

Καταχώρηση

Η καταχώρηση για διαφημιστικό σκοπό είναι ένας ακριβός και επιθετικός τρόπος επικοινωνίας, διότι σε περιορισμένη χρονική περίοδο και μικρό χώρο πρέπει να ματαδώσει ένα θετικό μήνυμα.

Σχεδίαση της καταχώρησης

Μια καλή καταχώρηση είναι σαφής και λιτή και προϋποθέτει σωστή μελέτη. Χρησιμοποιώντας τους παρακάτω κανόνες το μήνυμα της καταχώρησης θα είναι πιό αποτελεσματικό ούτως ώστε να τραβήξει την προσοχή των πιθανών πελατών και να αυξήσει την ανταπόκριση του κοινού.

Ένα έντονο στοιχείο: Μπορεί ένας μεγάλος και σκούρος τίτλος, μια φωτογραφία ή ένα γραφικό στοιχείο, οτιδήποτε μεγάλο και έντονο ώστε να τραβήξει την προσοχή. Ανοίγοντας μια εφημερίδα διαπιστώνουμε ότι αυτό που βλέπουμε πρώτα είναι η καταχώρηση με το μεγαλύτερο και πιό σκούρο – έντονο στοιχείο. Δεν είναι απαραίτητο να είναι η μεγαλύτερη σε διάσταση καταχώρηση. Ακόμα και μια μικρής διάστασης καταχώρηση μπορεί να τραβήξει περισσότερο την προσοχή μας.

Ο τίτλος: Στενές και μικρής διάστασης γραμματοσειρές δεν είναι κατάλληλες για να τραβήξουν την προσοχή. Χρησιμοποιείτε μεγάλα γράμματα, έντονα και ευανάγνωστα. Με τον τρόπο αυτό ο αναγνώστης που ξεφυλλίζει το έντυπο θα σταματήσει στη δική σας καταχώρηση και αν το μήνυμα του τίτλου είναι εξίσου δυνατό τότε σίγουρα θα σταματήσει και θα διαβάσει όλη τη καταχώρηση. Χρησιμοποιήστε τον κεντρικό τίτλο για να περάσετε το μήνυμά σας. 4 στους 5 αναγνώστες δεν διαβάζουν κάτω από τον τίτλο. Οι περισσότεροι άνθρωποι διαβάζουν μόνο τον τίτλο. Μέσα από τον τίτλο περάστε τα οφέλη που θα κερδίσει από το προϊόν ή την υπηρεσία της εταιρείας. Κάθε τίτλος έχει ένα σκοπό: Να τραβήξει την προσοχή του αναγνώστη και να τον κάνει να διαβάσει την καταχώρηση. Ο γρηγορότερος και ευκολότερος τρόπος για να το πετύχει είναι να του υποσχεθεί κάτι που επιθυμεί. Επομένως στον τίτλο πληροφορήστε τον πως θα ωφεληθεί από την εταιρεία.

Απλότητα: Μια μεγάλη φωτογραφία είναι καλύτερη από πολλές μικρές. Σκοπός σας είναι να διευκολύνετε τη ματιά του αναγνώστη να ακολουθήσει μια ομαλή ροή με κατεύθυνση από πάνω αριστερά μέχρι κάτω δεξιά.

Κείμενο και εικόνα: Μη χρησιμοποιήστε πολλές φωτογραφίες ή γραφικά στοιχεία, ώστε ο αναγνώστης να μην μπορεί να ακολουθήσει το μήνυμά σας. Μή βάζετε κείμενα πάνω στην εικονογράφηση. Αυτό δεν σημαίνει επάνω ή κάτω από την εικόνα αλλά μέσα σε μια φωτογραφία ή μια εικόνα, ακόμα κι αν αυτή εμφανίζεται αχνά στη σελίδα. Όταν χρησιμοποιείτε λέξεις μέσα σε μια εικόνα είναι πάρα πολύ δύσκολο να διαβαστούν με αποτέλεσμα να μειώνετε πολύ τον αντίκτυπο της καταχώρησης και ο αναγνώστης να γυρίζει τη σελίδα. Εάν θέλετε να κάνετε την καταχώρηση πιό καλλιτεχνική ή μοντέρνα, βρείτε έναν άλλο τρόπο.

Πληροφορίες: Χρειάζεται να παρέχεται κάθε είδους πληροφορία έτσι ώστε να απαντάτε σε κάθε πιθανή απορία του πιθανού πελάτη σας. Οι πληροφορίες που θα παρέχετε να είναι ολοκληρωμένες. Όσο περισσότερες πληροφορίες δίνετε στον αναγνώστη τόσο περισσότερα στοιχεία έχει για να αποφασίσει.

Υποστηρίξτε τις δηλώσεις σας με γεγονότα. Λέξεις όπως «ποιότητα», «αξία», «αποτέλεσμα» δεν αποδεικνύουν τίποτα. Οι θετικές και συγκεκριμένες δηλώσεις χτίζουν την αξιοπιστία που χρειάζεστε.

Γράψτε όπως μιλάτε. Να χρησιμοποιείτε καθημερινή γλώσσα. Όταν γράφετε σε απλή γλώσσα αποκτάτε μεγαλύτερη αμεσότητα, άρα και μεγαλύτερη ανταπόκριση. Όσο πιό φιλικό και προσωπικό είναι το κείμενο τόσο πιό αποτελεσματικό γίνεται.

Επικοινωνία: Προκαλέστε τα τηλεφωνήματα. Σιγουρευτείτε ότι ο αριθμός τηλεφώνου της εταιρείας είναι εύκολο να βρεθεί και να διαβαστεί. Βοηθείστε τον αναγνώστη να επικοινωνήσει με την εταιρεία. Χρησιμοποιήστε ξεκάθαρους χαρακτήρες.

Προσοχή: Η ίδια καταχώρηση μπορεί να δημοσιευθεί σε διαφορετικά έντυπα, όπου ισχύουν διαφορετικά μεγέθη. Γι' αυτό σιγουρευτείτε ότι η σύνθεση προσαρμόζεται κάθε φορά χωρίς απώλειες στοιχείων. Εάν η διαφήμιση μπαίνει δίπλα σε άρθρα βεβαιωθείτε ότι ξεχωρίζει με κάποιο τρόπο (περίγραμμα ή ικανοποιητικό κενό χώρο).