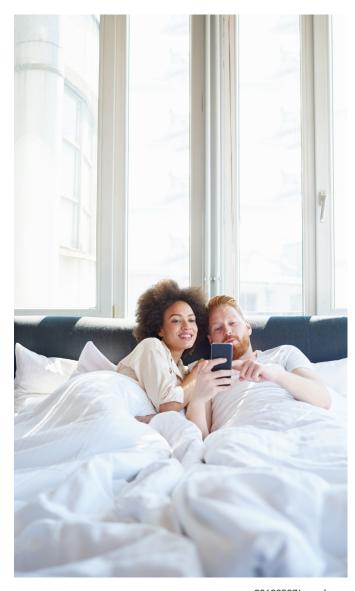


Índice



936885974, nesharm

Introducción Conoce a tu público

¿Quiénes son?

¿Qué les importa?

¿Dónde viven?

Cuenta una historia

Crea tu relato

Usa imágenes auténticas

Sé oportuno y relevante

Usa la estrategia

Valores de marca

Narrativa cohesiva

El color importa

Puntos de vista técnicos

Ilumina el camino

Utiliza el recorte

Considera la composición

Formato + optimización

Dimensiones de la imagen

Entrada de texto alternativo

Anuncios + test A/B

Créditos de imagen de cubierta 599922122, Jacob Ammentorp Lund

Introducción

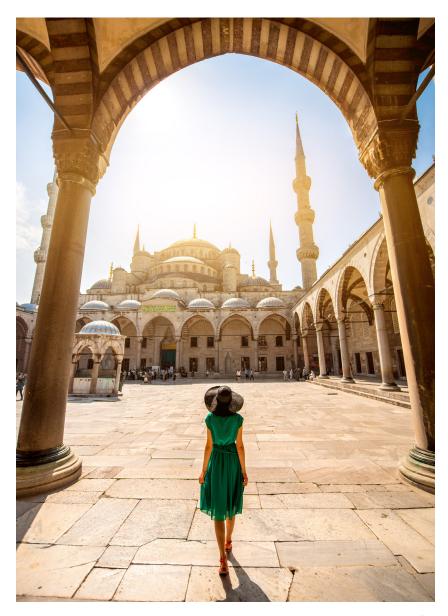
Una imagen potente puede cautivar al público al instante.

Por ello, cada pieza de contenido que compartes necesita al menos una imagen por cada 100 palabras más o menos, según señala BuzzSumo¹. De esta manera, no solo te comunicas, sino que realmente conectas.

Sin la necesidad de palabras, las fotos, ilustraciones y otras formas de arte gráfico pueden transmitir inmediatamente un mensaje poderoso que hable de tu marca. Y en este sentido, una cuidadosa selección de imágenes permite contar una historia que enganche y retenga al lector al tiempo que deja una impresión duradera en el público.

El contenido visual efectivo puede ayudar a impulsar el conocimiento de marca y las conversiones², lo cual es crucial para el éxito de tu negocio. Con la gran colección de iStock, las imágenes de la más alta calidad están al alcance de todo tipo de compañías o creativos independientes de hoy.

Sea cual sea tu caso, sigue leyendo para descubrir qué buscar y ver lo fácil que es encontrar lo que necesitas.



511054492, RossHelen

Conoce a tu público

Según el Grupo de información sobre clientes del New York Times, hay cinco razones por las que las personas comparten y consumen contenido online³:

- Ofrecer contenido entretenido y valioso a otros
- Definirse ante otros
- Cultivar las relaciones y estar conectados
- Sentirse más involucrados con el mundo
- Apoyar causas o asuntos que les importan

Tus imágenes personales y profesionales de marca, y todo lo que compartes online y de manera analógica, deberían cumplir uno o más de estos objetivos. Y para los pequeños negocios, autónomos independientes y muchos otros, un lenguaje visual único es lo les ayudará a destacar entre la multitud a primera vista.

El contenido de alto valor se basa en imágenes poderosas para ser vistas y compartidas, que además también ayudan a construir valor de marca. Con una cuidada selección de imágenes, las compañías y su contenido consiguen dejar una huella mas memorable y ser más atractivas a la hora de interactuar, tanto con el público antiguo como con el nuevo.

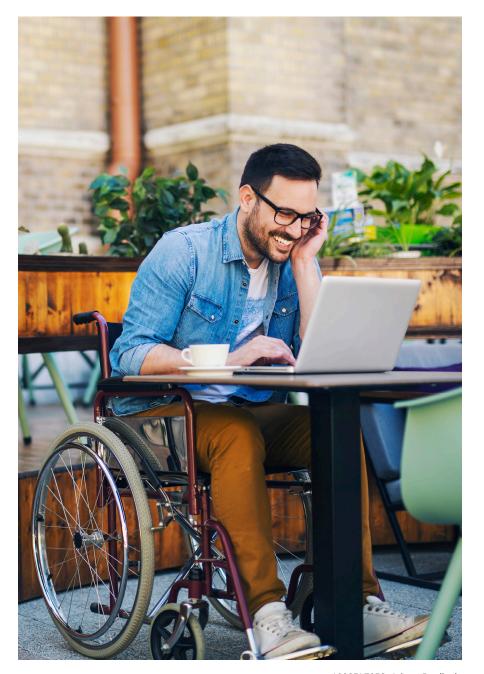




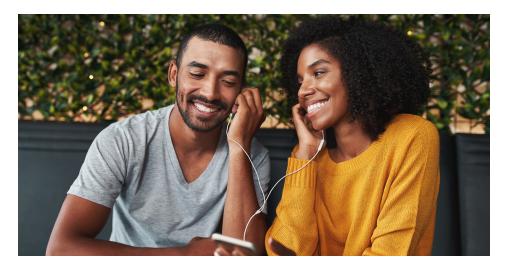
1147375440, nesharm

¿Quiénes son?

Tu audiencia se conecta online para encontrar información, inspiración y entretenimiento. Pero como negocio y marca, depende de ti entender a quiénes estás tratando de atraer e involucrar. Una estrategia efectiva de marketing se apoya en contenidos visuales que destaquen y que se seleccionen específicamente teniendo en cuenta a los clientes a quienes se dirigen de forma clara. Si sabes con quien te estás comunicando, el trabajo de elegir tu colección única de imágenes será mucho más fácil.



1003547058, Jelena Danilovic

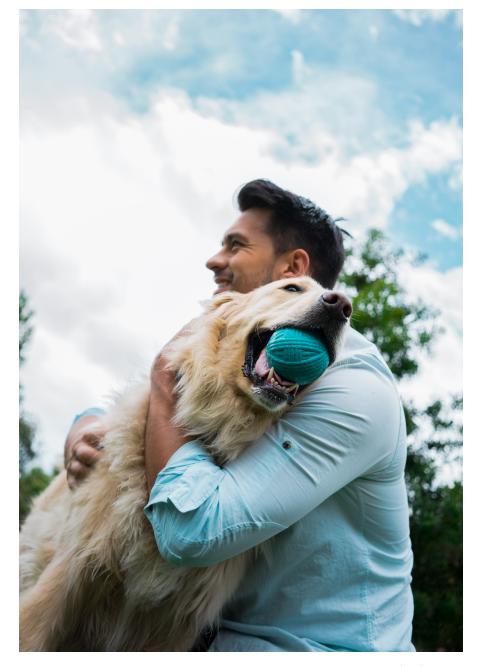


1159441480, Lyndon Stratford

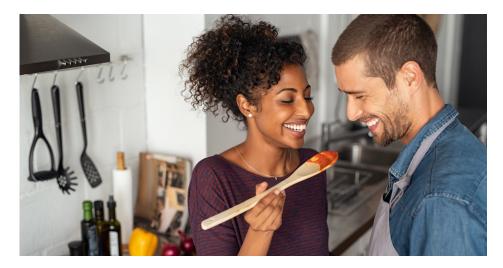
¿Qué les importa?

Las personas se sienten atraídas por imágenes que, por un motivo u otro, sintonizan con ellas. Quizá en algunos casos sea por la luz o la paleta de colores, y en otros por el ángulo y la composición; o tal vez sea por el tema en el que se pone el foco o las personas o figuras que ven en la imagen.

Los clientes que hacen clic en fotos en las que aparecen personas en sus vidas reales tienen el doble de posibilidades de convertir⁴ una acción, así que mejor olvídate de sesiones con modelos y productos perfectamente presentados. En su lugar, intenta reflejar las vidas y los valores de tus espectadores con imágenes que cuenten una historia relevante y cercana a su día a día.



1148255431, Ricardolmagen

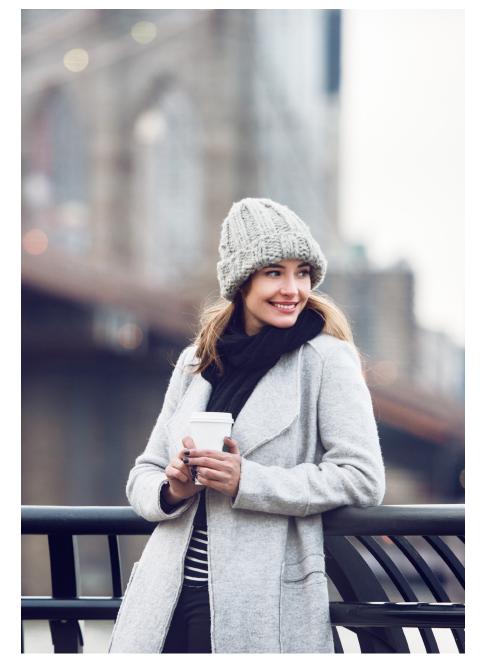


1158242307, Ridofranz

¿Dónde viven?

Averigua dónde y cómo tu audiencia prefiere consumir el contenido, tanto si se trata de Twitter, Instagram, Pinterest u otro sitio. Impulsar tus esfuerzos en canales cruzados te ayudará a llegar a más personas —y a más tipos de personas— para que puedas comenzar a adaptar tu contenido de manera consecuente.

Cuando estudies a tus competidores, presta atención a su presencia digital. ¿Dónde han construido una comunidad más fuerte? ¿Qué plataforma parece ser la más atractiva y participativa? Al orientar tus esfuerzos según tus hallazgos, tú también podrás llegar a ese público objetivo.



518250304, JANIFEST

La investigación de usuario, los insights e ideas de ventas, el análisis de la competencia y otros esfuerzos similares son fundamentales para comprender tu mercado objetivo.

Haz tus deberes, establece una estrategia documentada y muestra imágenes de calidad que se alineen con tus metas.

Las imágenes genuinas encienden las emociones y pasiones del público, alentándolo a conectar con la historia que le quieres contar y, en última instancia, también a compartirla. Un sentimiento real, capturado en un instante por una cámara, se convierte en una imagen altamente compartible.

Explora las colecciones de iStock para hacerte una idea del contenido disponible y de cómo le puedes sacar partido para tu marca. Las colecciones están organizadas por temas como estilos de vida, naturaleza o negocios, con categorías dedicadas a profesiones específicas así como a estados de ánimo y sentimientos, ilustración y trabajos artísticos, vídeos, y mucho más.

1179773952, Salvideo







1146077080. Yana Tatevosian



1197166101, Nadzeya_Dzivakova



Cuenta una historia

Crea tu relato

Las imágenes se pueden usar de muchas maneras para generar participación, conectar y crear un significado. En publicaciones de blogs y contenido de formato largo, ilustran ideas al tiempo que proporcionan pistas visuales y pausas que invitan a seguir haciendo scroll para continuar con la lectura. En las redes sociales y correos electrónicos de marketing, capturan la atención visual e impulsan el tráfico a tu sitio.

Tu audiencia interactúa con tu marca en diferentes espacios, y por ello necesitas contar una historia unificada. Y esto se aplica tanto a tu voz como a tus imágenes.



1191755232, Drazen Zigic

Usa imágenes auténticas

Selecciona imágenes de gente real que reflejen a tu público y al mundo que le rodea. Las fotos significativas son las que encuadran a personas reales para transmitir una historia sugerente y que se haga eco de experiencias de la vida real.

Si tu audiencia se puede identificar con las personas que ve en tus imágenes (o con los sentimientos que evoque una ilustración abstracta o un paisaje), estará mucho más dispuesta a conectarse a un nivel emocional. Y esa es la clave para construir una marca que deje huella.



1077244886, PredragImages

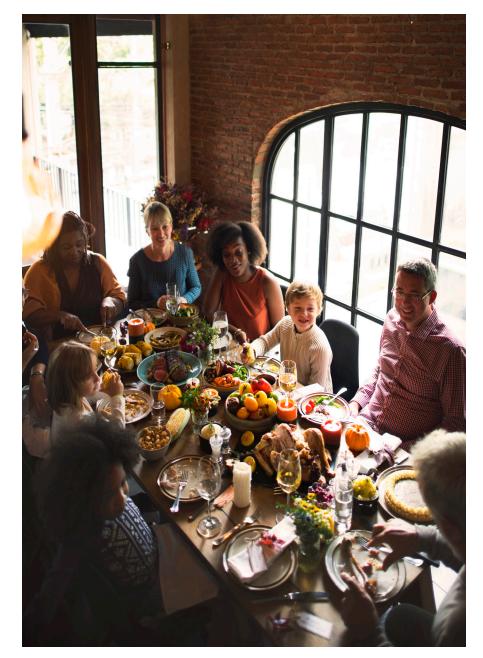


1179131092, Deagreez

Sé oportuno y relevante

Elige imágenes alineadas con el momento, tanto en su calidad como en el tema que aborden. Recuerda, está bien asumir riesgos con tu contenido visual si sabes que sintonizará con tu audiencia. Hacerlo puede servirte para ganar más respeto y generar una valiosa afinidad de marca.

Tanto si estás planificando una campaña estacional con previsión como si aprovechas una oportunidad de marketing en tiempo real, la imagen adecuada puede causar una impresión inolvidable. Así que no dudes en poner tus ideas originales en marcha, incluso si estás empezando con pequeños proyectos.



614214170, Rawpixel

Tu lenguaje visual único, con un nivel estético y de calidad consistente, debe estar presente en todos sus esfuerzos y canales. Este tipo de consistencia lleva a un reconocimiento más rápido e impulsa el conocimiento de marca.

Dependiendo de tu mercado, debes tener en cuentas las consideraciones culturales. El catálogo de iStock presenta imágenes de diversidad en todas sus formas, así como una extensa colección de ilustraciones variadas, arte vectorial y gráficos abstractos.

Prueba palabras clave para acotar datos demográficos o de lugares del mundo, y utiliza términos como "familia", "oficina" y "pequeña empresa" para ser más específico. Buscar ilustraciones por estilo o tema es también fácil; échale un vistazo a las colecciones de doodles, siluetas, retro y vintage, y mucho más en iStock.

1167527105, IMR





1129306933, elenabs

1134102363. elenabs



1186850628, Ponomariova_Maria

Usa la estrategia

Valores de marca

Los valores de la marca se refieren a quién eres tú y qué te importa como empresa. Estos valores crean un vínculo entre el negocio y sus clientes.

Una vez que definas tus valores de marca, podrá empezar a tomar forma un poderoso lenguaje visual en torno a ellos. Llegado ese punto, podrías considerar lo siguiente: ¿Qué dicen tus imágenes de tu negocio? ¿Capturan la personalidad de tu marca? ¿Cumplen con lo que promete tu empresa?



1141671061, monkeybusinessimages



1077691330, monkeybusinessimages

Narrativa cohesiva

Las narrativas multicanales de éxito comienzan con una selección cuidada de imágenes de calidad. Acota la estética que tenga sentido para tu proyecto y comprométete con las directrices editoriales que garanticen que tu contenido se vea óptimo en el sitio, en las redes sociales o donde sea que lo encuentre tu audiencia.



1135314857, Yulia Glotova



1151571123, anderm

El color importa

El color es una vía excelente para transmitir tu identidad de marca única, al tiempo que expresa ciertas cualidades, matices y mensajes. Ten en mente que cuando se trata de marketing, los colores representan diferentes connotaciones.

- El azul indica fuerza y confianza
- El rojo representa la emoción y la acción
- El amarillo evoca la calidez y el optimismo

- El naranja suscita confianza y simpatía
- El verde habla de paz, salud, y crecimiento
- El morado apunta al conocimiento y la imaginación
- El gris expresa equilibrio y calma
- El negro encarna lo elegante y moderno
- El blanco refleja serenidad y minimalismo



953709586, gerenme

Si te sientes atascado, indaga en lo que está haciendo tu competencia. Además, puedes ver muchas guías de estilo de las principales marcas que están disponibles online. Mira cómo crean los mejores y aplica las mismas ideas a tus propias iniciativas.

Echa un vistazo a tus cuentas favoritas de Instagram. ¿Qué tienen en común las que son visualmente más atractivas? Generalmente, es una paleta de colores especial. Pero no elijas un color solo porque sí. En lugar de guiarte por gustos o el azar, piensa en la impresión que causará y si tiene sentido para tu marca.

Una vez que tengas la paleta, mira lo que está disponible buscando por color. Para una narrativa cohesiva, prueba añadir palabras clave que <u>hagan foco en estados</u> <u>de ánimo, sentimientos y ciertos tonos</u> o, mejor aún, encuentra a un fotógrafo o artista que te guste y explora sus trabajos.

1148913573, Edalin







1209940241. Edalin



1167195361, max-kegfire



Puntos de vista técnicos

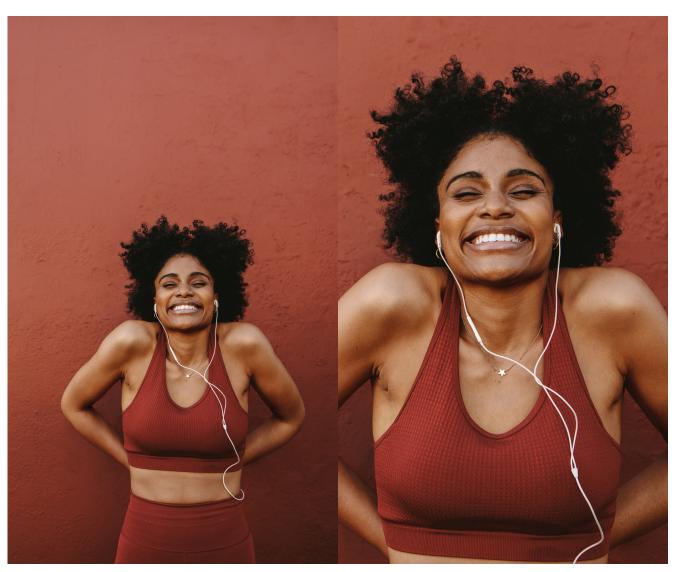
Ilumina el camino

La calidad de la iluminación nos sirve de manera muy efectiva para establecer el tono de una imagen, página, post o cualquier pieza de contenido. Los matices suaves de la iluminación natural crean un efecto cálido que invita a los espectadores a entrar y explorar. Un flash intenso y un contraste alto pueden captar rápidamente la atención y preparar la escena para algo inesperado o distinto.

1139461907 FXQuadro

Utiliza el recorte

¿Alguna vez encontraste una imagen que hubiera sido perfecta si estuviese recortada? No subestimes el poder de un primer plano o de los planos detalle. Conseguirlos, además, puede ser muy fácil. Tanto si estás trabajando con una ilustración que se compone de varios elementos, una foto llena de personas u objetos o cualquier tipo de contenido visual, recortar lo que te sobra y quedarte con lo que te interesa es sencillo.



1164950306, jacoblund



1068078944, FatCamera

Considera la composición

Son muchos los elementos que dictan una composición visual: la regla de los tercios, la simetría (o la falta de ella), las texturas y patrones, las líneas, los espacios en blanco, etc. Usados de manera efectiva hacen que la mirada perdure y alientan a los espectadores a seguir leyendo o hacer clic en una acción.

Dependiendo de la imagen en cuestión, ciertas relaciones espaciales pueden incluso mejorar la comprensión y crear una jerarquía, equilibrio o enfoque.



816692254, Wavebreakmedia

No necesitas ser un diseñador, fotógrafo o editor profesional para seleccionar y publicar imágenes con un look muy profesional. Te basta con una librería visual como la de iStock y, quizás, algunos pequeños ajustes.

Una vez que compres una imagen de stock, eres libre para hacer con ella las modificaciones que desees. Tal vez quieras recortarla, cambiarle el tono, darle la vuelta o hacer un collage. Sé original y no dudes en hacer volar tu creatividad cuando se trata de darle una seña de marca a tus imágenes; además, con iStock Editor te resultará muy fácil.

No olvides el poder del "espacio negativo" (también conocido como "espacio en blanco"). Añade esas palabras clave a tus búsquedas para descubrir imágenes que ofrezcan un espacio para titulares o textos, o tengan ese aire extra que se adapte al look que buscas.

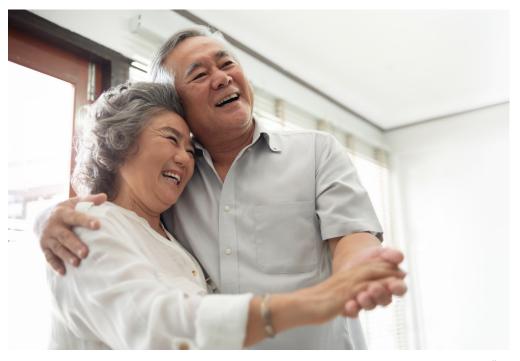
1182702031, Edalin







670564412. GreenArtPhotography



1157735036, eggeeggjiew

Formato + optimización

Ahora que sabes lo que buscas, profundicemos en algunos detalles. Un formato adecuado impulsa el engagement, por lo que vale la pena saber cómo optimizar tu trabajo. Aquí verás lo que necesitas para maximizar tu éxito y conseguir todo el potencial que ofrecen tus imágenes:







1132990983. YakobchukOlena

Dimensiones de la imagen

Las dimensiones importan cuando se trata de compartir contenido visual en las redes sociales. Las diferentes plataformas tienen pautas propias, y debes mantenerte informado respecto a ellas. Las fotos de perfil, las imágenes de encabezado, las publicaciones compartidas y las fotos de Instagram o el contenido para Stories tienen medidas establecidas que se deben seguir para una visualización óptima.

Con una búsqueda rápida podrás descubrir lo que es más adecuado para tus acciones. Mantén la información marcada en favoritos para tener a mano la referencia de manera rápida y fácil, y presta atención al tamaño en tu propio sitio y páginas de destino también. Llegar al punto ideal en términos de dimensiones puede llevar a incrementar las conversiones, así que dedícale un tiempo y siempre haz tus optimizaciones teniendo en cuenta la versión móvil.



500649837, pixdeluxe

Entrada de texto alternativo

Desde el punto de vista de SEO, optimizar el texto alternativo de tus imágenes (de cada una de ellas) también puede generar más tráfico. Los motores de búsqueda no pueden reconocer visuales, así que el texto alternativo ofrece información legible que indica lo que la imagen aporta al contenido. El contenido visual puede ser filtrado y clasificado en los resultados de búsqueda de imágenes, proporcionando una fuente de tráfico adicional para los creadores de contenido.

Además, en términos de accesibilidad, el texto alternativo es clave para los usuarios que son ciegos o con discapacidad visual. Es lo que usan los lectores de pantalla para transmitir información, y cuando una página se carga con imágenes que faltan, es lo que aparece en lugar de ellas para dar contexto a los lectores. El texto alternativo debe ser conciso y describir lo que representa la imagen, no tu producto o el contenido de la página.



Vista desde ángulo alto de niño jugando con un gatito plácidamente en la habitación.



615501238, AkilinaWinner

Anuncios + test A/B

Una imagen tiene que capturar la atención del lector y detenerlo, de lo contrario será ignorada. Y la forma más rápida para ver lo que funciona es hacer un test A/B. Este se puede realizar con cualquier imagen que afecte a tu negocio y a las tasas de conversión, tanto si estás trabajando en redes sociales, páginas de productos, publicidad gráfica o todas ellas.

El lugar más fácil para empezar es en los anuncios de redes sociales. A diferencia de los test A/B para sitios web y páginas de destino, que requieren mucho más tiempo y esfuerzo para revelar hallazgos similares, las pruebas en redes sociales te permiten comprender rápida y fácilmente qué imágenes son las más atractivas y efectivas para tu público. De esta manera, y basándote en los datos, podrás tomar mejores decisiones en todo tu ámbito de acción. Recuerda, en esto no hay normas establecidas. Lo que mejor funcione para ti dependerá de tu estética, tu audiencia y lo que ofertes. No tengas miedo de experimentar con diferentes propuestas antes de dar en la tecla.



1157137642, hudiemm



868607330, RossHelen

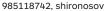
Ten en cuenta siempre cómo aparecerá una imagen cuando se vea en un móvil. Un recorte superfluo o no necesario puede estropear un contenido que podría ser potente. Si tienes un archivo vertical que es perfecto para los Stories, es muy probable que no se vea de la misma manera en otro tipo de publicación. iStock Editor te evita las conjeturas con recortes automáticos para las plataformas más populares de la web.

Concéntrate en desarrollar contenido visual para redes sociales que luego puedas utilizar para respaldar otras iniciativas de marketing más amplias. Los diferentes segmentos de tu público consumen contenido de diferentes maneras y en diferentes canales. Asegúrate de que siempre tienes algo para cada uno, y cuando descubras lo que funciona, empléate a fondo.

Los contenidos visuales que tienen éxito en las redes sociales no son necesariamente la mejor opción para una imagen de encabezado o para ilustrar un texto, y viceversa. No olvides la importancia de adecuar y adaptar tus esfuerzos a plataformas particulares, dependiendo de tu público y objetivos.

1093909192, GoodLifeStudio







1145256211. PIKSEL



963427874, pixelfit

Uso de imágenes en marketing digital



1162165049, Jose Juan Garcia

En resumen

Lo primero que ve el público son tus imágenes. Por ello deberían ser extraordinarias y estar dentro de tus derechos de uso. Cuando licencias un contenido visual de una librería libre de derechos como la de iStock, puedes publicar, compartir o reutilizar esas imágenes e ilustraciones cuando lo necesites (dentro de los términos de la licencia, por supuesto).

Utiliza estos materiales para elevar tus esfuerzos de marketing en cualquier canal, plataforma o campaña vertical. Las imágenes correctas son una parte vital de tu producción de contenido, así que no las trates como un aspecto secundario, ni las dejes para el último momento. Y es que cuando conectan con los intereses de tu audiencia y de tu negocio, la historia que puedes construir con ellas será realmente sólida.

Fuentes

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