

CHECKLIST

voor een succesvolle banner

Een goede banner levert veel voordelen op. Zo komt je doelgroep na het klikken op je banner meteen op de juiste plek: jouw website. Waar ze vervolgens direct een afspraak kunnen boeken of aankoop kunnen doen. Ook kun je de resultaten van de banner goed meten en analyseren.

Om te zorgen dat mensen op je banner klikken is het belangrijk dat deze goed in elkaar zit. Daarvoor zijn een aantal punten cruciaal. Wij zetten ze in deze checklist voor je op een rijtje. **Wil je een online banner inzetten bij Omroep Gelderland? Neem voordat je start met de banner altijd contact met ons op.**

■ Ken je doelgroep

Wat vindt jouw doelgroep belangrijk? Waar zijn ze naar op zoek? Beantwoord deze vragen voordat je aan de slag gaat met je banner. Dit is namelijk precies waar jij met je banner op gaat inspelen.

■ Wat is je doel?

Meer bestellingen in je webshop, mensen jouw e-book laten downloaden of mensen een afspraak laten maken in je beautysalon? **Weet wat je met je banner wilt bereiken.** En bedenk meteen met welk topaanbod je hen daartoe gaat verleiden.

■ Kies het juiste formaat

Wil je de banner tonen op desktop, tablet of smartphone? Afhankelijk daarvan kies je het juiste formaat van de banner. Check de internationale standaarden voor alle bannerformaten.

■ .GIF, .JPEG of .PNG?

Bewegende beelden trekken de aandacht, maak daarom bij voorkeur een **geanimeerde GIF**. Daarbij kan je in meerdere beelden ook nog eens meer informatie kwijt. Toch liever stilstaand beeld? Ga dan voor een .jpeg- of .png-bestand.

■ Keep it simple

Een druk design met veel kleuren en details is een slecht idee. Ons brein kiest er in zo'n situatie voor om de banner te negeren. Zonde! Ga daarom voor kort en krachtig. **Gebruik alleen beelden en tekst die écht van toegevoegde waarde zijn.**

■ Goede afbeelding(en)

Op de vraag welke afbeeldingen je in de banner gebruikt, is er niet één juist antwoord. **Zorg in ieder geval dat je beeld past bij je (huis)stijl**, van hoge kwaliteit is en aansluit bij je boodschap. Tip: foto's van (lachende) mensen, mooie landschappen en herkenbare personen, items en situaties trekken de aandacht!

■ Duidelijke taal

Wat wil jouw doelgroep weten? **Waar zijn ze naar op zoek?** Speel daar met je tekst op in. Schrijf duidelijk, actief, kort en krachtig. Daarbij is het goed om woorden als 'gratis' en 'korting' te verwerken, dit zet aan tot klikken. En verwerk ook altijd de **prijs en/of promotie** in je tekst.

Gebruik een goed leesbaar lettertype. Cursieve tekst kan ons brein slecht verwerken, kies daarom voor **rechte dikgedrukte letters**.

■ Creëer urgentie

Verloopt de aanbieding morgen? Dan klikken we veel sneller dan wanneer we nog een maand de tijd hebben. **Noem concrete data en zorg voor een beetje tijdsdruk**. Want jouw mooie actie willen ze toch niet missen?!

■ Logo in beeld

Mensen herkennen je bedrijf in één keer door je logo. Zorg daarom dat je logo duidelijk in beeld is, om je naamsbekendheid te vergroten.

■ Call to action

Voeg **altijd** een duidelijke call to action toe. Zoals *Bestel nu en bespaar 20%! Plan nu jouw afspraak* of *download het e-book*. De call to action-button is het allerbelangrijkste van je banner. Jouw hele banner is zo ingericht, zodat mensen uiteindelijk op deze button klikken.

■ Perfecte landingspagina

Yes! Iemand heeft op je banner geklikt. Waar komt diegene dan uit? Op de homepage van je website? Of stuur je ze meteen naar een pagina waarop jouw aanbieding of meer informatie staat beschreven? **Zorg dat je websitebezoeker niet teleurgesteld wordt en leid hem meteen naar de juiste plek.**

■ Meten = weten

Een groot voordeel van een online banner is dat je precies kunt meten hoe effectief de campagne is. **Zo weet je bijvoorbeeld de click through rate (CTR) en kun je op een bepaalde doelgroep targetten.** Op basis van die bevindingen kun je de banner blijven optimaliseren. [Wij helpen je daar graag bij.](#)