

# MAINOSJULISTE PIKAOPAS

Tämän **PIKAOPPAAN** tarkoituksena on auttaa Sinua tekemään parempia julisteita. Törmään nimittäin työssäni päivittäin julisteisiin, jotka saisi hyvin pienillä korjauksilla toimimaan paremmin. Paremmin toimiminen tarkoittaa tässä tapauksessa myyvämpää eli lisää asiakkaita, lisää myyntiä, lisää tulosta. Lue vinkit läpi, ajattele ja ota haluamasi käyttöön. Jos jokin juttu ei mielestäsi pidä paikkaansa tai listalta puuttuu olennaista niin lähetä siitä minulle meili osoitteeseen asiakaspalvelu@mainosjuliste.fi niin tutkaillaan asiaa.

## Liian pieni tekstikoko

Katso julistetta 5 metrin päästä tai laita se telineeseen ja aja autolla tai pyörällä ohi. Ehditkö lukea julisteesta mitään? Jos ehdit niin hyvä, tekstikokosi on riittävän suuri. Jos taas et, niin palaa kohtaan yksi ja sen jälkeen suurena tekstin kokoa.

## Liian paljon sisältöä

Ajattelitko **suurennuttaa** täyteen ahdetun lehtimainoksen julisteeksi? Mieti vielä uudestaan. Pidä juliste mieluummin yksinkertaisena, yksi tai kaksi asiaa ja kehoitus toimintaan. Tämä toimii yleensä paremmin.

Muista myös, että nämä vinkit ovat vain yksi toivus mainosjulisteiden maailmasta. Voit aina rikkoa näitä ohjeita ja päästä hyvin tuloksiin, tärkeintä on kuitenkin, että teet sen harkiten ja tiedostetusti. **Mukavaa, innostavaa ja erittäin tuloksellista mainosjulisteiden suunnittelua.**

## Sekava kirjasintyyppi

*Koukeroiset* fontit eivät toimi mainosjulisteissa, käytä yksinkertaista, **riittävän paksua** tekstityyppiä. Ota jälleen käyttöön auto (tai pyörä) ja hurauta julisteesi ohi, saatko selvää tekstistäsi? Hyvä!  
**You got the point.**



## Väärät värivalinnat

Vihreä taustaväri ja **punainen** teksti, auts! Sattu silmiin. Yhtä huono on punainen tausta ja musta teksti, mutta entä jos kokeilisit vaihtaa tekstin värin **valkoiseksi**? Tekstin täytyy erottua taustasta riittävästi, jotta se on hyvin luettavissa. Vielä parempi jos se oikein hyppäisi silmille, eihän tässä taidetta olla tekemässä vaan julistetta, joka kiinnittää huomion ja saa aikaiseksi myyntiä.

## Unohdit AIDA:n (attention, interest, desire, action)

Kun suunnittelet julistetta, muista markkinoinnin vanha sääntö: Huomio – Kiinnostus – Halu – Toiminta. Varsinkin viimeinen kohta on tärkeä, esimerkiksi **"Astu sisään"**, **"Pyydä tarjous"** tai **"Tutustu tarjoksiin"**.

## Jämähdit

Saitko hyviä tuloksia julisteellasi vuosi sitten? Miksi sama ei toimi enää? Kyseessä on **tuttuus ilmiö**, eli asiakas ei enää kiinnitä huomiota aiemmin näkemäänsä julisteeseen. Kokeile vaihtaa julisteen kuva, **taustaväri** tai jokin muu asia joka tekee julisteestasi uuden näköisen, vaikka sisältö pysyisikin muuten samana. Saatat hämmästyä tuloksia.

## Väärä paperivalinta

Hieno, kiiltävä ja kallis. Kiiltävä paperi aiheuttaa usein **heijastuksia**, monesti sopivampi (ja halvempi) vaihtoehto on mattapintainen paperi.

MAINOSJULISTE.FI  
Mainosjulisteet ja **-telineet**