

웹배너만들기

배너란 쪽광고라고도 불리며 건물이나 상점 앞에 작은 공간에 배치되는 광고를 일컫는 것으로 온라인에서도 웹사이트나 앱에서 작은 이미지 형태로 제공되는 광고를 웹 배너(web banner) 또는 배너 광고(banner ad)라고 한다.

이러한 형태의 온라인 광고는 웹 페이지에 광고를 추가하는 것이다. 광고주의 웹사이트에 링크하여 웹사이트로의 트래픽을 이끌어내는 것이 목적이다.

1. 배너제작의 디자인

정보의 특징을 살릴 수 있고 콘셉트를 전달할 수 있는 컬러 선정이나 포인트 디자인이 필요하다. 또한 전달하고자 하는 내용을 명확하고 구체적이어야 한다
어디에 어떻게 공지하느냐에 따라서 디자인의 방향성과 배치구성은 달라지며 이것이 디자이너의 기획능력이다.

종류

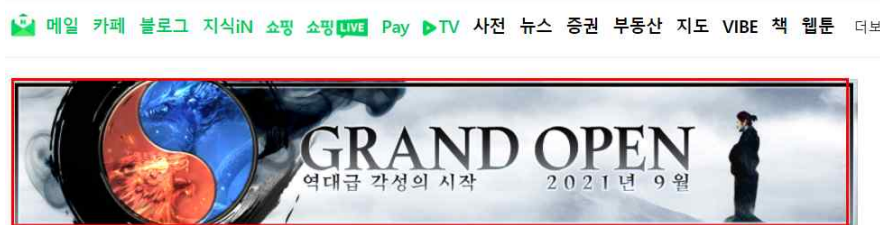
업체사이트, 포털사이트(네이버, 구글), 커뮤니티(카페, 블로그), SNS(인스타그램, 페이스북, 카카오 스토리/톡), 어플

2. 웹배너의 종류

(1) 타임보드 배너

광고를 메인페이지 상단에 한 시간 단위로 독점적으로 노출하는 배너 광고로 높은 전환 효과를 기대할 수 있으나 광고료가 매우 비쌈.

한 시간 단위로 가격을 차등적으로 운영하므로 업종, 제품 타겟에 따라 선택할 수 있으며 24시간 중 광고주가 원하는 시간대별 광고료 단가가 차등적으로 적용되고 있음.



(2) 롤링보드 배너

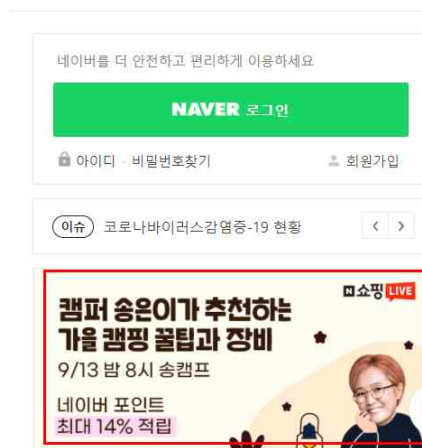
여러 광고가 돌아가면서 노출되는 것으로 타임보드보다 주목도가 떨어지지만 연령, 성별, 지역별로 타겟팅 할 수 있어 광고 효과를 더 높일 수 있음
인터랙티브한 기능 들을 추가하여 광고를 제작할 수 있어 마우스오버, 드래그, 동영상 재생 등 이용자의 다양한 참여를 유도할 수 있음.

(3) 퍼스트뷰 배너

집행 시간 동안 방문한 모든 사용자에게 1회씩 노출되며, 네이버는 롤링보드와 동일한 위치에서 나타남. 자동 확장 기능을 포함하고 있어 폭넓은 반응율을 얻을 수 있음

(4) 모바일배너

모바일의 메인 페이지에 노출되는 띠 형태의 배너로 강력한 타겟 기능과 풍부하고 정확한 데이터를 지원하는 모바일에 최적화된 상품입니다.



3. 웹배너 템플릿

템플릿이란 배너, 웹사이트 등의 디자인 서식을 소스로 제공되는 형태를 의미함. 글꼴, 색상, 구조, 이미지가 모두 제작되어 있으므로 컨셉별로 고르기만 하면 내용만 바꾸어 사용할 수 있어서 빠르고 쉽게 좋은 퀄리티의 작업물을 도출할 수 있음

하지만 제작하고자 하는 구성과 맞지 않는 경우 새롭게 제작해야 하므로 디자이너가 제작할 경우 레이아웃에 대한 아이디어 수집으로 활용하고 기본적인 디자이너의 감각을 갖추기 위한 노력을 병행하며 사용해야 함

- 게티이미지뱅크: <http://www.gettyimagesbank.com/>
- 클립아트 코리아: <http://www.clipartkorea.co.kr/main/index.php>
- 망고보드 : <https://www.mangoboard.net/>
- 미리캔버스 : <https://www.miricanvas.com/>

3. 웹배너의 사이즈

플랫폼마다 사이즈별 제작 규정 확인해야 함. 예를 들어 다음 카카오, 네이버. 모바일 배너는 휴대폰 기기에 확장되어 사용될 수 있도록 좌우여백의 끝부분을 동일한 색상으로 함

[참고]표준화된 광고 크기 - 미국 온라인 광고 협회(Interactive Advertising Bureau)

