

# چگونه یک تبلیغ بیل بردی عالی طراحی کنیم

نویسنده: طاهای میرزائی قاضی

## How to design a good billboard art work?

تابلوئی را دیده باشید که از آن خوششان نیامده باشد یا به نظرشان مسخره بیاید باز هم در ذهن شما نقش می بندد ولی با دید منفی. پس اهمیت طراحی بیش از پیش آشکار می شود.

طراحی بیل بورد با طراحی سایر انواع تبلیغات کاملا متفاوت بوده و شیوه و نکات مخصوص به خود دارد همانطور که دلیل نمی شود کسی که یک دوچرخه سوار ماهر است قهرمان مسابقات فرمول یک نیز بشود امکان ندارد که یک تبلیغ موفق روزنامه ای حتما یک تبلیغ موفق بیل بوردی نیز باشد زیرا این دو مقوله کاملا دارای شرایط مجزائی می باشد.

در خصوص طراحی بیل بورد به اولین نکته ای که باید توجه شود مدت زمانی است که یک تابلو در مخروط بینایی مخاطب قرار می گیرد که به طور معمول هر تابلو حدود ۷ ثانیه دیده می شود. این مدت زمانی است که شما فرصت دارید توجه مخاطب را به سمت خود جلب نمایید، پیام خود را انتقال دهید، نام و مشخصات خود را برای او بیان کنید و در نهایت پس از عبور از کنار تابلوی شما در ضمیر او نقشی بر جای بگذارید.

همانطوری که در مقاله شماره قبل (بررسی اجمالی رسانه ها) برشمردیم هر رسانه خصوصیات خاص خود را دارد که بر مبنای آن خصوصیات و مخاطبین خاص خود باید جهت طراحی آن اقدام نمود. شاید به خاطر داشته باشید که قید کردیم از مهم ترین عواملی که می توانست یک تبلیغ محیطی را در ذهن ماندگار سازد به طراحی، شکل و ابعاد سازه بیل بورد اشاره کردیم. در این مقاله قصد آنرا داریم که به چگونگی طراحی یک تبلیغ محیطی به نحوی که یک اثر به یاد ماندنی در ذهن ایجاد نماید اشاره کنیم.

آیا تاکنون تابلوئی را دیده اید که هیچ احساسی را در شما ایجاد ننماید و یا به نظرتان کاملا مسخره بیاید در این صورت باید از خود پرسیده باشید که هدف از این هزینه انجام شده چه بوده است و یا به تابلوئی برخوردید که شاید که طرح آن بعد از عبور از کنار تابلو همچنان در ذهنتان باقی مانده باشد و ذهن شما را به خود مشغول نماید. یک تبلیغ خوب یک تاثیر مثبت در ذهن بر جای می گذارد و کاملا در یادها می ماند و می توان امیدوار بود به هنگام خرید در ذهن بیننده نقش بسته باشد. یک تبلیغی که اثر منفی ایجاد می نماید باز هم در یاد می ماند برای مثال چنانچه یک

## How to design a good billboard art work?

به عنوان مثال به جای آنکه بگویید یک محصول تا چه حد در برابر نفوذ آب مقاوم است به سادگی بگویید سقف شما هرگز چکه نخواهد کرد.

به مخاطب وعده ای بدهید که به ازای خرید محصول به آن دست خواهد یافت جوایز، زیورات، محبوب تر، مورد توجه بیشتر، آرامش، آسایش، سرگرمی، سهولت در کار، صرفه جویی در وقت و زمان.

اطلاعاتی که شما در این بخش ارائه می دهید می تواند شامل نکات زیر باشد. الف - یک توصیف کوتاه در مورد شرکت شما

ب - یک شعار: سعی کنید شعار شما قابل فهم، مطمئن، به یاد ماندنی و ساده باشد

ج - مزایای محصول شما: محصول شما چه مزیتی دارد که محصول شرکت رقیب فاقد آن است؟ به نظر شما اصلا به چه دلیلی خریدار باید نام شما را از میان دهها نام دیگر انتخاب نماید؟

پاسخ به این سئوالات بهترین مزایایی است که شما می توانید به آنها جهت مطرح کردن نام خود تکیه نمایید. بدانید همیشه یک متن ساده که فواید محصول شما را بیان کرده باشد بهتر از متن پیچیده ای که خواننده را گیج نماید، جواب خواهد داد. باور داشته باشید گاهی یک جمله مناسب و یا یک تصویر از ساعتها سخنرانی و بحث تاثیر گذارتر است.

فراموش نکنید

تا حد امکان از کلمات کمتر استفاده کنید

واقع شدن در یک محل مناسب به همراه یک طراحی ساده قابل درک که به آسانی قابل خواندن باشد تا مدتها می تواند یک نام را در یادها زنده نگه دارد. بیل بوردها امکان دسترسی به مخاطب را به صورت ۲۴ ساعته و ۳۶۵ روز در سال دارند و می توانند بازار خاصی را هدف بگیرند پس لازم است بازار هدف را به خوبی بشناسید.

حالت و ابعاد نوشته ها

اندازه بسیار مهم است. نوشته های شما بایستی بزرگ و واضح باشند تا به راحتی خواننده شوند بسیاری از طراحان نام را از سایر کلمات بزرگتر و ضخیم تر انتخاب می کنند. بنابراین به راحتی قابل مشاهده است. در یک تابلو با ابعاد معمولی ارتفاع نام شما باید حدود یک متر و ارتفاع سایر نوشته ها حدود ۷۰ سانتی متر باشد نوشته های کوچکتر از ۳۰ سانتی متر خوانده نمی شوند. چنانچه مجبور شوید برای خواندن یک کلمه بیش از ۳ ثانیه به آن نگاه کنید آن کلمه واضح نیست اگر تابلوی شما به جاده نزدیک است نیز این قاعده را رعایت نمایید ولی اگر تابلوی شما با جاده فاصله دارد نوشته ها را بزرگ تر نمایید. به خاطر داشته باشید حروف ضخیم معمولا تاثیر گذار تر از حروف نازک می باشند. و اعتماد بیشتری ایجاد می نمایند. سعی کنید در انتخاب فونت ها خلاق و خوش سلیقه باشید به شرطی که این خلاقیت مانع خواندن نوشته ها نشود.

من شخصا پیشنهاد می دهم چنانچه محصول شما یک مزیت خاص دارد که

آیا امکان پذیر است؟

اولین هدف تابلو جلب توجه مخاطب است این مهم ترین کاری است که تابلوی شما باید انجام دهد شما می توانید به شیوه های مختلف این کار را انجام دهید اما بهترین نصیحت خلاقیت است برخلاف کارهای رایج کاری انجام دهید.

برای انجام این کار شما سه ابزار عمده در اختیار دارید

۱- کلمات

۲- تصاویر

۳- رنگ

مهارت شما در به کارگیری این سه ابزار و شیوه به کارگیری آنها است که یک تبلیغ را تبدیل به یک اثر عالی و به یاد ماندنی می نماید در ذیل ما قصد داریم به نکاتی پایه ای در خصوص شیوه استفاده از هر یک آنها بپردازیم.

کلمات

نکته اولی که باید به آن توجه خاصی داشت نوشته های بیل بورد است. با توجه به مدت زمان رویت یک تابلو می توان از هشت تا ده کلمه در یک تابلو استفاده نمود تا در مدت زمان قید شده قابل رویت باشد. نوشته های بیل بورد ها باید تاثیر گذار کوتاه جالب و ساده باشد تا با راحتی توسط رانندگانی که با سرعتی حدود ۵۰ تا ۸۰ کیلومتر در ساعت از کنار آن عبور می نمایند، خوانده شود. به همین دلیل اطلاعاتی که شما بر روی بیل بورد ارائه می دهید بسیار مهم است این اطلاعات معمولا شامل نکاتی همچون

۱- نام تجاری شما

۲- اطلاعات مربوط به آدرس و یا شماره تلفن یا وب سایت اختصاصی شما. چنانچه قصد دارید از آدرس در تابلوی خود استفاده کنید سعی کنید به ساده ترین شیوه این کار را انجام دهید می توانید از امکان شناخته شده در آدرس خود استفاده نمایید مثلا جنب رستوران X. اگر تابلوی شما در نزدیکی محل کار شما واقع شده است سعی کنید از علامتی جهت نشان دادن محل خود استفاده نمایید.

۳- اطلاعات کوتاه و مفید که بتواند اشخاص را از تابلو به مراکز خرید سوق دهد

این اطلاعات به نظر من یکی از مهم ترین بخش های یک تابلو می باشند که باید با دقت و وسواس هر چه تمام تر کار شود نوشتن آگهی تبلیغاتی یک دانش و فن است که متاسفانه در ایران کمتر به آن توجه می شود.

متن تبلیغاتی باید بتواند ایجاد علاقه برای خرید محصول و یا سرویس مورد نظر نماید. قصد اصلی در اینجا این است که به دور از رقابتهای موجود فواید محصول را بیان نماید تا به بازار خرید بگوید به چه دلیلی باید نام شما را انتخاب نمایند.

حوصله بیننده را با واقعیت ها سر نبرید نه زمان کافی است و نه این کار جوابگو است به جای آنکه به خصوصیات محصول بپردازید فواید آنرا بیان نمایید.



## How to design a good billboard art work?

تفاوتی ندارد اما مطمئن شوید ابعاد آنها به اندازه کافی بزرگ می باشد که توسط رانندگانی که از فاصله زیاد با سرعت بالا از کنار آن می گذرند قابل رویت باشد .

### رنگ ها

رنگهای استفاده شده بر روی بیل بورد باید با دقت و توجه انتخاب شود . بسته به محصولی که قصد تبلیغ آنرا دارید و حالتی که می خواهید در بیننده القا نمایید رنگهای خود را انتخاب نمایید هر رنگی مفهوم خاص خود را دارد و حالت خاصی را القا می نماید و نکته جالب این است که هر رنگی در فرهنگ های مختلف مفهوم مختلفی دارد برای مثال سفید که در اکثر کشورها نشان شادی است در برخی کشورها مانند چین و ژاپن نشانه عزا است پس چنانچه طراحی تابلوی شما قرار است در کشور دیگری نیز استفاده شود باید این نکات را مد نظر داشته باشید ولی بدانید هر رنگی (اگر چه ممکن است در تبلیغات روی کاغذ جالب بوده باشد) در تبلیغ بیل بوردی قابل استفاده نیست. نکته ای که در این زمینه باید حتما به آن توجه ویژه ای شود تفاوت کنتراست رنگ های استفاده شده می باشد . برای مثال مشکی و زرد و یا قرمز و زرد یا سفید و قرمز نتایج خوبی را ایجاد می نماید. چنانچه در پس زمینه تابلو از رنگ های تیره استفاده نموده اید حتما نوشته های خود را با رنگهای روشن کار کنید ممکن است ترکیب قرمز و مشکی در تبلیغات کاغذی جالب به نظر بیاید ولی در بیل بوردها وقتی بیننده با سرعت بالا از کنار آن عبور می نماید رنگ قرمز با زمینه تیره مخلوط می شود و خواندن آن غیر ممکن می گردد. در تبلیغ بیل بوردی قرمز یک رنگ تیره محسوب می شود و باید با رنگهای روشن ترکیب گردد. یک نوشته قرمز بر روی یک زمینه نارنجی و یا نوشته آبی بر روی زمینه بنفش به هیچ وجه مناسب نیست زیرا شباهت این رنگها مانع از خواندن و یا دیدن آن می شود. استفاده از رنگهای آبی و سفید در یک گراند باعث می شود از فاصله دور تابلوی شما با آسمان مخلوط شده و یک شکل شبیه به آسمان بوجود آورد. البته این مساله در مورد تابلوهایی که بر روی دیوار نصب می شوند صدق نمی کند.

کار دیگری که می توان انجام داد استفاده از دو رنگ بر روی یک رنگ زمینه است برای مثال چنانچه شما از پس زمینه مشکی استفاده می کنید می توانید از رنگهای سفید و زرد برای نوشتن خطوط استفاده نمایید این باعث افزایش توجه بیننده و راحتی خواندن متن می شود.

در تبلیغات محیطی که هر روزه می بینیم شاهد از این قبیل ضعف ها هستیم نمونه ای از آن تبلیغات انتخاباتی ریاست جمهوری بود که چندی پیش برگزار شد در تبلیغات یکی از نامزدها که به وفور هم دیده می شد رنگ آبی روشن به عنوان رنگ نوشته بر روی رنگ لاجوردی پس زمینه استفاده شده بود که اگر چه ممکن است این ترکیب در یک بروشور زیبا به نظر برسد ولی به هیچ وجه ترکیب مناسبی جهت تابلویی که قرار است در محل عبور وسایل نقلیه قرار گیرد ، نیست.

سعی کنید در زمینه استفاده از رنگ ها خلاق باشید.

از رنگ ها خط های دور نوشته و علامات خیلی زیاد استفاده ننمایید زیرا این

می توان روی آن تکیه کرد آنرا به عنوان بزرگترین نوشته تابلوی خود انتخاب نمائید. البته در انتخاب این جمله باید تا حد امکان با دقت عمل نمایید زیرا بیشترین بار تبلیغاتی تابلوی شما را بدوش می کشد. برای مثال به این جملات توجه نمایید.

|  |                   |
|--|-------------------|
| تا ۳۰٪ در هزینه سوخت اتومبیل صرفه جوئی کنید. | اتومبیل X         |
| نگران ریزش مو نباشید                         | محلول Y           |
| سرمایه گذاری با تضمین ۱۰۰٪ برگشت سرمایه      | شرکت Z            |
| و یا شعرهایی همچون                           |                   |
| خوشمزه تا آخرین قطره                         | قهوه ماکس ول هاوس |
| در باک بنزین خود یک پلنگ بگذارید             | بنزین اسو         |

نکته مهم دیگر این است که هر قدر سرعت اتومبیل ها در بزرگراه محل نصب تابلو بیشتر باشد باید اندازه نوشته ها بزرگتر شود.

### گرافیک بیل بورد

چنانچه قصد دارید از اشکال گرافیکی مانند عکس استفاده نمایید مطمئنا از عکس های مرتبط با موضوع مورد تبلیغ استفاده خواهید نمود مثلا تصاویری از ساختمان ماشین و از این دست ولی به خاطر داشته باشید زمانی می توان یک طرح را موفق شمرد که بیننده را وادار کند بعد از نگاه اول مجدداً سر را چرخانده و نگاه دیگری به تابلوی بی اندازد (Second Look) اکثرا سعی می شود با جلوه های نوری ابعاد و رنگهای به کار برده شده این حالت را ایجاد نمود ولی به خاطر داشته باشید مهم ترین رسالت یک طراح دید تازه و نو می باشد سعی کنید از چارچوب حاکم بر طراحی ها خارج شوید و به شیوه ای دیگر به موضوع مورد تبلیغ نگاه کنید سعی کنید به ارائه یک اثر عالی فکر کنید و یک حالت خاص برای آن ارائه دهید هر چه متفاوت تر بهتر ولی این نکته نباید طرح شما را درگیر پیچیدگی های غیر متعارف نماید زیرا طرحهای پیچیده از دید عامه مردم قابل فهم و درک نیست در زمینه ابعاد گرافیک تابلو گروهی از طراحان تصاویر گرافیکی را به بزرگی تابلو طراحی می نمایند تا به سادگی قابل رویت باشد. گروهی از اشکال سه بعدی استفاده می نمایند و عده ای نیز سعی می کنند قسمتی از طرح را خارج از کادر تابلو ادامه دهند تا محدودیت مستطیل شکل را کنار بزنند هر یک از این موارد در جای خود جذاب است و زیبایی خاصی به تابلو می دهد. اگر شکل شما پیچیده است و دارای جزئیات خاص می باشد بایستی بزرگتر باشد اما اگر شکل براحتی قابل تشخیص است و دارای جزئیات زیادی نیست مانند یک میوه دیگر نیازی نیست که خیلی بزرگ باشد.

سادگی بزرگترین مزیتی یک بیل بورد است هر چه طراحی شما ساده تر باشد پاسخ بهتری خواهید گرفت.

این که شما قصد دارید از چه نوع گرافیکی در تابلوی خود استفاده نمایید

## How to design a good billboard art work?

ه - و در نهایت تمایلی برای خرید محصول در او ایجاد نموده است یا خیر؟

نکات ارائه شده جزء مسائل پایه ای این کار بوده که امید است مورد استفاده قرار گرفته باشد.

مقاله بررسی اجمالی رسانه ها که در شماره قبل به چاپ رسیده بود توسط همین نویسنده نوشته شده بود.

### منابع

محمدیان، محمود (۱۳۸۲) مدیریت تبلیغات، چاپ دوم  
بلای، رابرت دابل یو (۱۳۸۱) ادبیات تبلیغ، مترجم منیژه شیخ جوادی

### References

Bill Benefits Abareta, Martgil, (May 2005)  
The Larger Is Better Lyn, masarate, (June 2005)  
that the Pros Sometimes Forget Mc Intyre, Selena  
Billboard Design Rules  
Perfect Billboard Advertisements Mc Intyre, Selena  
How to Design

## How to design a good billboard art work?



موضوع خواندن تابلوی تبلیغاتی شما را مشکل می نماید.

یکی از مهم ترین نکاتی که در طراحی باید به آن توجه کرد پرهیز از در هم ریختگی دید است. چنان چه تابلوی شما در هم و بر هم باشد و از نظم خاصی پیروی ننماید، بیننده را وادار می کند جای دیگری را نگاه کند. اگر قصد دارید تابلوی شما یک تاثیر مثبت ایجاد نماید باید از یک جریان ملایم تبعیت نماید. زمانی که کسی به تبلیغ شما می نگرد می خواهید اول به چه چیزی توجه نماید و سپس آیت های بعدی را به ترتیب به نحوی بچینید که چشم مخاطب را به آرامی به مسیر مورد نظر خود سوق دهید. اگر مخاطب در طرح شما گم شود به راحتی راه فرار را پیدا می کند و به تابلوی شما نگاه نمی کند.

در انتها نکته ای که لازم است به آن اشاره شود و طراح باید در تمامی مراحل به آن توجه نماید این است که حتما مخاطب خود را بشناسید، علایق او را بسنجید و دلایل او را برای خرید بررسی نمایید و نکاتی را که دوست دارد در مورد محصول بدانید بیان نمایید. برای مثال اگر یک خانم خانه دار می خواهد یک جارو برقی بخرد ببینید دوست دارد چه چیزی در مورد محصول شما بداند، مثلا مطالبی در مورد قدرت مکش آن بداند یک عکس بزرگ از محصول را ببیند...  
زمانی که بازار هدف را به خوبی شناختید حال دقیقاً می دانید چه کلماتی چه رنگی و چه تصویری می تواند مخاطب را اغنا نماید. در نهایت مطمئن شوید تابلوی شما برای بازار خرید کاملاً قابل فهم و درک است و می توانند منظور شما را به خوبی دریابند.

نکته آخر مانند همیشه تست کردن است.

پس از اتمام کار از شخص دیگری که تاکنون طرح شما را ندیده بخواهید چه صورت گذرا نگاهی به تابلو بی اندازه و نظرش را در زمینه طرح بیان کند ببینید چه نکاتی از طرح را به خاطر می آورد و چه نکاتی از نظر او قابل فهم نبوده به اولین سخنان او با دقت توجه کنید زیرا بیل بوردها چیزی جز یک احساس اولیه نیستند. روش دیگری که جهت پی بردن به نقایص تابلوی خود می توانید استفاده نمایید به شرح زیر است

- ۱- ابتدا یک پرینت از طرح خود تهیه کنید و آنرا بر روی دیوار بچسبانید
  - ۲- از کسی بخواهید حدود ۱۰ قدم از طرح دور شود و سپس به سمت نوشته بچرخد و شروع به قدم زدن به سمت آن کند و بعد از نزدیک شدن به تابلو رو برو را نگاه کند و از کنار آن بگذرد
  - ۳- حالا او مانند یک راننده به تابلوی شما نگرسته از او سئوالاتی در زمینه طرح خود بنمایید تا به نقاط ضعف و قوت طرح خود پی برید.
- الف - از او بپرسید تا چه حد نوشته های تابلو برای او واضح بوده است  
ب - آیا توانسته تمامی مطالب تابلو را مشاهده نماید  
ج - می تواند بگوید تصاویر گرافیکی چه چیزی را انتقال می دادند  
د - آیا طرح بیل بوردها هیچ سوالی برای او باقی گذاشته است؟

