Сценарий №5

10 правил эффективной наружной рекламы.

Чтобы наружная реклама справилась с поставленными задачами, нужно учесть несколько важных моментов:

1. Вы должны четко понимать, что Вашему товару или услуге, действительно подходит для продвижения формат наружной рекламы. Да, она подходит не всем, ровно как и любая другая реклама!
2. Вы должны четко представлять, кто является Вашей целевой аудиторией, для того чтобы менеджеры рекламного агентства подобрали рекламные конструкции, которые смогут охватить места, где находиться или бывает данная целевая аудитория. Ролик на эту тему смотрите по ссылке.
3. Ну и конечно же, очень важную роль играет дизайн рекламного постера. Об этом мы и поговорим в данном ролике.

В наружной рекламе, существует много видов рекламоносителей: билборды, настенки, отдельно стоящие ситиформаты, ситиформаты в составе остановочных павильонов, ограждения и т.д. Эти рекламные форматы, несмотря на свою схожесть, имеют свои специфические особенности. При разработке сюжета рекламного постера, очень важно понимать и учитывать эти особенности.

В данном видео мы рассмотрим специфику разработки рекламного постера для Билборда, т.к. этот рекламный формат является самым популярным на рынке наружной рекламы.

Вы наверняка знаете, что все средства распространения рекламной информации отличаются методами, частотой и времени воздействия на целевую аудиторию. При разработке или оценке дизайна рекламного постера для билборда, следует учитывать время контакта. Билборды в основной своей массе расположены вдоль автомобильных дорог. Дороги – это скорость, дорожные знаки, множество транспортных средств, пешеходы и много других отвлекающих факторов. Водители и пассажиры сильно ограничены во времени контакта с рекламным сообщением.

Важно понять, что наружная реклама, в основном, это – КРАТКОСРОЧНЫЙ ЗРИТЕЛЬНЫЙ КОНТАКТ!

Установка конструкций на перекрестках со светофорами, рядом с пешеходными переходами увеличивает время контакта. Но все же – 2-5 секунды – вот то время, за которое человек в среднем должен увидеть, понять и запомнить ваше предложение и контакты.

Согласитесь, в такой ситуации - сюжет имеет огромное значение!

Хотим представить вам 10 правил, следуя которым можно создать рекламный постер, который справится с задачей - за 2-5 секунд и донести до ваших потенциальных клиентов – ваше предложение, а значит, максимально повысит эффективность рекламы!

Правило 1

Информация в постере должна быть настолько компактной и простой по форме и содержанию, чтобы ее можно было успеть усвоить за 2-5 секунды. Не нужно писать длинных текстов про то, что вы предлагаете. Выберите 4-7 самых важных слов.

Правило 2

Сюжет строится на рекламной идее, которая мгновенно схватывается и запоминается.

Правило 3

В макете должно использоваться одно, максимум два изображения/фотографии, которые максимально отражают суть рекламного сообщения.

**Правило 4**

Следует использовать шрифты простые и легкочитаемые, высотой букв от 35 до 60см. Например, буквы высотой 60 см можно прочитать с расстояния 60 м, а буквы высотой 3см можно прочесть только с расстояния меньше 12 м. Вряд ли ваши потребители будут находиться так близко от ваших плакатов. Делайте выводы!

Правило 5

В макете необходимо минимизировать адресный блок и использовать только ключевой способ контакта.

**Правило 6**

Большое значение в разработке рекламного постера имеет правильный выбор цвета. Теплые цвета (красный, оранжевый, желтый) оптически приближают изображение, в то время как холодные (зеленый, голубой) – удаляют; темные оттенки цветов оптически приближают изображение, а светлые – удаляют. Контраст темных и светлых красок (черный и белый, черный и желтый) хорошо виден и легко читается, в то время как другие контрастные цвета (голубой и желтый, красный и зеленый) с определенного расстояния практически не читаемы!

Цветовая гамма макета должна также выбираться исходя из времени года и, соответственно, того фона, который будет преобладать во время проведения рекламной кампании. Например, зимой лучше не использовать светлый фон, а летом зеленый, так как ваши рекламные сюжеты могут слиться с окружающей средой.

**Правило 7**

Проверяйте читабельность постера на распечатке. У нас есть одна маленькая хитрость! Мы можем посмотреть, как будет выглядеть наша реклама с расстояния 90 и 60 метров не выходя из офиса! Для этого нужно приколоть к стене макет плаката и посмотреть на него через вырезанное в листе бумаги прямоугольное отверстие, перемещаясь вперед-назад, пока макет полностью не совпадет с вырезанным вами прямоугольником.

Прямоугольник размером 5\*2см дает представление, как будет выглядеть ваш плакат с расстояния 90м, а прямоугольник величиной 8\*4см – с расстояния 60м.

Правило 8

Чтобы оценить, как постер вписывается в окружающую среду, делайте привязки к местности. Т.е. когда Вы выбрали места и сюжеты – вы можете попросить у наших менеджеров фотомонтаж, который позволит Вам примерно оценить, как будет виден ваш плакат в конкретном месте.

Правило 9

Нужно обращать внимание на то, на какой стороне будет размещаться ваш постер – на А или на Б. А сторона – это сторона по ходу движения транспорта, Б сторона – соответственно – противоположная. Это касается не всех сюжетов, но многих. Если на вашем плакате условно 50% текст, а 50% фотография, то всегда текст д.б. ближе к дороге – так он будет более читабельным.

Правило 10

Старайтесь при проведении рекламных кампаний часто кардинально НЕ менять цвета и стили.

Например, люди привыкают к тому, что крупная розничная сеть имеет зеленый цвет и игнорируя лишнюю информацию обращают внимание на конкретное предложение – на что сегодня АКЦИЯ. Если же вы поменяли цвет и теперь он стал розовым, то те самые 2-5 секунд будут размыты – часть времени уйдет на понимание – кто же это предлагает и часть времени на то, что же за АКЦИЯ.

В данном видео мы представили не все, но основные правила. Если Ваши дизайнеры или рекламное агентство, которое разрабатывает вам сюжет постера будет им следовать, то ВАША реклама будет гораздо более эффективной.

Ну, а если она будет еще и креативной…. То просто супер.

Специалисты нашей компании готовы безвозмездно проанализировать ваши сюжеты. Присылайте, мы в течении одного рабочего дня дадим вам свои рекомендации.

У Вас остались вопросы? - Звоните – и мы ответим!

Подписавшись на наш канал, вы сможете оперативно просматривать серию видео, которые позволят повысить эффективность Вашей рекламной кампании. А на этом всё, ставьте лайки и комментируйте.

Ещё увидимся, до встречи, пока.