

iStock™

Grunderna i användning av bildmaterial i digital marknadsföring



Innehållsförteckning



936885974, nesharm

Introduktion

Känn din målgrupp

Vilka är de?

Vad bryr de sig om?

Var finns de?

Berätta en historia

Skapa din historia

Använd autentiska bilder

Var läglig och relevant

Tänk strategiskt

Varumärkesvärderingar

Sammanhängande

berättelser

Vikten av färg

Tekniskt sett

Låt ljuset visa vägen

Beskär bilder

Tänk på komposition

Formatering + optimering

Bilddimensioner

Ange alt-text

Annonser + A/B-tester

Omslagsbild:

599922122, Jacob Ammentorp Lund

Introduktion

En kraftfull bild kan fånga en tittares uppmärksamhet med en gång.

Därför måste allt du delar innehålla minst en bild – och ytterligare en bild efter varje 100 ord – enligt BuzzSumo¹. På så vis kommunicerar du inte bara med människor, du skapar band till dem.

Fotografier, illustrationer och annan slags grafik kan förmedla ett kraftfullt budskap som säger någonting om ditt varumärke utan att använda ord. Noggrant utvalda bilder kan berätta en historia som engagerar och lämnar ett bestående intryck på din publik.

Effektiva bilder kan driva varumärkesmedvetenhet och konverteringar², några av de viktigaste framgångsfaktorerna för ditt företag. Med iStocks omfattande samling har du bilder av hög kvalitet för alla typer av projekt inom räckhåll.

Läs vidare för att lära dig vad du ska titta efter – och hur enkelt det är att hitta.



511054492, RossHelen

Känn din målgrupp

Det finns fem orsaker till att människor delar och konsumerar innehåll online enligt The New York Times Customer Insights Group³:

- Dela värdefullt och underhållande innehåll med andra
- Definiera sig själva för andra
- Vårda relationer och hålla kontakten
- Känns sig mer involverad i omvärlden
- Visa stöd för saker man bryr sig om

Bilder för ditt personliga eller professionella varumärke, vare sig det är online eller offline, bör uppfylla ett eller flera av dessa mål. För småföretag, entreprenörer och andra är istället ett unikt visuellt språk någonting som hjälper dig att sticka ut från mängden.

Värdefullt innehåll förlitar sig på kraftfulla bilder för att bli sett och delat – och de ökar även ditt varumärkeskapital. Handplockade bilder gör ett företag och dess innehåll mer minnesvärt och roligare att interagera med, både för gamla och nya kunder.





1147375440, nesharm

Vilka är de?

Din publik går online för att hitta information, inspiration och underhållning. Men det är upp till dig som företag eller varumärke att förstå vem det är du försöker att engagera.

En effektiv marknadsföring är beroende av unika bilder som valts ut med tydliga kundprofiler i åtanke. När du vet vem du har att göra med blir arbetet att sammanställa din unika bildsamling desto enklare.



1003547058, Jelena Danilovic

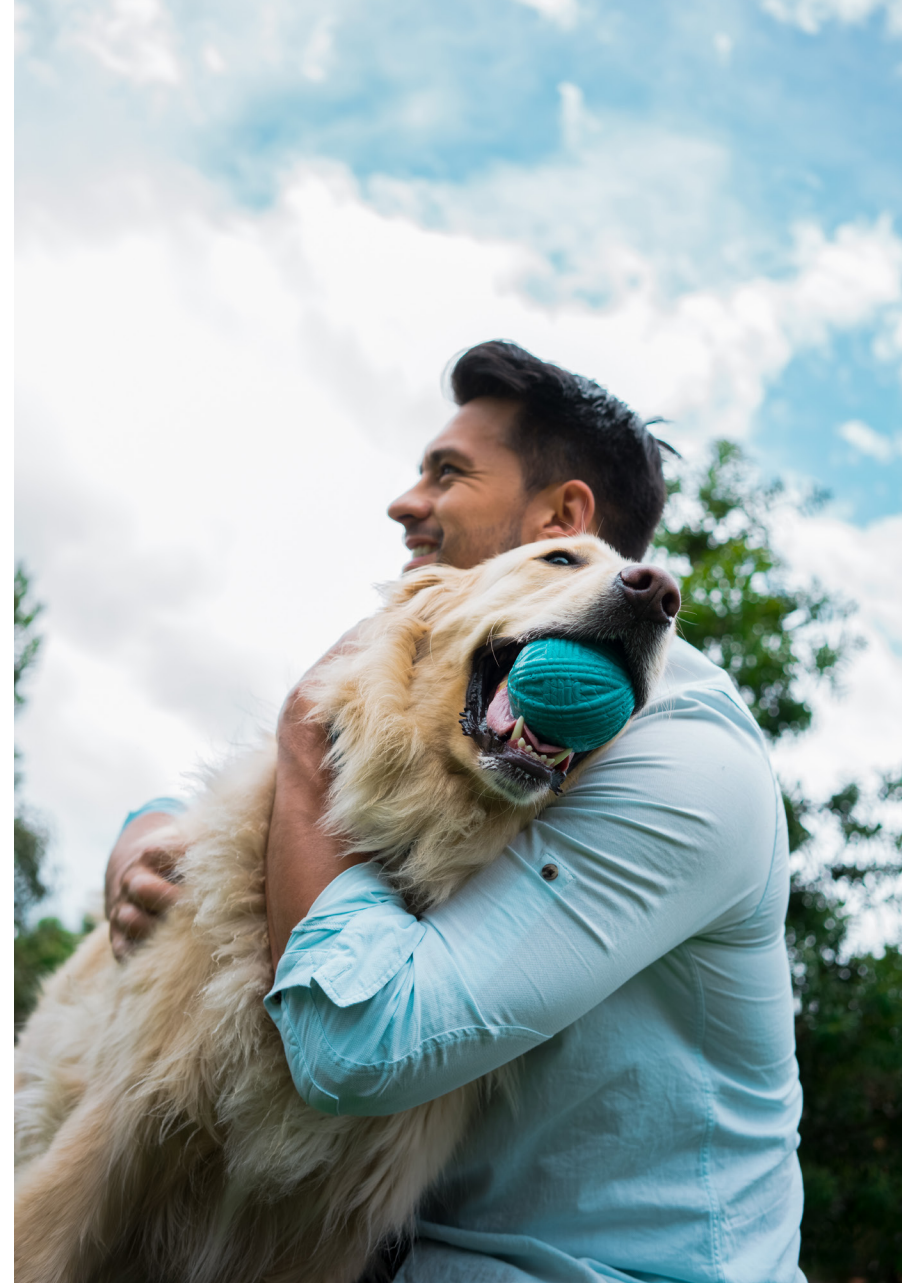


1159441480, Lyndon Stratford

Vad bryr de sig om?

Människor dras till bilder som har en koppling till dem, på ett eller annat sätt. Det kan vara ljuskvalitén, färgpaletten, vinkeln, kompositionen – eller ämnet och personerna som fångats på bild.

Kunder som klickar på foton med riktiga människor är dubbelt så troliga att konvertera⁴, så glöm perfekt poserade modeller och produktfotograferingar. Försök istället att använda bilder som reflekterar dina kunders liv och värderingar samt återspeglar deras vardag.



1148255431, Ricardolmagen



1158242307, Ridofranz

Var finns de?

Lista ut var och hur din publik konsumerar sitt innehåll, vare sig det är på Twitter, Instagram, Pinterest eller någon annanstans. Genom att öka din aktivitet på fler kanaler når du ut till fler människor – och fler slags människor – så att du kan börja skraddarsy ditt innehåll.

Var uppmärksam på dina konkurrenters digitala närvaro när du gör research. Var har de byggt upp en stark känsla av samhörighet (community)? Vilken plattform verkar vara den som engagerar mest? Basera framtida ansträngningar på dina upptäckter för att nå ut till samma målgrupp.



518250304, JANIFEST

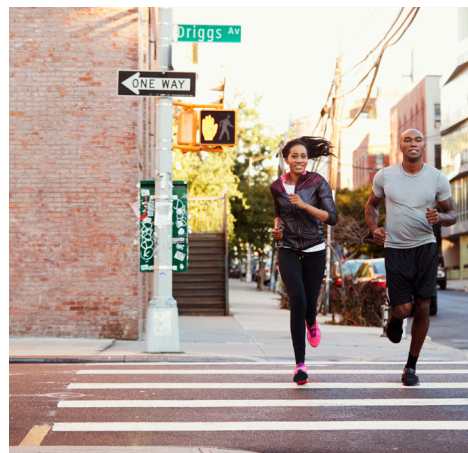
Notera

Användarresearch, försäljningsdata, konkurrensanalyser och liknande är nyckeln till att förstå din målmarknad. Gör din research, dokumentera din strategi och lova dig själv att hitta kvalitetsbilder som är i linje med dina mål.

Genuina bilder väcker publikens känslor och hjälper dem att resonera med – och dela – historien du försöker berätta. Äkta känslor fångade på bild. Det är vad som gör en bild delbar.

Utforska iStocks samlingar för att se vad som finns tillgängligt och fungerar för ditt varumärke. De är organiserade efter teman som livsstil, natur, företag med flera, med kategorier för olika yrken samt humör och känslor, illustrationer och konstverk, videor och mycket mer.

1179773952, Salvideo



901870436, monkeybusinessimages



1146077080, Yana Tatevosian



1197166101, Nadzeya_Dzivakova



Berätta en historia

Skapa din historia

Bilder kan användas på många olika sätt för att engagera och skapa mening. I blogginlägg och längre innehåll illustrerar de idéer samt ger läsaren visuella signaler och avbrott som gör att de fortsätter att bläddra för att hitta fler saker. På sociala medier och i e-postmarknadsföring fångar de uppmärksamhet och genererar trafik för din webbplats.

Din publik interagerar med ditt varumärke på mer än en plats, så du måste berätta en enhetlig historia. Det gäller såväl din berättarröst som dina bilder.



1191755232, Drazen Zigic

Använd autentiska bilder

Välj bilder på riktiga människor som återspeglar din publik och deras omvärld. Meningsfulla fotografier fångar människor på sätt som väcker minnen och reflekterar verkliga upplevelser.

Om din publik kan identifiera sig med människorna i dina bilder – eller med en känsla en illustration, ett abstrakt eller en landskapsbild ger – kommer de att uppleva en känslomässig koppling. Och det är så man bygger ett minnesvärt varumärke.



1077244886, PredragImages



1179131092, Deagreez

Var läglig och relevant

Välj bilder som känns rätt i tiden, både vad gäller kvalitet och ämne. Kom ihåg att det är okej att ta risker med dina bilder, om du vet att de kommer att skapa band till din publik. Dessa val kan ge dig både respekt och generera en känsla av samhörighet med ditt varumärke.

Rätt bild kan lämna ett oförglömligt intryck, vare sig du planerar en säsongskampanj eller försöker dig på marknadsföring i realtid. Så visa ditt tankeledarskap, även om det är i liten skala.



614214170, Rawpixel

Notera

Ditt unika visuella språk – en konsekvent estetik och stadig kvalitetsnivå – ska vara tydligt i alla dina ansträngningar. Denna enhetlighet gör att läsaren snabbare känner igen ditt innehåll, vilket även ökar din varumärkesmedvetenhet.

Beroende på din marknad är kulturella överväganden ett måste. iStocks bibliotek har mångfald i alla slags former samt en omfattande samling varierade illustrationer, vektorkonst och abstrakt grafik.

Prova nyckelord som avgränsar din sökning till vissa målgrupper eller delar av världen och använd söktermer som "familj", "kontor" eller "småföretag" för mer specifika resultat. Det är enkelt att söka efter illustrationer baserat på stil eller ämne. Kolla in våra samlingar med klotter, silhuetter, retro och vintage, och mycket mer på iStock.

1167527105, IMR



1129306933, elenabs



1134102363, elenabs



1186850628, Ponomariova_Maria

Tänk strategiskt

Varumärkesvärderingar

Varumärkesvärderingar handlar om vem du är och vad du bryr dig om som företag. De skapar en länk mellan företag och dess kunder.

När du definierar dina varumärkesvärderingar kan ett kraftfullt visuellt språk börja visa sig. Du kan då fråga dig själv: Vad säger dina bilder om ditt företag? Fångar de ditt varumärkes personlighet? Levererar de på dina löften?



1141671061, monkeybusinessimages



1077691330, monkeybusinessimages

Sammanhängande berättelser

Ett lyckat berättande över flera olika kanaler börjar med ett urval av kvalitetsbilder. Hitta estetiken som fungerar för ditt projekt och håll dig till riktlinjer

som säkerställer att ditt innehåll ser bra ut på din webbplats, i sociala medier och var än din publik ser det.



1135314857, Yulia Glotova



1151571123, anderm

Vikten av färg

Färg är ett jättebra sätt att förmedla din unika varumärkesidentitet samtidigt som du ger uttryck för vissa kvaliteter, toner och budskap. Kom ihåg att olika färger har olika betydelser när det kommer till marknadsföring:

- Blå färg signalerar styrka och tillit
- Röd färg betyder spänning och action
- Gul färg frammanar värme och optimism
- Orange färg väcker förtroende och vänlighet
- Grön färg antyder fred, hälsa och tillväxt
- Lila färg uppmanar kunskap och fantasi
- Grå färg uttrycker balans och lugn
- Svart färg visar på elegans och modernism
- Vit färg reflekterar fridfullhet och minimalism



953709586, gerenme

Notera

Dyk ner i vad dina konkurrenter gör om du har kört fast. Många toppmärkens stilguider finns även tillgängliga online. Se hur de skapar sitt innehåll och applicera sedan samma idéer på dina egna ansträngningar.

Ta en titt på några av dina favoritkonton på Instagram. Vad har de mest visuellt tilltalande gemensamt? Vanligtvis är det en dedikerad färgpalett. Men välj inte en färg bara för att. Tänk istället på vilket intryck den kommer att ge och om den fungerar för ditt varumärke.

Se vad som finns tillgängligt genom att söka baserat på färg när du har en palett. Gör så här för att skapa en sammanhängande berättelse: Försök lägga till nyckelord som fokuserar på humör, känslor och vissa toner– eller hitta en fotograf eller kreatör du älskar och sök bland deras verk.

1148913573, Edalin



1136275398, FamVeld



1209940241, Edalin



1167195361, max-kegfire



1139461907 FXQuadro

Tekniskt sett

Låt ljuset visa vägen

Ljuskvalitet är ett bra sätt att sätta tonen för en bild, en sida, ett inlägg eller något visst innehåll. Mjuka toner från en naturlig ljuskälla skapar en varm känsla som bjuder in tittaren. En hård blix och hög kontrast kan snabbt fånga någons uppmärksamhet och göra iordning scenen för någonting helt annat.

Beskär bilder

Har du någonsin hittat den perfekta bilden och önskat att den var beskuren på ett annat sätt? Underskatta inte kraften hos en närbild eller detaljbild och hur lätta de är att ta fram. Det kan inte bli enklare att beskära en bild, vare sig du jobbar med en illustration med flera element eller ett rörigt foto.



1164950306, jacoblund



1068078944, FatCamera

Tänk på komposition

En visuell komposition kan bestå ut av många element: regeln om tredjedelar, symmetri (eller asymmetri), strukturer och mönster, linjer, vitrum och så vidare. När dessa används rätt får de ögat att dröja kvar och uppmuntrar tittare att läsa eller klicka vidare.

Vissa visuella relationer kan till och med förbättra förståelsen och skapa hierarki, balans eller fokus beroende på bilden i fråga.



816692254, Wavebreakmedia

Notera

Du behöver inte en professionell designer, fotograf eller redaktör för att välja ut och publicera proffsiga bilder. Allt du behöver är ett kvalitetsbibliotek som iStocks och kanske några små, enkla ändringar.

När du köper en bildbanksbild kan du göra vad du vill med den. Beskära, vrida och vända på den, eller använda den i ett collage. Tänk fritt och tveka inte när det kommer till att vara kreativ med dina bilder; det är enkelt med iStock Editor.

Glöm inte kraften hos "negativa ytor" (också känt som "vitrum"). Lägg till dessa nyckelord i dina sökningar och upptäck bilder med utrymme för rubriker eller längre stycken – eller bilder som passar din look.

1182702031, Edalin



1141394668, Ridofranz



670564412, GreenArtPhotography



1157735036, eggeeggjiew

Formatering + optimering

Nu när du har allt du behöver är det dags att ta en titt på detaljerna. Korrekt formatering ökar engagemanget, så det är värt att veta hur du optimerar dina projekt. Så här maximerar du dina framgångschanser och hjälper din bild att nå sin fulla potential:

Bilddimensioner

När det kommer till att dela bilder på sociala medier är dimensioner av yttersta vikt. Olika plattformar har olika riktlinjer, så du måste hålla dig uppdaterad kring vad som gäller. Profilbilder, sidhuvudbilder, delade inlägg, Instagram-fyrkanter och Instagram Stories har alla mått som ska följas för optimal visning.

En snabb sökning visar vad du behöver för ditt projekt. Håll informationen bokmärkt för att snabbt och enkelt kunna referera till den. Var även uppmärksam på storleken på dina egna webb- och landningssidor. Rätt dimension kan leda till ökade konverteringar, så spendera lite tid på att få det rätt – och glöm inte att alltid optimera för mobila enheter.



1082456906, jacoblund



1132990983, YakobchukOlana



500649837, pixdeluxe

Ange alt-text

Att optimera alt-texten för alla dina bilder fungerar som sökmotoroptimering och kan leda till ökad trafik. Sökmotorer känner inte igen bilder, så alt-text ger dem läsbar information som signalerar vad bilden bidrar med i innehållet. Bilder kan även filtreras och rankas i sökresultat, vilket kan fungera som en extra trafikälla för dig som skapar innehåll.

Alt-text hjälper även användare som är blinda eller på annat sätt synskadade. Det är vad skärmläsare använder, vilket innebär att när en sida med bilder som saknas laddar visas alt-texten för att hjälpa läsaren att förstå sammanhanget. Beskrivningen ska vara kort och koncis och prata om vad bilden innehåller – inte om din produkt eller sidans innehåll.

Alt-text

Liten pojke leker med kattunge medan de vilar i sovrummet.



Annonser + A/B-tester

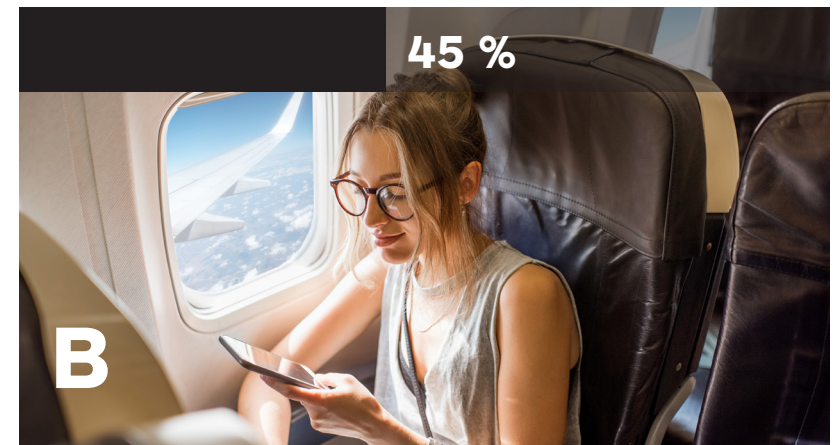
En bild måste få läsaren att stanna till, annars missas den helt. Det snabbaste sättet att ta reda på vilken bild som ger den önskade effekten är ett A/B-test. Detta kan göras med alla bilder som påverkar ditt företags konverteringsgrad, oavsett om du arbetar på sociala medier, produktsidor, sökannonser eller med alla tre.

Det enklaste att börja är med dina annonser för sociala medier. Till skillnad från

A/B-tester för webb- och landningssidor som kräver mycket tid och ansträngning för liknande resultat, så förstår du snabbt och enkelt vilka bilder som är mest engagerande och effektiva med din publik. På så vis kan du ta bättre, datadrivna beslut överlag. Kom ihåg att det inte finns några regler. Vad som fungerar för dig beror på din estetik, din publik och vad som erbjuds. Var inte rädd att experimentera med olika utseenden för att ta reda på vad som fungerar bäst.



1157137642, hudiemm



868607330, RossHelen

Notera

Tänk alltid på hur en bild kommer att visas på en mobil enhet. Önskad beskärning kan förstöra en annars kraftfull bild. Om du har en stående bild som är perfekt för Stories kommer den förmodligen inte att se lika bra ut i andra inlägg. iStock Editor visar dig hur bilden faktiskt ser ut med automatisk beskärning för alla de populäraste plattformarna.

Fokusera på att utveckla visuellt innehåll för sociala medier som du sedan kan använda i annan marknadsföring. Olika kundsegment konsumerar innehåll på olika sätt och i olika kanaler. Se till att det finns någonting för alla. Och ge järnet när du hittar vad som funkar.

Bilder som gör bra ifrån sig på sociala medier är inte nödvändigtvis lämpade i ett sidhuvud eller en artikel och vice versa. Glöm inte vikten av att skraddarsy dina ansträngningar per plattform beroende på din målgrupp och dina mål.

1093909192, GoodLifeStudio



985118742, shironosov



1145256211, PIKSEL



963427874, pixelfit



1162165049, Jose Juan Garcia

Sammanfattning

Dina bilder är det första din publik ser. Därför bör de vara oförglömliga – och dina att använda som du vill. När du licensierar innehåll från ett royaltifritt bibliotek så som iStock är bilderna och illustrationerna dina att publicera, dela och återanvända som du vill (inom ramen för licensen, så klart).

Använd innehållet för att ge din marknadsföring ett lyft i alla kanaler och på alla plattformar. Rätt bilder är en viktig del av ditt innehåll, så låt dem inte bli en eftertanke. När de väcker intresset hos din publik och kring ditt företag kommer historien du berättar att bli kraftfullare än någonsin.

Källor

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