

Diez contenidos visuales para campañas de marketing en redes sociales

Por la redacción

Las redes sociales son una herramienta necesaria y de actualidad para cualquier empresa o negocio. La comunicación del siglo XXI es impensable sin una estrategia que contemple la gestión de Facebook, LinkedIn, Twitter y otras que han conducido al éxito a muchas organizaciones a nivel mundial.

La presencia en las redes digitales va ganando espacio en un mundo en el que las personas acceden, cada vez más, a contenidos publicados en la Web. Sin embargo, ante las sobrecargas de información y los nuevos modos de interacción, los contenidos visuales se han convertido en un recurso de gran valía.

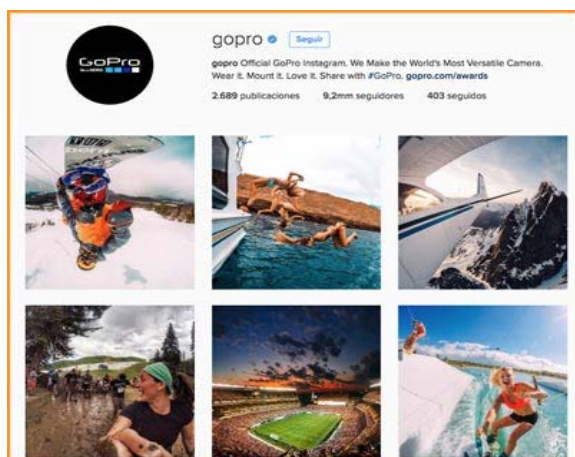
El ser humano recuerda 80 por ciento de lo que ve, pero solo 20 por ciento de lo que lee, razón por la cual el contenido visual debe ser una pieza clave en las estrategias para redes sociales. Otros datos interesantes que explican la necesidad de utilizar el llamado marketing visual se asocian con que 90 por ciento de la información que llega al cerebro es visual, 79 por ciento de los usuarios escanean una página web y solo 16 por ciento lee palabra por palabra, más de 60 por ciento de los consumidores consideran hacer contacto con una empresa cuyas imágenes aparecen en los resultados de búsquedas locales y se puede decodificar el significado de un elemento visual en menos de una décima de segundos, según publica el porta digital www.postcron.com

Diez de los contenidos visuales que no pueden faltar en una campaña de marketing para redes sociales de tu negocio o empresa son:

1. Imágenes

Las imágenes son el contenido visual por excelencia en las redes sociales, así como Internet. Los post que contienen información visual reciben 94 por ciento más de visitas. Las imágenes deben encabezar una estrategia para redes sociales en lo que a marketing visual se refiere. Son fáciles de conseguir, altamente compartidas, refuerzan el mensaje que se quiere transmitir y ayudan a enfatizarlo. Asociándolas correctamente a productos y servicios ayudarán a posicionar una marca.

Los collages generan más engagement (capacidad de las empresas de generar una relación con su audiencia) que las imágenes individuales; siempre velando porque contengan el logo o nombre de tu web.



2. Vídeos

Los posts con vídeos son tres veces más compartidos que los que tienen solo texto. En función del objetivo de la estrategia se deberá elegir un tipo de vídeo u otro que esté enfocado a los gustos y necesidades de la audiencia. Se pueden crear vídeos institucionales, profesionales, de entretenimiento e incluso generar contenido audiovisual, ya sea mediante un teléfono, ordenador o cámara digital. Para mantener la atención de los internautas, es recomendable que los archivos no sobrepasen los dos minutos de duración.

3. Gráficos y tutoriales

En ocasiones existen datos o estadísticas para transmitir a la clientela. Los gráficos son unos de los recursos más eficientes, pues comunican las cifras de manera mucho más rápida y visual, al mismo tiempo que facilitan la asimilación de información. De la misma manera ocurre cuando se tienen que detallar instrucciones o explicar cómo hacer algo.

4. GIFs

Los GIFs gustan y son efectivos. Muchas veces las personas no tienen tiempo de ver un video de dos minutos, en cambio, sí pueden ver un GIF que dura pocos segundos. Estas animaciones clásicas son una herramienta poderosa para impulsar el posicionamiento de una marca, ya que aumentan el engagement. Twitter y Facebook se han sumado a la moda de los GIFs y han incorporado las reproducciones automáticas, beneficiando así a las marcas que apuestan por ellos.

5. Memes

Han llegado para quedarse: no solo funcionan, sino que son populares, atraen tráfico, a los usuarios les gusta compartirlas y además son fáciles de crear. Hoy existe memejacking o marketing con memes; cuando una empresa utiliza un meme con la idea de realizar marketing de su propia marca.



6. Presentaciones o webinars

Las presentaciones o webinars son otra manera muy visual de compartir información en las redes sociales, mediante eventos o charlas. Para que sean efectivos, es importante simplificar al máximo los conceptos que se van a tratar.

LinkedIn tiene SlideShare, su propia plataforma para crear presentaciones y compartirlas directamente.

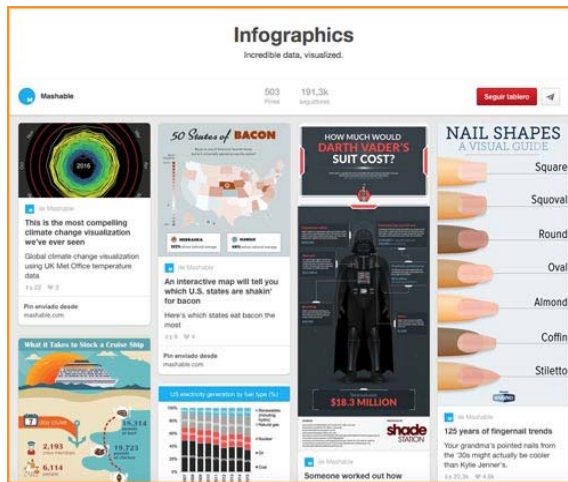
Cada vez son más las empresas que apuestan por incluir las presentaciones o videos entre sus estrategias de contenidos, y aún más cuando Twitter mediante Periscope y Facebook a través de FacebookLive permiten transmitir en directo.

7. Capturas de pantalla

Las capturas de pantalla son un recurso excelente para ejemplificar algo, ayudar a resolver un problema o simplemente compartir una imagen para demostrar o evidenciar algo. Además, son un recurso visual excelente para las redes sociales, ya que son ideales para ilustrar guías y tutoriales.

8. Infografías

Las infografías son otra potente herramienta. Las publicaciones que contienen infografías crecen en tráfico 12 por ciento más que las que no las incluyen. Se leen treinta veces más que los textos de un post.



9. Dibujos y cómics

Los dibujos y los cómics son fáciles de consumir y de entender. Además de ser una forma muy potente de atraer a clientes, son un tipo de marketing visual cada vez más utilizado en las estrategias de contenidos por las marcas.

10. E-books

Los e-books (libros digitales) pueden consumirse desde cualquier dispositivo y, además de permitir compartir conocimientos, ayudan a mejorar la imagen de una marca. Para sacar el máximo provecho a los e-books, se deben diseñar incluyendo imágenes y recursos gráficos, respetando la imagen y los colores de la marca. No se debe sobrepasar las 20 páginas, ya que un e-book demasiado largo cansará a los públicos, sin lograr los objetivos propuestos.

Fuente: www.postcron.com

Disponible en: <http://www.mujeres.redsem-lac-cuba.net/consejos-%C3%BAtiles/item/259-diez-contenidos-visuales-campa%C3%B1as-marketing-redes-sociales.html>