

# Stampa personalizzata: l'importanza dei Rollup per mostre, fiere ed eventi

FORNITURE PER AZIENDE



Per sponsorizzare prodotti e servizi e per catturare l'attenzione dei potenziali clienti durante le fiere, le mostre ed altre tipologie di eventi molte aziende sfruttano la **stampa personalizzata**.

Tra i vari materiali pubblicitari che si possono impiegare sono sempre più richiesti i **rollup personalizzati**, prodotti versatili che si possono adattare senza difficoltà alle esigenze aziendali e che possono essere personalizzati fin nei minimi dettagli.

I rollup possono essere utilizzati da soli, oppure possono essere inseriti in una **campagna pubblicitaria più vasta** insieme ad altro materiale promozionale. In entrambi i casi, i **rollup con stampa personalizzata** sono la soluzione ideale per ottenere un **ritorno economico**, puntando ad aumentare il numero di clienti interessati ai servizi dell'azienda, e per incrementare il fatturato della stessa.

## Rollup personalizzato pubblicitario: i consigli per la progettazione

Per sfruttare al massimo le potenzialità dei **rollup personalizzati pubblicitari** è utile seguire alcuni **consigli per la progettazione**.

È fondamentale che la grafica ed il testo scelti consentano di veicolare in maniera diretta il messaggio che si desidera i clienti percepiscano: un errore frequente è dimenticare che questo materiale pubblicitario deve avere lo scopo di **informare i clienti** e di spingerli ad acquistare quanto offerto, non deve diventare una semplice esposizione di stile.

Sul rollup pubblicitario non bisogna per forza scrivere molto, anzi un valido consiglio è di **selezionare con cura le parole** da utilizzare e di trarre vantaggio anche dagli spazi lasciati bianchi. Il testo in questo modo sarà più facilmente leggibile, inoltre i consumatori non saranno bombardati da una miriade di informazioni e potranno ricordare i **concetti chiave** senza difficoltà.

I vari elementi del rollup dovranno essere ben differenziati. Per ottenere ciò si potrà **giocare con i contrasti**, in modo da mettere in risalto gli elementi principali della grafica pubblicitaria, i quali conterranno i concetti più importanti da far ricordare ai potenziali clienti.

Spesso più che con le parole è utile realizzare un **messaggio pubblicitario che punti sulle immagini**, anche perché le immagini consentono di riassumere in poco spazio concetti che a parole sarebbero difficili da esprimere o da far ricordare.

Il rollup personalizzato non deve limitarsi ad essere un cartellone pubblicitario, ma deve trasformarsi in uno **strumento di dialogo** con i potenziali consumatori. Per questo motivo, si consiglia di aggiungere informazioni di contatto, ad esempio il sito web, l'indirizzo email, il numero di telefono o i profili social. Su molti rollup pubblicitari si trovano oggi anche i **codici QR**, utilissimi per far raggiungere in pochi secondi una destinazione online semplicemente inquadrando il codice con la fotocamera dello smartphone o del tablet.

## L'importanza della coerenza con il brand

Al momento della progettazione di una qualsiasi stampa personalizzata utilizzata a fini promozionali non bisogna dimenticare l'importanza della **coerenza con il brand**. Ogni strumento pubblicitario contribuirà, infatti, a formare l'idea che il consumatore avrà dell'azienda, dunque commettere degli errori nelle campagne di marketing durante gli eventi, le fiere e le mostre potrà avere delle conseguenze negative.

Il rollup personalizzato dovrà essere coerente con il brand dal punto di vista grafico – molta attenzione va dunque posta alla **scelta dei colori e dello stile** – ma dovrà anche rispettare la filosofia dell'azienda. Il messaggio veicolato non dovrà dunque essere contraddittorio rispetto a quanto affermato in precedenza dalla stessa azienda. Le **mostre e le fiere del settore** sono delle ottime occasioni per entrare in contatto con un elevato numero di persone, per farsi conoscere dai clienti finali ed anche per stringere delle vantaggiose relazioni con imprese dello stesso settore o di ambiti differenti, sarebbe quindi un peccato commettere degli errori nella progettazione del proprio materiale pubblicitario.