

ELF TIPS VOOR HET MAKEN VAN EFFECTIEVE BANNERS

powered by TechAds

01

STREEF NAAR HARMONIE

De advertenties en de landingspagina moeten overeenstemmen met je brand guideline om samenhang bij verschillende marketinginspanningen te waarborgen. Wanneer dit niet gebeurt zal dit ten kosten gaan van je naamsbekendheid en merkloyaliteit.

02

ZORG VOOR EEN GOEDE LANDINGSPAGINA

Zorg dat de landingspagina visueel overeenkomt met de banners. Dit resulteert in vertrouwen bij de bezoeker. Tevens schep je in de banner een bepaalde verwachting. De landingspagina moet deze verwachtingen waarmaken.

03

KEEP IT SIMPLE

In een kort moment moet je merk en kernboodschap eruit springen voor de kijker. Houd de advertentie visueel en inhoudelijk eenvoudig.

TIP: Schrijf CTA's die tussen de 2 - 5 woorden lang zijn.

04

KIES HET JUISTE LETTERTYPE

Wellicht een open deur, maar we zien het nog vaak fout gaan.

Zorg dat het lettertype goed leesbaar is. We raden aan onderscheidende lettertypen of formaten te gebruiken voor kopteksten en beschrijvingen

Vermijd schuingedrukte, extreem dunne of kleine lettertypen en zet niet alles in hoofdletters.

05

VERGEET JE LOGO NIET

Het doel van de advertentie is meer traffic naar je website en te laten converteren. Om naamsbekendheid op te bouwen moet je logo altijd duidelijk in de advertentie staan.

06

ZORG VOOR STERKE BEELDVORMING

Het gebruik van beeld kan je advertentie naar een hoger niveau tillen. Beeld gebruik moet zinvol zijn en de boodschap ondersteunen.

07

URGENTIE, URGENTIE, URGENTIE

De banner moet opvallen en zorgen dat mensen actie gaan ondernemen. Gebruik in het ontwerp gedurfde contrasterende kleuren om visuele urgentie aan te geven.

08

DENK NA OVER KLEURGEBRUIK

Kleur is het eerste dat de doelgroep opvalt. Ze mogen niet in strijd zijn met je merk, maar moeten de juiste emotie oproepen.

Op de volgende pagina's een overzicht van de emoties die kleuren over het algemeen in onze Westerse cultuur oproepen.

- Geel – Vriendelijk, vrolijk & hongerig. Springt in het oog en heeft een jonge enthousiaste uitstraling.
- Groen – Milieuvriendelijk, gezond, fris, levend, groeiend & nieuw. Deze kleur is ontspannend voor de ogen.
- Rood – Liefdevol, gepassioneerd en boos. Een kleur die veel mensen aanspreek, maar niet als hij overweldigend is. Vermijd rood als je een volwassen, sombere of serieuze toon wilt bereiken
- Paars – Extravagant, luxueus, magisch, wijs en creatief. Paars heeft een kalmerend en rustgevende werking.
- Roze – Vrouwelijk, jeugdig, liefdevol, lief en kinderachtig. De helderheid en kleurtoon bepalen de betekenis van roze.
- Oranje – Energiek & speels. Een kleur die opvalt, maar minder overweldigend is dan rood.

- Grijs – Praktisch & neutraal. Als achtergrond zorgt het voor intensere kleurencombinaties.
- Blauw – Veilig, betrouwbaar, volwassen, intellectueel, duidelijk, mannelijk & koud. Meest populaire merkdesignkleur.
- Wit – Puur, eerlijk, modern, schoon, ongecompliceerd en onschuldig. Gebruik wit om gevoelens van jeugd en soberheid op te roepen.
- Zwart – Krachtig, exclusief, prestigieus, luxueus, modern, formeel en mysterieus. Zwarte tekst op wit is nog steeds de makkelijkste leesbare combinatie en voor een traditioneel no-nonsense merk of moderne start-up kan zwart een krachtpatser zijn.
- Bruin – Aards, ruig, mannelijk, nederig, diepgaand, houtachtig, natuurlijk en leerachtig. Perfecte kleur voor het balanceren van heldere kleuren en het suggereren van natuurlijke kracht. Tevens ideaal voor achtergrondtexturen en kleuren.

09

GA VOOR EEN ACTIEVE CTA

Een goede CTA roept op tot actie! Denk na over de verschillende acties die de doelgroep kan uitvoeren en ga voor de meest actiegerichte CTA. 'Ontvang onze nieuwsbrief' heeft niet hetzelfde effect als 'Bekijk onze nieuwsbrief'.

10

GEBRUIK EERSTE PERSOONSVORM

Zet de CTA in de eerste persoon. Uit onderzoek blijkt dat de conversie met 90% stijgt als je iemand vanuit de eerste persoonsvorm aanspreekt. Het is persoonlijker en de kijker ziet letterlijk de handeling voor zich. Bijvoorbeeld 'Schrijf me nu in' kan beter converteren dan 'Schrijf je nu in'. Of 'Vertel me meer' in plaats van 'Meer info'.

11

SPEEL MET CTA KNOPVORMEN

De meest populaire CTA-knoppen zijn de afgeronde of vierkante rechthoeken. Er is echter geen bewijs dat dit betere resultaten oplevert. Andere vormen kunnen dus zeker ook effectief zijn.