

VOLANTINI PUBBLICITARI EFFICACI

DIECI CONSIGLI SULLA PROCEDURA E SUL LAYOUT

Per far arrivare un messaggio deve essere tutto in perfetta armonia: dal tono adatto alla situazione fino al layout accattivante, passando per la scelta del momento giusto per l'invio. Abbiamo sintetizzato per voi i migliori consigli per un volantino pubblicitario efficace:

1. Immedesimarsi nel cliente

Riflettete sui vostri clienti. Chi leggerà il volantino? Quali sono le loro esigenze? Quali sono i motivi che li spingono all'acquisto?

2. Offerta convincente

L'offerta deve essere interessante, rilevante e motivante per i vostri clienti. «Che vantaggi ne traggo?» è una delle prime domande che si pongono coloro che ricevono il vostro volantino. Rispondete a questa domanda senza giri di parole. Con un vantaggio convincente aumenta la possibilità che la persona target prenda seriamente in considerazione la vostra offerta.

3. Mittente immediatamente riconoscibile

«Chi mi scrive?»: una domanda inespressa che si pone qualunque destinatario. Su un prospetto o un volantino devono essere presenti il logo, l'indicazione del luogo o i dati di contatto, come numero di telefono, e-mail e sito web.

4. Testi che vendono

I prospetti pubblicitari devono indurre all'acquisto. Formulate testi incisivi e comprensibili che siano adeguati al linguaggio dei vostri clienti. Tralasciate tutte le informazioni secondarie. Descrivete i vostri prodotti in modo conciso e pregnante. Spiegate inoltre al cliente come e dove può avere dei vantaggi. Spesso prezzi chiari e offerte speciali stimolano l'acquisto. Comunicate al cliente anche per quanto tempo resta valida l'offerta e sollecitate una reazione da parte del destinatario del vostro volantino.

5. Il carattere veste le parole

Concentratevi su un tipo di carattere e utilizzatelo sistematicamente. Evitate scritte chiare su fondo scuro, così come il MAIUSCOLO o la s c r i t t u r a e s p a n s a: stancano gli occhi e distolgono l'attenzione. I testi in corsivo disturbano meno; solitamente evidenziano un particolare passaggio del testo, come una citazione o una parola cui dare risalto. Consiglio supplementare: i caratteri piccoli inducono diffidenza.



Ecco come attirare l'attenzione dei vostri clienti

6. Immagini incisive

Le immagini veicolano velocemente informazioni e messaggi e suscitano emozioni. Rappresentate i vostri prodotti e prestazioni con immagini suggestive. Inoltre, i destinatari si identificano maggiormente con un'offerta se nel prospetto sono raffigurate delle persone che utilizzano i prodotti pubblicizzati. Questi ultimi devono tuttavia essere intuitivi. Prestate attenzione a creare un rapporto equilibrato tra testo e immagini. Consiglio supplementare: un'immagine grande e incisiva è più efficace di tre figure piccole.

7. Segnali visivi

Il cliente getta lo sguardo su qualcosa che lo colpisce: si aspetta che il prodotto gli sia utile, gli dia un vantaggio o gli semplifichi la vita. Caratteri grandi, netti contrasti cromatici, simboli (ad es. i punti esclamativi e i simboli indicanti gli sconti) così come il grassetto e gli elenchi costituiscono segnali visivi e linguistici. Attenzione: il troppo stropia.

LA POSTA 

8. La struttura: il presupposto per risultare simpatici e credibili

Ciò che ci colpisce al primo sguardo ci predispone positivamente, rendendoci più propensi a dedicargli la nostra attenzione e a fidarci. I contenuti dei prospetti dovrebbero essere visivamente facili da rilevare, affinché i destinatari recepiscano le informazioni con maggiore semplicità. Anche la porzione di superficie stampata e non stampata è fondamentale, in quanto una pagina non deve risultare né sovraccarica né vuota.

Consiglio: per quanto riguarda gli elementi strutturali, rispettate una gerarchia chiara (immagini, grafici, titoli, sottotitoli ed evidenziazioni) e un adeguato accostamento dei colori.

9. Attirare l'attenzione

Per emergere dalla massa occorre distinguersi dai propri concorrenti. Lo stesso vale anche per i vostri prospetti e volantini. Ricorrete a un'offerta inconfondibile, a un linguaggio visivo suggestivo, a una struttura originale...

10. Realizzare un volantino d'effetto, velocemente e a basso costo

Con PostCard Creator create cartoline postali e volantini non indirizzati e non affrancati risparmiando tempo e denaro. Potete lavorare online e utilizzare i vostri testi, immagini e loghi. Sono necessari due giorni per la stampa, mentre la spedizione dei volantini e delle cartoline postali avviene nella data da voi richiesta. Potete iniziare subito su posta.ch/postcardcreator.

Trovate altri consigli per la commercializzazione su: posta.ch/directpoint

Fattoria Esempio – la vostra azienda agricola biologica nella regione

Vorreste...

- ... frutta e verdura fresche e di stagione ogni settimana?
- ... un abbonamento che copra settimanalmente le vostre necessità?
- ... una consegna direttamente sulla porta di casa?
- ... scoprire tipi di verdura sconosciuti?
- ... un'ampia scelta di idee regalo e articoli decorativi realizzati artigianalmente?

Offriamo...

- ... **«per te»** : consegna una volta alla settimana, frutta e verdura per una persona a CHF XX.-
- ... **«per due»** : consegna una volta alla settimana, frutta e verdura per due persone a CHF XY.
- ... **«per la famiglia»** : consegna due volte alla settimana, frutta e verdura per famiglie a CHF XZ.-

Riforniamo le zone «valle A» e «paese B». Ogni consegna include una ricetta stagionale.

Per ulteriori informazioni consultate il sito www.fattoria-esempio.ch o chiamate il numero 0791234567.

La vostra famiglia Esempio

In collaborazione con:

Fattoria esempio **LA POSTA**

Esempio di volantino pubblicitario