



ADVIES BANNERS

In dit document vind je advies om uitstekend presterende banners te (laten)ontwikkelen.

Het belang van goede banners bijdisplay adverteren is groot. In dit document vind je tien concrete tips terug voor het ontwikkelen van geschikte banners.

Banners moeten opvallen, belangrijke informatie bevatten, aanmoedigen om te klikken en ervoor zorgen dat de bezoekers geruime tijd op de website verblijven. Voor ons staat met stip op nummer één: creëer geanimeerde banners! Deze vallen meer op dan statische banners en geven het bedrijf een professionele uitstraling. Ook is het zo dat door middel van de animatie meer informatie gegeven kan worden in een banner en deze dus erg duidelijk is voor de gebruikers. Dit verhoogt de kwaliteit van de bezoekers en het conversiepercentage. Gebruik hierbij het liefst HTML 5 techniek, deze wordt in alle browsers en op alle apparaten uitstekend weergegeven.

De effectiefste elementen in een display advertentie zijn: een helder verhaal, animaties, een verhelderende productweergave en de inzet van verrassingselementen. De combinatie van deze factoren zorgen ervoor dat het oog van de toevallige passant op een website wordt gegrepen. En vervolgens diens interesse in de uiting gewekt. Opvallend is ook dat de online consument liever vrienden in reclame ziet dan familie. Als een koppel een 'verhaal' vertelt in de reclameboodschap komt deze nog beter aan.

TIP 1: CALL-TO-ACTION

Een goede call-to-action is belangrijk voor elke banner, de zin stimuleert gebruikers op de banner te klikken. Daarnaast laat een call-to-action zien wat de gebruiker kan verwachten. Zo maakt de veel gebruikte call-to-action “koop nu” duidelijk dat het hier om een webshop gaat. De call-to-action “koop nu” is wellicht te dwingend voor gebruikers.

Zinnen zoals “Ontdek nu” of “Volg je dromen” stimuleren wel om te klikken maar deze roepen geen sterke verplichting op, hou dus altijd je doel in het achterhoofd.



TIP 2: CALL-TO-ACTION IN ALLE FRAMES

Een van de vereisten van veel netwerken is dat de banner na 30 seconden stil moet blijven staan. Het is dus belangrijk om ervoor te zorgen dat de call-to-action zichtbaar is wanneer de banner tot stilstand komt. Daarnaast is het van belang om de call-to-action en/of belangrijke boodschap in elke frame terug te laten komen. Zo wordt deze informatie niet gemist door de gebruiker en is het te allen tijde aanwezig op de banner.



TIP 3: LOGO

Zorg ervoor dat het merk of logo zichtbaar is in alle frames. Dit zorgt ervoor dat het merk goed aanwezig is en verhoogt de Click-Through Rate. Als dit niet mogelijk is, zorg er dan voor dat het logo of merk zeker in het laatste frame terug te vinden is, zo is het logo/bedrijf aanwezig nadat de animatie gestopt is.



TIP 4: PRIJZEN EN PROMOTIE

Hoe meer informatie een gebruiker kan vinden over prijzen hoe beter. Overweeg ook om speciale prijzen in de banners te promoten. Kortingen door middel van kortingscodes kunnen ervoor zorgen dat de banner extra opvalt. Als gebruikers de prijzen in de advertenties niet interessant vinden, klikken zij niet. De kwaliteit van de klikkers wordt zo hoger en de kosten lager.



TIP 5: DUIDELIJKE WAARDE BEPALING

Voeg een duidelijke en aansprekende boodschap toe die de voordelen van het product of service benadrukken. Houd er rekening mee dat wanneer de banners geanimeerd zijn deze waardebevestiging in elke frame zichtbaar is. Gebruikers moeten voelen dat wanneer ze niet op de advertentie klikken, ze wat mislopen.



TIP 6: CREËER URGENTIE

Creëer urgentie in de banners door middel van deadlines, beperkte beschikbaarheid, voorraad of feestdagen acties. Dit kan ervoor zorgen dat gebruikers overgehaald worden meteen op de boodschap in te gaan.



TIP 7: KLEUREN EN AFBEELDINGEN

Pas het kleurenschema van de advertenties zo aan dat deze een geheel vormt met het imago of logo van het bedrijf. Let daarbij op het gebruik van makkelijk te bekijken kleuren voor de achtergrond en teksten. Extreem felle kleuren kunnen onaangenaam zijn om naar te kijken en te lezen. Vermijd dit dus zoveel mogelijk. Het gebruik van PNG afbeeldingen verhoogt de esthetiek van de advertenties.



TIP 8: EVENWICHT TUSSEN TEKST EN AFBEELDINGEN

Het grote voordeel van banners is natuurlijk het gebruik van zowel afbeeldingen als tekst. Maak hier op een goede manier gebruik van. Tekst en afbeeldingen worden door een ander deel van de hersenen verwerkt. Door beide aspecten harmonieus te gebruiken in de advertenties spreken de banners zowel cognitief als emotioneel aan bij de gebruikers. Het gebruik van zowel tekst als afbeeldingen kan helpen in het beter onthouden en herinneren van de banner nadat een gebruiker deze heeft gezien.



TIP 9: RELEVANTE LANDINGSPAGINA

Het is natuurlijk ook bij banners van belang om gebruikers naar de meest relevante landingspagina te sturen. Veelal is dat daar waar het product in detail wordt beschreven en niet de homepage. De boodschap op deze pagina moet consistent zijn met de boodschap uit de banner. Dit zorgt voor een hoger conversiepercentage en een hogere kwaliteitsscore. Onthoud ook om de look en feel van de pagina aan te laten sluiten bij de banner.



TIP 10: DIVERSE FORMATEN

Creëer de banners in alle standaardmaten om er zo zeker van te zijn dat je het maximale uit de campagne haalt. Sommige websites hebben alleen plaats voor specifieke formaten en advertentiematen. Door alle formaten te creëren wordt de kans dat de banner op deze websites wordt vertoond aanzienlijk verhoogd.

De 14 'standaard' formaten:

120x600	300x600
160x600	320x50
200x200	336x280
240x400	468x60
250x250	728x90
250x360	970x90
300x250	980x120