



Webudvikler · Illustrator

Opgave 5. AnnonceBanner © Jørn Ruben Nielsen

**Get
Some
light**



Webudvikler · Illustrator

Opgave 5. AnnonceBanner © Jørn Ruben Nielsen

Side 2

AnnonceBanner

Du skal i denne opgave fremstille to AnnonceBannere i forskellige størrelser. Reklamerne er beregnet på, at skulle indsættes på nogle hjemmesider som reklame for en fotoudstilling på Galleri Artsome.

Hvis du kigger på den kendte 'AIDA-modellen' (*se modellen på sidste side*), så er '**Action**' det sidste parameter i modellen – det er her, at læseren fx skal kunne se en knap på reklamen, som man kan trykke på for at komme videre til annoncørens hjemmeside, eller også skal der være et telefonnummer eller noget andet, som læseren kan handle på.

Men sådan er det ikke helt i dag. Nu klikker vi bare på reklamen, og så bliver man 'omstillet' til der, hvor annoncøren gerne vil have os hen. Derfor har banneret altså ikke en 'action-knap'.

I opgaven følges 2 annoncestørrelser fra [Google Adsense](#)

- 970 x 250 **PIXELS** (Billboard)
- 300 x 1050 **PIXELS** (Portræt)

Download og installér disse to fonte:

- **Genghis Khan**, downloades fra: Urban Fonts / [urbanfonts.com](#) / ligger også i zip-mappen
- **Open Sans**, downloades fra: Google Fonts / [fonts.google.com](#)

Sådan gør du:

Se annoncerne næste side og udarbejd dem på hver sit Illustrator-dokument. **HUSK PIXELS!** Annoncerne gemmes på hver sit .ai-dokument og eksporteres i .jpg-format.

Farver:

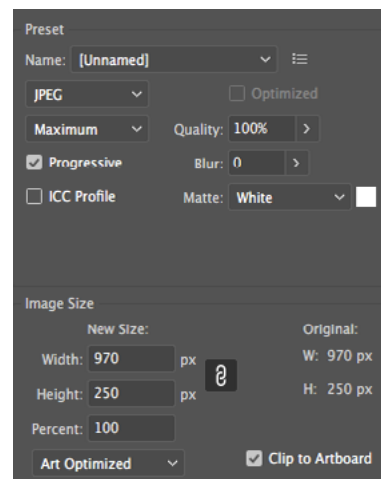
Gul = FCEA10 / Lysgrå = 9D9D9C og 575756

Annoncenavne:

- art-exibition-970x250.ai / art-exibition-970x250.jpg
- art-exibition-300x1050.ai / art-exibition-300x1050.jpg

Eksport:

Når du eksporterer skal du gå til **File > Export > Save for Web** Vælg de indstillinger, som du kan se på billedet her til højre (*NB: målene på billedet vises kun for det ene af de to bannerne*).



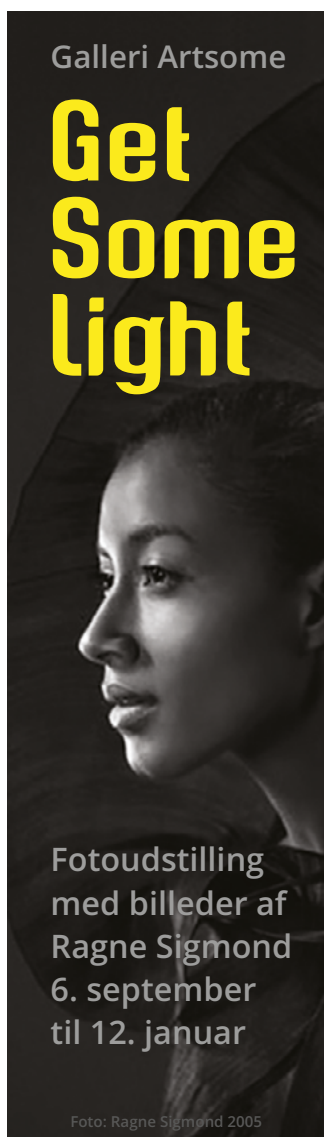


Webudvikler · Illustrator

Opgave 5. AnnonceBanner © Jørn Ruben Nielsen

Side 3

art-exhibition-970x250.ai / art-exhibition-970x250.jpg



art-exhibition-300x1050.ai
art-exhibition-300x1050.jpg



AIDA-modellen

Attention – Forbrugeren bliver opmærksom på reklamen. Stærke farver, en halvnøgen krop, en provokation, store bogstaver eller lignende. Virkemidlerne til at få opmærksomhed er typisk meget lavpraktiske – impulsiv, øjeblikkelig opmærksomhed skabes af simple virkemidler.

Interest – Dette punkt kan ofte være svært at skille fra Attention og Desire. Og mange gange kan man argumentere for at de samme elementer i reklamen udgør fx både Attention og Interest. En nem måde at skelne dette punkt fra andre er, at huske på at elementet skal være interesseskabende – altså handler det om forbrugers interesse. Forbrugere er fulde af tanker, ideer, idealer, idoler og politiske holdninger. Hvis målgruppen er unge piger (13-17 år), ville det være interesseskabende at have Justin Bieber som model på en reklame. Man ved på dette trin endnu ikke hvorfor at man skal købe noget, men reklamen har et match mellem noget der foregår i budskabet og forbrugers interesse.

Desire – Reklamen kommunikerer på dette niveau dit udbytte som forbruger. Desire-elementet i reklamen gør det klart for dig, hvad du får ud af at træffe en beslutning om at købe. Det kan være at Justin Bieber-reklamen er for en parfume, og at du nu som kvindelige forbruger er klar over, at du ved at købe denne parfume kan finde og tiltrække en fyr som Justin Bieber. Det lyder måske lidt komisk, men reklamerne behøver ikke altid kun at have et logisk koncept. Mange gange er reklamer meget irrationelle og emotionelle.

Action – Det handlingsorienterede element kan fx være et konkret link eller en konkret henvisning til hvor man får fat i produktet.

