

# ИНФОГРАФИКА В РЕКЛАМЕ

...ИЛИ КАК ВМЕСТО МИЛЛИОНА СЛОВ  
ПЕРЕДАТЬ МИЛЛИАРД ЭМОЦИЙ



Эдуард Зварич,  
руководитель коммуникационной группы «МАЙЕР»  
[www.mayer-team.ru](http://www.mayer-team.ru)

***Правильная инфографика заставляет думать, чувствовать и анализировать одновременно. А в отличие от классического рекламного дизайна, полностью построенного на эмоциях, инфографика включает мозги.***

Инфографика – это наглядно и красиво. Это такой прием графического изображения информации, который можно и нужно использовать в целях рекламы. Прежде всего давайте дадим определение понятию «инфографика», поскольку, возможно, кому-то данный термин мало знаком.

В общем смысле, термин «инфографика» расшифровывается как инструмент преподнесения информации читателю и пользователю в более лаконичной, емкой форме. Это один из видов альтернативного изложения определенной информации посредством создания художественных зарисовок, графиков, диаграмм прочих графических объектов на бумаге и в электронном варианте.

Инфографикой можно назвать любое сочетание текста и графики, созданное с намерением изложить ту или иную историю, донести тот или иной

факт. Она работает там, где нужно показать устройство и алгоритм работы чего-либо, соотношение предметов и фактов во времени и пространстве, продемонстрировать тенденцию, показать, как что выглядит, организовать большие объемы информации. Инфографика – очень старое направление дизайна. Суть ее в графическом представлении информации и данных. Хорошая визуализация данных включает эмоции. Эмоции позволяют легко и ярко воспринять сообщение.

Основная цель инфографики – информирование. При

этом часто данный инструмент выступает в качестве дополнения к текстовой информации, которая охватывает тему в полном объеме и содержит некоторые пояснения. Если говорить о стиле передачи информации, то он может быть очень разным. Все зависит в первую очередь от того, какую цель преследует составитель. Какие чувства он хочет пробудить в тех людях, которые будут наблюдать за его работой? И вообще кто является целевой аудиторией для данного изображения? Инфографика базируется на определенных законах построения информационной графики, поэтому далеко



ИЗОБРАЖЕНИЯ ДЕЛАЮТ ИНФОРМАЦИЮ  
БОЛЕЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОЙ И УБЕДИТЕЛЬНОЙ.

*История инфографики насчитывает уже более 25 лет. Впервые использовать приемы инфографики осмелились американские специалисты в области создания известных печатных изданий в Соединенных Штатах Америки. В 1982 году компания USA TODAY впервые решила испробовать новый прием в изложении информации «Инфографика» в вытусках своего печатного издания.*

не каждое изображение с данными можно назвать инфографикой.

Сама ценность инфографики в том, что это изображение. А хорошее интересное изображение может подобно видеороликам распространяться по интернету с вирусной скоростью. А если это изображение еще и рекламное – цены нет такой рекламе. Да и затраты чаще всего невелики.

Инфографика запросто привлекает внимание аудитории и помогает вам в распространении ваших идей или продаже товаров/услуг и т. д. Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать? Вот и изображение стоит сотни слов. К тому же, правильно сделанное изображение часто не тре-

бует перевода или объяснения и понятно во всех странах.

### ГДЕ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ИНФОГРАФИКА

Изображение – это одна из форм коммуникаций, играющая важную роль в презентации идей. Оно способно упростить смысл и в то же время передать всю необходимую информацию. Изображения делают информацию более привлекательной и убедительной.

Перечень мест, где ее используют – широк – начиная от дорожных указателей и заканчивая комиксами. Особенно инфографика популярна в бизнес-среде, когда большие числовые данные визуализируются в понятные графики и рисунки.

Инфографика удобна для размещения в интернете (в блогах, социальных сетях, обсуждениях), на улице и в офисах – в виде плакатов, и в целом производит впечатление чего-то нового и полезного. В Интернете так это вообще незаменимая вещь. Поскольку, учеными доказано, что современные пользователи вообще не любят много читать.

Распространение различных социальных сетей, фотоархивов, блогов – все это способствует тому, что вы можете легко и просто донести вашу информацию до общественности. Инфографика в этой ситуации становится достаточно хорошим инструментом, который способен помочь вам распространить необходимую информацию среди масс. Многие маркетологи уже давно приняли во внимание такое явление как «фотожаба», которое вполне может использоваться при продвижении продукции или сайта. Инфографика, конечно, не так забавна, но необходимую информацию может донести в достаточно компактном виде.

Основные качества хорошей инфографики:



*«Лексус» неплохо «проехался» по логотипам своих конкурентов. Из Mercedes, Audi и BMW получились отличные круговые диаграммы. Остроумно. Диаграммы показывают, за что вы платите экстра-цену в предложениях этих марок, когда в Lexus это уже включено.*

1. Содержательность.
2. Смысл.
3. Легкость восприятия.
4. Аллегоричность.

### ЧТО В ТАКОЙ ПОДАЧЕ ХОРОШО?

У коммуникации, не только визуальной, есть три основные функции:

1. Убедить.
2. Объяснить (дать понять).
3. Увлечь (развлечь).

Во-первых, видно несколько уровней деталей и подробностей, где можно выбрать насколько глубоко тебе нужно что-то понять. Во-вторых, можно видеть связи, соотношения и т. п. И это дает возможность думать и мыслить. В целом, инфографика вносит в рекламу интеллектуальное направление.

Как и видеоролики изображения могут распространяться в сети интернет с молниеносной скоростью. Достаточно лишь небольшого искусственного толчка. Доказывает ли это тот факт, что изображения являются более подверженными вирусным акциям, нежели текстовая информация? Сложно сказать, но визуальные образы определенно имеют неоспоримую ценность в распространении идей.

Инфографика может стать инструментом для более глубокого понимания информации, делая рассказ более точным, достоверным. Недопустимо ее применение для упрощения и поверхностной передачи информации. Важно отметить, что на самом деле привлекательный вид инфографики – это лишь побочный продукт правильно упорядоченной информации.

## Правила использования 3G

Высокоскоростной беспроводной Интернет, благодаря технологии 3G, теперь повсеместно в нашем распоряжении. Однако немногие знают, что пользоваться им стоит осмотрительно. Следуйте этой схеме, когда перед вами стоит вопрос, выходить ли в Интернет прямо сейчас.

<p><b>В АЭРОПОРТУ</b></p> <p>Огромная очередь на регистрацию? Расслабься, лучше проверь прогноз погоды в том месте, куда ты лететь.</p> <p style="text-align: right;"><b>ДА</b></p>	<p><b>В УНИВЕРСЕ</b></p> <p>Дополни скучную лекцию необычными примерами из «Википедии».</p> <p style="text-align: right;"><b>ДА</b></p>	<p><b>ЗА РУЛЕМ</b></p> <p>Разместил фотографию своей «красотки»? Может, не стоит проверить комменты прямо сейчас?</p> <p style="text-align: right;"><b>НЕТ</b></p>
<p><b>В ПРОБКЕ</b></p> <p>Люди делятся на тех, кто проводит жизнь в пробках, и тех, кто находит из этого пользу. Когда еще найдется время прочитать френдленту?</p> <p style="text-align: right;"><b>ДА</b></p>	<p><b>В МАГАЗИНЕ</b></p> <p>Не знаешь, что такое E26 и краситель, идентичный натуральному? Выясни это срочно!</p> <p style="text-align: right;"><b>ДА</b></p>	<p><b>В ОПЕРЕ</b></p> <p>Без Интернета можно так и не узнать, о чем поют эти люди на сцене.</p> <p style="text-align: right;"><b>ДА</b></p>
<p><b>У РОДИТЕЛЕЙ</b></p> <p>Интернет абсолютно бесполезен, так как вам и так дают слишком много советов.</p> <p style="text-align: right;"><b>НЕТ</b></p>	<p><b>В МУЗЕЕ</b></p> <p>Отличная возможность сделать скриншот и проанализировать экскурсовода своей эрудицией.</p> <p style="text-align: right;"><b>ДА</b></p>	<p><b>НА СВИДАНИИ</b></p> <p>Самое время обновить свой статус.</p> <p style="text-align: right;"><b>ДА</b></p>

**Интернет для планшета**

<p><b>3 Гб</b></p> <p>3 Гб в месяц без ограничения скорости</p>	<p><b>9,70</b></p> <p>9,70 руб. в сутки</p>	<p><b>Подключение с обычной или micro-SIM</b></p>
-----------------------------------------------------------------	---------------------------------------------	---------------------------------------------------

Узнай больше ☎ 0880  
mobile.beeline.ru  
Лицензия № 31109, 50877, 50878, 50879, 51183. Цена указана с НДС.

**Билайн®**  
живи на яркой стороне

*Использование инфографики в рекламе уже давно не новинка. Вот и крупнейшие операторы мобильной связи в России решили освоить в чем-то для себя новый вид рекламы. Инфографика от «Билайн».*

Желая максимально использовать возможности инфографики, маркетологи по всему миру занялись исследованием влияния визуализированной информации на потребителя. Согласно этим исследованиям размер инфографики может влиять на модель восприятия человеком любой печатной продукции: если текстовый материал дополняет значительный по формату графический элемент, читатель предпочтет

исследовать его до того, как прочтет текст, кроме того, читатели зачастую обращаются сначала к визуальному элементу, если считают тему статьи сложной. По их мнению, инфографика может помочь ухватить основную идею материала. К тому же, визуализация информации, по мнению некоторых издателей, способна привлечь более молодую аудиторию. Интересно, что наивысшего уровня понимания удалось

достичь посредством комбинирования текста и инфографики.

В идеале, текст и инфографика должны работать вместе, но предпочтение нужно отдавать, все-таки, слову, подкрепляя его при необходимости качественными графическими элементами.

Инфографика – это не просто графический способ передачи данных, а особый метод организации крупных объемов информации. Она позволяет наглядно показать взаимосвязи субъекта и объекта, предметов и фактов, а также времени и пространства.

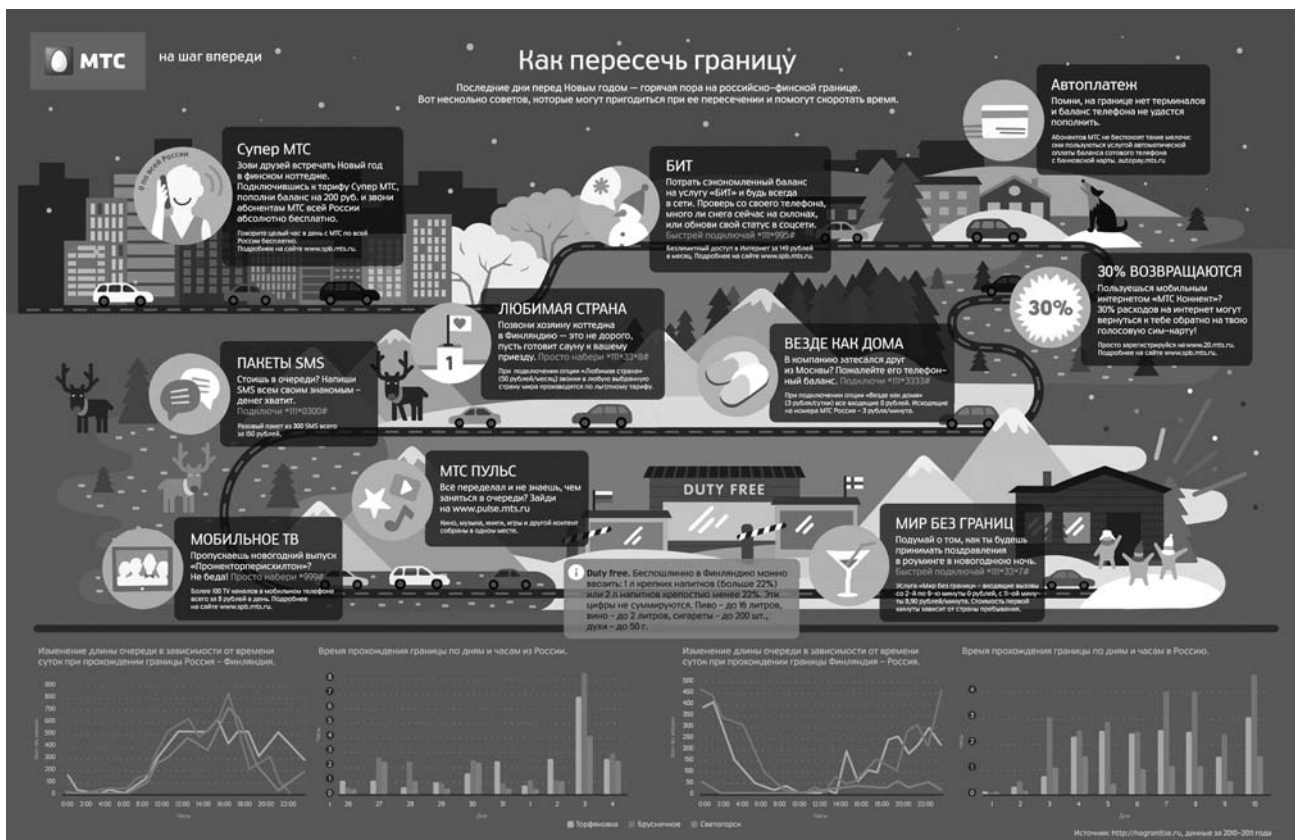
Инфографика чаще служит для облегчения восприятия сложных многоуровневых про-

**Визуализация бывает трех уровней:**

1. Визуализация данных помогает прочитать цифры – переработка массива данных в диаграммы, позволяющая увидеть закономерности.
2. Визуализация информации соединяет различные факты в историю и в какой-то степени уже предлагает интерпретацию событий. Наверное, это и есть «инфографика» в ее чистом виде.
3. И наконец, визуализация знаний. Когда, например, предприниматель хочет донести миру идею своего инновационного бизнеса. Идея у него в голове и ему надо помочь облечь ее не в форму слов, а в форму изображения/схемы/карты.

цессов, объяснения взаимоотношений между элементами, решения спорных вопросов, обрисовки этапов и алгоритмов

решения проблем и т. д. Иными словами, инфографика позволяет просто и доступно изложить сложную информацию.




Использование инфографики в рекламе уже давно не новинка. Вот и крупнейшие операторы мобильной связи в России решили освоить в чем-то для себя новый вид рекламы. Инфографика от «МТС».




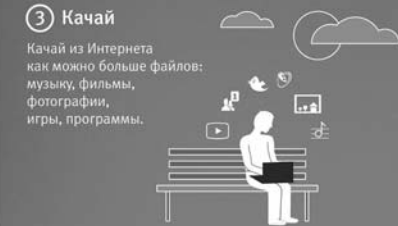
## Гоняй все лето по Интернету!

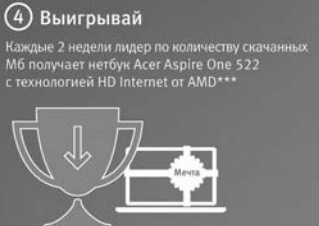
Скачиваешь фильмы? Слушаешь музыку он-лайн? Смотришь фотографии друзей?  
Качай еще больше и получай призы!


- 1 Подключись**  
Подключись на тарифный план «МегаФон-Логин.Акция»\*


- 2 Получи в подарок**  
Получи 3G-модем и 2 месяца безлимитного Интернета\*\*


- 3 Качай**  
Качай из Интернета как можно больше файлов: музыку, фильмы, фотографии, игры, программы.


- 4 Выигрывай**  
Каждые 2 недели лидер по количеству скачанных МБ получает нетбук Acer Aspire One 522 с технологией HD Internet от AMD\*\*\*


- 5 Езжай на Формулу 1**  
Скачай больше всех за время проведения акции и выиграй поездку на Формулу 1\*\*\*



\* Стоимость тарифного плана «МегаФон-Логин.Акция» 100 руб. Стоимость подключения 100 руб. Стоимость услуги «МегаФон-Логин.Акция» 100 руб. в месяц. \*\* Включено в тарифе 2 месяца безлимитного Интернета. Стоимость услуги «МегаФон-Логин.Акция» 100 руб. в месяц. \*\*\* Выигрывает участник акции, скачавший больше всего файлов за время проведения акции. Победитель определяется по итогам акции. \*\* Выигрывает участник акции, скачавший больше всего файлов за время проведения акции. Победитель определяется по итогам акции. \*\*\* Выигрывает участник акции, скачавший больше всего файлов за время проведения акции. Победитель определяется по итогам акции.

**МЕГАФОН**  
Будущее зависит от тебя

*Использование инфографики в рекламе уже давно не новинка. Вот и крупнейшие операторы мобильной связи в России решили освоить в чем-то для себя новый вид рекламы. Инфографика от «Мегафон»*

Исследование Барбары М. Миллер и Брук Барнетт помогло понять кое-что об инфографике: «Сам по себе текст или графическое представление

данных – хорошие, но не совершенные методы коммуникации. Язык письма позволяет создать бесконечное число комбинаций слов, на основе



**ИНФОГРАФИКА – ЭТО НЕ ПРОСТО ГРАФИЧЕСКИЙ СПОСОБ ПЕРЕДАЧИ ДАННЫХ, А ОСОБЫЙ МЕТОД ОРГАНИЗАЦИИ КРУПНЫХ ОБЪЕМОВ ИНФОРМАЦИИ.**

которых можно провести глубокий анализ, но успешность этого метода сильно зависит от способности читателя к обработке этой информации. Графическое изображение данных проще воспринимается, но менее эффективно, когда необходимо описать абстрактные и сложные идеи. Комбинирование текста и графики позволяет использовать преимущества обоих средств передачи информации, сделав менее заметными их недостатки.

Если ваш бизнес нуждается в эффективной подаче информации для общения и вовлечения существующих и потенциальных покупателей, тогда инфографика может оказаться важной составляющей вашего пути к успеху.

Плюсы от использования:

- **Ярко и привлекательно.** Люди любят факты, цифры и статистику. Добавьте несколько интригующих изображений и графики и получите контент, который привлекает.
- **Легко воспринимать.** Большинство людей – визуалы, и поскольку 90% информации, которая попадает в мозг, визуальна, нельзя пренебрегать инфографикой.
- **Вирусный потенциал.** Благодаря визуальной привлекательности инфографики, вероятность того, что ею поделятся в соцсетях и превратят в настоящий вирус, гораздо выше, чем у обычного текстового контента.
- **Осведомленность о бренде.** Создание инфографики с логотипом вашего бренда – это мощное средство повышения «осведомленности о бренде».