

Advertenties

Wervende advertenties: geven informatie met het doel verlangen naar het product aan te wakkeren bij de lezer en aan te zetten tot een bepaalde actie; zoals een folder bestellen of een vakantie boeken. Verwijzen naar informatie-materiaal, is de belangrijkste functie van wervende advertenties.

Bij een advertentie bepaalt de adverteerder zelf de inhoud en vormgeving.

Zo'n wervende advertentie moet bestaan uit:

- 1) tekst;
- 2) ontwerp;
- 3) illustratie.

De advertentie moet een grote herkenbaarheid uitstralen, omdat hij tussen andere advertenties staat. De herkenbaarheid wordt gecreëerd door het gebruik van:

- kader;
- logo;
- vormgeving;
- kleur.

De aantrekkingskracht moet zo groot mogelijk zijn, om de kans gezien te worden zo groot mogelijk te maken. Behalve door de uitstraling wordt het contact met de lezer beïnvloed door de plaats in het medium; bijvoorbeeld: naast de inhoudsopgave van het blad;
naast de redactionele kolommen.

Een advertentie moet dus aandacht trekken, door gebruik van: kleur, pakkende koptekst, formaat (groter krijgt meestal meer aandacht), opvallende lay out en een treffende slogan

In welk medium een advertentie wordt geplaatst is belangrijk voor de contact-kans. De bladen moeten door de leden van de doelgroep worden gelezen. Het bereik van landelijke bladen neemt af als de welstandklasse lager is. Dit is niet zo bij regionale bladen.

Als je met advertenties gaat werken, moet je kunnen nagaan of het effect voldoende is ten opzichte van de kosten. Een coupon aan de advertentie maakt het mogelijk om de respons te meten. Dit kan bijvoorbeeld een invulbon zijn, om meer informatie-materiaal aan te vragen.

Om resultaat te boeken met advertenties, moeten ze worden geplaatst op het moment, dat de leden van de doelgroep erin geïnteresseerd zijn. Dus timing is belangrijk.

Meerdere plaatsingen zorgen voor een herhaling van het contact en kan daardoor de werking verhogen.

De inhoud en structuur van de advertentie zijn belangrijk.

Welk motief moet worden aangesproken om het gewenste gedrag bij de lezer op te roepen (meer informatie-materiaal aanvragen). Het hoofd thema moet een belangrijk voordeel voor de lezer zijn. Eventuele andere voordelen ondersteunen dit.

Inhoudelijk moet de advertentie aansluiten bij de motieven van de lezer (wat zoekt de lezer voor soort vakantie: omgeving, activiteiten, sfeer, enzovoort).

De opbouw van een wervende advertentie is als volgt:

Tekst:

Een kopzin; geeft de boodschap kort en duidelijk weer; het vermeld de bedrijfsnaam en het voordeel voor de lezer en belooft iets nieuws; eenvoudig en duidelijke taal; het selecteert publiek;

Een verduidelijking van de kopzin;

De bodytekst; dit is een uitwerking van de kopzin in goed begrijpelijke taal en eindigt met een duidelijke opdracht aan de lezer ten aanzien van de actie, die je wil oproepen; persoonlijk aanspreken;

Slot; aanzetten tot actie en een volledig adres van het bedrijf;

Slogan (ongeveer 7 woorden) en logo; dit levert samen met de visuele aspecten de herinneringswaarde.

Visueel:

illustratie; liefst voorzien van een inhoudelijk bijschrift, deze worden altijd gelezen;

lay out;

kleur;

typografie.

Dit geheel moet passen bij de uitstraling van het bedrijf en het andere informatie-materiaal.