

Etkili Banner Tasarlamanın Yolları



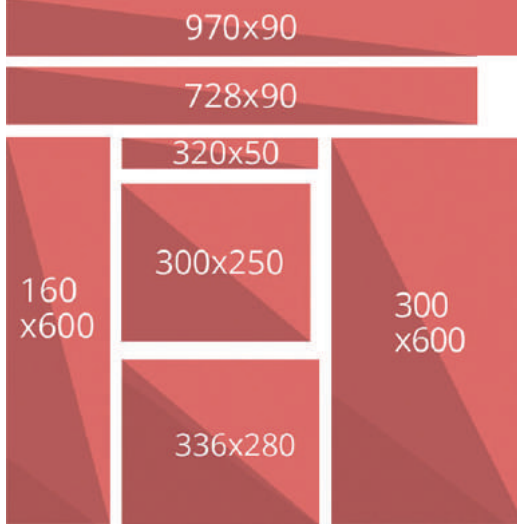
adres**gezgini**



Etkili Banner Tasarlamanın Yolları

Banner reklamlar günümüz dijital dünyasında kullanılan, pazarlamanın en verimli biçimlerinden biridir. Firmalar, marka farkındalığını artırmak için uygun fiyatlı, ölçülebilir ve etkili bir araç olarak banner reklamları kullanır ve bunlar için iyi birer tasarım yapılması gerekir. Yaratıcılık, kullanıcıların dikkatini çekmek için önemlidir. Tasarımcıların etkili banner reklamları tasarımı için bazı şeyleri dikkate alması oldukça önemlidir.

1. Standart ve en etkili banner reklam boyutlarını kullanın



Google Adsense'e göre en başarılı banner reklam boyutları şunlardır:

- ☒ 336x280
- ☒ 300x600
- ☒ 300x250
- ☒ 970x90
- ☒ 728x90
- ☒ 320x50 (Mobil)
- ☒ 160x600

Reklam Politikaları içeriğindeki diğer boyutlar:

- ☒ 250x250
- ☒ 468x60
- ☒ 200x200
- ☒ 120x600

2. Hiyerarşiyi koruyun

Banner reklamlar marka farkındalığını artırmak, web sitenizde trafik yaratmak için tasarlanmıştır ve 3 temel bileşeni vardır:

Firmanızın logosu: Firmanızın logosu, marka farkındalığı oluşturmak için dahil edilmelidir. Görsel olarak baskın olduğundan emin olun; fakat mesajın önüne geçmesine izin vermeyin.



Mesaj: Mesajda markanızın sağladığı ürün veya hizmet hakkında dikkat çekici görsel ve metinler kullanılmalıdır. Örneğin “%50 İndirim”, “Yüksek Kalite”, “Sınırlı Süre” veya “Bedava!” gibi metinler, özel teklifler ve fiyatlar, banner reklamlarda en çok yer kaplayan ve izleyicinin dikkatini çeken ilk şey olmalıdır.

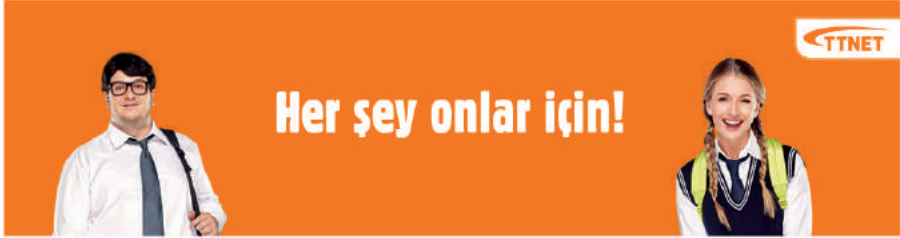


Harekete geçirme: Harekete geçirme genellikle metin veya benzeri ifadeler ve bir düğme aracılığıyla yapılır.

“Buradan Kayıt Ol”, “Şimdi İzle”, “Daha Fazla Bilgi” gibi çarpıcı bir odak noktası ile izleyicinin tıklaması sağlanmalıdır.



3. Tasarımı basit tutun



Görsel ve içeriği basit tutun. İzleyiciler büyük ihtimalle sadece birkaç saniye için banner reklama bakıyorlar.

4. Düğmeleri uygun kullanın



Düğmeler **Tıklama Oranını** artırmak için kullanılır. Eğer, reklamınızda bunları kullanacaksanız, ortada veya sağ alt tarafta, zıt renklerde ve reklam setinin görünümüne uygun olarak konumlandırılmalısınız.

5. Banner reklamınız net bir çerçeve içinde olsun



İnsanların dikkatleri doğal olarak bir çerçeve içindeki konuya çekilir. Yani banner reklam kutusunun tüm kenarlarına uzanan açıkça tanımlanmış bir çerçeve olduğundan emin olun. Reklam beyazsa, o reklamın etrafında 1 piksel gri sınır koymak yaygın bir uygulamadır.

6. Metin anında okunabilir olsun



Evet: Başlık ve gövde metinlerini farklı boyutlarda ve 4 satır ya da daha az yapın.

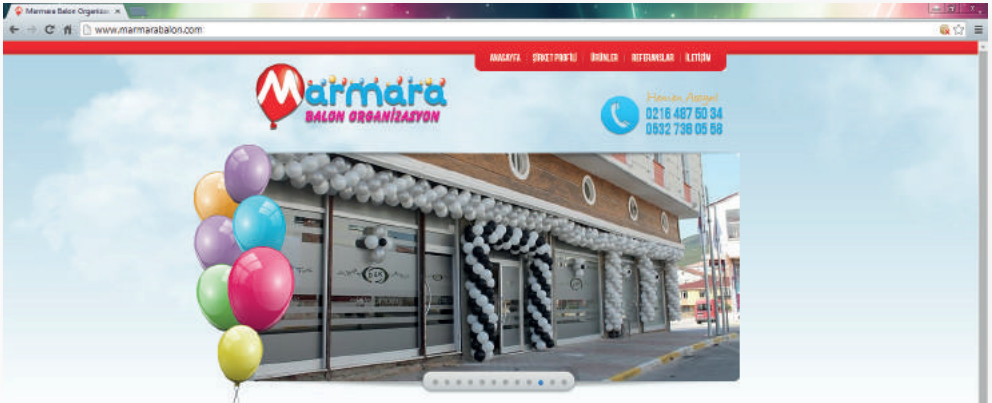


Hayır: El yazısı şeklinde, son derece ince, 10 puntodan daha küçük veya hepsi büyük harfle yazılmış yazı tiplerini tercih etmeyin.

7. Tasarımın marka ile tutarlı olduğundan emin olun



Banner reklamınız, sunduğu şey ile alakalı başka bir sayfaya bağlanıyor. Reklamın marka ve bağlandığı sayfa ile tutarlı olduğundan emin olun ki; potansiyel müşterilerin aklı karışmasın.



8. Doğru dosya biçimini kullanın



JPG, HTML, GIF veya Adobe Flash dosyaları çalışmanızın çıktıları olabilir ve bunları üretmek için, Adobe Illustrator, Photoshop, Flash veya Google Web Designer'da çalışabilirsiniz.

9. Dosya boyutlarını küçük tutun

Google AdWords'e göre banner reklam, 150 KB veya altında olması gerekiyor. İzleyiciler aşağı doğru ilerleyip kaçırmadan önce reklamın hızlıca yüklenmesi gerekiyor.

10. Görüntüleri doğru ve ihtiyacınıza göre kullanın



Mesajınızı geliştirmek için müşterinin ürünü ile doğrudan ilgili görüntü, grafik veya fotoğrafları seçin. Profesyonel fotoğrafçılık veya süper modelleri karşılayamıyor musunuz? O halde internette yer alan bir stok görüntü sitesine üye olarak, uygun bir lisans satın alabilirsiniz. Orada milyonlarca yüksek kaliteli görüntü olacaktır.

Fakat fotoğraf veya görüntüleri kullanmak her zaman gerekli değildir. Metinli reklamlar bazen muhteşem bir cümle ve güzel bir tipografi ile aynı oranda etkili olabiliyor.

11. Aciliyet duygusu aşılayın



Zıt renk ve kalın karakter kullanarak metne görsel aciliyet hissi getirin. Kullandığınız metinle aciliyet hissini destekleyebilirsiniz. Web reklamları her zaman incelikli olmak zorunda değildir.

12. Uygun renkler seçin



Tüm renklerin farklı çağrışımları vardır ve izleyicilerde uyandırılmak istenen duyguları dikkate alarak seçilmesi önemlidir. Renkler izleyicilerin reklamda fark ettikleri ilk şeydir, o yüzden renkleri seçerken nokta atışı yapmak zorundasınız.

Renkler aynı zamanda öznel olabilir ve farklı kültürlerde farklı çağrışımları bulunabilir, bu nedenle renkleri seçerken hedef kitlenizi iyi incelediğinizden emin olun. Renklerin bir listesi verilmiş ve tipik bir Batılı izleyicide uyandırdığı duygular not edilmiştir.

Reklamlarınızda genel ruh halini oluşturmak için bu renklerin değişik kombinasyonlarını kullanabilirsiniz.

Kırmızı: Tehlike, tutku, öfke, heyecan, hız ve aşk ile bağlantılıdır. Tüm kitleleri etkileyen en güçlü renktir ve aynı zamanda iştah uyandırdığı bilinmektedir. Aşırıya kaçmadan kullanılmalıdır.

Turuncu: Canlılık, mutluluk ile bağlantılıdır. Kırmızı kadar güçlü olmasa da, davetkar ve samimidir (düğme için oldukça kullanışlıdır).

Sarı: Mizah, güneş ışığı, iyimserlik, enerji ile bağlantılıdır. Sarı dokunuşlar izleyicinin dikkatini çekebilir ve hatta mantıklı bir şekilde kullanıldığında turuncu ve kırmızıdan daha enerjik olabilir. Herhangi bir rengin ışığının çoğunu yansıtır, o yüzden sarı çok fazla kullanıldığında izleyicinin gözünü rahatsız edebilir.

Yeşil: Sağlık, tazelik, zenginlik, çevre, büyüme, beslenme ve yeni başlangıçlar ile bağlantılıdır. Göze en kolay hitap eden renktir.

Mavi: Emniyet, güven, açıklık, huzur, akıl, resmiyet, zerafet, hakikat, ferahlık, soğukluk, erkeklik ile bağlantılıdır.

Mor: Lüks, ayrıcalık, aşırılık, bilgelik, sihir, hırs, kadınlık ve yaratıcılık ile bağlantılıdır. İzleyici üzerinde yatıştırıcı, sakinleştirici bir etkisi vardır.

Pembe: Sevgi, tatlılık, kadınlık ve bebekler ile bağlantılıdır.

En feminen renktir.

Siyah: Seçkinlik, kötülük, gizem, güç, prestij, keder ve resmiyet ile bağlantılıdır. Geleneksel ve kurumsaldır. Beyaz bir arka plan üzerinde siyah metin en okunabilir renk kombinasyonudur.

Beyaz: Sağlık, temizlik, modernlik, hijyenik, basitlik, dürüstlük, masumiyet ve iyilik ile bağlantılıdır.

Kahverengi: Doğa, ahşap, deri, ve alçakgönüllülük ile bağlantılıdır. Güçlü renkleri dengeler ve arka plan renkleri ve dokular için kullanışlıdır.

Gri: Tarafsızlık ve pratiklik ile bağlantılıdır. Bir arka plan olarak kullanıldığında diğer renkleri yoğunlaştırır.

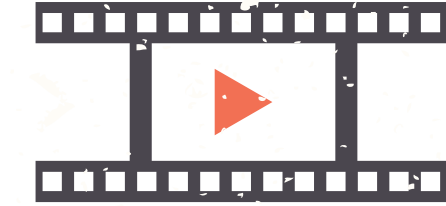
Son olarak reklamlarınızı tasarlarken, RGB renk modunda olduğunuzdan emin olun. Banner reklamlarınız sadece ekranda görüntülenecek.



13. Animasyon kullanmayı düşünün

Animasyonlu reklamlar genellikle statik banner reklamlardan çok daha etkili olabilir; ama reklam mesajının dağılmadığından emin olmak gerekir.

AdWords Politikaları gereğince animasyonun süresi maksimum 30 saniye olabilir. Siz yine de en fazla 15 saniye süren basit animasyonlar kullanmaya çalışın. Ayrıca animasyonun toplamda 3 kereden daha fazla döngüde olmadığından emin olun. Animasyonun son karesinde harekete geçiren özellik kalmalıdır.





Son Söz

Bazı genel tasarım kurallarını paylaştık ve her biri denemeye açıktır. Ayrıca iyi bir banner reklamın görüntüsüyle değil, performansı ile belirlendiği not edilmelidir. Gözünüze çok çirkin gelen; ama iyi performans gösteren banner reklam, başarılı bir tasarım olarak kabul edilebilir. Biraz araştırma ve çalışma ile, potansiyel müşterilerin web siteleri ziyaret etmesini sağlamak, etkili banner reklamlarla artırılabilir.



Kaynakça

1. <http://99designs.com/designer-blog/2013/10/14/14-design-tips-for-more-clickable-banner-ads/>
2. <http://onlinebusiness.volusion.com/articles/banner-ads-creating-effective-banner-ad-campaigns/>
3. <http://naldzgraphics.net/design-2/how-to-make-a-banner/>
4. <https://support.google.com/adwordspolicy/answer/1316548?rd=1>



Hazırlayan

Çağla NACİR

twitter.com/caglanacir



Google AdWords Certified Partner

444 0 964

www.adresgezgini.com