

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Сумський державний університет

Економічні проблеми сталого розвитку

Экономические проблемы устойчивого развития

Economical Problems of Sustainable Development



Матеріали

Всеукраїнської науково-технічної конференції студентів,
аспірантів і молодих учених, присвяченої 80-річчю
від дня народження професора Олега Балацького
(Україна, Суми, 21 – 25 квітня 2017р.)

Суми
Сумський державний університет
2017

ВІЗУАЛЬНІ ЗАСОБИ МАРКЕТИНГУ

Студентка гр. ЕН-62/2мк Вакулішина І. М.

Візуальні засоби, що знаходяться на сайтах, завжди посідали важливу роль; а сьогодні, для «розкрутки» сайту застосовують методи візуального маркетингу тим паче. Залишається тільки навчитися правильно користуватися тими можливостями, що відкриває нам візуальний маркетинг. А те, які візуальні елементи потрібні для того, щоб розкрутити сайт залежить на самперед від тематики сайту і каналу розповсюдження контенту [3].

Візуальні засоби – це графічний дизайн, відеоряд, зображення, інфографіка, презентації. Вони вважаються першою лінією маркетингових комунікацій. Адже клієнти в першу чергу звертають увагу на візуальну оболонку. І вченими доведено, що кольорові візуальні ефекти підвищують готовність людей сприймати інформацію [1].

Відповідно до [1] візуальні засоби формують середовище, в якому буде зручно розмовляти з клієнтами. Тому дизайн візуальних елементів повинен відповідати комплексу маркетингу. І залучати до розробки дизайну цих візуальних матеріалів краще спеціалістів, які включені в роботу підприємства та його маркетингу, щоб не отримати незадовільних результатів. Це потрібно для того, щоб гарні та креативні зображення не виявилися шкідливими для маркетингу фірми [6]. Ще треба зауважити, що зараз у візуальному маркетингу надають перевагу тим зображенням на яких товар, або люди виглядають максимально природно. Це допоможе посилити довіру потенційних клієнтів. Бо зображення вважаються одним з найцінніших типів контенту.

Не менш важливу роль відіграє інфографіка. В інфографіці має бути зосереджена вся інформація, що відповідає її тематиці [5]. За її допомогою можна підтримувати лояльність клієнтів та залучити нових і не потрібно витрачати зайвий час на пошук цієї інформації. В порівнянні з рекламою вона показує зв'язок всіх процесів. При чому не потрібно вивчати всі процеси, а можна просто запам'ятати ключові моменти. Тільки потрібно робити дійсно цікаві інфографіки, щоб вони могли зацікавити нових клієнтів, бо інформація з ілюстраціями сприймається в рази краще ніж просто текст [1]. Поширювати інфографіку можна безпосередньо на сторінках сайту або в групах у соціальних мережах.

Презентація – це ще один із видів візуального контенту. Вона використовується для демонстрації переваг послуг чи продуктів. У презентації можна використовувати ті ж прийоми дизайну, що й в інфографіці. Головне аби вона не була перенавантаженою, бо клієнти швидко

втрачать до неї інтерес. Поширення презентації, що призначені для розкрутки сайтів, прийнято через соціальний сервіс SlideShare [3].

Графічний дизайн зосереджує увагу клієнта на товар та візуально відокремлює інформацію. Більшість інформації людина сприймає очима і щоб потенційні клієнти звертали увагу на рекламні повідомлення потрібно створити оригінальний та яскравий дизайн [4].

Ще одним популярним видом візуалізації є відео, бо користувачам подобається знаходити відповіді на питання переглядаючи відео. Й щоб залишити слід в спогадах користувачів не обов'язково знімати професійно [2]. Головне щоб відео повністю відповідало тематиці і не занадто довгим, бо чим довше відео тим менше користувачів буде дивитися його до кінця.

Візуальні засоби користуються більшою популярністю ніж звичайний текст, сприймається набагато легше. Тому візуальний маркетинг почав набирати популярність і поступатись своїм місцем не збирається [3]. Навіть навпаки все більше компаній зараз звертаються до цього засобу.

ЛІТЕРАТУРА:

1. 37 фактов визуального контент-маркетинга, которые вам нужно знать в 2016 [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://lpgenerator.ru/blog/2016/01/25/37-faktov-vizualnogo-kontent-marketinga-kotorye-vam-nuzhno-znat-v-2016/>.

2. Визуальный маркетинг: 4 типа привлекательного контента [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://lpgenerator.ru/blog/2013/01/17/vizualnyj-marketing-4-tipa-privlekatelnogo-kontenta/>

3. Візуальний маркетинг у розкрутці сайтів [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://webstudio2u.net/ua/web-promotion/822-raskrutka-saitov-vizualnyy-marketing.html>.

4. Дизайн. Розкриття суті [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://alpariweb.com/ua/graphic>.

5. Інфографіка – як інструмент інтернет-маркетингу [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://webanalitic.blogspot.ru/2009/09/blog-post.html>

6. Креативный маркетинг [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.metaphor.ru/er/process/creative.xml>.

Науковий керівник: к.е.н., доцент Грищенко О.Ф.