

ARVAK

AÇIKHAVA
REKLAMCILARI
VAKFI

**AÇIKHAVADA
HAYATTA
KALMA
KILAVUZU**

Açık hava reklamlarında tasarım

Açık havada tasarım, reklamın etkisini doğrudan etkileyen en önemli unsurdur. Bu yüzden tasarım aşamasında bazı temel kurallara dikkat edilmelidir. Açık hava için tasarım yaparken, hedef kitlenizin fiziki durumunu göz önünde bulundurmanız *gerekir*.

Reklamınızı göreceak kişilerle hangi mesafeden etkileşime geçeceksiniz?

Hedefiniz sokakta yürüyen yayalar mı?

Akan trafikte yol alan araç sürücükleri mi?

EN ÖNEMLİ AMAÇ OKUNURLUK

1

Yalınlık

Tek bir fikir ya da mesaj üzerine yoğunlaşın.

2

Kısa metin

Reklam metniniz başlıkta 5 kelimeyi, toplamda 10 kelimeyi geçmesin.

3

Kısa kelimeler

Çabuk algılama için kısa kelimeler kullanın.

4

Okunurluk

Bütün metin ve logoların hedeflenen mesafeden okunabilir olduğuna emin olun.

5

Geniş ve okunaklı fontlar

Mümkün olabildiğince sade ve tırnaksız fontlar seçmeye dikkat edin.

6

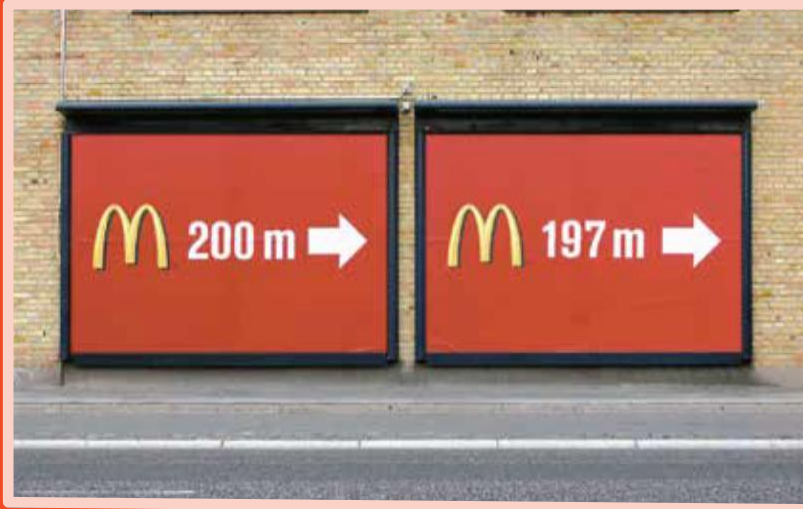
Çizgi kalınlığı

200 metreden ince çizgiler optik olarak görünmez.

YALIN FİKİR

- ❗ **Yalınlık çok önemli. Seyirhalindeki insanlar çok sayıda ve çok çeşitli uyarının bombardımanı altındadır. Karışık bir mesajı kısa sürede algılamak çok zordur.**

Hedef kitlenin yapmasını ya da hatırlamasını istediğiniz tek bir fikre odaklanın. Tüm fazlalıklarından sıyrılmış ve hayati bileşenlerine indirgenmiş bir fikir en etkili olandır. Ne kadar az kelime ve görsel kullanılırsa, poster o kadar ilgi çekici ve etkili olur.



KISA VE DİKKAT ÇEKİCİ METİN

Açık hava; daha çok evden işe gidip gelen, alışverişe çıkan ve hareket halinde olan kişileri hedef alır.

- ! Okunabilir olmak asıl amaçtır. Kelime sayısı ve başlıklarda kullanılan harf sayısı artıçça mesajın algılanma hızı azalır.

Dolayısıyla kısa kelimelerden oluşun mesaj kısa cümlelerle (7 kelime veya daha az) iletilmelidir.

Metinde “yeni” kelimesinin geçmesi, merak uyandırır, markaya olan ilgiyi artırır.



OKUNAKLI YAZI TİPİ

Hareket halinde olan hedef kitlenin, açık hava reklamına olan mesafesi sürekli değişir. Bu yüzden uzak mesafeden bile okunabilecek yazı karakterleri kullanılmalıdır. Dekoratif, italik, serif fontlar daha zor okunur. Sans-serif font ailesi en okunaklı font ailesidir.

- ❗ **İnce fontlar uzak mesafeden görülmez. Kalın fontlar kullanılan kelimelerde harfler birbirinden zor ayrıştırılır. El yazısı fontlar, hangi mesafeden olursa olsun zor okunan fontlardır.**



AMACA GÖRE TASARIM

- ! Araç bekleyen tüketiciyi uzun süreli yakalama fırsatı veren durak ve metrodaki reklam ürünleri, farklı görsellerle kampanya hakkında daha fazla bilgi verir.



HARFLER ARASINDAKİ BOŞLUK

(Kerning)

Harfler arasında yeterli boşluk bırakıldığı zaman uzak mesafelerden okunurluk garanti edilmiş olur. Sıkışık harf düzeni, harfleri iç içe geçmiş gibi göstereceği için okunaklığı azaltır.



Harfler arasındaki boşluğu doğru ayarlanmamış kelimeler, farklı şekillerde okunabilir.



“clear morning” mi “dearmom” mı?

clear morning

0 Kerning

clear mom ing

-100 Kerning



DOĞRU İSTİFLEME

Tek satırlık bir metin mesajın iletimini hızlandırırken, metni satırlara dağıtmak mesajın algılama süresini artırır.

! *Birden fazla metin satırı zorunluluksa, yeterli miktarda boşluk bırakmak gerekir.*

Bu durumda harf yüksekliklerinin birbirinin içine geçmemesine dikkat edilmelidir.

**girintili-çıkıntılı
harflerde, satır boşlukları**

!
**girintili-çıkıntılı
harflerde, satır boşlukları**

METNİNİZİ TEST EDİN!



saniye
testi

5 saniye sürede
tüm metni
okuyabildiniz mi?
Siz okuyamadıysanız
sürücü de mesajı
kaçıracaktır.



metre
testi

Tasarımınıza 5 metre
geriden bakın.
Bu şekilde yoldan
geçen bir kişinin
bakış açısını simüle
etmiş olursunuz.

VURUCU VE GÜÇLÜ GÖRSEL

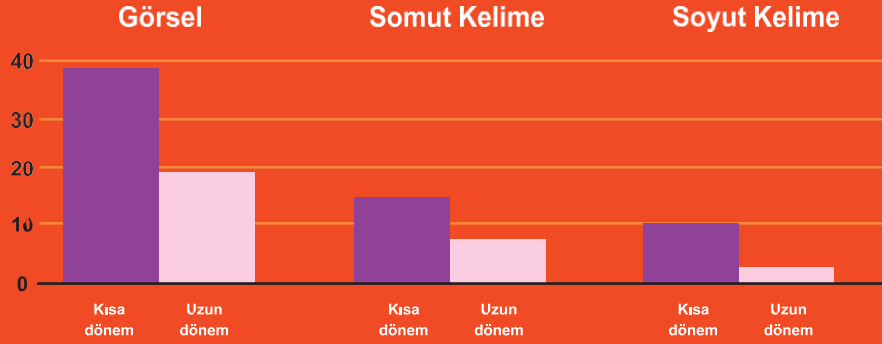
Açık hava reklamları, vurucu ve güçlü grafikler ister. Dergi reklamlarının tersine, açık hava reklamlarında detaylı tasarımlar ve küçük görsellerle etkili sonuç alınamaz. Büyük ve tek bir vurucu görsel, mesajın en iyi taşıyıcısıdır.

- ❗ *Bir açık hava posterinin yüksek seviyede algılanması için, reklamda kullanılan alanın en az üçte birinin ürününün fotoğrafıyla kaplanması gerekir.*
- ❗ *Soldaki görseller sağdaki görsellere göre daha çok dikkat çeker.*
- ❗ *Açık hava reklamlarında sınırları aşmaktan çekinmeyin! Yaratıcı 3 boyutlu uygulamalar daha çok dikkat çeker.*



GÖRSEL KULLANIMI HATIRLAMADA ÇOK ETKİLİ

Hatırlama %



Kaynak: Kroeber-Riel, W.: Picture Communication;

Paivio, A.: Imagery and Verbal Processes



GERÇEK GÖRSEL

Çizimler ve animasyonlara kıyasla fotoğraflar daha dikkat çekici ve duraklatıcıdır. Gerçek görsellerin kullanılması, açıkavada etkinliği artıran faktörlerden biridir.

! *Görsel olarak insan kullanımı, açıkava tasarımını daha ilgi çekici hale getirir ancak çok sayıda insan görseli de ilgiyi dağıtabilir.*

Ana görsel ve ürün/marka görseli çok yakın olduğunda, ana görsel, ürün/marka görselinin önüne geçerek marka hatırlanma oranını düşürür.



YALIN TASARIM

❗ **Doğru bir ağkhava tasarımımda 3 unsur bulunmalıdır:**

Görsel: Dikkati çeker ve hedef kitlenin reklama bakmasını sağlar.

Başlık: Reklamın ana önermesidir.

Amblem/Logo: Reklamı yapılan ürün/hizmetin nerede/kimden edinilebileceğini gösterir.

Silecek hiçbir şey bulamadığınızda poster tamamlanmış demektir!



! *Etkili açık hava reklamları için görseller, açık zemin üzerinde ve kolay anlaşılır olmalıdır.*



Sade arka plan üzerinde güçlü görseller dikkat çekici bir etki yaratır.

MARKA VE LOGO

Markanın, çok açık ve büyük olarak metinde veya başlıkta kullanılması, daha çok akılda kalmasını sağlar.

- ❗ **Posterde ilk bakılan yer logo olduğu için posterin sağ üstüne veya merkezine yerleştirilmelidir. Logonun sağ alt köşede kullanımı ise algılanmayı zorlaştırır.**



RENKLER

Poster üzerinde ne kadar renk kullanılırsa, mesajın algılanması o kadar zorlaşır.

- ! Yazıda siyah rengin tercih edilmesi, posterin daha kolay görülmesinin sağlar.
- ! Dişi yazı kullanımından kaçınılmalıdır.



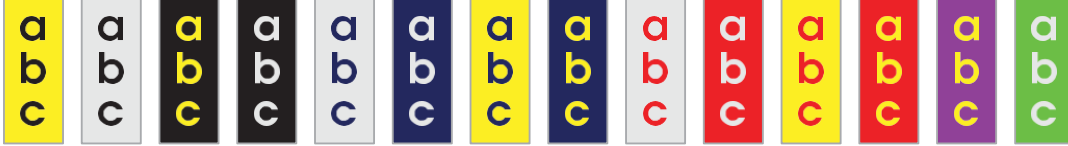
KONTRAST RENKLER

Yüksek kontrast kullanmak iyi bir açık hava tasarımı oluşturmanın temelidir.

! Yeşil/kırmızı gibi renkleri bir arada ve birbirine yakın renkleri birlikte kullanmaktan kaçınmak gerekir.

Kontrast renklere sahip tasarımlar uzaktan çok daha net görülürler. Aşağıda görülen 14 renk kombinasyonu en iyi sonuç veren renk düzenlemeleridir.

İlk örnek en kolay görünürlüğe sahipken, son sıradaki daha az görünecektir.



%100 beyaz renk, parlaklığı ve gün ışığını yansıtması nedeniyle afiş içeriğini gölgede bırakır. Bu nedenle beyaz zemin rengi olarak tavsiye edilmez. Eğer tasarımınızda beyaz kullanacaksanız %200 KIRMIZI, %200 YEŞİL, %200 MAVİ ilave ederek gri-beyaz oluşturabilirsiniz.



AYNITASARIMIN FARKLI UYGULAMALARI HATIRLANMAYA OLUMLU KATKIDA BULUNUYOR





ÜÇ BOYUTLU UYGULAMALAR HATIRLANMAYI ARTIRIR





ARVAK
AÇIKHAVA
REKLAMCILARI
VAKFI

Açikhava Reklamcıları Vakfı
Barbaros Bulvarı Morbasan Sok.
Koza İş Merkezi C Blok Kat: 2
34348 Beşiktaş / İstanbul
T. : 0212 306 77 75
F. : 0212 306 77 04
www.arvak.com.tr