# „Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte“

Herzlich Willkommen!

VÖHT.AT

# Wer bin ich?

- Seit 25 Jahren in Marketing tätig
- Business-Frau mit Leib und Seele
- Seit 1,5 Jahren Business Löwin
- Social Media: Facebook und LinkedIn

# Was erwartet Dich?

- Neuromarketing & Kommunikation
- Konkrete Umsetzung: Website, SoMe
- Tipps & Tricks

Copyright: Jeremy Bishop/Unsplash

# Bildersprache

**Sprache bedient sich Bilder (Sprichwörter, Redewendungen, Storytelling….)**

- Bilder werden durch Sprache mental gebildet
- Bilder bewusst und gezielt einsetzen Stammhirn
- Bilder -> Stammhirn -> Unbewusstes -> Handlungen -> Kaufen
- Bild – Aussage – Ziel: TRANSFER vom der (unbewussten) Message zu Eurer Arbeit. Stichwort: Professionalität. (Verkauf!)

Copyright: Tom Podmore/Unsplash

- Bilder aktuell am Vormarsch
- Durch Bilder findet Kommunikation statt (unbewusst), werden Botschaften übermittelt:
  - „Sehr her, wie toll ich bin."
  - „So sieht die Welt aus."

**„Man kann nicht nicht kommunizieren."**

- Einfluss nehmen darauf, was beim Betrachter (unbewusst) ankommt
- Emotionalität!

*Ein Bild kann mehr sagen als 1000 Worte,*
*aber eben auch gar nichts oder*
*etwas ganz anderes, als gemeint war.*

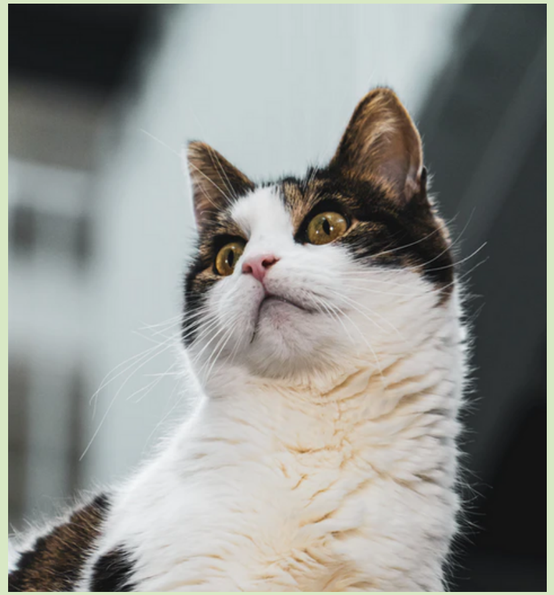
# Bild

- Inhalt
- Gestaltung
- Platzierung

# „Man kann nicht nicht kommunizieren“

- Was will ich sagen? (BEWUSSTE Bildauswahl!)
- Wen will ich erreichen? Spricht das Bild die Sprache der Zielgruppe?
- Welche Botschaften haben Ihre Bilder?

***Keine Rosenbilder, wenn Sie Äpfel verkaufen wollen.***



# Auftritt Social Media – Website

- Bilder, Illus, Cartoons = Gestaltungselemente -> Eindruck, Aufmerksamkeit (Stammhirn)
- Emotionen, Assoziationen, Neugier und Interesse (das „Salz in der Suppe“) -> Verweildauer auf Website und auf Social Media
- Stilmittel: Auswahl, Einsatz, Stil

## Bildsprache:

Auswahl von Bildern und Fotos (Motiv…)

Art der Verwendung (Freisteller, Platzierung…)

Stil (Filter, Licht, Jahreszeit, Schärfe Hintergrund, Fokus, Brennweite, Kontrast…)

Perspektive: Vogel, Augenhöhe, Ausschnitt

Ungewöhnliche Blickwinkel

Komposition

Störende Elemente

Erklärungsbedürftige Bilder

# Werden wir konkret:

- Farbpsychologie und Farbfamilie
- Nicht zu knallig
- Nicht mit Klimbim überfrachten
- Dem Betrachter Orientierung bieten

https://color.adobe.com/de/create
https://color.adobe.com/de/explore

# Beispiele

- Komplementärprinzip: - nah / fern
- Perspektiven (Dynamik!) - scharf / unscharf - farbig / monochrom
- (z.B. einfarbig blau gehalten) - farbig / schwarz-weiß -
- Person groß / Umfeld klein - Umfeld groß / Person klein

# Werden wir noch konkreter:

- Stil (Filter, Licht, Jahreszeit, Schärfe Hintergrund, Fokus, Kontrast...)
- Hoch- oder Querformat
- Licht!!!
- Perspektive: Vogel, Augenhöhe, Ausschnitt

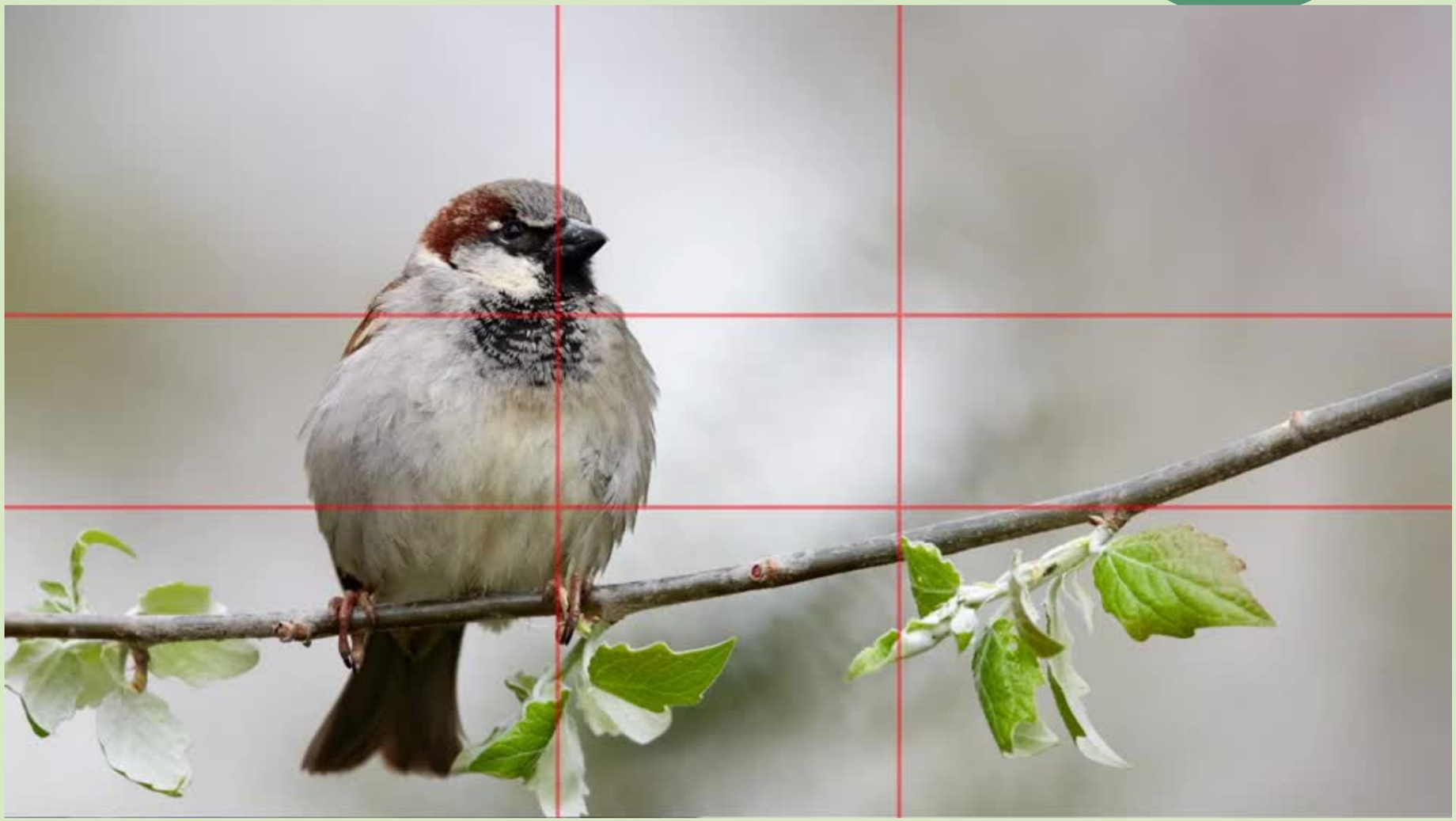
  Augenhöhe: Verbindung, demokratisch auf Augenhöhe, Augen Scharf, Platz für die Blickrichtung, Platzierung Logo

  Vogel: Beschützend

  Von Unten: Einschüchternd

  Keine Gliedmaßen abschneiden

- Komposition
  - Goldener Schnitt – Drittelregel
    - Iphone: Einstellungen – Kamera – Raster
    - Android: Kamera – Einstellungen – Raster
- www.unsplash.com
  - (noch unbekannt!, Copyrights, Rechtefreiheit forever?)
- Aufklipser auf Handy



# SEO:

https://freetools.seobility.net/de/seocheck/check

- Dateigröße
- Bildgröße
- Bildbenennung: Keywords
- Gängige Bildformate
- Alt- und Title-Attribute KWs Alt ist muss, Title kann sein
- Bildunterschriften
- Interne Verlinkungen und Backlinks

# Zusammenfassung

- Bilder kommunizieren und wirken UNBEWUSST – Neuromarketing
- Such Dir Deine Bildsprache und bleib dabei
- Nutz die Tools, die ich Dir empfohlen habe.
- Nutze Bilder für SEO.

# *Was war Dein AHA-Erlebnis?*

# Danke für Deine Aufmerksamkeit!

https://www.facebook.com/businessloewin
Business Loewin Social Media Workshop (results.at)

www.results.at
pawlitschek@results.at