

iStock™

O uso de imagens no Marketing Digital



Sumário



936885974, nesharm

Introdução

Conheça o seu público

Quem são essas pessoas?

Com o que elas se importam?

Onde elas moram?

Conte uma história

Crie a sua história

Use imagens autênticas

Seja oportuno e relevante

Seja estratégico

Valores da marca

Narrativa coerente

Cores importam

Tecnicamente falando

Ilumine o caminho

Utilize a função de corte

Leve em consideração a composição

Formatação + Otimização

Dimensões da imagem

Inserção de texto

Anúncios + testes A/B

Crédito para imagens:

599922122, Jacob Ammentorp Lund

Introdução

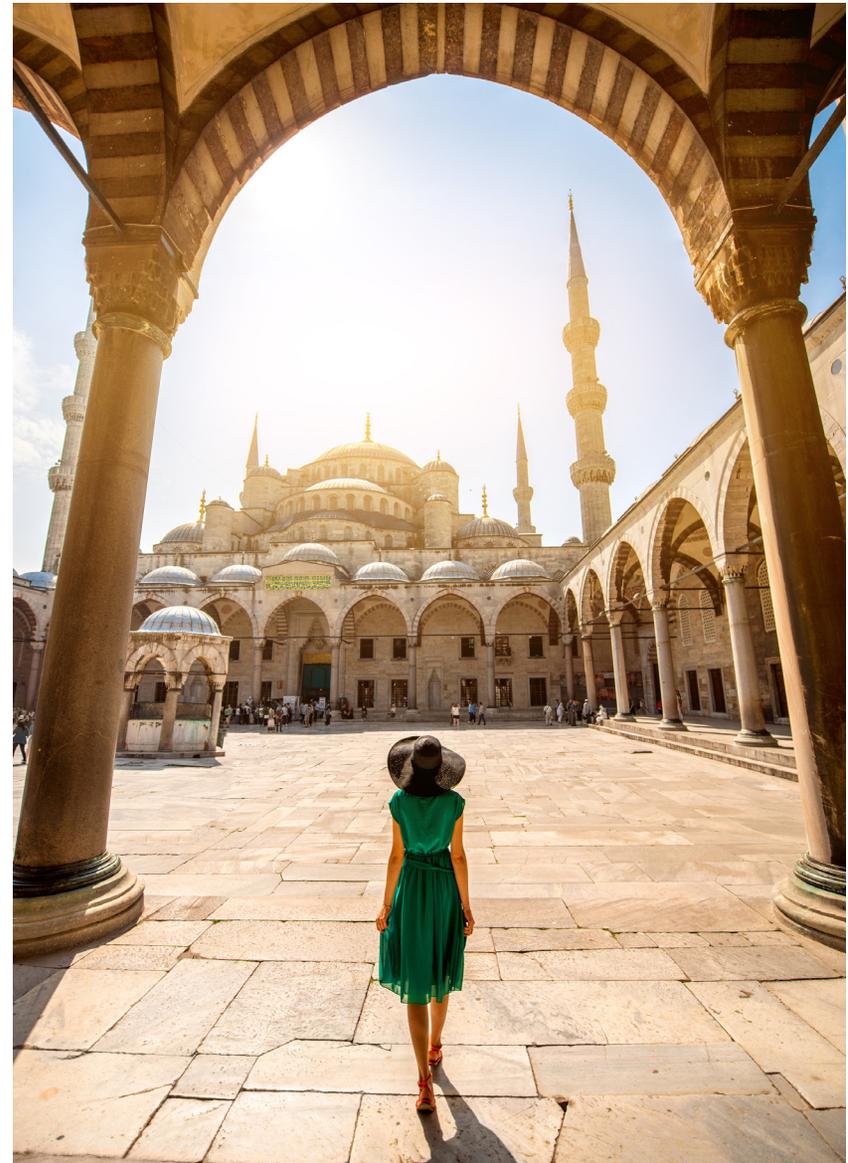
Um conteúdo visual poderoso pode cativar uma pessoa instantaneamente.

É por isso que todo conteúdo que você compartilha precisa de pelo menos um visual a cada aproximadamente 100 palavras, de acordo com a BuzzSumo¹. Assim você não apenas se comunica, mas realmente se conecta.

Sem precisar de palavras, as fotografias, ilustrações e outras formas de artes gráficas podem imediatamente transmitir uma mensagem poderosa que fala diretamente com a sua marca. E uma seleção escolhida com cuidado conta uma história que engaja e retém uma leitura enquanto causa uma impressão a longo prazo em qualquer pessoa.

Visuais eficazes podem ajudar a criar reconhecimento de marca e conversões², que é o que realmente importa para o sucesso da sua empresa. Com a ampla coleção da iStock, as imagens de mais alta qualidade estão ao seu alcance, para qualquer tipo de empresa ou criativo independente que trabalha hoje.

Leia mais para descobrir o que você deve procurar e quanto fácil é encontrar o que você precisa.



511054492, RossHelen

Conheça o seu público

De acordo com Customer Insights Group da New York Times, existem cinco motivos pelos quais as pessoas compartilham e consomem conteúdo online³:

- Oferecer conteúdo de valor e entretenimento para outras pessoas
- Se autodefinir para os outros
- Cultivar relacionamentos e se manter conectado
- Se sentir mais envolvido no mundo
- Apoiar causas ou questões que elas se preocupam

Seus visuais pessoais ou profissionais, e tudo mais que você compartilha online e offline, devem preencher um ou mais desses pontos. E para pequenas empresas, profissionais independentes e muitos outros, essa é uma linguagem visual única que ajuda você a realmente se destacar entre os outros.

Um conteúdo de alta qualidade depende de imagens poderosas para ser visto e compartilhado, e ele também ajuda a construir o patrimônio da marca. Com uma seleção de visuais, a empresa e o seu conteúdo se tornam mais inesquecíveis e divertidos para se interagir com um público antigo e novo.





1147375440, nesharm

Quem são essas pessoas?

O seu público fica online para encontrar informação, inspiração e entretenimento. Mas como empresa e marca, vai de você entender quem você está tentando engajar.

Uma estratégia eficaz de marketing depende de conteúdo visual incrível que é selecionado especificamente com certos consumidores em mente. Saiba com quem você está lidando e o trabalho de selecionar sua coleção de imagens será bem mais fácil.



1003547058, Jelena Danilovic

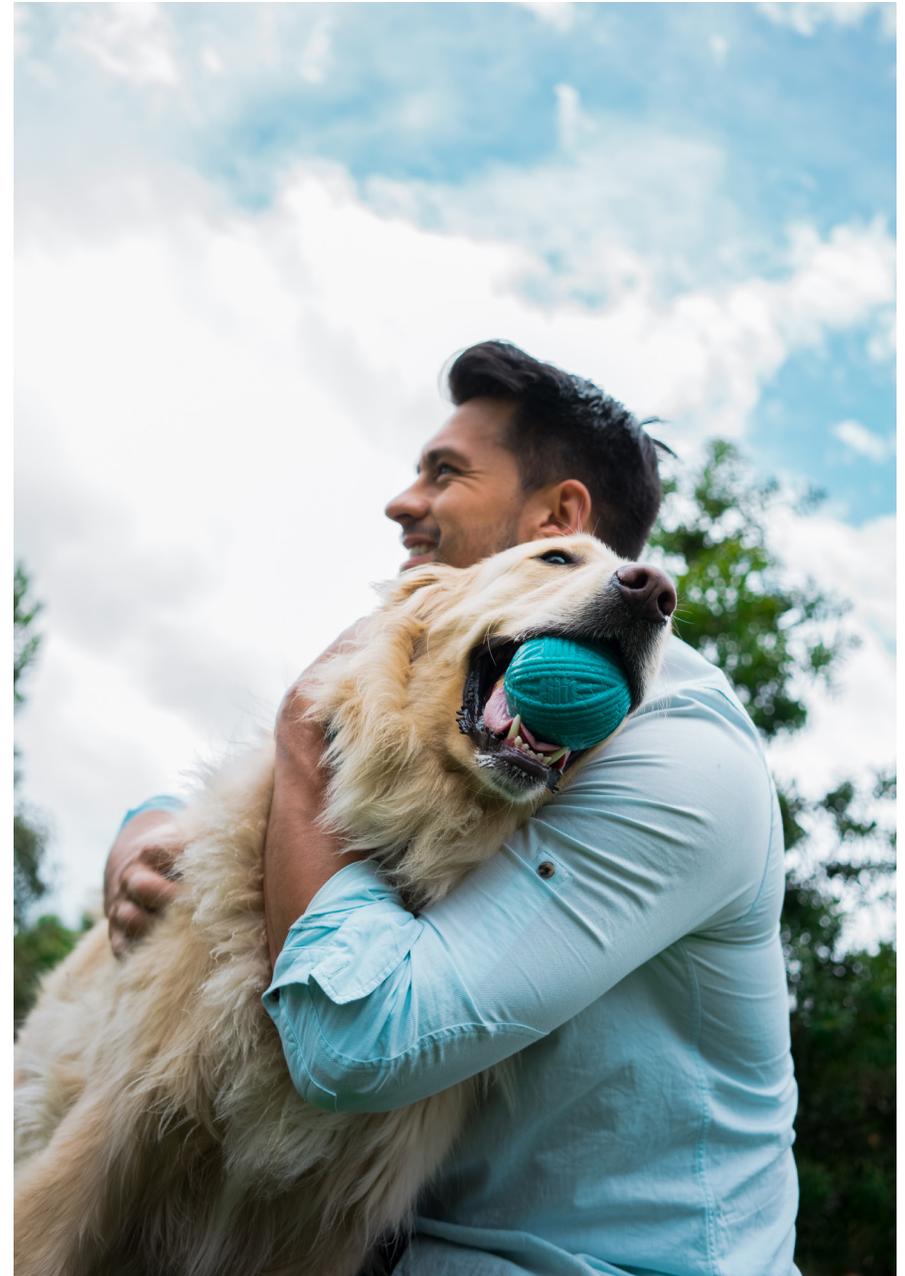


1159441480, Lyndon Stratford

Com o que elas se importam?

As pessoas são atraídas por visuais que ressoam com elas por um motivo ou outro. Talvez seja algo relacionado a qualidade da iluminação ou a paleta de cor; o ângulo, a composição, ou talvez seja o tema e as figuras que eles veem.

Consumidores que clicam em fotos de pessoas da vida real estão duas vezes mais propensos a converter⁴, então se esqueça das fotos com poses perfeitas de modelos ou produtos. Em vez disso, foque em refletir a vida e valores das pessoas com imagens que conta uma história relevante para o dia a dia delas.



1148255431, Ricardolmagen



1158242307, Ridofranz

Onde elas moram?

Descubra onde e como o seu público prefere consumir conteúdo, seja no Twitter, Instagram, Pinterest ou em outro lugar. Melhorar os esforços dos seus canais ajuda a alcançar mais pessoas, além de tipos de pessoas diferentes, assim você pode começar a personalizar o seu conteúdo de acordo com isso.

Ao pesquisar seus concorrentes, preste atenção em sua presença digital. Onde eles criaram uma sensação forte de comunidade? Qual plataforma parece ser a mais engajada? Ao focar os seus esforços baseados no que você encontrou, você também pode alcançar aquele público.



518250304, JANIFEST

Lembre-se

Pesquisas de usuários, insights de vendas, análises de concorrentes e esforços parecidos são importantes para entender o seu mercado alvo. Faça sua lição de casa, implemente uma estratégia documentada e se comprometa a fornecer recursos visuais de qualidade que estejam alinhados com os seus objetivos.

Imagens genuínas provocam as emoções e paixões nas pessoas, as encorajando a se conectar (e compartilhar) a história que você está tentando contar. Sentimentos de verdade, capturados em um instante no tempo; essa é a criação de uma imagem que será compartilhada.

Explore as coleções da iStock para ver o que temos de disponível e o que faz sentido para a sua marca. As coleções são organizadas por temas, como por exemplo: estilo de vida, natureza, negócios e muito mais, com categorias dedicadas a profissões específicas, além de estado de espírito e sentimentos, ilustrações e trabalhos de arte, vídeos, e outros.

1179773952, Salvideo



901870436, monkeybusinessimages



1146077080, Yana Tatevosian



1197166101, Nadzeya_Dzivakova



Conte uma história

Crie a sua história

Imagens podem ser usadas de várias maneiras para engajar, conectar e dar significado. Em posts de blogs e conteúdo de formas longas, elas ilustram ideias enquanto oferecem sugestões visuais e pausas que fazem com que as pessoas continuem querendo mais. E em mídias sociais e e-mails de marketing, elas chamam a atenção e direcionam tráfego de volta para o seu site.

O seu público interage com a sua marca em muitos espaços diferentes, assim você precisa contar uma história unificada. Isso vale tanto para a sua voz quanto para os seus visuais.



1191755232, Drazen Zigic

Use imagens autênticas

Selecione imagens de pessoas de verdade que refletem o seu público e o mundo. Fotos significativas mostram pessoas reais que transmitem uma história evocativa e ecoam experiências da vida real.

Se o seu público consegue se identificar com as pessoas que eles veem em suas imagens, ou com o sentimento que uma ilustração, foto abstrata ou de paisagem provoca, eles poderão sentir uma conexão emocional. E é isso que importa na criação de uma marca memorável.



1077244886, PredragImages



1179131092, Deagreez

Seja oportuno e relevante

Escolha imagens que mostram o sentimento do momento, tanto em sua qualidade quanto tema. Lembre-se, não há problema algum em correr riscos com o seu conteúdo visual se você souber que ele ressoa com seu público. Essas escolhas podem ganhar o respeito e gerar uma afinidade de marca de valor.

Seja se estiver planejando uma campanha sazonal ou usando a oportunidade para uma campanha de marketing em tempo real, a imagem certa pode causar uma impressão duradoura. Então seja um líder, mesmo se você estiver começando com pequenas ações.



614214170, Rawpixel

Lembre-se

Sua linguagem visual única (uma estética consistente e nível de qualidade), deve ser apresentada em todos os seus esforços. Esse tipo de coerência oferece um maior reconhecimento de marca — e mais rápido.

Dependendo do seu mercado, algumas considerações culturais são de extrema importância. O conteúdo da iStock apresenta a diversidade em todas as suas formas, além de coleções amplas com uma variedade de ilustrações, vetores de arte e gráficos abstratos.

Experimente usar palavras-chave que restringem certas demografias ou partes do mundo, e use termos como “família”, “escritório” e “pequenas empresas” para ser mais específico. Pesquisar ilustrações por estilo ou tema também é fácil; procure por coleções de doodles, silhuetas, retrô e antigo, e muito mais na iStock.

1167527105, IMR



1129306933, elenabs



1134102363, elenabs



1186850628, Ponomariova_Maria

Seja estratégico

Valores da marca

Valores de marca são sobre quem você é e que você se preocupa como empresa. Eles criam um vínculo entre uma empresa e seus clientes.

Uma vez que você definir seus valores de marca, uma linguagem visual poderosa pode surgir. Você pode então levar em consideração: O que as suas imagens dizem sobre a sua empresa? Elas capturam a personalidade da sua marca? Elas entregam as promessas da sua empresa?





1077691330, monkeybusinessimages

Narrativa coerente

Narrativas de sucesso entre vários canais começam com uma seleção de imagens de qualidade. Limite a estética que faz sentido para o seu projeto e se comprometa com os guias

editoriais para garantir que o seu conteúdo seja relevante: no site, nas mídias sociais e onde seja que o seu público consuma o seu conteúdo.



1135314857, Yulia Glotova



1151571123, anderm

Cores importam

Cores são uma ótima maneira de transmitir a identidade única da sua marca enquanto expressa certas qualidades, tons e mensagens. Lembre-se de que quando se trata de marketing, cores diferentes têm conotações diferentes:

- Azul significa força e confiança
- Vermelho significa empolgação e ação
- Amarelo invoca calor e otimismo
- Laranja mostra confiança e amizade
- Verde está relacionado a paz, saúde e crescimento
- Roxo mostra conhecimento e imaginação
- Cinza expressa equilíbrio e calma
- Preto exibe elegância e modernidade
- Branco reflete serenidade e minimalismo



953709586, gerenme

Lembre-se

Se você estiver se sentindo travado, veja o que os seus concorrentes estão fazendo. E muitas grandes marcas têm seus guias de estilo disponíveis online. Veja como eles fazem e aplique as mesmas ideias em seus próprios esforços.

Dê uma olhada em algumas das suas contas favoritas do Instagram. O que as contas com mais atraentes visualmente têm em comum? Geralmente, é uma paleta de cor específica. Mas não escolha uma cor só por escolher. Em vez disso, pense na impressão que você quer causar, e se faz sentido para a sua marca.

Veja o que há disponível quando pesquisar por cor quando tiver uma paleta. Para uma narrativa coerente, tente adicionar palavras-chave que focam no estado de espírito, sentimentos e certos tons, ou melhor ainda, encontre um fotógrafo ou artista que você ama e navegue entre seu trabalho.

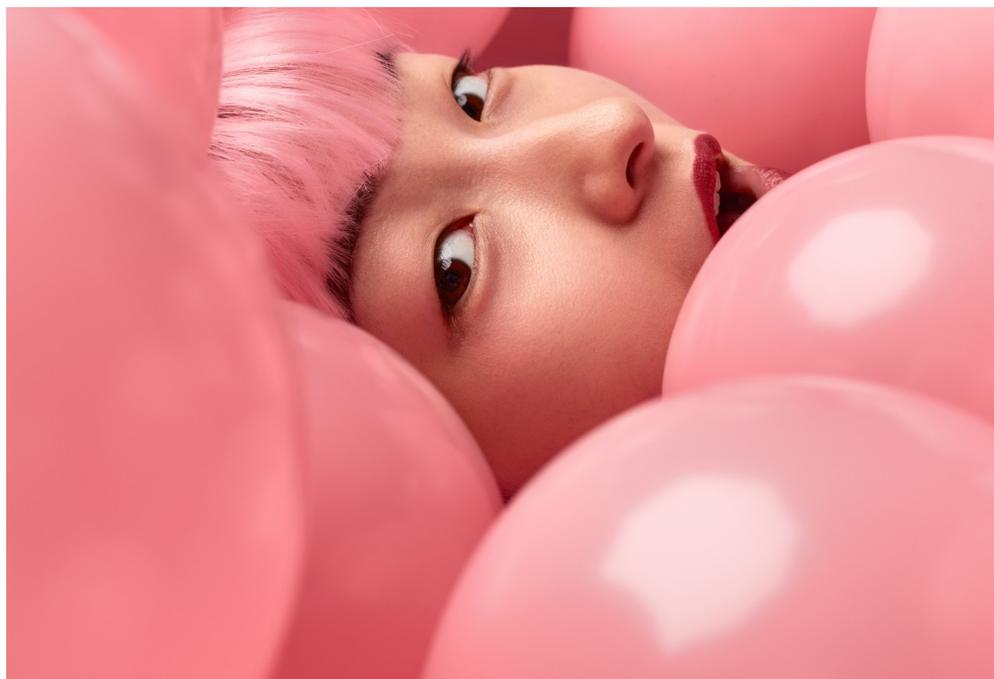
1148913573, Edalin



1136275398, FamVeld



1209940241, Edalin



1167195361, max-kegfire



Tecnicamente falando

Ilumine o caminho

Uma iluminação de qualidade é uma ótima maneira de definir imediatamente uma imagem, página, post ou conteúdo específico. Tons delicados de uma fonte de luz natural criam um efeito que convida as pessoas a se aproximarem. E um flash forte e contrastes altos podem rapidamente chamar a atenção e definir o cenário para algo totalmente diferente.

1139461907 FXQuadro

Utilize a função de corte

Já encontrou a imagem perfeita, mas ela precisava ser cortada? Não subestime o poder de um close ou detalhes de uma imagem, ou quão fácil pode ser conseguir isso de uma imagem. Seja se você estiver trabalhando com uma ilustração que é composta por vários elementos, uma foto cheia de coisas, ou qualquer outro visual, cortes não poderiam ser mais simples.



510591722, jacoblund

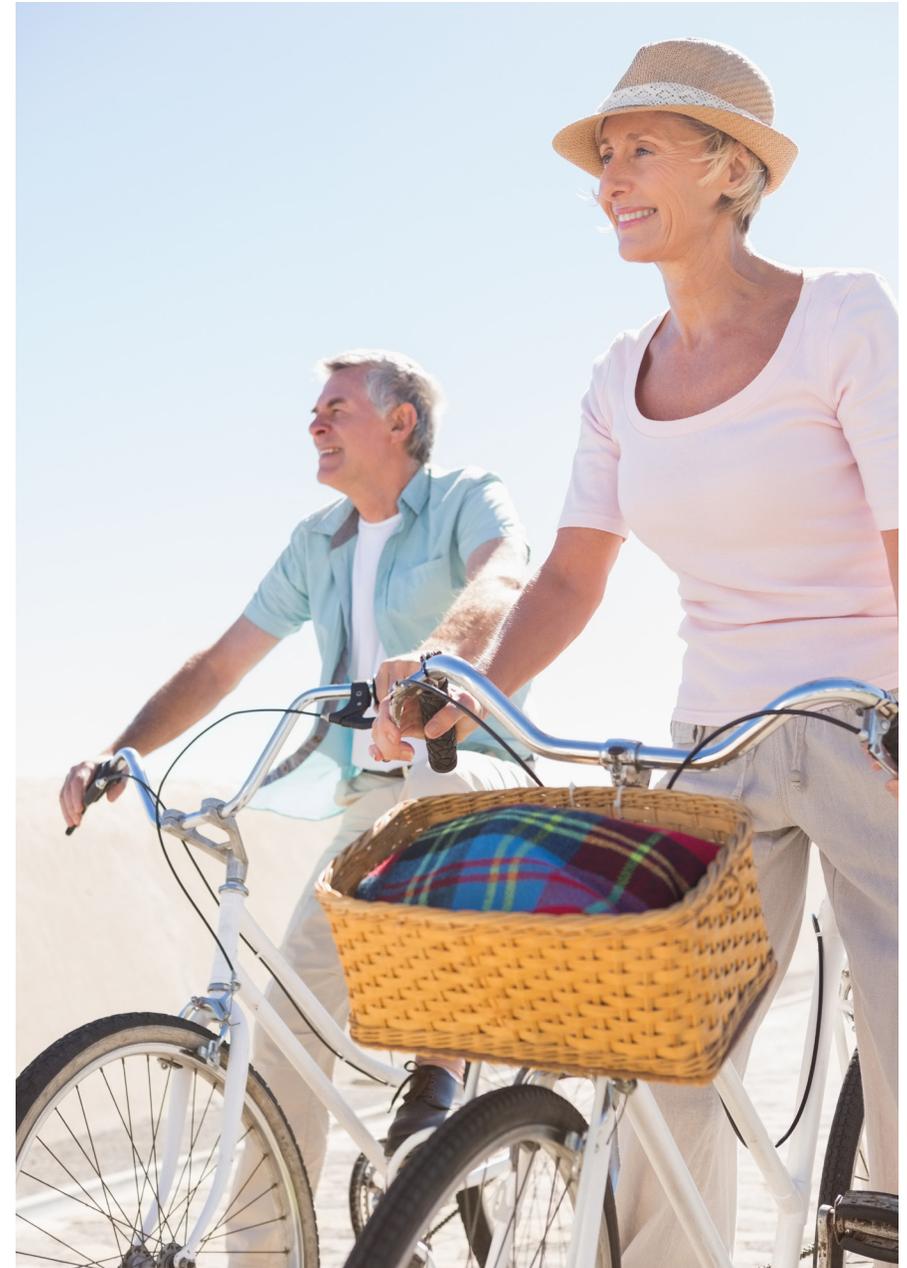


909369926, FatCamera

Leve em consideração a composição

Muitos elementos ditam a composição de um conteúdo visual: a regra de três, simetria (ou falta dela), padronizações e texturas, linhas, espaço em branco e assim por diante. Quando usado com eficiência, essas opções podem chamar a atenção e encorajar as pessoas a continuar lendo ou clicar.

Certos relacionamentos espaciais podem ainda melhorar o entendimento e criar uma hierarquia, equilíbrio ou foco, dependendo do visual em suas mãos.



816692254, Wavebreakmedia

Lembre-se

Você não precisa de um designer profissional, fotógrafo ou editor para selecionar e publicar imagens que parecem ter sido feitas por profissionais. Somente a qualidade de bibliotecas como a iStock e talvez algumas pequenas mudanças.

Uma vez que você compra uma imagem de stock, você pode modificá-la como quiser. Talvez seja um corte, uma edição de cor, uma inversão ou colagem. Ouse e use a sua criatividade quando se trata de colocar a sua marca em seus visuais; e isso não poderia ser mais fácil com o Editor da iStock.

Não se esqueça do poder de “espaço negativo” (também conhecido como “espaço em branco”). Adicione essas palavras-chave em suas pesquisas para descobrir imagens que oferecem espaço para headlines ou textos, ou que simplesmente se encaixam com a sua visão.

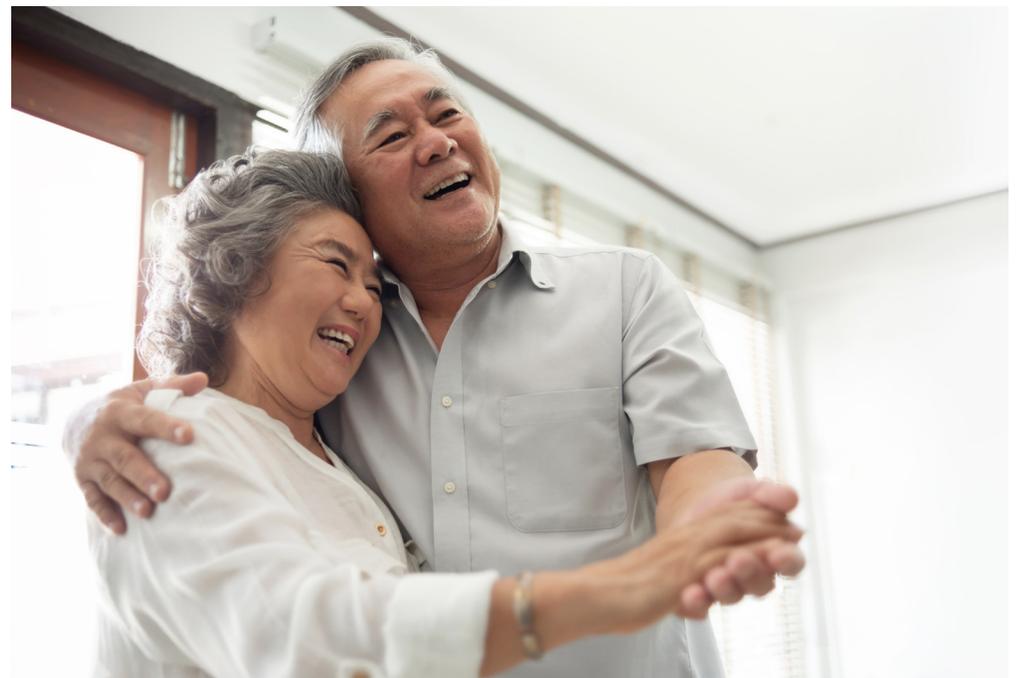
1182702031, Edalin



1141394668, Ridofranz



670564412, GreenArtPhotography



1157735036, eggeeggjiew

Formatação + otimização

Agora que você sabe o que está procurando, vamos mergulhar em alguns detalhes. Formatação correta melhora engajamento, assim vale a pena saber como otimizar o seu trabalho. Aqui está o que você precisa para melhorar o seu sucesso e alcançar o potencial completo das suas imagens:



1082456906, jacoblund



1132990983, YakobchukOlena

Dimensões da imagem

Dimensões são críticas quando se trata de compartilhar conteúdo visual em mídias sociais. Plataformas diferentes têm guias diferentes, e você deve se manter informado de quais são essas diferenças. Imagens de perfil, imagens de cabeçalho, posts compartilhados, posts do feed e Stories do Instagram têm certas medidas que devem ser seguidas para uma visualização otimizada.

Uma pesquisa rápida mostrará o que é relevante para os seus esforços. Mantenha essas informações guardadas em seus favoritos para uma referência rápida e fácil, e preste atenção no tamanho do seu próprio site e páginas iniciais. Alcançar o ponto ideal em termos de dimensões pode levar ao aumento de conversões, sendo assim, dedique um tempo para aprender tudo e sempre optimize para dispositivos móveis.



500649837, pixdeluxe

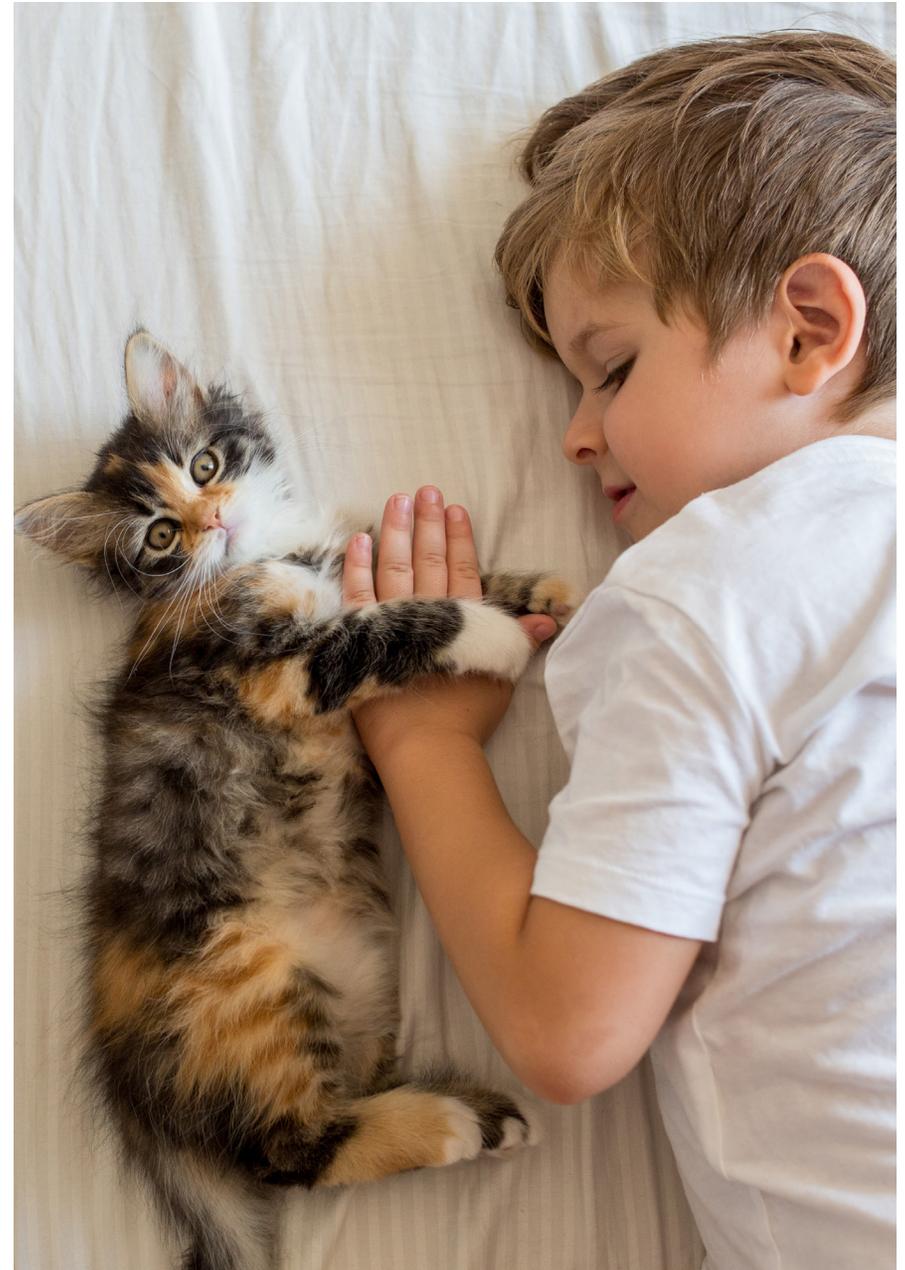
Inserção de texto

De um ponto de vista de SEO, otimizar o texto da sua imagem (todos eles) também pode gerar mais tráfego. Ferramentas de pesquisa não podem reconhecer visuais, então textos alternativos oferecem uma informação de leitura que sinaliza o que a imagem adiciona ao conteúdo. Visuais podem então ser filtrados e classificados em resultados de pesquisa de imagens, oferecendo uma fonte adicional de tráfego para criadores de conteúdo.

Em termos de acessibilidade, textos são importantes para usuários com deficiência visual. É o que leitores de telas usam para transmitir informações, e o que a página mostram com imagens que estão faltando, é o que aparece em seu lugar para dar contexto aos leitores. Deve ser conciso e falar com o que o visual representa, não com o seu produto ou com o conteúdo da página.

Texto alternativo

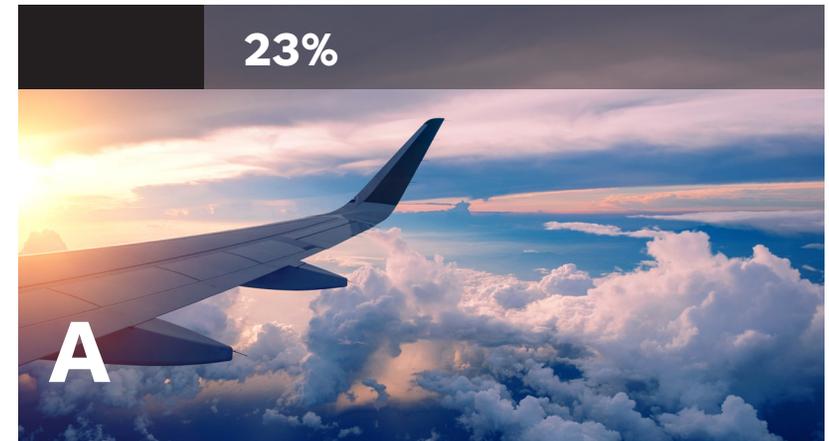
Ângulo alto de um menino brincando com um gatinho enquanto relaxa no quarto.



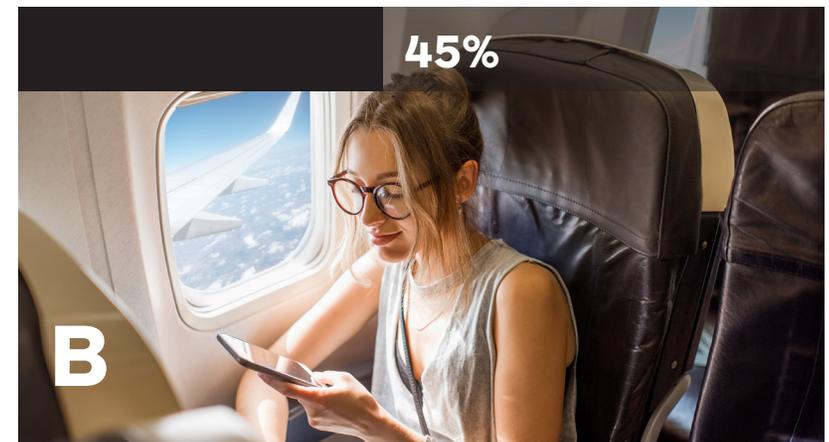
Anúncios + testes A/B

Uma imagem deve chamar a atenção de uma pessoa, ou ela será completamente ignorada. E a maneira mais rápida de ver o que funciona melhor é através de um teste A/B. Isso pode ser feito com qualquer imagem que afeta o seu negócio e taxas de conversão, seja se estiver trabalhando com mídias sociais, páginas de produto, publicidade de display ou todas as alternativas mencionadas acima.

O lugar mais fácil de começar é em anúncios de mídias sociais. Diferentemente dos testes A/B para sites e landing pages, que exigem muito mais tempo e esforço para revelar descobertas semelhantes, os testes em mídias sociais permitem entender com rapidez e facilidade quais imagens são mais atraentes e eficazes para o seu público. Assim, você pode tomar decisões melhores e orientadas por insights gerais. Lembre-se, não existem regras rígidas. O que funciona para você depende da sua estética, seu público e o que você está oferecendo. Não tenha medo de experimentar looks diferentes antes de descobrir o que funciona.



1157137642, hudiemm



868607330, RossHelen

Lembre-se

Sempre leve em consideração como uma imagem aparecerá quando for visualizada em um dispositivo móvel. O corte indesejado pode estragar um visual poderoso. Se você tem um arquivo vertical que é perfeito para os seus Stories, existem grandes chances que ele não dará certo em outro post. O Editor da iStock tira essas adivinhações da questão com cortes automáticos para as plataformas mais populares da web.

Foque em criar um conteúdo visual para mídias sociais que você possa usar para apoiar esforços de marketing mais amplos. Segmentos diferentes dos seus leitores consomem conteúdo de maneiras diferentes e o mesmo se dá em canais diferentes. Verifique se há algo para todos e, quando descobrir o que funciona, dê tudo de si.

Os recursos visuais de sucesso nas redes sociais não são necessariamente a melhor opção para uma imagem de cabeçalho e vice-versa. Não se esqueça da importância de personalizar os seus esforços para uma plataforma específica, dependendo do seu público e objetivos.

1093909192, GoodLifeStudio



985118742, shironosov



1145256211, PIKSEL



963427874, pixelfit



1162165049, Jose Juan Garcia

Resumindo

A sua imagem é a primeira coisa que o seu público vê. É por isso que ela deve ser extraordinária e dentro dos seus direitos de uso. Quando você licencia um conteúdo de uma biblioteca royalty free da iStock, aquelas imagens e ilustrações são suas para serem publicadas, compartilhadas e redirecionadas conforme você achar necessário (dentro dos termos da sua licença, claro).

Use esses materiais para elevar os seus esforços de marketing em qualquer canal ou plataforma. O conteúdo visual certo é vital para os seus esforços de marketing, então não esqueça deles. Quando o seu conteúdo visual combina com o seu público e seus negócios, a história que você cria será mais forte do que nunca.

Fontes

- [1. buzzsumo.com/blog/how-to-massively-boost-your-blog-traffic-with-these-5-awesome-image-stats/](https://buzzsumo.com/blog/how-to-massively-boost-your-blog-traffic-with-these-5-awesome-image-stats/)
- [2. hubspot.com/marketing-statistics](https://hubspot.com/marketing-statistics)
- [3. nytimes.com/2010/02/09/science/09tier.html](https://nytimes.com/2010/02/09/science/09tier.html)
- [4. view.ceros.com/ceros-master/the-four-principles](https://view.ceros.com/ceros-master/the-four-principles)
- [5. blog.hubspot.com/marketing/shareable-content-emotions](https://blog.hubspot.com/marketing/shareable-content-emotions)