

طراحان معمولاً زمان سختی برای طراحی تابلوی مغازه‌ها دارند. این تابلوها از نگاه دیگران بسیار ساده به نظر می‌ایند اما برای شخصی که این تابلوها را می‌سازد کاری چالش‌برانگیز است. اگر شما قرار است تابلویی را طراحی کنید ادامه‌ی این مقاله همه‌چیز در ارتباط با طراحی تابلو را در اختیار شما می‌گذارد.

برای شروع باید سؤالات درستی بپرسید که به نتیجه‌ی دلخواه برسید. در هر پروژه‌ی طراحی موفقیت کاملاً به سؤالاتی که می‌رسید بستگی دارد. برای طراحی تابلو سؤالات حیاتی وجود دارند که حتماً باید آن‌ها را بدانید.

هدف این تابلو چیست؟



آیا هدف این تابلو تبلیغ یک کسب و کار است؟ یا برای پیدا کردن یک مکان مشخص استفاده می‌شود؟ آیا این تابلو برای ارائه اطلاعات استفاده می‌شود؟

بدون داشتن یک هدف مشخص طراحی تابلو کار بسیار سختی است. حتماً مطمئن شوید خواسته‌های مشتری را از ساختن و طراحی تابلو می‌دانید تا یک برنامه‌ی مشخص برای کارتان داشته باشید. تنها به خاطر تابلو بودن نمی‌توانید هدف کار را حدس بزنید و باید با مشتری هماهنگ باشید. اگر مشتری شما از هدف کار مطمئن نیست با او صحبت کنید تا باهم به یک نتیجه مشخص برسید.

مخاطبان تابلو چه کسانی هستند؟

مشتری ما می‌خواهند چه جور مخاطبانی را جذب کند؟ شاید شما یک تابلو حرفه‌ای طراحی کنید و بعد متوجه شوید مخاطبان اصلی کسب و کار مشتری شما افراد جوان و نوجوان هستند. حتی ممکن است شما یک تابلویی رنگی و جذاب طراحی کنید اما کارفرمای شما نیاز به یک تابلویی جدی و حرفه‌ای داشته باشد. دانستن مخاطبان هدف یک کسب و کار به شما در بهتر انجام دادن کارتان کمک زیادی می‌کند.

آیا اهداف دیگری وجود دارد؟



مسلماً گنجاندن هدف اصلی در طراحی تابلو مهم‌ترین کار یک طراح است اما شما می‌توانید اهداف دیگری را هم در تابلو بگنجانید و با یک تیر دو نشان بزنید. به عنوان مثال با اضافه کردن یک سری اطلاعات تماس می‌توانید افرادی که هنگام بسته بودن مغازه به آنجا سر می‌زنند را هم جذب کنید. بهتر است در طراحی تابلو علاوه بر اسم مغازه جا برای اطلاعات دیگر هم بزارید.

با جواب دادن به این سؤالات کاملاً برای طراحی تابلو آماده هستید. هر تابلویی تنها 3 الی 4 ثانیه وقت دارد تا مشتری را جذب کند. این زمان شامل وسایل نقلیه و افراد پیاده‌ای می‌شود که از کنار تابلو گذر می‌کنند. تابلویی که طراحی می‌کنید باید انقدر جذاب باشد که بتواند در همین زمان کم مشتری جذب کند. علاوه بر این شما

باید متوجه این باشید که مردمی که در وسایل نقلیه از کنار تابلوی شما عبور می کنند قرار نیست بایستند و تابلو را بخوانند برای همین اطلاعاتی که روی تابلو قرار می گیرند باید به دقت انتخاب شوند تا در زمان کم هر چیزی که نیاز هست را به مشتری نشان دهند.

هرچه کمتر بهتر

این اصل ممکن است ساده به نظر بیاید اما بسیاری از طراحان آن را فراموش می کنند. حتی اگر اطلاعات زیادی برای نمایش وجود دارند نباید همه ی آن ها را به تابلو اضافه کنید. حواستان باشد که تابلو یک بروشور تبلیغاتی یا پوستر نیست. و همیشه از یک سری اطلاعات باید گذشت. به عنوان مثال هنگام طراحی تابلوی یک رستوران تنها باید اسم، اطلاعات تماس یا سالی که تأسیس شده است را اضافه کرد و اطلاعاتی مثل لیست غذا لازم نیست روی تابلو باشند.

مردم را منتظر نزارید

فرض کنید مشتری شما می خواهد یک کافه باز کند و اسم آن را به یاد مادرش گذاشته است و اسم مادرش سارا است. مردم تنها با دیدن اسم سارا متوجه نخواهند شد که این چه نوع کسب و کاری است. وظیفه ی شما به عنوان یک طراح این است که با افزودن المان های طراحی مطمئن شوید که مردم می فهمند که این مکان یک کافه است. می توانید اسم تابلو را به کافه سارا تغییر دهید یا با اضافه کردن عکس یک فنجان قهوه یا یک سمبل دیگری نشان دهید که هدف این کسب و کار دقیقاً چیست.

تابلو باید مشخص و خوانا باشد



بهتر است از فونت‌ها و افکتهای شلوغ و عجیب و غریب استفاده نکنید تا مردم به راحتی بتوانند تابلوی شما را بخوانند. بسیاری از طراحان این اشتباه را می‌کنند و در متمایز کردن تابلو زیاده‌روی می‌کنند تا حدی که تابلو به راحتی قابل شناسایی نیست.

در ادامه تعدادی از تابلوهای خلاقانه و طراحی فوق‌العاده را جمع‌آوری کرده‌ایم تا منبع الهام باشد.























