

Los elementos visuales como clave del marketing actual

En los últimos años las redes sociales más conocidas, así como las de nueva creación, han apostado por adaptar la inclusión de fotografías y vídeos para poder facilitar al máximo nivel la interacción con el usuario.

Pero aparte de interactuar, ¿qué ventajas pueden ofrecer este tipo de elementos en una estrategia de marketing?

Según Carlus Cardona, periodista de la agencia de comunicación y marketing, e-deon.net, de entrada, "las estadísticas recogidas a lo largo de numerosos estudios muestran como el uso de elementos visuales en color aumentan aproximadamente en un 80% las probabilidades de leer un contenido, sin importar su mayor o menor relevancia mediática". Hay margen para imaginar hasta dónde se podría llegar en caso de aprovechar este aspecto en una planificación de comunicación adecuada.

Esta situación ha sido analizada una y otra vez hasta el punto de que, en el pasado 2016, fue una acción que muchos especialistas de marketing social han aplicado a sus estrategias. Según HubSpot Research, un 74% de estos profesionales usaron elementos visuales en el contenido publicado en redes sociales, sin contar tan siquiera los elementos visuales publicados en blogs o en redes de vídeo específicas.

Hay una serie de razones para plantearse la importancia de la fotografía y el vídeo en marketing, sobretodo si se quiere estar en el grupo de los 'actualizados'.

- El contenido visual ayuda a recordar una marca o mensaje hasta el punto de que el 80% de los consumidores reconoce acordarse de ello gracias a este tipo de contenido. Además, si se consigue que estos elementos visuales sean llamativos o atractivos, posiblemente tengan un porcentaje mucho mayor de posibilidades de ser compartidos, pudiendo alcanzar así mayor número de usuarios.

- En esta misma línea, la 'viralidad' de este tipo de contenido es lo que consigue un texto sea compartido hasta un 1,200% más que simplemente el uso de la fórmula 'texto+enlace'. Más concretamente, empresas como DIODE Digital, cifran en un 92% aquellas personas que consumen vídeos a través de dispositivos móviles y los acaban compartiendo. En este sentido, es muy difícil conocer todas las posibilidades de saber hasta dónde puede llegar un mensaje debido, entre otros factores, a la gran capilaridad de las redes sociales.

- Los dispositivos móviles como tablets y smartphones, han evolucionado sus sistemas operativos con cada nueva versión con tal de facilitar la adaptabilidad de los contenidos visuales a los diferentes formatos de pantalla. ¡Muchas veces el texto en cambio no se puede leer correctamente! Sólo este detalle da una idea de la importancia de incluir un elemento audiovisual para que el usuario se quede

con el mensaje, contenido y producto.

Según Carlus Cardona, "puede decirse que un contenido efectivo de marketing visual se puede realizar a partir de la aportación de valor a este mismo, con tal de convertirlo en un elemento de duración a largo plazo". La combinación de elementos, como etiquetas, también determinará su éxito en las web, y el uso correcto de los hashtags, en las redes sociales.

Pero para saber qué elementos se han de incluir en una estrategia de contenido, la agencia de marketing e-deon.net recomienda que ha de conocerse muy bien el contexto o sector en el que se va a situar, de manera que se pueda conseguir la atención y crear una conexión con el usuario ofreciendo aquello que se sabe que tendrá resultado.

Datos de contacto:

e-deon.net

Comunicación · Diseño · Marketing

931929647

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Comunicación Marketing E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>