Faire une bonne affiche !

[sg_popup id= »6″ event= »onload »][/sg_popup]Les points essentiels pour créer une affiche efficace !

1• La Cible

Comme pour toute action publicitaire ou marketing, il est important de savoir quel est le public visé. L'affiche doit être séduisante pour votre public, pas (forcément) pour vous !

2• Hiérarchiser les informations

Quelles sont les informations les plus importantes?
Utiliser la bonne vieille méthode du : CQQCOQP

- Combien ? *(Le public est nombreux ou très restreint ?)*
- Quoi ? *(De quoi parle-t-on ?)*
- Qui? *(De qui parle-t-on ?)*
- Comment? *(Quelle ambiance l'affiche va-t-elle avoir ?)*
- Ou? *(Où l'affiche sera-t-elle vue ? Dans quelles circonstances ?)*

- Quand ? *(Quelle est la date de l'évènement annoncé ?)*
- Pourquoi ? *(Quel est le but de l'affiche publicitaire ?)*

En répondant à toutes ces questions, vous ne conserverez que les informations primordiales qui permettront d'orienter votre message et de ne pas être « hors sujet ».

En parallèle, il est important de hiérarchiser l'information sur l'affiche en elle-même, en mettant en valeur ce qui est vraiment important, mais aussi en évitant la surcharge d'info qui ne ferait que rebuter les spectateurs.

4• Le cheminement en Z du regard

Il est très intéressant de comprendre le sens de lecture d'une affiche publicitaire, de préférence par quelqu'un qui la voit pour la toute première fois.

En Occident, on lit de gauche à droite, et de haut en bas.

Cette habitude se retrouve dans notre façon d'observer une image : le regard a tendance à se poser d'abord sur le coin supérieur gauche d'une affiche, puis à effectuer une trajectoire en « z » jusqu'à finir dans le coin inférieur droit. C'est pourquoi on retrouve souvent le logo de la marque en bas à droite.

Le regard termine sa trajectoire dessus et il constitue ainsi le dernier souvenir conservé par le spectateur (et donc le plus persistent). Évitez donc de centrer votre logo ou de lui donner une taille disproportionnée, cela n'aidera pas nécessairement à sa mémorisation – assurez-vous également de ne pas commettre l'une des 6 erreurs répandues lors de la création d'un logo.

5• Les couleurs

Le concept de « less is more » est adaptable même pour une affiche publicitaire, tout particulièrement concernant les couleurs.

Nul besoin de charger votre composition avec des éléments colorés inutiles, une affiche bien pensée doit surtout reprendre les couleurs et plus généralement les codes graphiques de la marque à laquelle elle fait référence.

Veillez à coordonner vos couleurs pour respecter une certaine harmonie dans l'utilisation de vos couleurs afin de respecter une certaine harmonie.

6• La typographie

Les règles typographiques d'une affiche publicitaire sont les mêmes que pour la majorité des créations graphiques : n'en faites pas trop.

Essayez de vous limiter à deux ou trois polices, l'important reste le message. L'œil ne doit pas être plus attiré par un dessin de lettres compliqué que par le sens de la phrase qu'elles composent.

De la même manière, il est primordial d'utiliser des polices de caractères qui soient lisibles. Le message doit être clair et facilement compréhensible, évitez de l'embrouiller avec une police trop complexe à déchiffrer.

Ces conseils, vous aurez une bonne base pour réussir une affiche publicitaire pertinente et efficace qui saura convaincre les passants.

Mais encore faut-il qu'elle soit finement réalisée : contactez-moi pour vous concocter une affiche irrésistible !