

Chcesz dowiedzieć się, jak stworzyć treść dopasowaną do formatu Digital Signage? Poznaj zasady, które pomogą Ci przy projektowaniu komunikacji wyświetlanej na Digital Signage.

Jak tworzyć angażujące i czytelne treści dla **DIGITAL SIGNAGE**



Korzystasz z Digital Signage?

Przygotowaliśmy ten ebook dla osób, które chcą stworzyć content dopasowany do tego formatu.

Opisujemy w nim sposoby na stworzenie dobrego cyfrowego doświadczenia w Digital Signage.

Znajdziesz tutaj wskazówki dotyczące:

- wyboru fontów,
- napisania dobrego Call To Action,
- zwiększenia czytelności i dostępności monitorów reklamowych.

Zapraszamy do czytania!

Jak zadbać o czytelność?

Chcesz zwiększyć efektywność Digital Signage? Postaraj się, aby Twój komunikat był zrozumiały dla każdej osoby, która będzie mijała ekran.

Poznaj 4 zasady, które poprawią czytelność Digital Signage.

Im krótszy tekst, tym lepiej

Treść wyświetlana na ekranie zmienia się co kilka sekund. Odbiorca ma ograniczoną możliwość przeczytania tekstu, dlatego komunikat musi być jak najprostszy i zwięzły.

Kiedy chcesz mieć pewność, że Twój tekst znajdujący się na Digital Signage zostanie odczytany – skorzystaj z zasady 3x5:

- 3 wiersze po 5 słów,
lub
- 5 wierszy po 3 słowa.



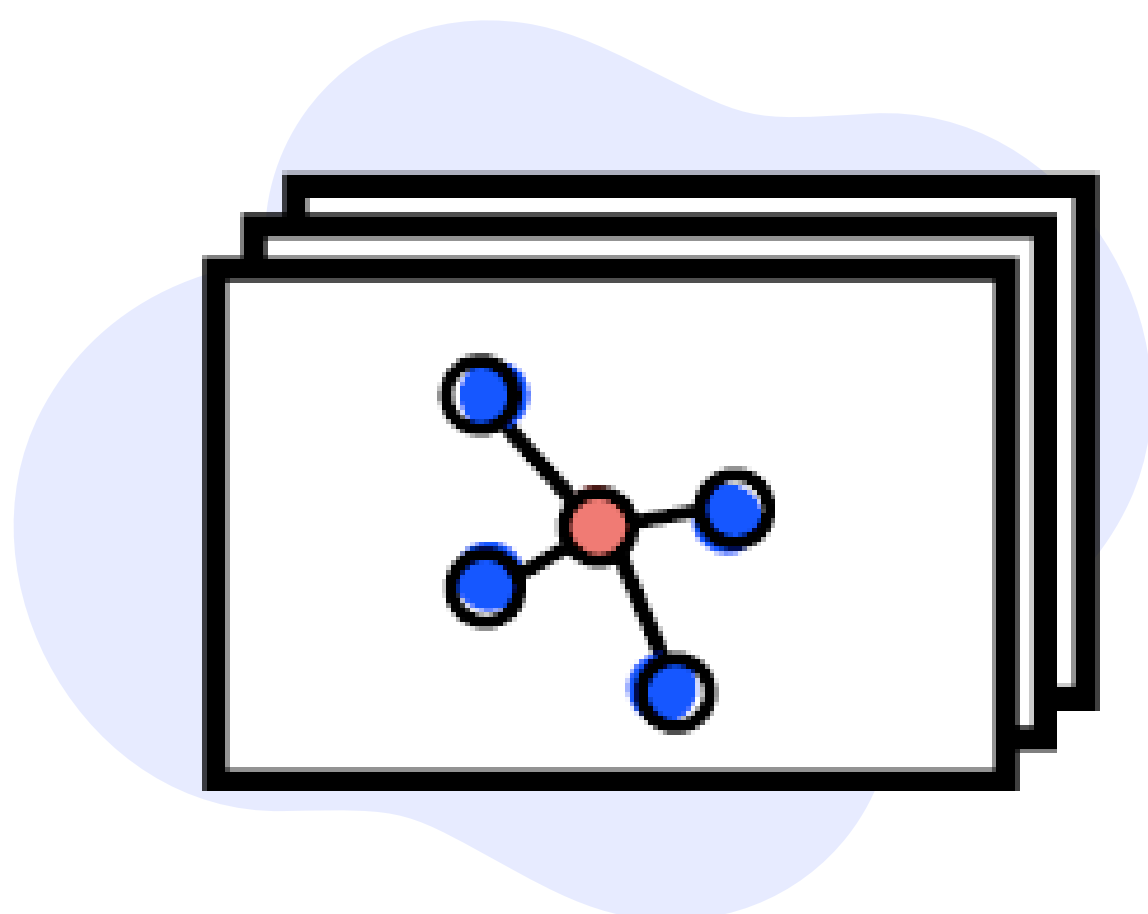
Fonty bezszeryfowe

Używaj fontów bezszeryfowych, czyli takich, które są proste i pozbawione ozdobników.

Jeśli używasz edytora tekstu, dostępnego w oprogramowaniu do zarządzania treścią sprawdź, czy wybrany przez Ciebie font obsługuje polskie znaki takie jak: ą, ę, ł, ż, ź, ó.

Przy tworzeniu treści na monitory Digital Signage przy użyciu wbudowanych w system edytorów tekstu skorzystaj z czcionki:

- Lato,
- Helvetia,
- Montserrat,
- Roboto.



Wielkość fontów

Dowiedz się, z jakiej odległości Twój komunikat będzie odczytywany. Wielkość fontu powinno dobierać się pod dystans dzielący odbiorcę z ekranem.

Sprawdź poniższą tabelę z przykładowymi wartościami.

Odległość od ekranu	Wielkość fontu
20 cm	20 px
30 cm	35 px
45 cm	50 px
65 cm	65 px
85 cm	100 px
125 cm	135 px
190 cm	200 px
285 cm	265 px
380 cm	400 px

Wyróżnienia

Kiedy chcesz wyróżnić treść, ogranicz się do maksymalnie dwóch różnych rodzajów fontów.

Najlepiej, kiedy będziesz używać pogrubienia. Ograniczaj kursywę, ponieważ zmniejsza ona czytelność.

Nie przesadzaj z ilością wyróżnień. Niech to, co jest najważniejsze, najmocniej wybrzmi.

Jaki powinien być tekst na Digital Signage?

Tworząc treść, na monitor reklamowy lub ekran interaktywny, staraj się, aby tekst był prosty i zwięzły.

Dopasuj język do odbiorcy. Kiedy ekran będzie witał klientów banku – pisz poważnie, ale kiedy monitor jest w centrum handlowym – pozwól sobie na luźny styl.



Podczas pisania (prostego!) uważaj na:

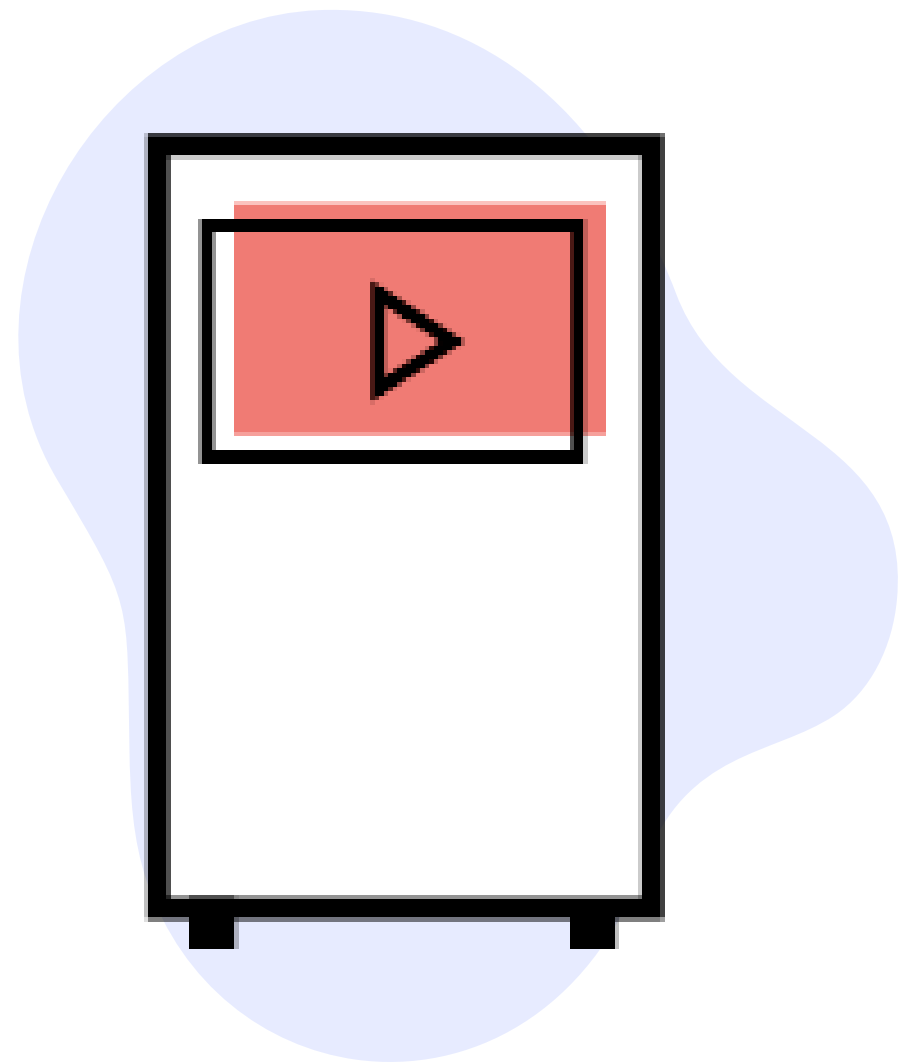
- brak konkretów. Zamiast „podaj miejsce, do którego chcesz trafić”, napisz: „wpisz sklep”.
- "zbity" tekst. Używaj nagłówków, akapitów i wypunktowań, aby wizualnie zrobić „miejsce” w treści.
- złożone czasowniki. Zastąp „wykonaj przymiarke w domu” na „przymierz w domu”.

Dodaj trochę koloru

Digital Signage to nie jest tylko tekst.

W komunikacji wykorzystaj:

- zdjęcia produktu,
- wizualizacje,
- mapy,
- wykresy,
- grafiki.



Wzbogacisz tym treść, ale także przykujesz wzrok czytelników. Pamiętaj, aby nie przesadzić z ilością – kiedy przekazujesz ważne informacje, nie pozwól, aby obrazy zaćmiły tekst.

Kiedy projektujesz wygląd slajdu, wykorzystaj identyfikację wizualną marki. Tworząc grafiki, trzymaj się proporcji - 2:1, 4:3 i 16:9.

Wezwanie do działania

Aby Digital Signage dobrze zadziałał – musisz znać cel. Chcesz przekonać do zakupu czy wskazać drogę do celu?

Kiedy znasz już cel komunikatu, stwórz dobre Call To Action, który koniecznie musi się znaleźć na slajdzie.

Jak stworzyć dobre *Call to Action*?

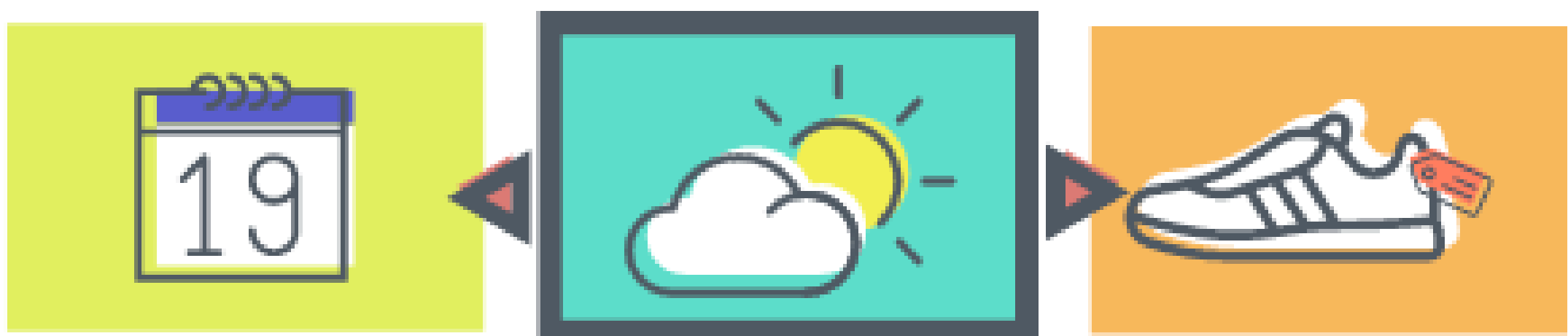
- Pisz w pierwszej osobie liczby pojedynczej – „sprawdź”, „zobacz”.
- Zwięzła i konkretna informacja.
- Jasny przekaz.
- Zauważalne – CTA musi być graficznie wyróżnione.

Czas to...pieniądz

Treść pokazywana na Digital Signage jest wyświetlana rotacyjnie, jak slajdy w prezentacji.

Jak dobrać czas przewijania?

Testuj, testuj i testuj. Nie ma jednej, złotej zasady, której trzeba się trzymać.

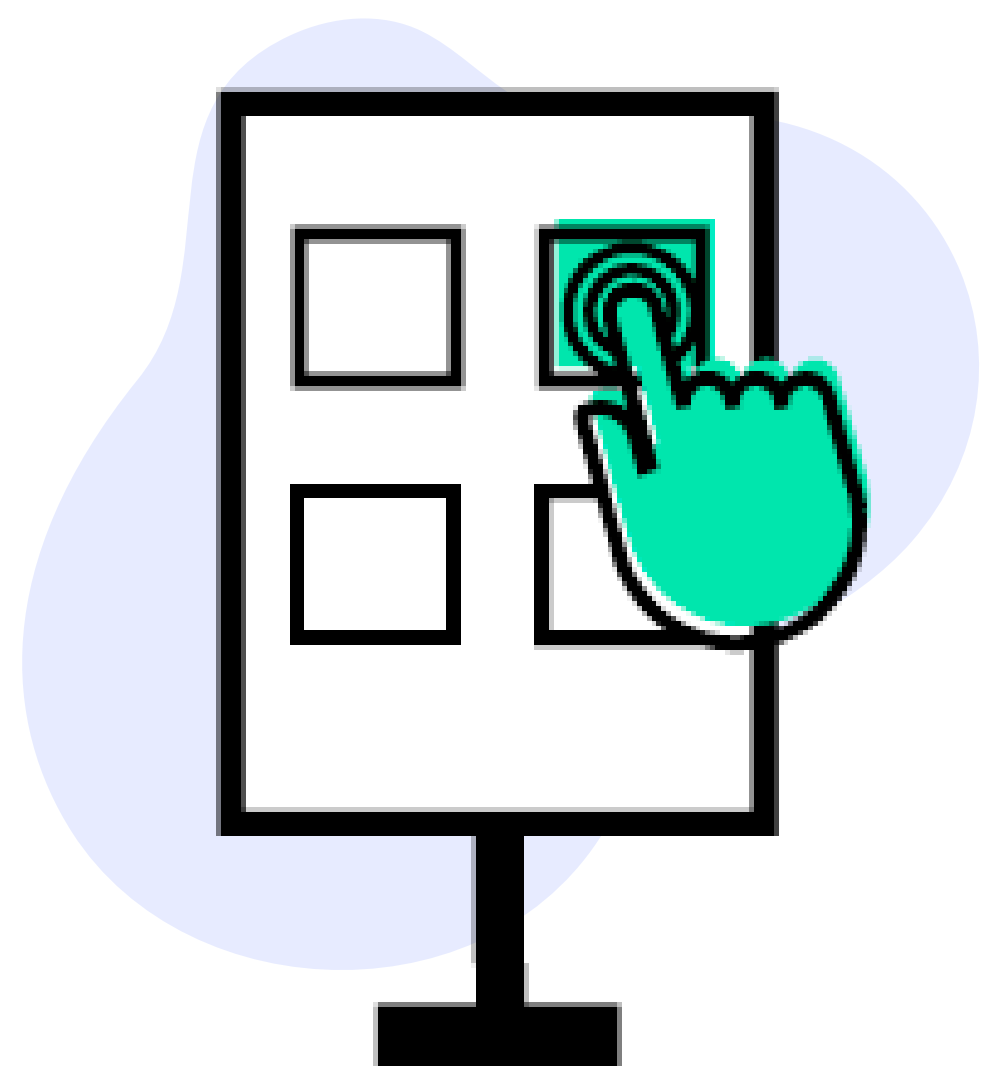


Dla komunikatu, który ma głównie grafiki – czas przewijania będzie krótszy, a ekran, na którym w większości jest treść, będzie potrzebował więcej czasu.

Prędkość "pętli" zależy od miejsca, w którym umieszczony jest nośnik Digital Signage (monitor, ściana LED). Ekran stojący w ruchliwym miejscu w środku miasta będzie zmieniał obrazy szybciej, niż monitor znajdujący się w biurowej kuchni lub poczekalni.

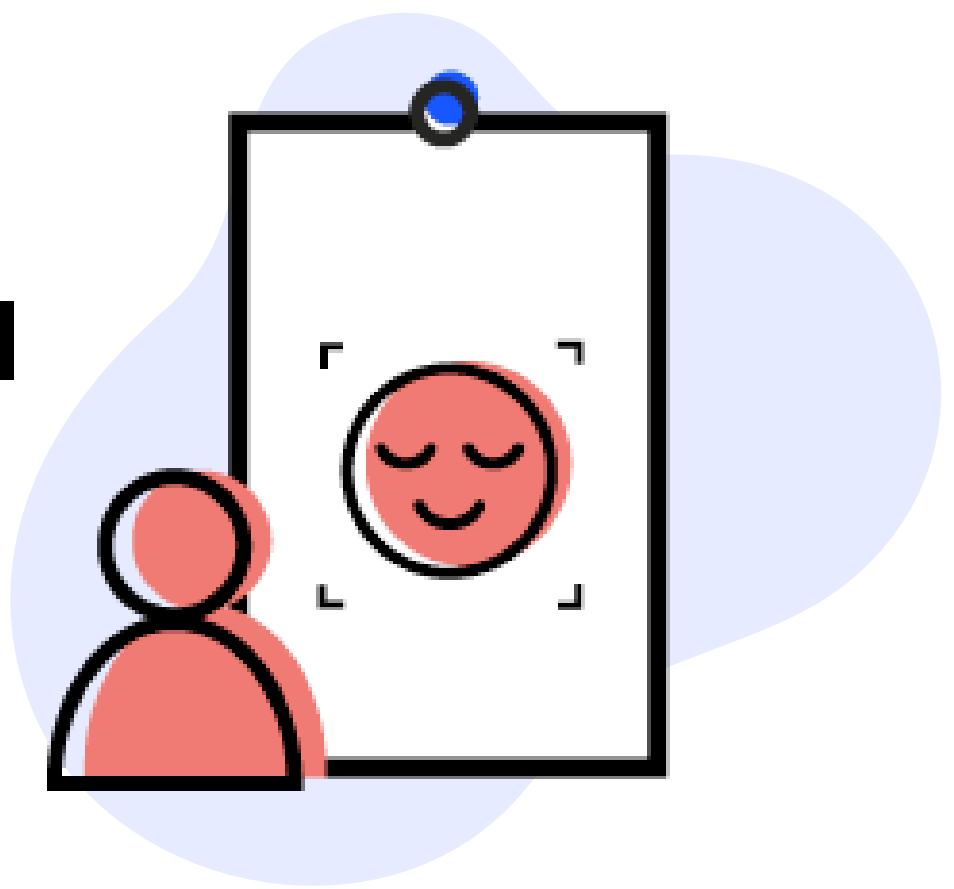
Dostępna treść na Digital Signage, czyli jaka?

W 2014 roku została przyjęta ustawa o dostępności cyfrowej. Zgodnie z nią technologie cyfrowe muszą być dostępne dla każdej osoby, w tym dla osób z niepełnosprawnością i starszych.



Wytyczne, dzięki którym treści cyfrowe są dostępne nazywają się WCAG. Trzymanie się tych zasad zwiększa skuteczność komunikacji!

Jak projektować Digital Signage zgodnie z WCAG?



1. Unikaj animowanych i szybko poruszających się elementów.
2. Kiedy używasz plików z dźwiękiem – uzupełnij je o transkrypcję.
3. Wszystkie CTA i elementy interaktywne powinny być wizualnie wyróżnione.
4. Zadbaj o przejrzystość: podziel treść na paragrafy, listy i nagłówki. Rozbij za mocno zbity tekst.
5. Nie używaj branżowego języka. Pisz prosto, aby każdy (niezależne od wieku, wykształcenia, wiedzy) mógł zrozumieć komunikat.
6. Dbaj o kontrast: stosunek jasności tekstu do tła powinien być 5 do 1.
7. Kiedy tworzysz monitor dotykowy – stwórz instrukcję korzystania, która będzie łatwo dostępna np. w formie znaku zapytania w rogu ekranu.

Dziękujemy za przeczytanie naszego ebooka!

Chcesz zmienić lub ulepszyć swoje treści, potrzebujesz wsparcia w produkcji animacji, video lub fotografii?

A może chcesz stworzyć nową strategię treści Digital Signage dla swojej marki?

Zapraszamy do kontaktu:

tel.: +48 608 068 933

m.: kamila.nieszporek@horsefield.pl



Zeskanuj kod, aby odwiedzić naszą stronę inzynierowieobrazu.pl