

创意最佳实践

Instagram 区别于其他平台的最大特点，即为它专注于呈现吸引眼球的图片。我们拟定了三大广告创意原则，以便帮助品牌有效与 Instagram 社区互动。

品牌关联

确定您希望与 Instagram 社区分享的品牌独特观点。使用付费媒体，呈现品牌是确保品牌联想的关键。它可以是徽标、标志性的品牌元素或品牌颜色。



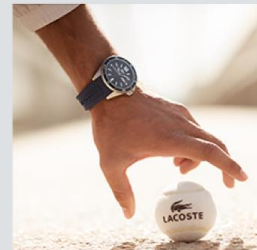
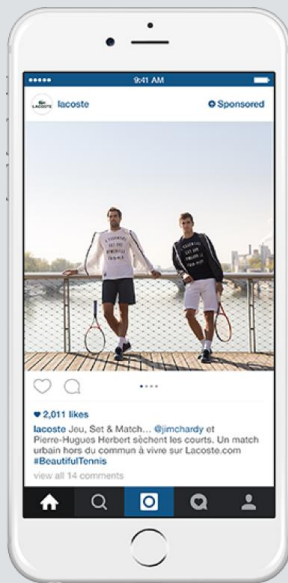
一以贯之

在 Instagram 上，一致性是关键。如果 Instagram 用户已经有兴趣访问您的帐户、快速理解您的品牌信息，那么他们将更有可能关注品牌并与内容互动。因此，不论在付费内容和原生内容中，品牌信息都应保持一致。



概念驱动

广告理念是推动付费广告提高衡量指标的关键。你需要在营销活动中为品牌赋予理念。理念可以通过剧情、特定的视觉处理或承载品牌内容的主题进行表达。它可以是概念，也可以是表现手法。



精心设计

精心设计的营销活动会为 Instagram 社区带来启发。这并不代表总是需要“昂贵的制作”，它可以通过任何与品牌构想相契合的方法来影响用户。

焦点突出

避免选用构图繁杂的图片。作为最佳实践，图片的焦点之一应该包括品牌元素。



构图与调整

微妙的细节处理（如三分构图法、直线构图和对称）对于提升图片质量很有帮助，并且还能影响照片营造的氛围。

光照与细节

对于向使用高分辨率屏幕的受众展示图片，像素是非常重要的部分。

