WINK

# OOH GUIDELINES

Pe outdoor, mărimea chiar

contează când vine

# vorba de text.

Gândește-te mereu la distanța fizică dintre ecran și publicul tău.

| Letter Height | Readable Distance |
|---|---|
| 90 cm | 110 m |
| 60 cm | 73 m |
| 45 cm | 54 m |
| 30 cm | 37 m |
| 22 cm | 27 m |

Vizualizează mesajul pe ecranul laptopului de la o distanță de aproximativ

**4** metri

Așa simulezi cât de vizibil este pe **DOOH**

Vizualizează mesajul pentru

**5** secunde

Dacă nu-l poți citi în întregime, atunci nici șoferii din trafic nu vor reuși.

BIGGER

WINK

# Fonts

Deși **mărimea** contează, asta nu înseamnă că trebuie să optezi mereu pentru majuscule.

În cazul anumitor fonturi, **MAJUSCULELE** obosesc ochii sau încarcă vizualul.

# BOLD

**BE BOLDER**

**dacă vrei să te observe.**

BE REGULAR

ca să treci neobservat.

## DO

Scrie cu **bold**.

WINK

# SPACING

Încearcă să găsești o **spațiere** optimă, astfel încât să nu se contopească, ori invers, să devină o înșiruire de litere.

# RENUNȚĂ la fonturile cu Serif.

Recomandarea noastră este să folosești fonturi precum **Helvetica**, **Arial**, **Calibri**, **Tahoma**, **Verdana** și **Open Sans**, care merg bine cu bold și sunt ușor de citit.

*Fonturile cursive* și cele *script*, care imită scrisul de mână, au zero impact pozitiv.

A vs A

WINK

# FONTStyle

**Nu depăși 3 fonturi și stiluri diferite pe un cadru!**

Ideal ar fi să păstrezi un singur font și să arăți ierarhia informațiilor prin dimensiuni și culori.

# CONTEXT

Potrivește fontul textului cu celelalte elemente.

Potrivește fontul cu mesajul.

**TEHNOLOGIE?**

Folosește un font tehnic, masculin, cu linii drepte.

**JUCĂRII?**

Un font vesel, cu margini rotunjite, ar fi ideal.

Atenție la fontul din LOGO unde este cazul!

WINK

Folosește fraze scurte,
de maximum
**5-6**
cuvinte.

Mesajul e mai ușor de receptat și în plus ești liber să optezi pentru o dimensiune **mai mare** a textului.

De ce să scrii

**lămâi**
**portocale**
**clementine**
**mandarine**
**limete**
**grepfrut**
**pomelo**

când vorbești despre

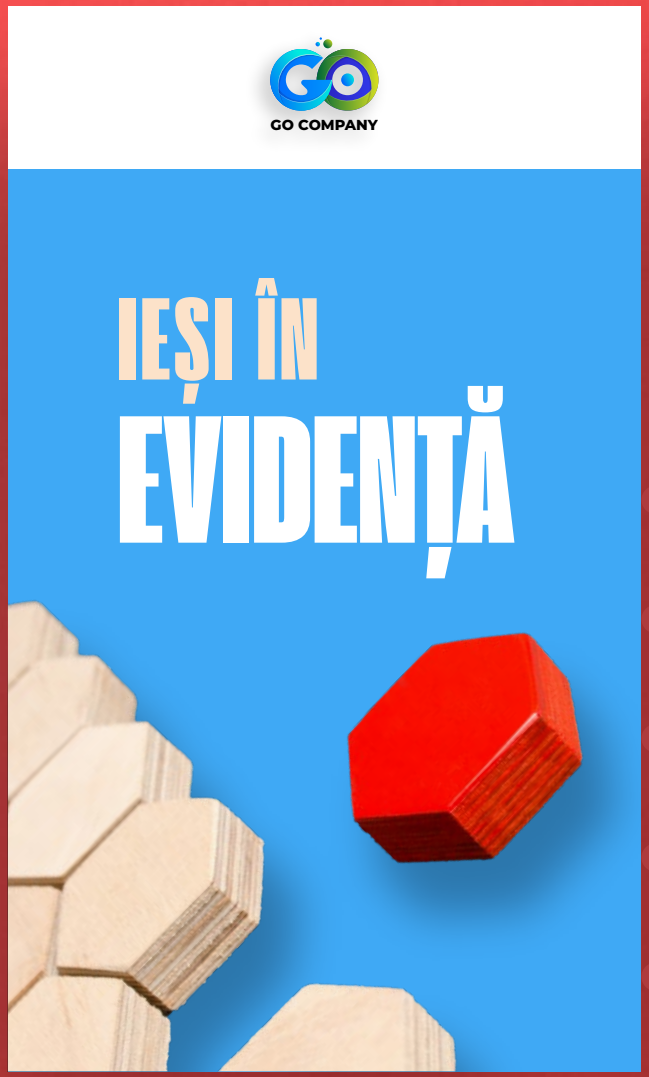
**CITRICE**

# copywriting

Atunci când

**LOGO**

tău este încărcat vizual, delimitează-l printr-o secțiune de culoare sau o burtieră.



WINK

# SEPARĂ-TE
## și ieși în față

Pentru un aspect aerisit al spotului, dar și păstrarea dinamismului, poți fragmenta spațiul de difuzare în zone specifice

Separă-le cu linii solide, în culori contrastante, pentru o definire și mai clară.

**VIDEO**

**TEXT**

**IMAGINI**

COLORS

# Folosește culori în contrast, dar complementare.

Mai jos, 18 combinații de culori, ordonate de la cea mai vizibilă combinație la cea mai puțin vizibilă.

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 |

WINK