

يرى الكثير من خبراء الإعلان أن تصميم الإعلان وإخراجه من أهم العناصر في صناعة الإعلان وأكثرها تأثيراً في إيصال الرسالة الإعلانية إلى المستهلك المحتمل، وأن النواحي السلوكية والنفسية لها تأثير كبير على الإعلان بشكل عام، والتصميم كعملية يعني شيئين : الأول عملية ترتيب عناصر الإعلان والثاني الجهود الكامنة وراء هذا الترتيب والتي تؤدي إلى إنتاج الوحدة أو الهيكل المرغوب للإعلان، ويستخدم مصمم الإعلان عدداً من الأدوات للتأثير النفسي والفكري في الجمهور فيعتمد على علم الألوان ودلالاته النفسية، ويوظف الصور بمختلف أشكالها للتعبير عن مضامينه الإعلانية وغالباً ما تترافق هذه الصور بمؤثرات موسيقية منسجمة مع الشكل العام ومضمون الإعلان. ويأخذ المصمم مجموعة من العوامل بعين الاعتبار في مرحلة التصميم ويعدها أساسية ودليل عمل له ويجسدها في الإعلان من حيث الهيكل والرسالة الإعلامية، وتختلف استراتيجيات الابتكار في تصميم الإعلان تبعاً لنوع السلعة والهدف المقصود،