

GUIDA

Come realizzare pieghevoli efficaci

Il **pieghevole** è certamente uno degli strumenti di marketing promozionale più utilizzati da aziende e professionisti di ogni settore per pubblicizzare il proprio business. Uno strumento dal **grande impatto visivo** che unisce la **creatività** della parola con la **fantasia** e la pervasività delle immagini. Parole e immagini, insomma, unite in un unico potentissimo congegno in cui **arte, psicologia ed emotività** danno vita a un connubio spesso irresistibile.

Ma come realizzare un pieghevole di successo capace di colpire l'attenzione di un potenziale cliente e invogliarlo all'acquisto? In questo articolo ci permettiamo di dare 10 utili consigli per realizzare opuscoli e dépliant vincenti.

REALIZZARE UN PIEGHEVOLE DI SUCCESSO? ECCO COME SI FA:

1) Lo scopo finale

E' fondamentale prima di progettare e realizzare un pieghevole avere bene in mente gli **obiettivi** che si intendono raggiungere. È perciò molto utile avere un confronto diretto e approfondito tra grafico e committente.

2) Il supporto

Con quale **materiale** verrà realizzato il pieghevole? Di quale **forma** e **dimensione**? Sono domande cui non è possibile sottrarsi prima di iniziare il lavoro.

3) Il potenziale cliente

A chi è destinato il pieghevole? E' importante stabilire non solo il **target** ma anche le modalità e le circostanze in cui l'opuscolo verrà diffuso in pubblico e in che modo il potenziale cliente ne entrerà in possesso.

4) Carta e penna

Sulla base del brief e di un continuo confronto con il committente, si consiglia di **buttare giù qualche idea con carta e penna** e sottoporla al suo giudizio prima di iniziare la realizzazione vera e propria del dépliant.

5) La prima impressione è importante

Un pieghevole deve **colpire sin da subito**, al primo sguardo, quindi **l'aspetto grafico** deve essere coerente con il tipo di business che si vuole rappresentare e promuovere.

6) Il font

La scelta del font è un aspetto **da non trascurare**. Ma la cosa più importante è **limitare il numero di caratteri tipografici** da utilizzare (2 vanno benissimo) e soprattutto **non scegliere font astrusi** o eccessivamente ricercati che distolgono l'attenzione dai contenuti.

7) Il copy

Molto spesso si sottovaluta il ruolo del **testo scritto**. In realtà la parola in un pieghevole ben fatta è estremamente importante ed è determinante nell'opera di persuasione e convincimento del cliente. Per questo contenuti, immagini e grafica devono apparire un tutt'uno **armonioso, coeso e coerente**.

8) Le immagini

Inutile sottolineare l'importanza di utilizzare sempre foto e immagini di **qualità**. Se per questioni di budget dovete ripiegare sull'acquisto di immagini di archivio, assicuratevi di scegliere foto consone al risultato che volete ottenere.

9) Semplicità

Banale ma vero: le **cose semplici** sono spesso le migliori perchè arrivano subito al dunque. Quindi evitate combinazioni di forme e colori troppo complesse; a volte è sufficiente una frase breve per **catturare l'attenzione** del cliente.

10) Andare sul sicuro

Realizzare un pieghevole di successo non significa cercare di essere stravagante o diverso solo per il gusto di farlo. **Molto spesso le scelte più efficaci sono quelle più semplici e banali da prendere.**



