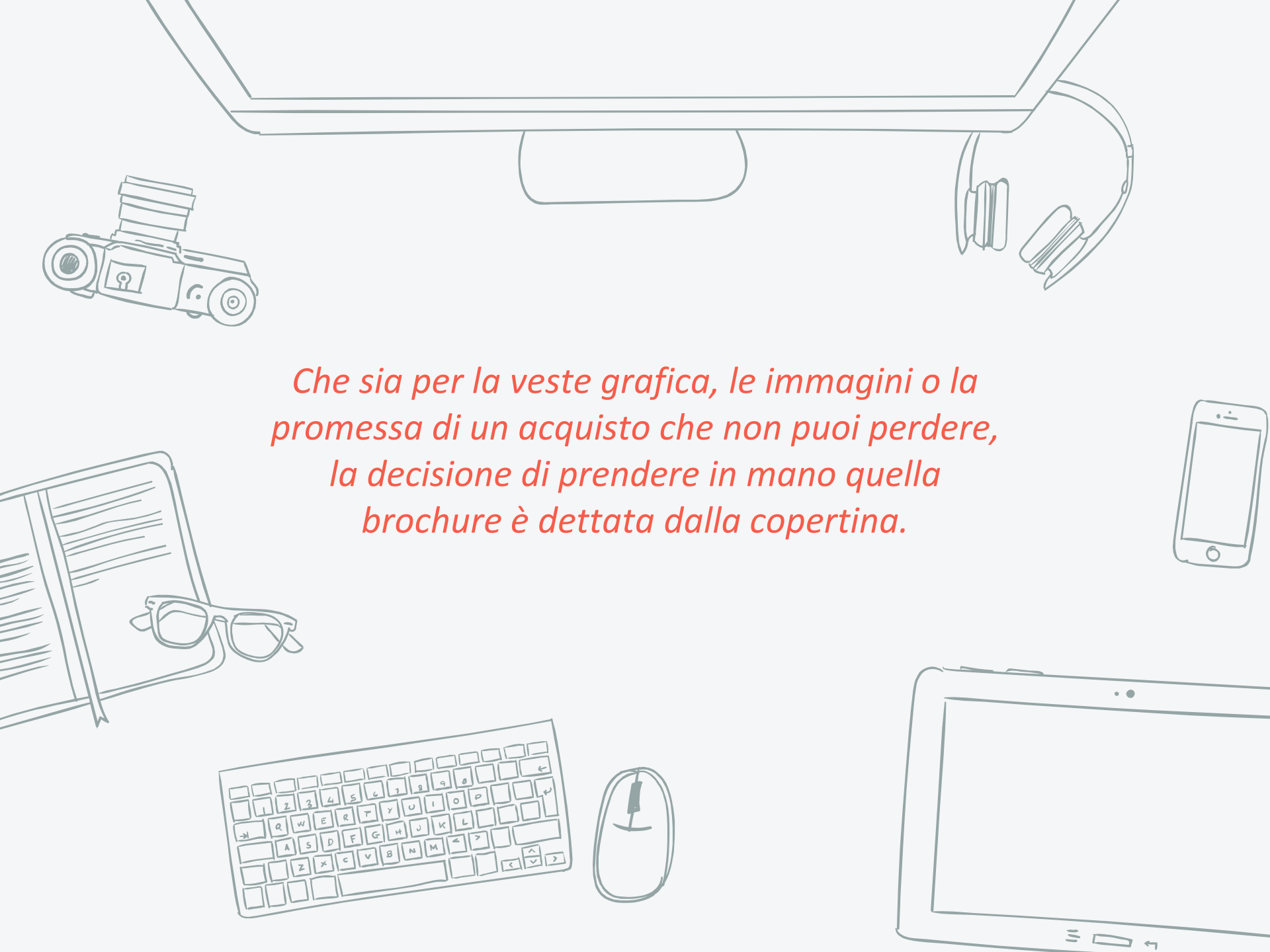




1.

# La copertina

DOVE TUTTO HA INIZIO



*Che sia per la veste grafica, le immagini o la promessa di un acquisto che non puoi perdere, la decisione di prendere in mano quella brochure è dettata dalla copertina.*



## Il giusto arco per ogni tipo di freccia: immagine...

Per la copertina puoi usare: il prodotto o la soluzione.

- ✘ Usa il prodotto se ti rivolgi a mercati diversi e non puoi dedicare a ciascuno una brochure. La brochure sarà meno efficace.
- ✘ Usa la soluzione se puoi rivolgerti a un singolo mercato e rendere personale il tuo messaggio, la brochure che sarà più efficace.




## Il giusto arco per ogni tipo di freccia: ... un titolo efficace

- ✘ Se usi il prodotto: trova una caratteristica che sia peculiare per il prodotto e riconosciuta in tutti i mercati a cui ti rivolgi
- ✘ Se usi la soluzione: il titolo è la soluzione al problema del settore specifico cui ti rivolgi.



## Esempi di titoli


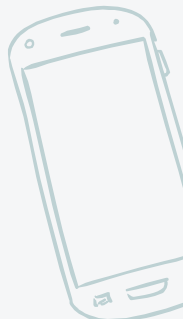


### Brochure incentrata prodotto


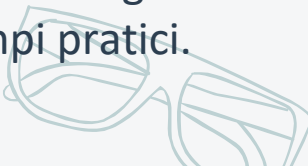
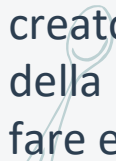
Martello Easy Find con GPS integrato, lo controlli con un'App

### Brochure incentrata sulla soluzione

Il tuo martello a portata di mano quando ti serve



**Nota:** In Intingo usiamo la metafora del [martello con GPS Easy find](#), un prodotto creato per i grandi cantieri edili che hanno il problema dei fermi di cantiere a causa della perdita degli attrezzi da parte degli operai. E' un'invenzione che ci consente di fare esempi pratici.





La tua brochure deve  
catturare l'attenzione

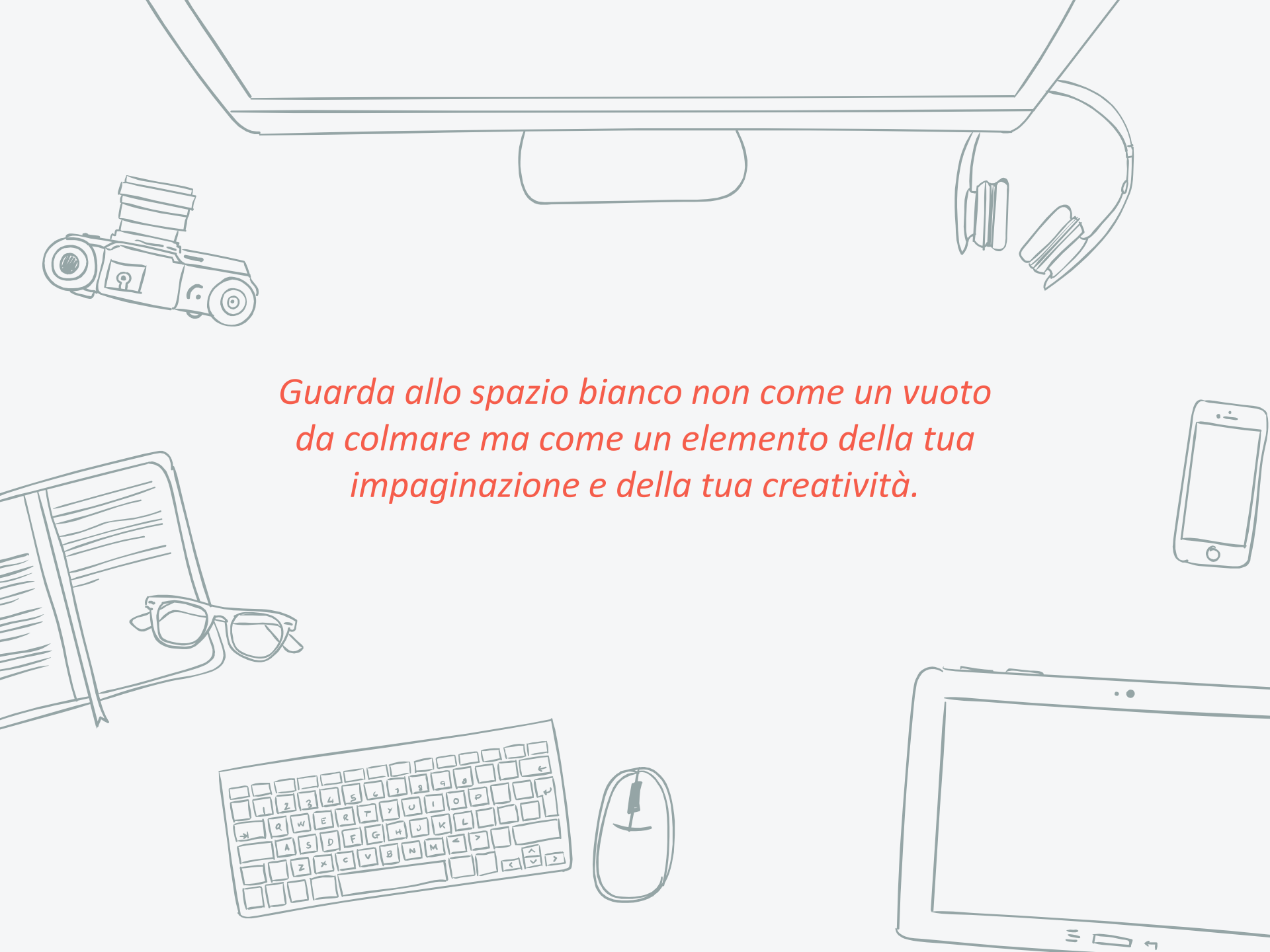




2.

# Lo spazio bianco

UNA DELIZIA PER GLI OCCHI



*Guarda allo spazio bianco non come un vuoto  
da colmare ma come un elemento della tua  
impaginazione e della tua creatività.*



# Lo sai che...


Non è tuo compito vendere il prodotto, per quello c'è la rete di vendita della tua azienda. Con la tua brochure devi coinvolgere il tuo interlocutore.



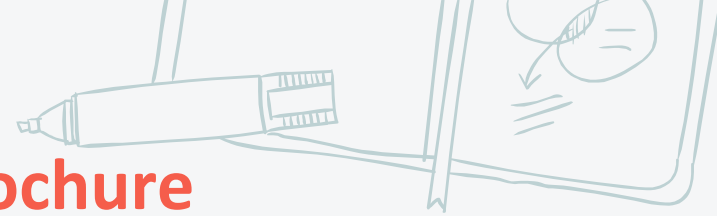
3.

# Non scrivi

PER ESSERE LETTO



*Devi scrivere per trasmettere un messaggio.  
Devi pensare al tuo interlocutore come a una  
comitiva di turisti cinesi che in un'ora visitano  
Milano, Roma e Firenze e sono felici di aver  
visto l'Italia.*



## I testi di una brochure devono essere brevi

### ORGANIZZA

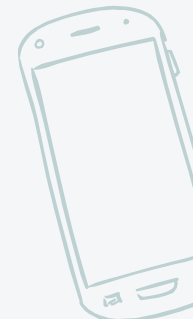
Devi costruire uno **schema di titoli e sottotitoli** che consentano al lettore di cogliere i punti chiave del prodotto senza neppure leggere il testo.

### FACILITA

Il tuo interlocutore in un colpo d'occhio deve giungere al centro del suo problema e **della tua soluzione**

### STAI SUL PEZZO

Tieni sempre a mente l'obiettivo principale: far passare il tuo messaggio nel modo più rapido e completo possibile.






4.

# Usa immagini di prodotto

REALIZZATE DA UN PROFESSIONISTA




*Lavorare nell'industria significa parlare, in definitiva, di "pezzi di ferro", capacità d'attrazione visiva meno che zero.*







## Affidati a fotografi professionisti



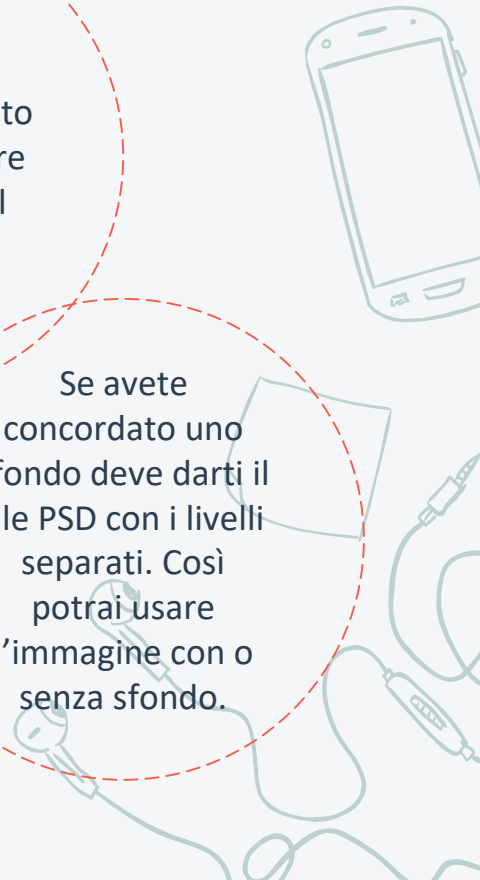
Un fotografo specializzato in foto industriali sa tirare fuori l'anima dal tuo prodotto.



Deve fornirti foto in alta risoluzione minimo 300 dpi. Le devi poter utilizzare in tutta la tua comunicazione.



Se avete concordato uno sfondo deve darti il file PSD con i livelli separati. Così potrai usare l'immagine con o senza sfondo.





5.

# Il passo è breve

DAL COLPO D'OCCHIO AL COLPO DI SPUGNA



# Lo sai che...

E' un tuo preciso compito far sì che il tuo interlocutore compia un'azione che lo porti verso la tua azienda.



## Le informazioni di contatto



Assicurati di includere tutto ciò che serve a entrare in contatto con l'azienda.

Crea un numero di telefono dedicato e forma il personale a rispondere.


Crea un QR-Code che chiami il numero o generi una email.



6.

# Cross media

CONNETTI I TUOI MEDIA OFFLINE E ONLINE  
E GENERA NUOVI LEAD



*Il digitale e la carta possono formare una coppia fenomenale per raggiungere l'obiettivo di diffondere il tuo messaggio e generare nuovi lead.*



# FAI SI CHE IL TUO INTERLOCUTORE VADA OLTRE LA CARTA DELLA TUA BROCHURE

## Versione Digitale

Un QR-Code alla landing page creata sul tuo sito dove il tuo interlocutore può scaricare la brochure per inviarla a un collega.

## Forza vendite

Ciascun commerciale avrà un QR-Code adesivo con tutti i suoi dati di contatto da applicare alla brochure prima di lasciarla a un potenziale cliente.

## Case study

Un QR-Code alla landing page creata sul tuo sito dove il tuo interlocutore può scaricare un case study di approfondimento dei temi della brochure.



## Vuoi saperne di più?

[Ecco l'articolo completo su Intingo.](#)

### Cos'è intingo?

Intingo.It è il **blog dedicato agli argomenti più attuali nel B2B.**

Realizzato da professionisti con decenni di esperienza in aziende B2B in particolare del settore industriale.

### Si parla anche di Marketing?

Sì e trovi anche **risorse, video, guide pratiche** per il tuo lavoro quotidiano.

### Ma solo marketing digitale?

No, ci occupiamo anche delle attività di **comunicazione più tradizionali** come la realizzazione di brochure, l'organizzazione delle fiere, la documentazione tecnica e

molto altro ancora.

### E per quanto riguarda la comunicazione digitale?

Trovi articoli, informazioni, **spunti e risorse gratuite** su Inbound marketing, content marketing, email marketing, landing pages, lead management e molto altro. In [www.intingo.it](http://www.intingo.it) tutto per i tuoi contenuti B2B.



## INTINGO.IT PER LA TUA COMUNICAZIONE B2B







## Credits

Per realizzare questa presentazione un grazie alle risorse messe a disposizione da:

Modello presentazione: SlidesCarnival

Foto Unsplash

