

6 RÅD TIL OUTDOOR

THINK BIG

Når det kommer til outdoor, skal du altid huske på, at budskabet skal kunne afkodes på længere afstand.

Vi anbefaler at tekst til både busmediet og EurosizePlus har en størrelse på minimum 100 pkt.

ENKELTHED

Layoutet bør ikke indeholde for mange budskaber/elementer. Mere end 2-3 budskaber forlænger afkodningstiden og forringer dermed effekten.

Hold tekst kort og præcist og benyt billeder og grafik uden for mange detaljer.

MOTIV

Ved at vise produkt og/eller pris vækkes nysgerrighed hos beskueren.

Billeder af personer, ansigter og øjne fanger naturligt interesse og skaber derfor også godt blikfang i bybilledet.

VARIATION

Hvis du har flere forskellige budskaber, er det en god idé at lave flere forskellige varianter af dit layout.

Benyt f.eks. flere motiver til at ramme forskellige målgrupper.

KONTRAST

Du opnår størst opmærksomhed og synlighed, hvor der er størst kontrast.

Benyt derfor kontraster til at fremhæve specifikke områder, tekststykker eller lignende.

SYNERGI

Outdoor leverer bred dækning og høj frekvens. Samtidig giver outdoor god synergi til fx TV og online kampagner.

Brug derfor outdoor som en del af din næste cross-media kampagne.