



Fremgangsmåte

Her er en oversikt over noe av det man må tenke på når man skal lage en annonse. Mange av prinsippene og tankesettet kan forresten også brukes hvis man har lyst til å lage en plakat.

Hvordan lage en printannonse?

Når du skal lage en annonse må du tenke gjennom:

1. Hva vil du si?
2. Fastslå din målgruppe
3. Utvikle en ide
4. Det visuelle
5. Overskriften
6. Brødteksten
7. Noen feil å unngå

1. Hva vil du si?

Hva vil du at folk skal sitte igjen å tenke? På fagspråket kalles dette for "det etterlatte inntrykk". Hvis du vil at folk skal tenke at salg av tobakk bør bli forbudt, så er det ditt ønskede "etterlatte inntrykk". Et ord på veien: Tenk nøye etter hva du vil at inntrykket skal være. Bommer du her vil ikke annonsen du sitter igjen med til slutt oppnå det du vil.

2. Bestem din målgruppe

Hvem skal du snakke til? Hvis målgruppen er gamle, bør språket du bruker være et språk de forstår og kjenner igjen. Hvis målgruppen din har høy utdanning burde kanskje språket i annonsen være mer avansert. Det å kjenne og forstå målgruppen er viktig for å finne den riktige formen – skal annonsen være tøff eller døll? Hva treffer målgruppen best?

3. Utvikle en ide

Den klassiske annonsen er bygd opp av et bilde eller en tegning (det visuelle), en overskrift og en tekst (brødtekst). Hva trengs for å fange målgruppens interesse? Det kan for eksempel være en overraskende overskrift eller et sterkt bilde. Under følger noen kjekke retningslinjer.

4. Det visuelle – ett bilde sier mer enn tusen ord

Strengt tatt behøver du ikke noe visuelt, men det hjelper å skaffe oppmerksomhet slik at du lettere får frem budskapet ditt. Undersøkelser viser at 70 % bare vil se på det visuelle i en annonse, mens 30 % også vil lese overskriften. Velger du å bruke noe visuelt er det derfor stor mulighet for at du allerede fanger oppmerksomheten til dobbelt så mange som du vanligvis ville gjort uten noe visuelt. Et annet tips er å bruke foto i stedet for tegninger når dette er mulig. Et foto virker mer realistisk og troverdig, mennesker har lettere for å tro på et foto enn en tegning. Men det viktigste er uansett at det visuelle vekker så mye interesse som mulig, samtidig burde bildet få minst halvparten av annonseplassen du har til rådighet.

5. Overskriften

Det viktigste ved å få til en god overskrift er å gjøre den kort, treffende og at den skaper følelser hos dem som leser den. Overskriften burde enten morsom, provoserende, nysgjerrig eller tankevekkende. Ikke gi deg før du har funnet en overskrift som gjør minst én av disse tingene! Lager man en annonse mot å utnytte ulovlige innvandrere er det fristende å ha en overskrift som sier: "Ikke misbruk ulovlige innvandrere". Gjør man litt tankevirksomhet rundt temaet kan man finne en sannhet som sier at ulovlige innvandrere er like menneskelige som

alle andre, og at valg vi gjør kan skade dem. Fra denne sannheten kan vi jobbe ut en overskrift som sier: "Gjør mot andre som du vil at andre skal gjøre mot deg". Til slutt bør man passe på å unngå overskrifter som er lengre enn 15 ord, det blir rett og slett for mange ord å lese. Ofte kan det være lurt å skrive brødteksten først, det kan nemlig dukke opp en passende tittel underveis i skrivingen din.

[6. Brødteksten](#)

Det er her du skal overbevise med dine argumenter, men heller ikke fyller annonsen med for mange ord. Det er bedre med to gode argumenter enn tolv svake! Brødteksten bør plasseres under overskriften og under det visuelle. Bare 5% kommer til å lese hele brødteksten din, men 30 % kommer som sagt til å lese overskriften. Ved å plassere brødteksten nærmere overskriften vil dermed friste flere til å lese videre.

Mellomtittel

Har du mye brødtekst er det lurt å stykke denne opp i avsnitt med innbydende og spennende titler som oppsummerer innholdet i avsnitt nedenfor. Teksten vil føles mer organisert og blir lettere å lese.

Avsender

Hvis du ikke har en organisasjon eller firma som avsender kan du finne på et navn eller avsluttende tekst som bidrar til å tydeliggjøre budskapet i annonsen. Kanskje "Aksjonen for rettferdig behandling av mennesker" kan fungere i eksempelet som vi nevnte tidligere..

[7. Noen feil å unngå](#)

Det absolutt største feilen man kan gjøre med annonser er å ha med for mye på en gang. Husk "less is more"! Er du usikker på om noe av det du vil si burde være med i annonsen er det sannsynligvis riktig å utelate det. Blir annonsen din utydelig vil folk bare bli forbi eller overse den. Den andre feilen man ofte gjør er å ha et rotete oppsett, derfor kan det være lurt å lage noen raske blyantskisser av annonsen der du tegner samme innhold på forskjellige måter. Husk rettskriving – skrivefeil gjør at folk tror mindre på annonsen din! Skrivefeil har en lei tendens til å snike seg med i innholdet selv om man tror man har lest det ordentlig. Hvem vet, kanskje finnes det noen feil i denne teksten også... Lykke til!