

بنر تبلیغاتی یکی از قدیمی‌ترین و در عین حال مؤثرترین ابزارهای بازاریابی بصری است که هنوز هم در دنیای دیجیتال و چاپی جای خود را حفظ کرده است. اگر تا به حال از کنار یک بیلپورد رد شده باشید یا در حین گردش در اینترنت چشمتان به یک تبلیغ افتاده باشد، بدون آنکه متوجه شوید، تحت تأثیر طراحی همان بنر قرار گرفته‌اید. در این مقاله قصد داریم به صورت کامل و جامع، تمام نکات طراحی بنر تبلیغاتی را از صفر تا صد بررسی کنیم؛ از شناخت مخاطب تا انتخاب رنگ، فونت، اندازه استاندارد و حتی اشتباهات رایجی که باید از آن‌ها دوری کنید.

1. بنر تبلیغاتی چیست و چرا اهمیت دارد؟

بنر تبلیغاتی یک قطعه گرافیکی (چاپی یا دیجیتال) است که برای معرفی یک محصول، خدمت، برند یا پیام خاص طراحی می‌شود. این بنرها می‌توانند در فضاهای فیزیکی مانند خیابان‌ها، فروشگاه‌ها و نمایشگاه‌ها یا در فضای آنلاین مانند وبسایت‌ها، شبکه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌ها نمایش داده شوند.

اهمیت بنر تبلیغاتی از چند جهت قابل بررسی است:

- ارتباط سریع با مخاطب: بنر در کسری از ثانیه باید پیام اصلی را منتقل کند.
- افزایش آگاهی از برند: حضور مستمر بنرها در ذهن مخاطب، نام برند را تثبیت می‌کند.
- هدایت ترافیک و فروش: بنرهای دیجیتال با لینک و دکمه CTA مستقیماً کاربر را به صفحه فروش می‌برند.
- هزینه مقرون به صرفه: در مقایسه با بسیاری از روش‌های تبلیغاتی، طراحی و انتشار بنر هزینه کمتری دارد.

به همین دلیل، رعایت نکات طراحی بنر تبلیغاتی نه یک انتخاب، بلکه یک ضرورت برای هر کسب و کاری است که می‌خواهد در بازار دیده شود.

2. نقش بنر تبلیغاتی در افزایش فروش و برندینگ

بنر تبلیغاتی صرفاً یک عنصر تزئینی نیست؛ بلکه ابزاری استراتژیک برای رسیدن به اهداف تجاری است. نقش آن را می‌توان در دو محور اصلی خلاصه کرد:

تأثیر بر فروش

بنرهایی که با دکمه‌های فراخوان به عمل (CTA) قدرتمند طراحی می‌شوند، می‌توانند نرخ کلیک (CTR) و در نهایت نرخ تبدیل (Conversion Rate) را به طور قابل توجهی افزایش دهند. یک بنر خوب، مخاطب را از مرحله «دیدن» به

مرحله «اقدام» سوق می‌دهد.

تأثیر بر برندینگ

حتی اگر کاربر در همان لحظه خریدی انجام ندهد، رنگ، لوگو و پیام بنر در ذهن او باقی می‌ماند. این موضوع باعث می‌شود در تصمیم‌گیری‌های بعدی، نام برند شما زودتر به ذهن مشتری برسد. تکرار هوشمندانه و طراحی یکپارچه بنرها در کمپین‌های مختلف، هویت بصری برند را تقویت می‌کند.

[بیشتر بخوانید : برند بوک چیست؟ راهنمای جامع برای درک هویت برند](#)

3. قبل از طراحی بنر چه نکاتی را باید بدانیم؟

پیش از باز کردن نرم‌افزار طراحی، باید چند سؤال کلیدی را برای خود پاسخ دهید:

1. هدف بنر چیست؟ فروش مستقیم، معرفی برند، اطلاع‌رسانی یا جذب لید؟
2. مخاطب هدف کیست؟ سن، جنسیت، سبک زندگی و نیازهای آن‌ها چیست؟
3. بنر در کجا نمایش داده می‌شود؟ وبسایت، شبکه اجتماعی، بیلبرد یا چاپ کاتالوگ؟
4. پیام اصلی چیست؟ باید بتوانید پیام را در یک جمله کوتاه خلاصه کنید.
5. بودجه و زمان‌بندی پروژه چقدر است؟

پاسخ به این پرسش‌ها، مسیر طراحی را مشخص می‌کند و از اتلاف وقت و هزینه جلوگیری می‌کند.

4. شناخت مخاطب هدف؛ اولین قدم طراحی موفق

یکی از مهم‌ترین نکات طراحی بنر تبلیغاتی که اغلب نادیده گرفته می‌شود، شناخت دقیق مخاطب هدف است. طراحی یک بنر برای نسل Z با طراحی بنر برای مخاطبان میانسال کاملاً متفاوت است.

برای شناخت بهتر مخاطب:

- پرسونای مشتری بسازید: سن، شغل، علایق و دغدغه‌های او را مشخص کنید.

- رفتار آنلاین مخاطب را بررسی کنید: آیا بیشتر از موبایل استفاده می‌کند یا دسکتاپ؟
- سبک بصری مورد پسند مخاطب را بشناسید: مخاطبان جوان‌تر معمولاً به طراحی‌های ساده و رنگ‌های جسورانه واکنش بهتری نشان می‌دهند، در حالی‌که مخاطبان حرفه‌ای‌تر به طراحی‌های مینیمال و رسمی اعتماد بیشتری دارند.

هرچه شناخت شما از مخاطب دقیق‌تر باشد، تصمیمات طراحی (از رنگ تا متن) هدفمندتر خواهد بود.

5. انتخاب پیام تبلیغاتی واضح و تاثیرگذار

یک بنر تبلیغاتی معمولاً تنها چند ثانیه فرصت دارد تا توجه مخاطب را جذب کند. به همین دلیل، پیام باید:

- کوتاه و مستقیم باشد: از جملات طولانی و پیچیده پرهیز کنید.
 - یک ایده اصلی را منتقل کند: تلاش برای گفتن چند پیام در یک بنر، باعث سردرگمی مخاطب می‌شود.
 - منافع مخاطب را برجسته کند: به جای تمرکز صرف روی ویژگی محصول، روی اینکه مخاطب چه چیزی به دست می‌آورد تمرکز کنید.
 - حس فوریت ایجاد کند: عباراتی مانند «فقط امروز» یا «تا پایان موجودی» می‌توانند نرخ واکنش را بالا ببرند.
- به‌عنوان یک قاعده کلی، اگر مخاطب نتواند در کمتر از پنج ثانیه بفهمد بنر درباره چیست، پیام باید بازنویسی شود.

6. روانشناسی رنگ‌ها در طراحی بنر تبلیغاتی

رنگ یکی از قدرتمندترین ابزارهای ارتباط بصری است و مستقیماً روی احساسات و تصمیم‌گیری مخاطب اثر می‌گذارد. آشنایی با [روانشناسی رنگ](#)، یکی از حیاتی‌ترین نکات طراحی بنر تبلیغاتی محسوب می‌شود.

رنگ	احساس منتقل‌شده	کاربرد رایج
قرمز	فوریت، انرژی، اشتیاق	تخفیف‌ها، فروش‌های فوری
آبی	اعتماد، امنیت، آرامش	بانک‌ها، فناوری، سلامت
سبز	طبیعت، تازگی، سلامتی	محصولات ارگانیک، محیط‌زیست
زرد	شادی، نشاط، توجه	تبلیغات کودک، فست‌فود
سیاه	لوکس، رسمیت، قدرت	برندهای پرمیوم و لوکس
نارنجی شور	خلاقیت، دوستانگی	تبلیغات نوجوانان، استارت‌آپ‌ها

نکته مهم: همیشه از تضاد رنگی (Contrast) مناسب بین پس‌زمینه و متن استفاده کنید تا خوانایی بئر حفظ شود. همچنین بهتر است رنگ‌های اصلی بئر با رنگ‌های هویت بصری برند هماهنگ باشند.



7. انتخاب فونت مناسب برای بئر

فونت، صدای بی‌صدای برند شماست. انتخاب نادرست فونت می‌تواند حتی بهترین پیام تبلیغاتی را بی‌اثر کند. در انتخاب فونت برای بئر تبلیغاتی این نکات را رعایت کنید:

- خوانایی در اولویت اول: فونت باید از فاصله مناسب (به‌ویژه برای بیلپورد) به‌راحتی خوانده شود.
- محدود کردن تعداد فونت‌ها: استفاده از بیش از دو یا سه فونت در یک بئر، ظاهر آن را شلوغ و غیرحرفه‌ای می‌کند.
- تناسب با شخصیت برند: فونت‌های بولد و ضخیم برای پیام‌های پرانرژی، و فونت‌های ساده و ظریف برای برندهای لوکس مناسب‌تر هستند.
- اندازه مناسب: عنوان اصلی باید به‌وضوح از سایر متن‌ها بزرگ‌تر باشد تا سلسله مراتب بصری حفظ شود.

8. اهمیت تصاویر باکیفیت در تبلیغات

تصویر، اولین چیزی است که چشم مخاطب به آن جذب می‌شود. استفاده از تصاویر بی‌کیفیت یا پیکسلی، نه تنها جلوه بصری را از بین می‌برد، بلکه می‌تواند اعتبار برند را نیز زیر سؤال ببرد.

نکات کلیدی در انتخاب تصویر:

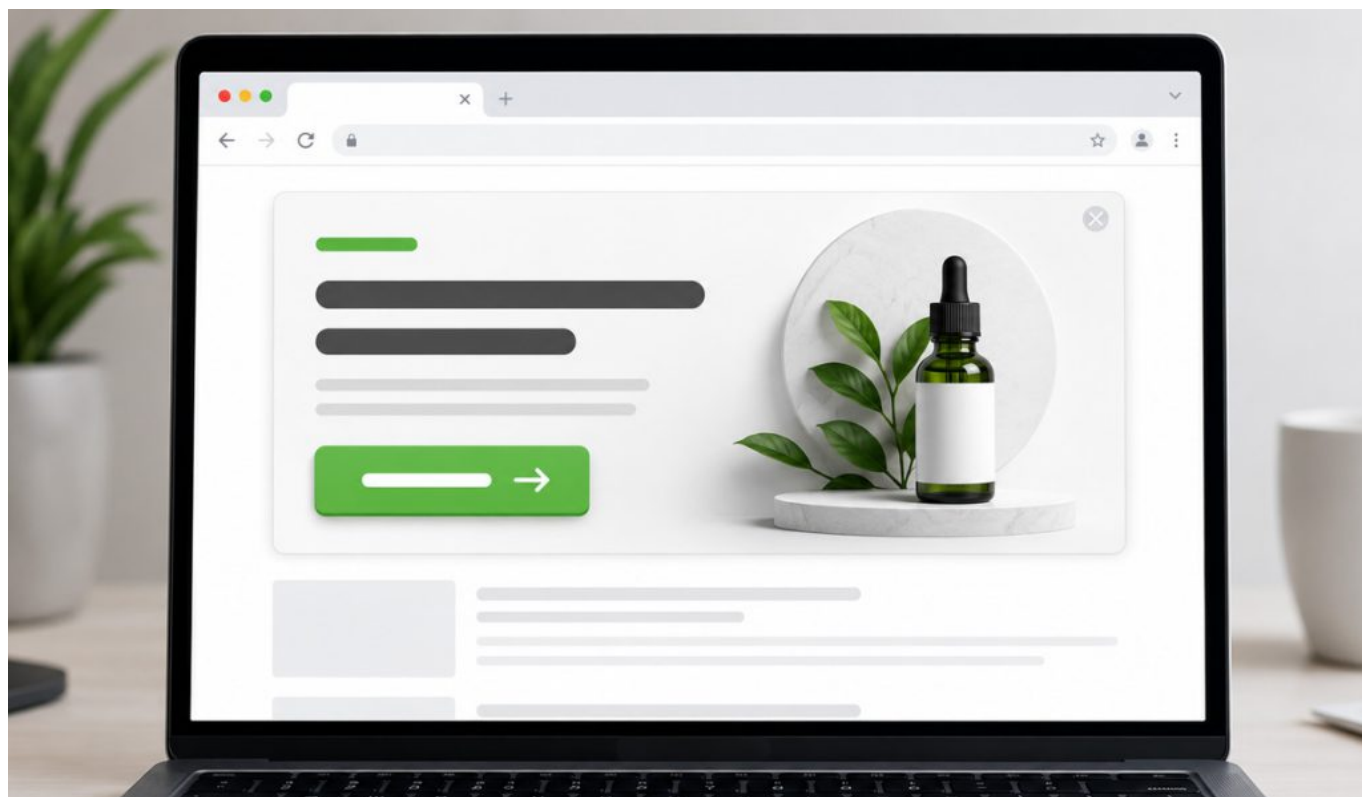
- از تصاویر با رزولوشن بالا و مناسب برای سایز نهایی بصر استفاده کنید.
- تصاویر باید با پیام و حال‌وهوای تبلیغ هماهنگ باشند.
- در صورت امکان، از عکس‌های اختصاصی محصول به‌جای تصاویر استوک عمومی استفاده کنید؛ این کار اعتماد بیشتری ایجاد می‌کند.
- از شلوغی بیش از حد تصویر در پس‌زمینه بپرهیزید تا متن اصلی گم نشود.

9. چطور از دکمه CTA برای افزایش کلیک استفاده کنیم؟

دکمه فراخوان به عمل یا CTA (Call To Action) قلب تپنده هر بنر دیجیتال است. این دکمه دقیقاً مشخص می‌کند که کاربر باید چه کاری انجام دهد.

برای طراحی یک CTA مؤثر:

- از فعل‌های دستوری و انگیزشی استفاده کنید: مانند «همین حالا خرید کنید»، «رایگان شروع کنید»، «بیشتر بدانید».
- رنگ متفاوت و برجسته داشته باشد: دکمه باید نسبت به بقیه بنر کاملاً مشخص و قابل تشخیص باشد.
- موقعیت مناسب: معمولاً قرار دادن CTA در نیمه پایین یا کنار پیام اصلی، نتیجه بهتری دارد.
- اندازه قابل لمس: به‌خصوص در بنرهای موبایلی، دکمه باید به اندازه کافی بزرگ باشد تا به راحتی لمس شود.



10. سلسله مراتب بصری (Visual Hierarchy) در طراحی بنر

سلسله مراتب بصری به این معناست که چشم مخاطب باید به ترتیب مشخصی روی عناصر بنر حرکت کند: ابتدا عنوان، سپس تصویر یا توضیح، و در نهایت دکمه CTA.

برای ایجاد سلسله مراتب بصری مناسب:

- مهم‌ترین عنصر (معمولاً عنوان یا تصویر اصلی) باید بزرگ‌ترین و پرتضادترین بخش بنر باشد.
- از اندازه، رنگ و موقعیت برای هدایت نگاه مخاطب استفاده کنید.
- عناصر کم‌اهمیت‌تر (مانند توضیحات فرعی) باید کوچک‌تر و کم‌رنگ‌تر باشند.

رعایت این اصل باعث می‌شود مخاطب بدون سردرگمی، مسیر درست را طی کند و به اقدام مورد نظر برسد.

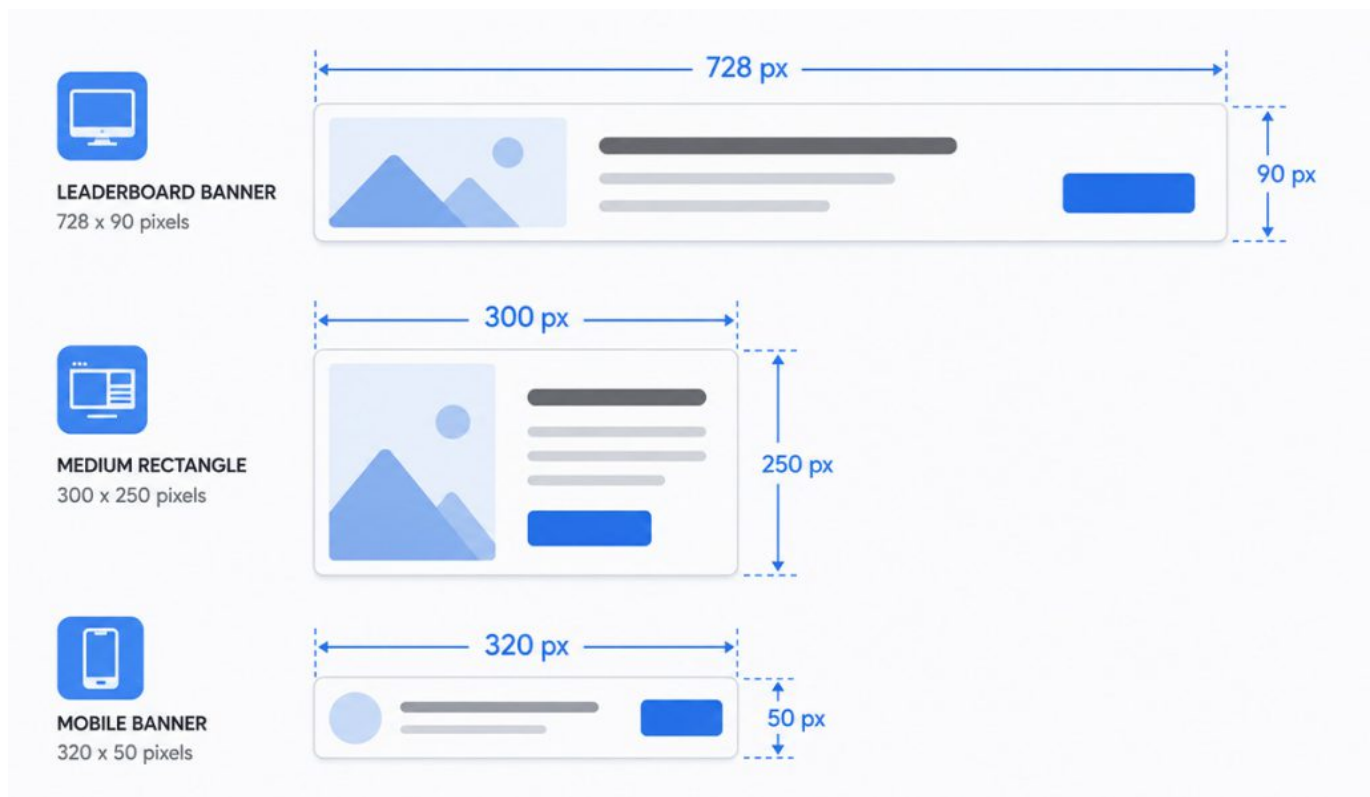


11. اهمیت اندازه و ابعاد استاندارد بنر

استفاده از ابعاد نادرست یکی از رایج‌ترین اشتباهاتی است که باعث می‌شود بنر در پلتفرم مورد نظر به‌درستی نمایش داده نشود. برخی از ابعاد استاندارد بنرهای دیجیتال عبارتند از:

ابعاد رایج (پیکسل)	نوع بنر
90×728	بنر لیدربرد
280×336	بنر مستطیل بزرگ
250×300	بنر مستطیل متوسط
50×320	بنر موبایلی
1920×1080	بنر استوری شبکه اجتماعی
1080×1080	بنر پست شبکه اجتماعی

برای بنرهای چاپی نیز باید به رزولوشن (معمولاً 300 DPI برای چاپ باکیفیت) و ابعاد فیزیکی دقیق توجه شود تا در زمان چاپ، کیفیت تصویر کاهش پیدا نکند.



12. رعایت فاصله‌ها، ترازها و تعادل بصری

تعادل بصری باعث می‌شود بنر، حرفه‌ای و منظم به نظر برسد. برای رسیدن به این تعادل:

- از یک شبکه (**Grid**) برای چیدمان عناصر استفاده کنید.
 - فاصله بین عناصر (**Margin و Padding**) را یکسان و منظم نگه دارید.
 - از تراز (**Alignment**) مشخص بین متن‌ها، تصاویر و دکمه‌ها پیروی کنید.
 - از قرار دادن عناصر در گوشه‌های بنر بدون دلیل بصری مشخص خودداری کنید.
- این جزئیات کوچک، تفاوت بین یک طراحی آماتور و یک طراحی حرفه‌ای را رقم می‌زنند.

اخبار طراحی گرافیک : [چطور یک سیستم هویت بصری می‌تواند برند را متحول کند؟](#)

13. استفاده از فضای خالی (White Space) برای افزایش خوانایی

بسیاری از طراحان تازه‌کار تصور می‌کنند باید تمام فضای بنر را با عناصر گرافیکی و متن پر کنند؛ اما این یکی از اشتباهات رایج در طراحی است. فضای خالی یا White Space در واقع به مخاطب اجازه می‌دهد:

- روی پیام اصلی تمرکز کند.
- بنر را بدون احساس آشفتگی بصری مشاهده کند.
- عناصر مهم را سریع‌تر شناسایی کند.

به یاد داشته باشید: «کمتر، گاهی بیشتر است». یک بنر ساده و تمیز با فضای خالی کافی، معمولاً تأثیرگذارتر از یک بنر شلوغ و پر از اطلاعات است.

14. چگونه توجه مخاطب را در 3 ثانیه اول جلب کنیم؟

در دنیای دیجیتال، مخاطب در عرض چند ثانیه تصمیم می‌گیرد که روی یک بنر توجه کند یا از آن عبور کند. برای جلب توجه سریع:

1. از یک عنصر بصری قوی شروع کنید: تصویر یا رنگی که فوراً چشم را جذب کند.
2. عنوان جذاب و کوتاه بنویسید: عنوان باید در نگاه اول، ارزش پیشنهادی را منتقل کند.
3. از حرکت یا انیمیشن ساده استفاده کنید (در بنرهای دیجیتال): حرکتهای ملایم می‌توانند توجه را بیشتر از تصاویر ثابت جذب کنند.
4. تضاد رنگی بالا داشته باشید: ترکیب رنگ‌های متضاد، چشم را سریع‌تر به سمت بنر می‌کشاند.

15. اشتباهات رایج در طراحی بنر تبلیغاتی

برخی از مهم‌ترین اشتباهاتی که باید از آن‌ها دوری کرد:

- شلوغ بودن بیش از حد طراحی: استفاده از متن، تصویر و رنگ‌های زیاد در یک بنر.
- نادیده گرفتن مخاطب هدف: طراحی بدون در نظر گرفتن ذوق و نیاز مخاطب.
- فقدان دکمه CTA مشخص: بنری بدون مسیر روشن برای اقدام، فرصت تبدیل را از دست می‌دهد.
- استفاده از فونت‌های نامناسب یا ناخوانا: به‌خصوص در فاصله‌های دور (بیلبرد) یا صفحات کوچک موبایل.

- عدم تطابق با ابعاد استاندارد پلتفرم: باعث برش خوردن یا کشیده شدن نامناسب تصویر می شود.
- نادیده گرفتن هویت بصری برند: بنرهایی که با سایر مواد تبلیغاتی برند هماهنگ نیستند، اعتماد مخاطب را کاهش می دهند.

16. تفاوت طراحی بنر چاپی و بنر دیجیتال

اگرچه اصول پایه طراحی در هر دو نوع بنر مشترک است، تفاوت های مهمی نیز وجود دارد:

ویژگی	بنر چاپی	بنر دیجیتال
رزولوشن	معمولاً 300 DPI یا بالاتر	معمولاً 72 تا 150 DPI
فضای رنگی	CMYK	RGB
تعامل	غیرفعال (Static)	می تواند تعاملی یا متحرک باشد
محدودیت حجم فایل	معمولاً اهمیت ندارد	باید برای لود سریع صفحه فشرده شود
فاصله دید مخاطب	اغلب از فاصله دور (بیلپورد)	معمولاً از فاصله نزدیک (موبایل/دسکتاپ)

توجه به این تفاوت ها هنگام آماده سازی فایل نهایی برای چاپ یا انتشار آنلاین، از بروز مشکلات کیفی جلوگیری می کند.

17. بهترین نرم افزارها برای طراحی بنر تبلیغاتی

برای طراحی بنرهای حرفه ای، می توانید از ابزارهای زیر استفاده کنید:

- [Adobe Photoshop](#): مناسب برای ویرایش تصویر و طراحی بنرهای پیکسلی با جزئیات بالا.
- [Adobe Illustrator](#): ابزاری قدرتمند برای طراحی های وکتور و گرافیک مقیاس پذیر، مناسب برای بنرهای چاپی بزرگ.
- [Figma](#): گزینه ای عالی برای طراحی بنرهای دیجیتال و همکاری تیمی آنلاین.
- [Canva](#): مناسب برای کاربران غیرحرفه ای که به سرعت می خواهند بنرهای جذاب با قالب های آماده طراحی کنند.
- [CorelDRAW](#): گزینه ای رایج در صنعت چاپ ایران برای طراحی بنر و بیلپورد.

انتخاب نرم افزار به سطح تخصص شما، نوع پروژه (چاپی یا دیجیتال) و بودجه در دسترس بستگی دارد.

پیشنهادی : [طراحی پوستر تبلیغاتی حرفه‌ای با کمک هوش مصنوعی و فتوشاپ](#)

18. نمونه ویژگی‌های یک بنر تبلیغاتی موفق

یک بنر تبلیغاتی موفق معمولاً این ویژگی‌ها را دارد:

- پیام واضح و قابل درک در نگاه اول
- هماهنگی کامل رنگ، فونت و تصویر با هویت برند
- سلسله مراتب بصری منطقی که نگاه مخاطب را هدایت می‌کند
- دکمه CTA برجسته و قابل توجه
- ابعاد و رزولوشن متناسب با محل نمایش
- فضای خالی کافی برای خوانایی بهتر
- ایجاد حس فوریت یا ارزش پیشنهادی روشن برای مخاطب

اگر هنگام طراحی یا بازبینی بنر، تمام این موارد را بررسی کنید، شانس موفقیت کمپین تبلیغاتی شما به‌طور قابل توجهی افزایش می‌یابد.

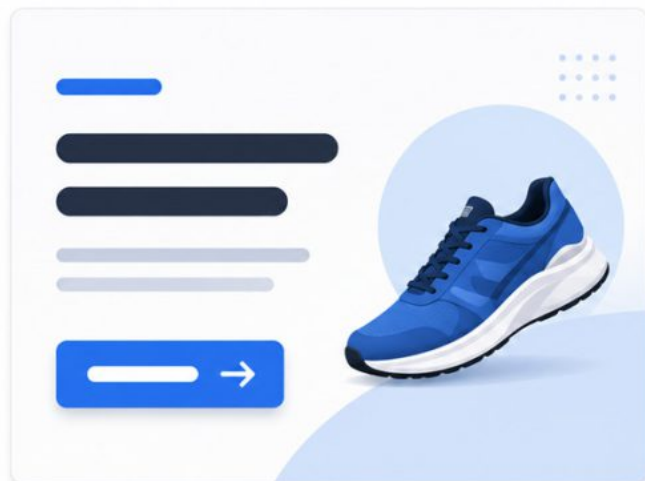
پیشنهادی : [چگونه طراحی ساده اما حرفه‌ای داشته باشیم؟](#)



Before



After



19. جمع‌بندی

طراحی بنر تبلیغاتی، ترکیبی از خلاقیت، روانشناسی بصری و دانش فنی است. رعایت نکات طراحی بنر تبلیغاتی که در این مقاله بررسی شد؛ از شناخت دقیق مخاطب هدف و انتخاب پیام مناسب، تا توجه به رنگ، فونت، تصویر، دکمه CTA و ابعاد استاندارد، می‌تواند تفاوت بزرگی در میزان اثربخشی کمپین‌های تبلیغاتی شما ایجاد کند.

به یاد داشته باشید که یک بنر موفق، نه تنها زیباست، بلکه پیام را به وضوح منتقل می‌کند، مخاطب را به اقدام ترغیب می‌کند و هویت برند را تقویت می‌کند. با تمرین و آزمایش طراحی‌های مختلف (A/B Testing) و توجه به بازخورد واقعی مخاطبان، می‌توانید به مرور بنرهای طراحی کنید که هم از نظر بصری جذاب باشند و هم نتایج کسب‌وکاری ملموس به همراه داشته باشند.

20. سوالات متداول

مهم‌ترین نکته در طراحی بنر تبلیغاتی چیست؟

مهم‌ترین نکته، انتقال یک پیام واضح و قابل‌فهم در کمتر از پنج ثانیه است. بنری که مخاطب نتواند سریع موضوع آن را درک کند، حتی با بهترین طراحی گرافیکی هم نتیجه مطلوب نمی‌دهد. شناخت مخاطب هدف، رنگ‌بندی مناسب و دکمه CTA مشخص نیز از ارکان اصلی یک بنر موفق هستند.

بهترین رنگ برای بنر تبلیغاتی کدام است؟

رنگ مناسب به نوع پیام و هدف بنر بستگی دارد. [رنگ قرمز](#) برای ایجاد حس فوریت در تخفیف‌ها، [آبی](#) برای القای اعتماد در خدمات مالی و فناوری، و سبز برای محصولات سلامت و ارگانیک مناسب‌تر است. مهم‌تر از انتخاب رنگ خاص، رعایت تضاد رنگی مناسب بین پس‌زمینه و متن است.

سایز استاندارد بنر تبلیغاتی چقدر است؟

رایج‌ترین ابعاد بنرهای دیجیتال شامل 90×728 پیکسل (لیدربورد)، 250×300 پیکسل (مستطیل متوسط) و 50×320 پیکسل (بنر موبایلی) است. برای بنرهای استوری شبکه‌های اجتماعی معمولاً ابعاد 1920×1080 پیکسل استفاده می‌شود. انتخاب سایز مناسب باید بر اساس پلتفرم نمایش بنر صورت گیرد.

دکمه CTA چیست و چرا در بنر تبلیغاتی اهمیت دارد؟

دکمه CTA یا فراخوان به عمل، عنصری است که به مخاطب می‌گوید چه اقدامی باید انجام دهد؛ مانند «همین حالا خرید کنید» یا «بیشتر بدانید». بنری بدون CTA مشخص، مسیر روشنی برای تبدیل مخاطب به مشتری ندارد و معمولاً نرخ کلیک پایین‌تری خواهد داشت.

چند فونت می‌توان در یک بنر تبلیغاتی استفاده کرد؟

بهتر است از حداکثر دو تا سه فونت در یک بنر استفاده شود. استفاده از فونت‌های زیاد، طراحی را شلوغ و غیرحرفه‌ای می‌کند و خوانایی پیام اصلی را کاهش می‌دهد.

تفاوت بنر چاپی و بنر دیجیتال در چیست؟

بنر چاپی معمولاً با رزولوشن بالا (حداقل 300 DPI) و فضای رنگی CMYK طراحی می‌شود و از فاصله دور دیده می‌شود (مانند بیل‌بورد)، در حالی‌که بنر دیجیتال با رزولوشن پایین‌تر (72 تا 150 DPI)، فضای رنگی RGB و حجم فایل فشرده برای لود سریع طراحی می‌شود و معمولاً از فاصله نزدیک (موبایل یا دسکتاپ) دیده می‌شود.

چرا فضای خالی (White Space) در طراحی بزرگ مهم است؟

فضای خالی به مخاطب اجازه می‌دهد روی پیام اصلی تمرکز کند و بزرگ را بدون احساس آشفتگی بصری مشاهده کند. بسیاری از طراحان تازه‌کار با پر کردن تمام فضای بزرگ، باعث کاهش خوانایی و اثربخشی تبلیغ می‌شوند.

بهترین نرم‌افزار برای طراحی بزرگ تبلیغاتی چیست؟

انتخاب نرم‌افزار به نوع پروژه بستگی دارد. Adobe Photoshop برای ویرایش تصویر، Adobe Illustrator برای طراحی‌های وکتور و چاپی، Figma برای پروژه‌های دیجیتال و تیمی، و Canva برای کاربران غیرحرفه‌ای که به سرعت نیاز به طراحی دارند، گزینه‌های مناسبی هستند.

چگونه می‌توان توجه مخاطب را در چند ثانیه اول جلب کرد؟

استفاده از یک عنصر بصری قوی (تصویر یا رنگ جذاب)، نوشتن عنوان کوتاه و گویا، ایجاد تضاد رنگی بالا و در بزرگ‌های دیجیتال استفاده از حرکت یا انیمیشن ملایم، از روش‌های مؤثر برای جذب سریع توجه مخاطب هستند.

رایج‌ترین اشتباه در طراحی بزرگ تبلیغاتی چیست؟

شلوغ بودن بیش از حد طراحی، یعنی استفاده از متن، تصویر و رنگ‌های زیاد در یک بزرگ، یکی از رایج‌ترین اشتباهات است. این موضوع باعث سردرگمی مخاطب و کاهش نرخ کلیک می‌شود. سایر اشتباهات رایج شامل نادیده گرفتن مخاطب هدف و فقدان دکمه CTA مشخص است.