

image not found or type unknown



В XII веке люди часто стали обращать внимание на внешность людей, красоту картинки, красоту обложки книги, всё меньше мы начинаем заглядывать в глубь. Это явно проблема, но это лишь с одной стороны. С другой же, вполне можно использовать визуал для того, чтобы привлекать внимание аудитории, будь то красивая картинка в ленте, будь то образ самого человека, который он создал себе для сети. Давайте попробуем в этом разобраться как следует.

Всё больше людей, которые являются медийными личностями, придумывают себе некий визуальный и оригинальный образ, который в лёгкую способен зацепить зрителя и убедить его подписаться на себя. Самым простым примером можно привести девушек из сети Tik Tok, которые создавали себе образ так называемых «томбоев», чем побуждали многих пользователей подписаться на себя, это было красиво, необычно, смело, интересно. Они выстраивали визуальный образ, придумывали себе имена и тем самым вели коммуникацию со своей аудиторией, вот оно, доказательство того, что постоя удачный визуал можно легко коммуницировать, управлять и увлекать аудиторию. Мода прошла, многие томбои «ушли» из образа, это объясняется тем, что их стало так много, что людям они попросту стали не интересны. Очень важный момент, есть два типа блогеров: Первые делают всё на волне хайпа, но при этом прикрываются своим «личным мнением и вкусом», а вторые придерживаются своего образа и очень мало что может их заставить отказаться от своих убеждений. Делаем вывод, что блогеры, которые нацелены на определённую аудиторию, с помощью того образа, который они выстроили легко могут коммуницировать с подписчиками.

Но ведь визуальный образ может быть не только у человека, но и у ленты Insragram например. Можно составить определённый визуал для своего аккаунта, который сразу будет ассоциироваться с вами, создать определённую систему выкладки фотографий, определённую систему цветокоррекции, определённую палитру аккаунта. И ведь это тоже будет являться визуальным образом, и ведь так тоже можно коммуницировать с подписчиками. Подбор определённых фотографий, элементов на этих фотография легко способен увлечь человека и побудить его взаимодействовать с блогером, ведущим этот аккаунт. Красивый визуал ленты привлечет больше внимания, чем рандомное выкладывание всего подряд в свою ленту. Надо уметь использовать это, уметь распознавать свою аудиторию и

работать на неё, чтобы ей было интересно, запоминающиеся и люди бы точно вернулись посмотреть и узнать, что же у вас там нового и интересного появилось. Опять же, можно легко сделать вывод, что красивый визуальный образ ленты способен заставить человека коммуницировать с вами.

Визуальный образ может быть даже у текста. И сделать его лаконичным не так уж и просто. Например, подписчик явно не захочет читать длинный, нудный, неразделённый на абзацы текст с отсутствием разбавляющих (но лаконичных и подходящих по смыслу) смайликов. Надо уметь увлечь подписчика, уметь подобрать заголовок для поста, уметь красиво и интересно писать, разбавляя там где это нужно текст абзацами и смайликами. И очередной микро вывод. Умея красиво, стильно и интересно можно легко найти подход к читателю, заставить идти на контакт и получать от него отдачу.

Теперь можно подвести и общий вывод. Умея правильно подобрать свой образ, образ своей страницы и своих постов, можно легко найти свою аудиторию, увлечь её, заставить заинтересоваться вами и не раз вернуться к вам, дабы получить порцию новых эмоций, впечатлений и информации.