



# Jak zaprojektować skuteczny plakat reklamowy?

Czas, przez jaki odbiorca patrzy na **plakat reklamowy** to od 3 do 7 sekund. Nic dziwnego, że firmy prześcigają się w tworzeniu coraz bardziej kontrowersyjnych reklam, żeby zatrzymać jego wzrok. Na szczęście to nie jedyny sposób na to, by przyciągnąć uwagę przechodniów. Na co więc zwrócić uwagę podczas projektowania?

## Zastanów się nad funkcją plakatu

Funkcja plakatu to pierwsze, o czym musisz pomyśleć, zanim przystąpisz do właściwego projektowania. Cel kampanii promocyjnej musi przyświecać projektantowi podczas każdego etapu tworzenia grafiki. Przykładowo, **plakat reklamowy** informujący o nadchodzącym wydarzeniu będzie zawierał inne informacje (i często więcej tekstu) niż plakat wizerunkowy, którego jedynymi elementami może być przyciągająca wzrok grafika i logo firmy.

## Określ wiodący motyw

Po określeniu funkcji nadchodzi czas na wybranie wiodącego motywu, czyli tzw. key visual. Idealnie, gdyby był wykorzystywany w większości materiałów promocyjnych marki i kojarzył się z nią w ułamku sekundy. Na pewno wzmocni to rozpoznawalność marki – potencjalni klienci pierwszym kontakcie z plakatem będą wiedzieć, jakiej firmy dotyczy. Do najpopularniejszych przykładów motywów przewodnich należy np. czerwona łapka Heyah lub biało-fioletowa żelka Play.

## Zadbaj o spójność

Poza zaprojektowaniem i stosowaniem motywu przewodniego możesz korzystać z innych technik, dzięki którym wszystkie elementy identyfikacji wizualnej Twojej firmy będą ze sobą spójne. Budowanie spójnego wizerunku od samego początku działania marki jest niezwykle ważne. Potrzeba czasu, żeby odbiorcy zaczęli kojarzyć poszczególne motywy graficzne z Twoją działalnością, ale efekty systematycznej pracy zapoczątkują jej rozpoznawalnością. Zadbaj o to, żeby każdy **plakat reklamowy** był utrzymany w podobnej kolorystyce i konsekwentnie stosuj te same zasady do wszystkich projektów promujących markę.

## Ucinaj zbędne informacje

Skuteczność plakatu reklamowego tkwi w jego prostocie. Zastanów się, gdzie w przestrzeni miejskiej najczęściej mijasz plakaty? Są ustawiane przy ruchliwych ulicach, na ścianach budynków czy przystankach autobusowych, czyli wszędzie tam, gdzie przechodnie tylko mijają reklamę, omiatając ją wzrokiem. Dlatego dobrze zaprojektowany **plakat reklamowy** nie może być przeładowany informacjami, bo zdecydowana większość obserwatorów i tak ich nie przeczyta. Kontrastujące kolory, chwytliwe hasło lub odnośnik do strony internetowej to wszystko, co wystarczy, by potencjalny klient zainteresował się Twoją reklamą.

Jeśli wzięłeś pod uwagę wszystkie rady, czas na przetestowanie projektu. Wydrukuj plakat w oryginalnym formacie, powieś w odległości kilku metrów i przejdź koło niego. Sprawdź, czy grafika przyciągnęła Twój wzrok i jakie informacje zapamiętałeś, a w razie potrzeby, zmodyfikuj projekt.