**25. Инфографика в вирусном маркетинге**

Вирусный маркетинг — общее название различных методов распространения рекламы, характеризующихся распространением в прогрессии, близкой к геометрической, где главным распространителем информации являются сами получатели информации, путём формирования содержания, способного привлечь новых получателей информации за счёт яркой, творческой, необычной идеи или с использованием естественного или доверительного послания.

Существует несколько разновидностей инструментов вирусного маркетинга:

*Вирусные картинки.*

*Вирусные видео.*

*Вирусы текстового формата.*

*Вирусные приложения.*

«Вирусные картинки + Вирусы текстового формата = **Инфографика**»

Инфографика – это визуализация данных (искусство передать скучные цифры и данные «языком графики»). Инфографика увеличивает конверсию сайта, следовательно число покупателей увеличивается в 2 раза.

Лондонская школа PR выделяет 9 типов инфографик:

1. **Статистическая** Один из самых распространённых видов инфографики. Она хорошо работает, если вы сделали какое-нибудь уникальное отраслевое исследование
2. **Таймлайн** Этот вид инфографики лучше подойдет для вашего корпоративного блога и социальных сетей. Обычно это информация о том, как развивалась компания или какой-то феномен/продукт.
3. **Карты** обычно хорошо используются в блогах и на интернет-СМИ, потому что там обычно много мелкой информации, которую лучше изучать в вебе.
4. **Иерархия** используется в качестве статической — вывешивается на сайт в постоянный раздел. Это может быть описание каких-либо процессов или системы принятия решений в компании.
5. **Матрица** обычно много разных данных, посвященных одной проблеме. Настолько много, что очень часто бывает сложно проследить логику.
6. **Алгоритм** крайне увлекательна, и имеет под собой главную задачу — развлечь. Мы последовательно выбираем один из нескольких ответов на вопросы, после чего цепочка ответов нас приводит к какому-то финальному выбору.
7. **Фото-инфографика** обычно затевается в глянцевых изданиях и всевозможных журналах.
8. **Сравнение** Один из самых распространённых видов инфографики. Мужчина-женщина, ипотека-аренда, инхаус или аутсорсинг. В инфографике-сравнении подробно разбираются аргументы за и против какого-то решения.
9. **Исследование** обычно встречаются сразу все виды данных. Эта такая огромная «портянка», которая читается только в вебе или только по частям, поэтому лучше быть с такой формой подачи информации аккуратным.

**9 секретов вирусной инфографики** *(вирусный эффект не заставит ждать)*

**1. Не переборщите с информацией**

Да, инфографика должна быть насыщена ценной информацией и данными. Одними графическими элементами тут не обойдешься.

Значит, понадобится текст. Однако тут крайне важно найти баланс. **Потрудитесь оставить только суть**. **Не допускайте перегрузки текстом**.

***Что можно оставить?***

* *Цифры, данные статистики (только убедитесь в их достоверности);*
* *Уравнения, формулы;*
* *Основные мысли/выводы/категории (старайтесь группировать не более чем по 2-5 коротких предложения);*
* *Списки (без расшифровки каждого пункта).*

Всю остальную информацию лучше изложить в тексте материала, сопровождающего инфографику.

**2. Оставьте пространство**

Куски текста, налепленные друг на друга, испортят все впечатление от вашего контента.

**Позаботьтесь о том, чтобы вокруг текстовых элементов было достаточно свободного пространства.** Но и графические части не располагайте слишком близко друг к другу.

Также важно соблюдать **логику изложения информации.** Не заставляйте читателя перескакивать с пятого на десятое и теряться в поисках нужных данных.

**3. Придерживайтесь золотой середины в размере**

**Не делайте инфографику слишком длинной.** Во-первых, это утомит аудиторию и до конца дойдут далеко не все. А во-вторых, такие масштабные инфографики просто неудобно распространять в соцсетях, т. к. подписчики мало что смогут разглядеть.

Но и слишком **краткие, в 1 разворот экрана инфографики в большинстве случаев не дают должного эффекта**.

**4. Сфокусируйтесь на ценности**

Не нужно делать инфографику ради инфографики. Это - контент. А любой **контент** **должен нести ценность для вашей аудитории.**

***Что будет ценным? Например:***

* Данные исследований. Особенно круто, если исследования проводили лично вы или ваша команда. Поделитесь своим опытом по тому или иному вопросу. Наглядно продемонстрируйте, какие данные/цифры/тенденции вы получили и почему;
* Пошаговые рекомендации. Оформите любую полезную инструкцию в виде инфографики. Так она станет проще для восприятия и разлетится с молниеносной скоростью;
* Идеи. Любые, относящиеся к вашей нише;
* Классификации чего-либо;
* Состав (Что входит в…);
* Основные принципы и т. д.

**5. Не злоупотребляйте саморекламой**

Выбирая тему для инфографики, сосредоточьтесь на полезности для аудитории. А чтобы люди знали, кто подготовил для них такой классный материал, просто…

**6. Брендируйте свою инфографику**

Самый простой вариант – добавить свой логотип. Так вы укажете авторство, но не сместите акцент с полезности на себя.

Также **можно оформить инфографику в своих фирменных цветах**, использовать шрифты из вашего фирменного стиля. Конечно, если это не помешает донести суть информации.

**7. Добавьте творчества**

Подумайте, как можно **креативно визуализировать те данные, которые собираетесь изложить.** Вы можете создать простые варианты самостоятельно.

**8. Укажите источники**

Если, создавая инфографику, вы обращались к каким-либо источникам информации, укажите их. Особенно это касается данных статистики и результатов исследований. Такой ход не только позволит избежать проблем с авторским правом, но и подчеркнет достоверность данных в вашем материале.

**Продвигайте ее [Пункт 9, вместо заключения]**

**Даже самая крутая инфографика останется мертвым грузом у вас в блоге или на сайте, если вы не займетесь продвижением такого материала**.

Отправьте пост с инфографикой в рассылку. Опубликуйте его в соцсетях. Распространите на других ресурсах, где обитает ваша аудитория.

Таким образом **инфографика** незаменимая часть вирусного маркетинга, совмещающая в себе текст и графику, тем самым привлекает внимание и дает четкую, понятную информацию.

Источники:

<https://geniusmarketing.me/lab/9-sekretov-virusnoj-infografiki/>

<http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/pr/infographics.htm>

<http://myfriendly.ru/blog/76-instrumenty-virusnogo-marketinga.html>