

El volante comercial o flyer

El flyer es un formato publicitario basado en informar sobre eventos novedosos con información específica. El concepto de flyer se empezó a utilizar en forma de invitaciones en salas y discotecas. Posteriormente, se tomó conciencia de que no se trataba de invitaciones explícitas sino que era una forma implícita de publicidad, lo que derivó en el surgimiento del concepto de flyers publicitarios.



El flyer no tiene un formato definido. Su elección varía en función del tipo de evento, empresa o persona que lo difunda. Hay diversos formatos: cuartilla, octavilla, díptico, tríptico, etc. El formato octavilla está adaptado al fácil manejo del usuario, ni excesivamente grande, ni minuciosamente pequeño. Este formato ocupa el lugar del más manejable y cómodo de los formatos.

El papel, al igual que el formato, no aparece definido de manera exclusiva para el diseño del flyer, aunque cabe destacar que el más utilizado es el estucado brillo, caracterizado por su suave textura. Debes tener en cuenta que el usuario no le dará importancia a la publicidad si se trata de un papel demasiado grueso o áspero. El papel estucado mate también es utilizado pero en menor medida, ya que le caracteriza la escasez de brillo, por tanto, es menos vistoso.

A la hora de imprimir el flyer, siempre será más viable acudir a una imprenta con la que tengas establecido un vínculo de confianza. Para que la impresión sea de máxima calidad debemos buscar una imprenta Offset. Si nuestra prioridad es obtener la pieza de manera rápida debemos recurrir a una imprenta digital.

El mensaje más importante del flyer es la “invitación”, más concretamente, un valor receptivo que se activaría con una llamada a la acción “Todos los lunes pizza y cerveza a \$100.-”.

El mensaje debe ser claro, conciso y atractivo. Nunca debes minimizar la letra en el flyer, podría producir un efecto contraproducente en el usuario.

Nunca debemos descuidar el diseño de un flyer. El folleto debe ser perfectamente diseñado y no debemos descuidarlos en ningún momento. El primer contacto de una persona con el flyer es a través del tacto y de la vista. De manera que el trabajo del diseñador es hacer que ambos aspectos resulten agradables al usuario.

Cuatro características resumen el diseño de un flyer:

- Definir el tamaño, dejando una sangría al corte para evitar indeseadas líneas blancas.
- Definir la resolución. Un flyer se suele imprimir de 200 a 300 píxeles, debido a la necesidad de hallarlos en la máxima calidad posible.
- Material que necesitas para el diseño. Apuesta por fotografías del banco de imágenes, siempre que sean de calidad.
- Ten muy claro lo que quieres comunicar con tu eslogan y con los colores que vas a emplear.

Antes de comenzar con el diseño del flyer debes optar por uno creativo o típico. Un flyer creativo siempre tiende a funcionar mejor que el típico. Pero la creatividad siempre debe ir acorde con el mensaje que queramos transmitir. De nada sirve un flyer muy creativo carente de fuerza en el mensaje.

Cualquier empresa puede utilizar un flyer. Muchos lo llaman tarjeta de fidelización, aunque las tarjetas son mucho más complejas. El flyer es más sencillo. Si por ejemplo una empresa va a cambiar su lugar de residencia, sería conveniente elaborar un flyer que incluya llamadas de atención: la nueva localización, nuevas ofertas, etc.

La cantidad de reparto es siempre el doble de clientes en cuanto a empresas y el reparto se puede producir en diversos lugares como la puerta de tu empresa, los alrededores, por correo, encartado en revistas. Si hablamos de los encargados del reparto de flyers serán los “volanteros”. Hoy se utilizan también de manera exponencial las redes sociales para promocionarlos como Facebook o aplicaciones como Whatsapp.

En un flyer nunca debes mentir para conseguir atraer a los clientes. Si mientes recibirás justo el efecto contrario al deseado. Opta por mensajes reales y claros.