Social Media Werkstatt – Teil 3

Das richtige Bild ist das A und O

Bilder wecken Emotionen. Umso wichtiger ist es, die Zielgruppe mit Bildern zu begeistern. Woher bekomme ich gute Bilder und welche Möglichkeiten habe ich, diese auch als Laie auf einfache Weise zu bearbeiten?

© *Kalhöfer*

Mit Bildern Emotionen wecken: Posts mit Menschen führen häufig zu mehr Likes. Auch Einblicke in betriebliche Abläufe kommen immer gut an.

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte. Wer kennt diesen Spruch nicht. Insbesondere in der flüchtigen Social-Media-Welt, in der der User schnell weiterscrollt, wenn ihn keins der im Feed dargestellten Bilder emotional packt, ist Aufmerksamkeit das A und O. Daher sollte man sorgfältig bei der Bildauswahl vorgehen. Aber wie finde ich das richtige Bild zu meiner Beitragsidee?

Grundsätzlich ist ein gutes Bild schon die „halbe Miete“, aber es kann nicht immer das Hochglanzbild mit der Spiegelreflexkamera sein und das muss es auch nicht! Je authentischer das Bild ist, umso besser. Die Zielgruppe findet sich genau in diesen Situationen schnell wieder.

Habt Ihr Mitarbeiter im Außendienst? Perfekt! Bittet diese, immer mal wieder Bilder mit dem Handy im Einsatz zu machen. Authentischer geht es nicht. Dabei sollte der Fotografierende immer verschiedene Perspektiven einfangen. Von weit weg, ganz im Detail, mal hoch, mal quer – so wird es einfacher, das passende Bild zu finden. Und gleichzeitig füllst Du damit Deine eigene Sammlung für zukünftige Beiträge auf.

Wenn Dir doch mal ein Bild fehlt und Du ein dringendes Thema hast, dann gibt es zwei Möglichkeiten:

Suche nach passendem Stockmaterial im Internet, hier gibt es verschiedene Anbieter, die eine Auswahl an Bildern kostenlos zum Download bereitstellen. Dazu gehören zum Beispiel Unsplashed und Pixabay. Auch bei Adobe Stock gibt es lizenzfreie Bilder oder kostengünstige Abomodelle.

Eigenes Design für mehr Wiedererkennung

TIPP – Für unseren Kunden Kalhöfer Landtechnik haben wir uns vorab Gedanken über ein einheitliches Design gemacht. Dazu gehören folgende Elemente:

TÜV

Bei uns jeden Donnerstag ab 8 Uhr

*nach Terminvereinbarung

Gleiche Elemente sowie die Schriftart und das Logo in der oberen rechten Ecke: Sich wiederholende Bildelemente sorgen für einen Wiedererkennungswert Eures Unternehmens.

Fabrys Media Werkstatt

Je authentischer das Bild ist, umso besser.

? Logo immer oben rechts bei Beiträgen und Storys

? Verwendete Farben: Grün und Rot aus dem Logo sowie Weiß

? Auf grünem Hintergrund wird grundsätzlich immer weiße Schrift gesetzt

? Passend zum Logo: Besonderer Wiedererkennungswert durch rote Schlagwörter, die weiß durchgestrichen sind

Aktuell haben wir drei verschiedene Vorlagen erstellt, die wir immer wieder für verschiedene Themen verwenden. Die Layouts sind farblich unterschiedlich, beinhalten aber dennoch durch den gleichen Aufbau ein wiederkehrendes Design.

So bieten wir dem User eine Orientierung, in welchem Themenblock wir uns gerade befinden und der Absender bleibt klar. Ein einheitliches Design sieht nicht nur richtig professionell aus, sondern spart auch viel Zeit, da man die Vorlagen einfach nur anpassen muss.

Mit den Tools hast Du die Möglichkeit, ein Bild mit frei ausgewählten Farben zu gestalten. Es sieht immer gut aus, wenn Du ein bei Deinem Content möglichst einheitliches Design verwendest. Wenn Dir Schriftart, Schriftgröße, Farben und Logo vorgegeben sind, dann verwende diese. Wenn nicht, dann erstelle eine Vorlage, die Du dann für alle weiteren Beiträge verwendest. Das schafft einen Wiedererkennungswert, auch wenn User schnell durch die Inhalte scrollen und lässt Dein Auftreten insgesamt harmonisch wirken. Auch in anderen Formaten, zum Beispiel hochkant in der Story oder in einem Video, kannst Du das Design beibehalten.

Folgt uns gerne auf
Instagram.com/thomas.fabrykant
Facebook.com/Fabrykant
Linkedin.com/Thomas Fabry

Achte dabei auf die Angabe des Copyrights und verwende auf keinen Fall irgendein Bild, für welches Dir nicht die Erlaubnis vorliegt! Oder Du erstellst dir ein eigenes Design mit einem Gestaltungstool in den Farben deiner Wahl (zum Beispiel bei Canva, Adobe Spark oder Photoshop).

Gesicht zeigen macht immer Sinn, denn dies gibt dem Profil eine persönliche Note. Die Mitarbeitenden werden zu vertrauten Gesichtern für die Kunden, und dies gibt fast immer mehr Likes als ein Bild ohne Personen darauf. Dabei kann man die Personen bei einer Tätigkeit fotografieren oder ein Portrait machen, wenn man zum Beispiel zum Dienstjubiläum oder Geburtstag gratuliert.