

تأثیر طراحی گرافیک در دیجیتال مارکتینگ خلاقانه

آیا بازاریابی و دیجیتال مارکتینگ شما خلاقانه است؟ بسته به دیدگاه شما ممکن است معنی عبارت «بازاریابی خلاقانه» تغییر کند. مطمئناً هر کسب‌وکاری که حتی اگر کمی از روش‌های سنتی تبلیغات فاصله بگیرد، خلاق محسوب می‌شود اما در دنیای مارکتینگ، بازاریابی خلاقانه دقیقاً نقطه‌ی وسط هنرهای خلاق و مارکتینگ است. هنرهای خلاقانه دقیقاً چیست؟ به‌طور کلی شامل مهارت‌هایی مثل موسیقی، رقص و نمایش می‌شود؛ اما در دنیای مارکتینگ بیشتر به مهارت‌هایی مثل عکاسی، تصویرسازی، موسیقی و نویسندگی اشاره دارد. این هنرها در واقع همان وردهای جادویی هستند که اطلاعات، داده‌ها، آمار و ارقام را به طرز شگفت‌انگیزی تبدیل به یک داستان می‌کنند؛ و این داستان ستون اصلی مارکتینگ شما خواهد بود. طراحی گرافیک با برندینگ یا برند سازی پیوند محکمی دارد و برندسازی با مارکتینگ پیوند خورده است. پیوند بین این دو چیزی است که باعث ایجاد سردرگمی در بسیاری از کسب‌وکارها می‌شود. شما نمی‌توانید بدون داشتن برندینگ، بازاریابی انجام دهید و مارکتینگ شما اگر بر یک برندینگ حسابی بنا نشده باشد تقریباً به جایی نمی‌رسد. بسیاری از کسب‌وکارها فکر می‌کنند مارکتینگ و برندینگ یک‌چیز هستند اما در واقع برندینگ طراحی است که شما می‌خواهید برند شما بر اساس آن دیده شود و مارکتینگ روشی است که با آن این طرح را به دنیا نشان می‌دهید.

یک المان بصری قوی بخش مهمی در برندینگ خوب است. اگر به قسمت راهنمای برند کمپانی‌های بزرگ نگاه کنید همیشه صفحات زیادی راجع به باید‌ها و نبایدها برای چگونگی نشان دادن هویت بصری برند است. به این علت که طراحان گرافیک تلاش زیادی کرده‌اند تا چیزهایی مثل نشان‌واره، فونت و رنگ‌ها را طوری طراحی کنند که به‌درستی و بهترین شکل نماینده‌ی برند باشد. پس خیلی هم عجیب نیست که کمپانی‌ها نمی‌خواهند این دستاوردهای سخت طراحی گرافیک را از دست بدهند.

«طراحی گرافیک غذای برند شما است و برندینگ غذای اصلی بیزینس شما است»

Mobile Ordering is here



© 2014 McDonald's Restaurants of Canada
© 2014 McDonald's

رنگ زرد و قرمز و سیب‌زمینی سرخ‌کرده از نشانه‌ها برند مک‌دونالد هستند

طراحی گرافیک عامل موثر پیام‌رسانی است

می‌توان مارکتینگ را به پروسه‌ی جلب‌توجهی مردم نسبت به محصولات یا خدمات بیزینس شما دانست؛ و یکی از بهترین روش‌ها برای این کار پیام‌رسانی به مردم در رابطه با خود کسب‌وکار، محصولات یا خدماتی که ارائه می‌دهد است. این پیام‌ها می‌توانند چیزهای واضحی مثل یک آپدیت راجع به محصول جدید یا یک سخنرانی طولانی که چرا کالای الف از کالای ب فلان کمپانی بهتر است باشند. یا اینکه می‌توانند به‌طور زیرکانه و زیرپوستی به مخاطب بگویند که شما چه نوع شرکتی هستید، مخاطب شما چه جور آدمی است یا مصرف‌کننده با خرید محصول دریافت خدمات شما به چه سبک زندگی‌ای دست پیدا می‌کند. تصحیح و بازبینی کردن این پیام‌ها تا وقتی که بسیار زیرپوستی به نظر بیایند یکی از دغدغه‌های اصلی در زمینه‌ی مارکتینگ است. یکی از ابزارهای مهمی که برای حل این مسئله در بازاریابی استفاده می‌شود، تصویرسازی و طراحی گرافیک است. یک ضرب‌المثل معروف خارجی می‌گوید یک عکس از هزار کلمه بارزتر است. برای یک پیام‌رسانی موفق باید مفهوم با دقت و مختصر بیان شود. با استفاده از روانشناسی پشت طراحی گرافیک شانس بیشتری برای اینکه پیام شما توسط افرادی که می‌خواهید دریافت شود بالا می‌رود.



متن در تصویر « شما را زنده نگه می‌دارند » پیام کمپانی نایک

نقش طراحی گرافیک در تولید محتوا

از هر کسب‌وکار یا بازاریابی بپرسید مهم‌ترین بخش مارکتینگ چیست؟ به احتمال زیاد جوابشان کانتنت مارکتینگ (Content Marketing) یا تولید محتوا خواهد بود. بعد از ظهور اینترنت تولید محتوایی که برای اطلاع‌رسانی، سرگرمی و جلب توجه طراحی شده باشد قسمت بزرگی از مارکتینگ استراتژی هر کسب‌وکاری را گرفته است. در واقع کانتنت مارکتینگ و تولید محتوا سه برابر بیشتر از تبلیغات در وب نتیجه بخش است. تولید محتوا و طراحی گرافیک مثل نان و پنیر هستند و همیشه در کنار هم می‌آیند. با استفاده از طراحی گرافیک، تصاویر، چارت‌ها و غیره می‌توان به داده‌ها و اطلاعات زندگی بخشید. البته روش‌های دیگری هم هستند که باعث می‌شود طراحی گرافیک باعث شود محتوای متنی به چشم بیاید.

ایجاد یک احساس

همیشه المان‌های روانشناسی زیادی پشت قسمت‌های گرافیکی یک داستان وجود دارد. این گرافیک‌ها باعث به وجود آمدن یک حس در یک پست یا مقاله می‌شوند. رنگ‌ها، انتخاب فونت و تصاویر استفاده شده همه و همه به برانگیخته شدن یک حس و نظر خاص کمک می‌کنند. این المان‌ها به خواننده القا می‌کنند که باید چه حسی داشته باشند، کلمات چه منظوری دارند و کسی که این محتوا را نوشته (بیزینس پشت آن) دوست دارد چه طور به نظر بیاید. یک پست در وبلاگ بدون هیچ عکسی به احتمال زیاد شکست می‌خورد و آپدیت‌های فضای مجازی که بدون عکس هستند تا سه برابر کمتر تبادیل دریافت می‌کنند.

حفظ علاقه و توجه

این برای همه‌ی افرادی است که به خودشان می‌گویند «بهرتر است یک عکسی چیزی به پستم اضافه کنم»، طراحان گرافیک با شنیدن این حرف و اینکه مردم چقدر این مسائل را ساده می‌گیرند اعصابشان به هم می‌ریزد؛ اما همین حرف هم نشانه‌ی این است که حتی افرادی که هیچ تحصیلاتی در زمینه‌ی گرافیکی ندارند از تاثیر یک تصویر خوب روی دیده شدن پست‌هایشان باخبرند. در کل علم گرافیک به پیدا کردن عکس مناسب برای پست و مقاله محدود نمی‌شود بلکه هنر واقعی آن این است که چطور با استفاده از المان‌های بصری می‌توانند تاثیر کلمات را دوچندان کنند. هیچ‌وقت توانایی طراحی گرافیک را در توضیح دادن، هدایت کردن و راهنمایی کردن دست‌کم نگیرید. مخصوص در متن‌هایی که سخت و پیچیده هستند (مثل مقالات علمی یا خبری در زمینه‌ی خاص)، یک طراحی گرافیک هوشمند می‌تواند محتوایی را که هیچ‌کس دو ثانیه هم روی آن وقت نمی‌گذارد را تبدیل به محتوایی کند که مردم آن را با دوستان و خانواده به اشتراک می‌گذارند.

اضافه کردن اطلاعات

در آخر، طراح گرافیک شما می‌تواند به راحتی ارزش پول شما را چند برابر کند به این صورت که مقدار زیادی اطلاعات به راحتی می‌تواند توسط دریافت‌کنندگان محتوای مارکتینگ شما هضم شوند (همان ضرب‌المثل ارزش یک تصویر بیشتر از ۱۰۰۰ کلمه است). بعضی اوقات از طراحان گرافیک انتظار می‌رود از طریق اینفوگرافی، چارت‌ها، تصویرها و غیره یک سری اطلاعات را به محتوا اضافه کنند اما در زمان‌های دیگر طراحی گرافیک به تنهایی می‌تواند باعث انتقال اطلاعات به روشی جذاب و سرگرم‌کننده شود. احتمالاً خودتان هم متوجه شده‌اید که طراحی گرافیک در قسمت‌های مختلف تولید محتوا وجه اشتراک‌های زیادی باهم دارند اما در همه‌ی زمینه‌ها هدف بهتر نشان دادن، پشتیبانی کردن و اضافه کردن به محتوا است. طراحی گرافیک چیزی است که کانتنت مارکتینگ را از حالت معمولی به فوق‌العاده تبدیل می‌کند.

