

5 tips

voor het vormgeven van een online advertentie



Het succes van een bannercampagne ligt aan een combinatie van factoren; valt de banner genoeg op, staat de banner op een zichtbare plek en is de boodschap helder en aantrekkelijk? Voordat de reclameboodschap ontwikkeld wordt is het belangrijk om eerst stil te staan bij een aantal voorwaarden, zoals effectiviteit, call-to-action en vormgeving. Met betrekking tot de vormgeving geven wij u hieronder een 5-tal tips.

1. Houd het simpel en beknopt

Een banner moet snel de aandacht trekken. Een algemene, simpele en directe opzet van uw banner heeft het meeste effect. Houd de tekst kort maar krachtig. Een simpele, heldere en korte boodschap scoort beter dan een cryptische lap tekst. Maak de banner niet te zwaar, een banner moet snel laden, het liefst nog voor de rest van de webpagina op het scherm verschijnt.

2. Wees de afzender van de boodschap

Zorg dat uw banner herkenbaar is, dat u de afzender bent van de boodschap. Zet bij een bewegende banner uw logo/merk in alle frames. Dit zorgt ervoor dat uw merk goed aanwezig is en op die manier bouwt u aan naamsbekendheid, herkenning of zelfs erkenning. Is het niet mogelijk uw logo/merk in alle frames te plaatsen, zorg er dan voor dat uw logo/merk zeker in het laatste frame in beeld is, zo ziet men uw logo nadat de animatie gestopt is. NB: Een van de eigenschappen van online adverteren is, dat bezoekers uw banner zien - maar niet klikken - en in een later stadium uw bedrijfsnaam en/of merk gaan opzoeken.

3. Animatie in uw banner

Beweging in uw banner trekt het oog van de kijker. Een animatie kan wonderen doen, mits hij snel is geladen. Let wel: overdaad schaadt, maak er geen kerstboom van. Irritatie verkoopt namelijk niet. Herhaal de animatie niet te vaak en zorg dat hij aansluit bij uw doel en boodschap. Zorg dat in uw banner het laatste frame van de animatie langer stilstaat, als een soort einde. Houd bij animatie rekening met een 3-seconden tijdslimiet. Langer zal een bezoeker uw banner niet bekijken.

4. Kleuren en afbeelding

Het moet voor de kijker prettig zijn om naar uw banner te kijken. Het kleurenschema in uw banner moet één geheel vormen met het imago of logo van uw bedrijf. Zorg dat er genoeg contrast is tussen tekst en achtergrondkleur. Kleuren hebben een sterke aantrekkingskracht, maar kunnen ook afstoten. Sommige kleuren roepen een bepaalde associatie op. Zo associëren veel mensen **rood** met gevaar, een verbod en vooral "niet doen". Andere primaire kleuren in een banner als **blauw**, **geel** en **groen** leiden juist tot een hogere doorklikratio en zwart-wit valt doorgaans minder op. Felle kleuren daarentegen zijn onaangenaam, leiden af of kunnen zelfs niet leesbaar overkomen.

5. Evenwicht tussen tekst en afbeeldingen

Maak gebruik van tekst en afbeeldingen om uw boodschap te verkondigen. Tekst en afbeeldingen worden door verschillende delen van de hersenen geïnterpreteerd. Integreer beide in uw banner op een harmonieuze wijze zodat uw banner de bezoeker op een cognitieve en emotionele manier positief beïnvloedt. Het gebruik van tekst en afbeeldingen kan helpen in het beter onthouden en herinneren van uw banner nadat een bezoeker deze heeft gezien. Maak de advertentie gemakkelijk te lezen. Stem het lettertype, -grootte en -kleur af op de achtergrond. Houd rekening met de ruimte om en tussen regels en letters.