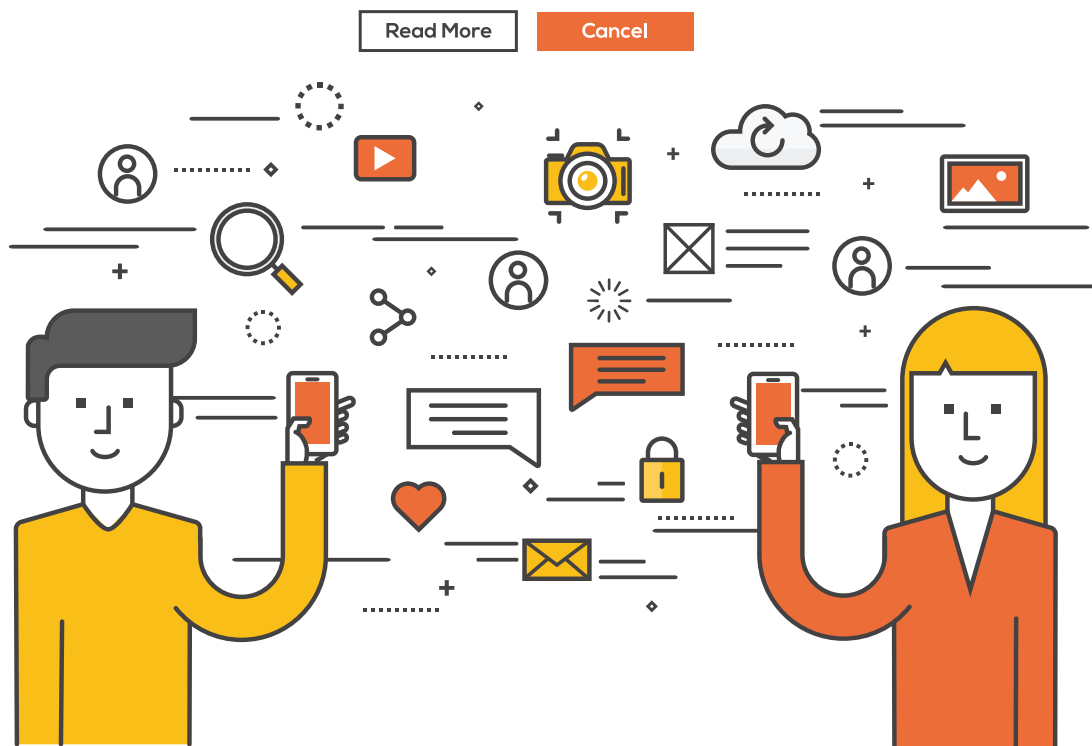

我们大多数人通过阅读文字来了解事情的来龙去脉，但却用图像来表达情感。一张好的信息图，有时胜过千言万语。

借图说话： 信息图助力数字化营销

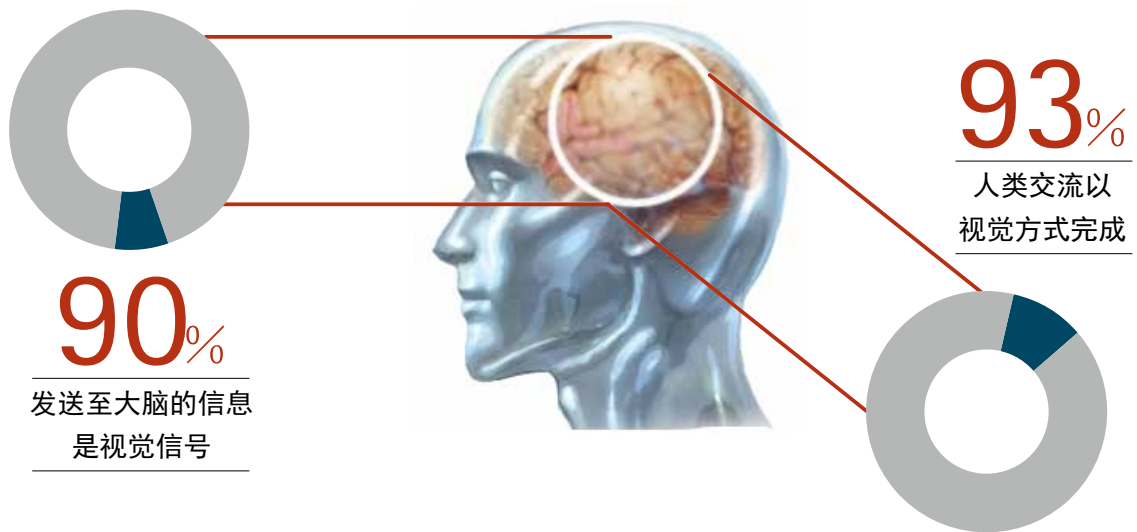
阿希拉·帕拉万塔维姐 (Akhila Paravantavida) | 文



一分钟的时间，想象下，社交媒体出现前生活是怎样的？

这真的很难，尤其是如今，普通用户每日拿起移动设备的频率高达110多次，就连起床前都得查一下个人邮件，刷一刷脸书。

每一秒都有更多的人涌向社交媒体。对于品牌商而言，如何优化营销方案，吸引住目标客户的眼球已经变得至关重要。在这样一个数字化时代，作为一个品牌的掌门人必须认真思考如下问题：社交营销



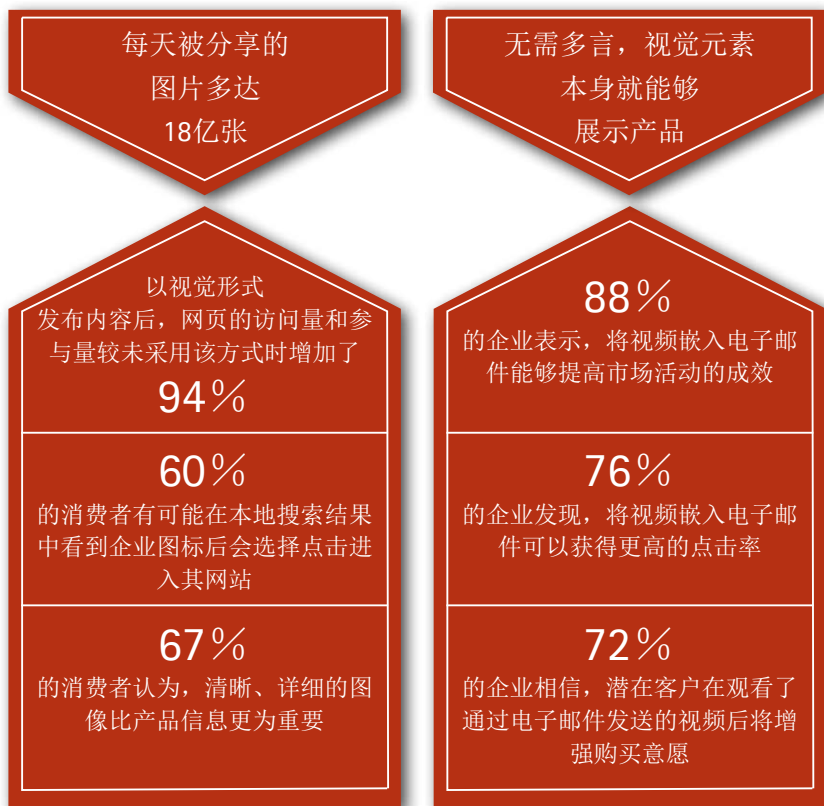
人员如何才能提高社交媒体的流量及用户参与度？品牌商如何保持产品的相关性，并能从众多选择中“雀屏中选”？品牌商如何“动起来（Be Dynamic）”，并在最短时间内传递信息？

答案在于“借助视觉效果的力量讲故事”。

我们大多数人通过阅读文字来了解事情的来龙去脉，但却用图像来表达情感。文字的重要性无需赘言，但我们的大脑处理图片要快于处理文字，这是不争的事实，信息图的应用也因此日益增多。它以极佳的方式，将复杂的信息用图表阐释，这种方式不仅能有效提高认知，也更抓人眼球。借助图表，人类的视觉系统可以更好地抓住模式和趋势。难怪这种方式正日益成为杂志读者和网页读者的最爱！

一个直观的数据是，信息图浏览的概率是纯文本文章的30倍以上。原因何在？

首先，图片对于大脑有一种直观的影响。读者进入页面后，五秒内就会决定是否要看下去。与大篇纯文字相比，信息图有视觉刺激效果，更有可能抓住读者注意力。其次，图片更容易被分享。信息图表是目前增长最快的市场营销策略，社交媒体上每天都会有数以千计的信息图表被分享。第三，图片可以有效展示数据。大量统计数据和随后的结论，解读起来十分耗时。相比之下，信息图可以快速有效地传达数据背后的含义。此外，在提升品牌知名度和参与度等方面，好的



信息图同样可圈可点，它们可以让读者不由自主地点击分享，形成病毒式传播。而在图中放入品牌标志，更可以给读者留下专业和知识渊博的品牌印象。最后，图片可以显著增加网站流量，越多人转发信息图，品牌商网站的流量就越大，导入链接后，SEO排名就能升高。

而现实中，这样的例子很多。亚当给母亲买了一部苹果手机并快递给她。他的母亲收到礼物后非常高兴，马上发帖，上传了一张自己与新手机的合照，并写道：

“新手机我很喜欢！我儿子最棒了！”虽未提及品牌名称，但照片中却有明显的品牌图像标记。这正是营销人员梦寐以求的宣传效果。

毋庸置疑，一张好的图片胜过千言万语；但离开了“视觉倾听（Visual Listening）”，我们很难充分利用信息图表和视频来捕捉转发、分享以及与消费者互动的良机。

视觉倾听是指对视觉传播效果进行持续性跟踪，有效的视觉倾听可以衡量投资回报率、对品牌进行保护、让营销人员获得更多灵感和洞察等等。

首先，有助于衡量投资回报率。为优化营销效果，在竞争中脱颖而出，品牌商的广告投向正由电视等传统渠道，转向图片丰富的社交网络。但无论资金投向何处，企业都需要通过精密的分析和测算，优化并验证投资回报率。

对此，营销人员可充分利用DITTO和SYSOMOS等公司推出的图像识别工具，来捕捉客户洞察、分析数据、改善顾客参与，让广告投放有的放矢。这些工具可根据内容、主题标签、时间范围、地域、性别和语言等，对图片进行快速排序和筛选，在此基础上，营销人员可以获得深入洞见，适时调整营销策略。

其次，在品牌保护方面，掌握品牌相关图片的使用和分享动向，对于企业来说是很必要的。具有潜在破坏性的照片，可能在品牌商尚未意识到的时候，就已形成大范围的病毒式传播。一家名为KUZNECH公司已开发出快速而精准的视觉搜索技术，可以监测并跟踪受版权保护的图像和视频。

此外，视觉倾听还有利于营销人员获得更多灵感和洞察。利用该项技术，品牌营销人员可以通过观察图像的传播规律和关联，迸发出更多灵感，产生更为新颖和有深度的营销创意，挖掘更多客户，拓宽产品开发思路。

当前，信息图的广泛运用，已经成为数字化营销领域不容忽视的潮流。懂得巧借信息图，实现最佳数字传播效果，同时，重视视觉倾听，注意搜集视觉传播的反馈，并根据所获洞察及时调整营销战略，将有效增加企业数字化营销的成功率。值得一提的是，随着VR（虚拟现实）技术的进步与普及，未来，数字化营销有望进一步融入听觉和触觉元素。而一旦这成为现实，将衍生出真正的多感官甚至是浸入式的数字化营销，这一切，值得期待。✍

作者简介

阿希拉·帕拉万塔维娅

埃森哲社交媒体实验室研究员，常驻
班加罗尔

akhila.paravantavida@accenture.com