

Erfolgreich werben mit Prospektbeilagen!

Profitieren Sie von unserer Erfahrung

1. Zielgruppenbestimmung und passende Gestaltung

Bevor Sie beginnen, eine Druckvorlage für Ihren Flyer zu erstellen, sollten Sie die Zielgruppe für Ihren Flyer klar definieren. Denn nur mit einer für die Zielgruppe passenden Gestaltung kommt Ihre Botschaft auch bei der Zielgruppe an.

Es gilt z. B. folgende Punkte zu beachten:



Zielgruppe

Jugendliche/junge Erwachsene:

Hier können Sie mit knalligen Farben, witzigen Sprüchen, dazu großen, bunten Bildern und wenig Text in einer großen Schrift punkten.



Zielgruppe Erwachsene:

Bunte, freundliche Farben und große Bilder in Kombination mit kurzen, aussagekräftigen Textpassagen sprechen diese Zielgruppe besonders gut an.

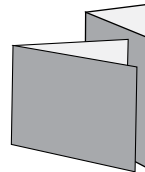


Zielgruppe Senioren:

Hier steht die Lesbarkeit an erster Stelle und bestimmt das Verhältnis von Text und Bild. Der Text muss groß und farblich gut abgesetzt sein, Bilder schmücken den Text, der Flyer sollte aber nicht „überladen“ wirken.

2. Format, Struktur & Aufbau

Folgende Fragen sollten Sie sich stellen, wenn Sie einen Flyer planen und bereits wissen, wen Sie damit erreichen wollen:



Welches Format soll der Flyer haben?

Außergewöhnliche Formate können Aufsehen erregen, aber auch von Ihrer Botschaft ablenken. Wir empfehlen mind. DIN A5, maximal jedoch ein DIN A4 Format jeweils als Endformat (z.B.: DIN A3 gefalzt auf DIN A4)

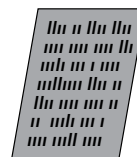
Aufbau des Flyers, gibt es einen roten Faden?

Ein klarer Aufbau erleichtert es dem Betrachter, Ihre Botschaft schnell zu erkennen.



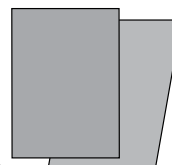
Ist sofort erkennbar, worum es geht, was die wichtigsten Aussagen sind? Sind diese prominent platziert?

Machen Sie Ihre Botschaft auf den ersten Blick erkennbar, um sofort Interesse zu wecken.



Was wird in Text erzählt, was in Bildern? Stimmt das Verhältnis zwischen Text und Bild?

Zu viel Text wirkt abschreckend, mit Bildern alleine werden Sie nur selten Ihre Botschaft kommunizieren können.



Soll der Flyer einseitig oder beidseitig bedruckt werden?

Die Rückseite des Flyers können Sie für zusätzliche Informationen nutzen.

Erfolgreich werben mit Prospektbeilagen!

3. Inhalt, Bilder und Grafiken

Bei der Planung des Flyerinhaltessollten Sie sich daher folgende Fragen stellen:

Ist die Überschrift aussagekräftig? Machen Sie gleich hier klar, womit sich Ihr Flyer beschäftigt.

Haben Sie sich auf die wichtigsten Produktvorteile konzentriert? Zeigen Sie die schlagkräftigsten Vorteile auf – aber nur diese. Zu viel Text kann einen negativen Effekt haben.

Gehen Sie auf den konkreten Kundennutzen ein? Überzeugen Sie den Kunden davon, dass Ihr Produkt einen entscheidenden Mehrwert hat.

Sind die Gültigkeitsdauer von Sonderaktionen/ Coupons, der Produktpreis, die Öffnungszeiten Ihres Ladens, der Termin, Zeit und Ort von Veranstaltungen angegeben?

Werden alle „W-Fragen“ beantwortet? (Was, Wer, Wie, Wo, Warum, Wann)? Informieren Sie Ihre Kunden kurz, aber umfassend.

Haben Sie die Handlungsaufforderung klar formuliert? Welchen Effekt erwarten Sie sich von Ihrem Flyer? Helfen Sie Ihren Kunden, indem Sie klarmachen, welche Reaktion Sie sich wünschen.

Sind alle Kontaktdaten angeführt, inkl. Anfahrtskizze?

Stellen Sie sicher, dass Ihre Kunden Sie auch finden. Passen Sie Ihre Sprache an die Botschaft und die Zielgruppe an, die sie erreichen möchten.

Ergänzen die verwendeten Bilder die textlichen Inhalte? Passen sie stilistisch?

Sind auf den Bildern Menschen erkennbar?

(empfohlen, weil Interesse weckend)

Haben Sie die Bildnutzungsrechte?

Reicht die Bildauflösung der eingebauten Dateien zum Druck? Richtwert: 300 dpi bei Originalgröße

Sind die farbigen Bilder im richtigen Farbmodus angelegt? (CMYK bei Vierfarbdruck)

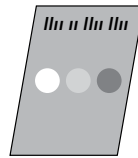
4. Farben - Für einen ansprechenden Flyer sollten Sie Folgendes beachten:

Das **Material des Papiers** lässt die Farben unterschiedlich wirken, deshalb sollten Sie sich von Ihrer Druckerei gut über deren Angebot informieren lassen.



Wir empfehlen bei einem Einzelblatt eine Mindest-**Papiergrammatur von 120g** und bei Falzflyern eine **Mindestgrammatur von 80g**.

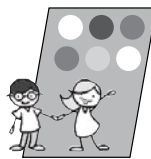
Der Flyer sollte nicht zu bunt gestaltet werden, oft ist es sinnvoll, auf eine Farbvielfalt zu verzichten und sich auf **ein bis zwei Farben** zu beschränken.



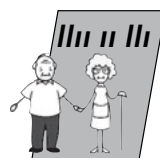
Diese Farben sollten gut miteinander harmonieren.

Um dem Interessenten das Lesen zu erleichtern, ist eine **dunkle Schrift auf heller Hintergrundfarbe sinnvoll**. Ein **großer Farbunterschied** zwischen Hintergrund und Schrift erleichtert das Lesen ebenfalls. Lassen Sie die typischen Signalfarben nicht außer Acht, denn z.B. Grün steht für die Natur und wird in der Farbtherapie zur Beruhigung eingesetzt, während Gelb und Orange meist von Discountern verwendet werden, um mit besonders niedrigen Preisen zu werben.

Es werden ca. 40 Prozent aller Informationen über die Farbe aufgenommen.



Wichtig: Sie sollten die Farbauswahl auf die Zielgruppe abstimmen, denn während beispielsweise ein Flyer für eine Studentenparty sehr bunt gestaltet werden kann, sollte bei einem Werbemittel, das an die ältere Generation gerichtet ist, in erster Linie auf **gute Lesbarkeit** geachtet werden.



5. Rücklauf nach einer Prospektverteilung:



- ohne Gutschein/Coupon im Promillebereich
- mit interessantem Gutschein/Coupon im Prozentbereich

Erfolgreich werben mit Prospektbeilagen!



Nutzen Sie unser Komplett-Angebot!

Layout, Druck & Verteilung Gesamtpaket für 1.125,- Euro

1. Layout:

Gestaltung eines DIN A4 Flyer Vorder- und Rückseite nach Ihren individuellen Vorgaben (Bilder und Texte von Ihnen gestellt)
3 Korrekturdurchgänge

2. Druck:

Druck auf 135g Bilderdruckpapier
Format DIN A4 (210 x 297 mm)
Beidseitig 4-farbig
Druckauflage 10.000 Exemplare

3. Verteilung:

Haushaltsverteilung an alle erreichbaren Haushalte ausgenommen der Werbeverweigerer in dem von Ihnen individuell definiertem Verteilgebiet (innerhalb des DWB-Verteilgebietes)
Verteiltag Wochenmitte oder Wochenende
Auflage: 10.000 Exemplare