

I'm not a robot



Test overlay text facebook

11/11/2024
vì Trần Thị Duyên
Ban đang gặp khó khăn với việc hình ảnh quảng cáo Facebook bị từ chối vì phần text chiếm hơn 20%. Ban mất khá nhiều thời gian để kiểm tra thủ công. Dùng quá 10 lạng.
Ching Marketing sẽ hướng dẫn cho ban cách kiểm tra text Facebook một cách nhanh chóng mang lại hiệu quả cho chiến dịch Facebook Ads của ban. Đây là một trong những cách đáng bài trên facebook hiện qũy không thể bỏ lỡ. Vì sao phải kiểm tra text trên Facebook? Facebook luôn hướng đến những trải nghiệm tốt nhất dành cho khách hàng khi họ sử dụng nền tảng Facebook. Như như các mẫu quảng cáo hình ảnh trên Facebook phải đáp ứng được chính sách, điều luật Facebook mới được phép hiển thị đến người dùng. Hình ảnh vẫn là một thành phần rất quan trọng của quảng cáo, để thu hút được sự chú ý của người dùng, màu ảnh phải bắt mắt và đầy màu sắc. Như vậy nghĩa là ban có bộ ra nhiều ngàn sách đi chẳng hạn như ngân quỹ của ban không thể không được ưu tiên hiển thị. Kiểm tra 20 text Facebook Quy định 20% text Facebook Facebook nhận thấy người dùng không đánh giá cao, nhiều trường hợp không xét duyệt các mẫu quảng cáo facebook chưa nhiều chữ chiếm hơn 20% ảnh. Vì thế, quy tắc giới hạn 20% text đối với hình ảnh được Facebook yêu cầu nhằm tiếp cận được nhiều khách hàng hơn và nâng cao trải nghiệm cho người dùng. " Quy tắc 20% text Facebook" là chính sách để Facebook hạn chế văn bản trên hình ảnh, khuyến khích doanh nghiệp giới hạn tỷ lệ chữ trong quảng cáo dưới 20% text để chiến dịch được Facebook xét duyệt nhanh chóng hơn. Video hướng dẫn cách kiểm tra text Facebook Sử dụng công cụ Facebook Text Overlay Hướng dẫn kiểm tra text Facebook Muốn kiểm tra 20 text Facebook đối với các hình ảnh mà ban sử dụng để quảng cáo, ban có thể kiểm tra bằng hai cách phổ biến sau:
1. Facebook text overlay Facebook text overlay là công cụ giúp check tỷ lệ phần trăm text một cách đơn giản, dễ dàng, ban không thể bỏ qua. Ban thực hiện như sau:
Bước 1: Truy cập vào đường link:
Bước 2: Nhấp vào nút tải lên, chọn ảnh muốn tải. Tải hình ảnh lên
Bước 3: Kiểm tra tình trạng ảnh. Công cụ Facebook text overlay sẽ trả về 1 trong 4 kết quả xếp hạng, cụ thể: Xuất hiện dòng chữ "văn bản, hình ảnh Ok, quảng cáo có thể chạy bình thường."
Check Facebook text 20% overlay
Kết quả 2: Chưa đạt yêu cầu "Văn bản hình ảnh trung bình"
Số người mà quảng cáo tiếp cận có thể thấp hơn nhiều.
Kết quả 3: Không đạt yêu cầu "Văn bản hình ảnh thấp"
Số người mà quảng cáo tiếp cận có thể thấp hơn một chút.
Hình ảnh chưa đạt yêu cầu text
Tỷ lệ chữ cao quá mức, như vậy sẽ khiến quảng cáo bị hạn chế tối đa, thậm chí không hiển thị. Ban cần phải thực hiện chỉnh lại ảnh.
2. Tự kiểm tra 20% text Facebook Ban có thể tự kiểm tra text quảng cáo Facebook bằng cách: Các trang web Online Bên cạnh việc sử dụng công cụ kiểm tra text Facebook do chính Facebook cung cấp, ban có thể lựa chọn các website để check nhanh văn bản trong hình ảnh hay chạy quảng cáo. Từ đó, ban chủ động giám bốt hoặc thêm text cho thật hợp lý. Ban có thể tham khảo thêm thông tin các trang web tại thư viện quảng cáo Facebook để nắm vững hơn về cách thức các dụng quảng cáo hiển hay. Hai trang web hỗ trợ ban kiểm tra Facebook post text là: Facebook Grid Image Checker Tool, truy cập: Ahachat, truy cập: Ví dụ ban muốn kiểm tra 20% text Facebook bằng web Ahachat thực hiện như sau: Truy cập vào đường link: Tải hình ảnh ban muốn test lên. Chọn tất cả các ô vuông có chứa text (văn bản). Xem kết quả của ban (% text sẽ hiển thị cụ thể). Kiểm tra facebook text overlay bằng Ahachat
Kiểm tra thủ công
Hiện nay, công cụ Facebook text overlay được chia thành 25 ô vuông có size hình facebook (diện tích) bằng nhau để kiểm tra 20 text Facebook bao phủ trên diện tích ảnh. Nếu diện tích ảnh chiếm hơn 5 6, nghĩa là tỷ lệ text chiếm hơn 20% cho phép. Nếu diện tích ảnh không quá 5 6, nghĩa là hình ảnh đạt tốt tiêu chuẩn để chạy quảng cáo. Ban thực hiện các bước sau:
Bước 1: Chia hình ảnh thành 25 ô vuông có diện tích tương đương nhau.
Bước 2: Chỉnh sửa văn bản trên ảnh. Có thể làm nhỏ chữ. Có thể di chuyển vị trí thứ tự. Chỉ cần đảm bảo chữ nằm gọn trong 5 ô vuông là được.
Kiểm tra 20 text Facebook thủ công
Bước 3: Lưu lại và thực hiện check 20% text lại lần nữa. Mẹo dùng văn bản cho hình ảnh không quá 20% text
Một số tips đơn giản mà ban nên ghi nhớ khi xem xét lượng văn bản đi vào hình ảnh quảng cáo của ban là: Sử dụng sự mạnh của hình ảnh Hình ảnh phải thật sự bắt mắt và nổi bật. Một hình ảnh có thể có giá trị bằng cả nghìn từ, từ nó có đủ sức mang truyền tải câu chuyện của nó đến người xem. Chính những hình ảnh tươi sáng, đầy màu sắc, ấn tượng và độc đáo, hấp dẫn khiến người xem thích thú hơn. Tránh văn bản thừa thớt. Muốn không phải kiểm tra text Facebook ban cần cần nhắc việc thử dùng ít từ hơn hoặc giảm kích thước phông chữ của văn bản. Cố gắng tránh đặt trái văn bản của ban trên toàn bộ hình ảnh, chỉ giới hạn trong các phần nhất định của hình ảnh. Nếu rơi vào văn bản thừa, ban có thể chỉnh sửa nội dung bài viết đã chạy quảng cáo facebook một cách dễ dàng. Tránh dư thừa văn bản dưới 20 text
Bản sao mạnh mẽ
Tốt nhất, nên sử dụng khoảng ¼ đồng văn bản phía trên hình ảnh, bao gồm chủ thích cung cấp đủ thông tin cho người xem. Bên cạnh đó, có thể đưa CTA vào chính hình ảnh. Tối ưu kích thước và thông số kỹ thuật
Size hình ảnh được đề xuất: 1200 x 628 (1080 x 1080 cho hình ảnh 1: 1). Không có giới hạn kích thước tối đa. Tỷ lệ hình ảnh: 9:16 đến 16: 9 (không liên quan đến liên kết); 1,9: 1 đến 1: 1 (nếu có liên kết).
Hình ảnh không quá 20% text.
Loại tệp hình ảnh: .jpg hoặc .png.
Văn bản: 125 ký tự (nếu không có liên kết).
Đông tiêu đề: 25 ký tự
Mô tả liên kết: 30 ký tự.
Kết luận
Ban cần phải kiểm tra text quảng cáo Facebook cho hình ảnh trước khi khởi chạy chiến dịch mang lại hiệu quả tốt nhất. Ching Marketing đã hướng dẫn cho ban một vài cách đơn giản áp dụng phổ biến hiện nay, ban có thể chọn một cách phù hợp nhất cho mình. Hy vọng, bài viết mà chúng tôi vào cung cấp mang lại nhiều giá trị thông tin hữu ích cho ban. Bài viết liên quan
Những tin gửi bị cấm trong quảng cáo facebook
The best billboards demand your attention with bold fonts, in-your-face messages, and bright, eye-catching graphics. The best Facebook ads take the exact opposite approach. If you want to reach and engage with potential customers on Facebook, you need to create ads that blend as seamlessly as possible into the rest of the content on their newsfeeds. This means focusing on simple, high-quality images, straightforward messages, and most importantly, minimal text. Facebook has found that the best performing ads include images with little to no text. Formerly, they had a "20% rule," which stated that in order to run an image-based ad on Facebook, your image must contain less than 20% text. It even created a text overlay tool to help advertisers determine whether their images had too many words. The 20% rule is no longer a requirement, and the Facebook overlay tool is inactive. However, it's still smart to follow the 20% rule and keep text to a minimum on your image-based ads. It's important to note that you should use the 20% rule only for the text contained within images in your ad. It does not include text on your ad outside of images, like the description copy or call-to-action button. There are a few exceptions to the 20% rule, including images of book covers, album covers, event posters, video games, and some product images that contain text (e.g., a cereal box). Text-based logos are not an exception to the 20% rule. You should count your logo when deciding how much text to include in your image. So, why exactly did the Facebook 20% rule exist, and why is it still relevant today? It all comes down to what users want to see and engage with in their newsfeeds. Ads with less overlay text perform significantly better than images crowded with text, so sticking to the rule creates a better experience for both users and advertisers. Facebook Text Overlay Tool
The Facebook text overlay tool is no longer active, but it's still wise to carefully consider the text you'll include in your images. While you're creating an ad, it can be tricky to evaluate the exact percentage of text covering your image. The following examples will show you some of the ways you can add text in a way that will naturally generate engagement. Before designing your ad, be sure to review specs and sizes for your images and Facebook's guidelines for image-based ads.
1. Ad With Acceptable Text Overlay
Your best approach when creating a Facebook ad is to use little to no text. In this example of an ad image, there's only a small text-based logo and no other copy. This image contains 4% text. An ad with a simple image like this will blend more easily into users' news feeds and is much more likely to gain exposure and engagement among your target audience. The best part is that it might strike curiosity because it doesn't share much; instead, viewers will have to read the description to find out what the ad is about.
2. Ad With Minimal Text Overlay
In this next example, there are two lines of text, bringing the text percentage to 12%. The logo has been removed from the corner. It still works because the text doesn't cover 20% of the image. The text also helps the viewer understand what the ad is about. Nevertheless, consider adding the copy into the body of your ad instead of your image. Since the image and the description are visible at the same time, you can use the body only to describe your offering.
3. Ad With Excessive Text Overlay
This final example is exactly what Facebook does not want to see. It contains a whopping 44% text-to-image ratio. While the copy is well-written and the offering is clear, this ad contains too much text over the image. The information displayed here could easily be incorporated into the body copy of your ad, creating a much cleaner look in users' news feeds. It might be tempting to throw important information onto your images like this, but you risk alienating users who are turned off by busy copy. Now that you have an idea of what a good ad looks like, how can you put it into practice in your own ad? Let's take a look. Facebook Text Overlay Best Practices
The best way to capture users' attention on Facebook is to use an eye-catching image with no text. The 20% rule isn't just an arbitrary recommendation — it helps advertisers reach their target audiences more effectively, and prevents users' news feeds from becoming overwhelmed with disruptive advertisements. If you do want to add text to your image, you should use the following best practices for overlaying text over your Facebook ads.
1. Choose the right font size. Believe it or not, font size is even more important than the amount of text you overlay over your image. Smaller font sizes naturally won't take up as much space, reducing your text-to-image ratio. Bigger font sizes will make you exceed the 20% rule straight away, even if you're only including two or three words. That said, you don't want to make the text too small; otherwise, viewers will have to squint to read what it says. The font size you choose will depend on the size of your image and whether you're adding a heading or a whole sentence. For headings, try to stay under 42 pixels; for sentences, try to stay around 24 pixels. Play around with font sizes to find what best works for the image.
2. Include only a heading or one line of text. There's no reason to include more than one line of text in your Facebook ad. You have the body of the ad to include enough context and information for the viewer to click your link. If you add text, consider only adding a heading — such as an offer, a call-to-action, or a discount. That'll maximize the impact of the text and ensure viewers see something that will compel them to click. For instance, "Buy 1 Get 1 Free," "Apply Now," and "30% Off" are all eye-catching phrases that will warrant a second look and don't take up too much space. That brings us to the next point: Choose only the best and most eye-catching text to add to your image.
3. Choose eye-catching, impactful text. When adding overlay text to your Facebook ad, be sure to choose a line of text that will 1) Catch your target audience's attention and 2) Hint at the value they'll extract if they click through to your offer. In the body of the ad, you can go into greater detail about your product or offer. But in your image, include only the text that will help someone decide whether they want to read more.
4. Use an alternative text overlay tool to see your text-to-image ratio. While Facebook's text overlay tool is no longer available, you can use an alternative that mimics Facebook's original tool. We recommend trying these: No Limit Creatives Text Overlay Tool
Social Contests Text Overlay Tool
They're virtually identical in functionality, so simply choose the one that's most convenient for you and your browser. To use them, upload your image and select the squares that have text. On the right-hand column, the tool will tell you whether you're above or under the 20% text-to-image ratio. That way, you know for sure whether you've added too much text to the image.
5. Take advantage of a grid to align the text. In a free tool such as Canva, you can typically overlay a grid over your design as you're creating it. Simply go to Elements > Grid and scroll until you find a grid that best works for your design. (Be sure to lower the transparency of the grid so you can see your ad beyond it.) Use the grid as a guiding tool for aligning your text and ensuring it doesn't take up too many boxes. If your grid has nine boxes and one line of text takes three boxes horizontally, then you know that the text is too big. If it only takes up one box, it might be too small. Without a grid, you might lean on gut feeling only — and while your gut feeling can be of great help, it's best to approach text overlays with as much exactitude as possible. The 20% Rule Will Help You Create Better Facebook Ads
While Facebook no longer requires advertisers to adhere to the 20% rule, it's still a valuable guideline for adding text to your Facebook ads. Keep text to a minimum and you'll ensure your Facebook ad packs as much impact as possible, significantly boosting your ROI and encouraging viewers to engage with your brand. Editor's note: This post was originally published in June 2019 and has been updated for comprehensiveness. Although the restriction has been lifted, there are certain categories in which these rules don't technically apply:
Infographics
Comics/Cartoons
Book Covers
Disclaimers (Legal)
Posters for events and software screenshots
Ads with the above mentioned categorized ads do not require to follow the 20% guideline set by Facebook. Importance of Text on Facebook Ad Images
Before creating an ad, it is important for the advertisers to keep in mind on how people will interact after seeing that specific post. Ensure to create an ad that is eye-catching by adding attractive colors, designs and shapes which forces the users to pause on scrolling the newsfeed and click on the ad. Texts do play an important role in ads. Stuffing or adding too much text can make a negative impact on the image itself causing the users to neglect the specified post. Making the text short and meaningful creates an impression on Facebook users. Using images that are never used before that depicts an ad but not exactly as a promotion has an advantage for users to click on the same. Ads with a natural feel can make it much more interesting for the users thereby making them stay on the post leading to increase in user engagement inturn leading to higher conversion rate. Ad with adequate text overlay
One of the best means when creating an ad is either to use no text or a little text which includes three or four words. Graphics in ads with these texts can be more easy to blend in that can catch a user's eye when he/she scrolls in the newsfeed creating an impression among your target audience. The only setback to the image is that it has only 4% text and will not share much information about the ad itself. The users will have to read the description or other following information provided below the ad to properly understand what it really is about. Ad with medium text overlay
In this type of image, the text in the image is about 12% which still covers within the 20% rule of Facebook. This type of ad can make the user understand what the ad is about and what it offers. It can include two lines of texts in the image. Ad with high text overlay
This is something that neither Facebook nor the user ever want to see or notice. The text in the image can go upto 44% that is way above the mentioned limit. These types of ads make the user's head turn away while popping up in the newsfeed. Best Practices for Facebook Text Overlay
Now that you understand how different ads can turn out to be and how to create the ideal ad, let us see how to use these methods in creating the best ad for yourself. The 20% rule is just set forth by Facebook to ensure the ad is reached to the specified target audience. Following some practices for overlaying text on your Facebook ads if you plan to add text to your images. Select the correct font size. Deciding on what font size to go with is important when it comes to adding text on your image. It is important to stay between smaller and bigger font sizes which can reduce your text to image ratio and exceed the 20% rule respectively. Making the words too small is also a much bigger problem that can make the users to view only by squinting. The use of font size can differ according to the image size even if you decide on using a heading or a whole sentence. If you are going for headings try limiting within 42 pixels and 24 pixels when it comes to sentences. Restrict to a single line of text. When it comes to creating an ad, ensure to create an ad with a single sentence or text so that users can easily understand. If they want to know more about it, relevant information can be provided within the description part that will be shown below the ad itself. If you go for a heading, construct it in a way that will make the users compel to click on the link. Use call-to-actions, offers, coupons or discount offers. Choose striking, relevant text. Keep in mind when adding an overlay text to your Facebook ad to include the text that will attract the user to the point of the ad and motivate themselves to click on the particular link. Add text in the image that in a way will push the users to read more about the ad in the description provided. Use our online text overlay tool to see your text-to-image ratio. As we mentioned earlier, Facebook's overlay tool is no longer valid. Check your image to run your ad with our Facebook text overlay tool. To use the tool, Upload the image and select the squares of the texts on the image which will show the percent of text to image ratio which relatively has to be below 20%. This can allow you to understand whether you have added too much text in your image and make relevant changes. Align text with the help of grids. Using grids can be an ideal option to allow yourself to align the texts in your image to ensure that you don't take too many boxes. Using Canva can be the best option. To find the grid, go to Elements > Grid and select or scroll. Aligning your text can help you determine that your ad follows the 20% rule as the texts on the image should not go beyond four boxes or squares. New Free Google Keyword Research Tool
Check out the tool over 10,000 SEO professionals and digital marketers use every day.
Step 1) Upload an image from your computer (1 MB max size)
Step 2) Select all the squares that contain text
This tool was designed to make it quick and easy to determine whether your image will pass Facebook's text to image ratio requirements (20% or less text). More details on the guidelines can be downloaded here. Social Contests is a full service interactive marketing and software agency that helps brands build fully optimized social promotions and giveaway campaigns using "like" gating, email acquisition, viral sharing, and coupon activation. If you have a question about the image checker please send us an e-mail and we'll be happy to answer your questions. hello@social-contests.com
Đã có một số nhân lần xung quanh "quy tắc lớp phủ văn bản 20%" của Facebook, đây là hướng dẫn kiểm tra lượng văn bản được phép trên hình ảnh quảng cáo. Mặc dù nhiều nhà quảng cáo bày tỏ sự thất vọng của họ về những hạn chế đi kèm với quy tắc này, nhưng Facebook đã bác bỏ những tuyên bố rằng họ đang có kế hoạch loại bỏ nó hoàn toàn.
Vây "quy tắc 20%" là gì và nó có thể tác động như thế nào đến việc quảng cáo của ban chạy trên Facebook và Instagram?
Về Quy tắc 20% lớp phủ văn bản của Facebook#
Hãy quay lại từ đầu. Khi Facebook lần đầu tiên công bố giới thiệu quy tắc 20%, nó giải thích rằng các nhà quảng cáo Facebook được phép che hình ảnh quảng cáo của họ với không quá 20% văn bản. Với sự trợ giúp của công cụ, người dùng có thể xem họ có thể chiếm bao nhiêu dung lượng cho văn bản. Nếu văn bản chiếm nhiều hơn giới hạn 20%, thì quảng cáo sẽ đơn giản là không hoạt động và không được phép chạy. Tuy nhiên, nó giải thích, Giám đốc Tiếp thị Sản phẩm của Facebook, Aisheer Ali, đã dành thời gian để cung cấp thêm một số thông tin về quy tắc 20% và bác bỏ một số tin đồn đã xảy ra vào thời điểm đó, rằng quy tắc này sẽ bị loại bỏ hoàn toàn do mức độ thất vọng của các nhà quảng cáo trên khắp thế giới. "Nghiên cứu của chúng tôi đã chỉ ra rằng mọi người thích quảng cáo có ít văn bản hơn. Trước đây, nếu 20% diện tích của hình ảnh quảng cáo là văn bản, thì nó không được chấp thuận để chạy trên Facebook, Instagram hoặc Mạng liên kết. Chúng tôi đã nghe ý kiến ​​từ một số nhà quảng cáo rằng điều này có thể gây nhầm lẫn, vì không phải lúc nào cũng rõ ràng rằng một quảng cáo không đáp ứng các yêu cầu chính sách cho đến khi quảng cáo được gửi. Chúng tôi đang chuyển sang một giải pháp mới để cải thiện trải nghiệm này, cho phép các nhà quảng cáo linh hoạt hơn trong khi vẫn cho phép chúng tôi duy trì một trải nghiệm thú vị cho mọi người."
"Vây Facebook đã thay đổi hướng dẫn cho quy tắc 20% theo cách nào?
Ngày nay, nếu hình ảnh quảng cáo của ban chứa hơn 20% văn bản, nó sẽ không còn bị từ chối thẳng thừng nữa. Tuy nhiên, nó sẽ gặp phải một giới hạn trong khả năng tiếp cận đối tượng của ban, tùy thuộc vào xếp hạng mà quảng cáo của ban nhận được từ Công cụ lớp phủ văn bản của Facebook. Các quy tắc tương tự này cũng áp dụng cho quảng cáo của Instagram. Công cụ lớp phủ văn bản của Facebook#
Tóm lại, nếu có một số văn bản mà ban muốn đưa vào hình ảnh quảng cáo của mình, nhưng ban không chắc chắn về việc phân phối của nó sẽ bị ảnh hưởng như thế nào, ban có thể xem Công cụ Lớp phủ Văn bản của Facebook tại đây. Nó siêu dễ sử dụng và sẽ cho bạn kết quả tức thì. Tải lên hình ảnh với văn bản lớp phủ trên đó và xem Xếp hạng Văn bản Hình ảnh mà Facebook cung cấp cho ban. Dưới đây là các xếp hạng khả thi mà quảng cáo của ban có thể nhận được:
Với xếp hạng này, các nhà quảng cáo có thể hiểu ngay khả năng phạm vi tiếp cận của quảng cáo của họ sẽ bị hạn chế. Vì vậy, chúng tôi quyết định sử dụng công cụ này và thử nghiệm 4 phiên bản của hình ảnh quảng cáo được tạo nhanh:
Như ban có thể thấy, quảng cáo ở trên cũng sẽ chạy bình thường, trong khi những quảng cáo khác sẽ gặp một số hạn chế khi có gắng tiếp cận đối tượng của họ vì có quá nhiều văn bản hình ảnh và/hoặc văn bản quá lớn. Nếu ban chưa tin vào kết quả này, chúng tôi khuyến ban nên thử với Công cụ lớp phủ văn bản để ban có thể bắt đầu hiểu loại hình ảnh quảng cáo nào sẽ có xếp hạng thấp và loại hình ảnh nào sẽ chạy trơn tru mà không gặp bất kỳ vấn đề gì. Khi ban đã quen thuộc với quy trình này, ban sẽ sẵn sàng phân phối một số quảng cáo chất lượng cao mà không gặp bất kỳ sự cố phân phối nào. Tóm quan trọng của văn bản trên hình ảnh quảng cáo Facebook#
Bắt chập tất cả những điều này về việc giảm thiểu số lượng và kích thước văn bản trong quảng cáo hình ảnh của ban, điều quan trọng cần nhớ là văn bản hình ảnh vẫn là một thành phần rất quan trọng của quảng cáo. Để thu hút sự chú ý của người dùng Facebook, các hình ảnh bắt mắt và đầy màu sắc thường được các nhà quảng cáo tận dụng trên nền tảng này. Với mục đích xây dựng sự quan tâm ban đầu của người dùng đối với một hình ảnh hấp dẫn, nhiều nhà quảng cáo trên Facebook sẽ thêm Kêu gọi hành động vào ảnh thêm của họ, bao gồm các kích hoạt như "miễn phí", "ưu đãi có giới hạn", "đặc biệt ưu đãi", "hãy giờ", "hôm nay", v.v. Về cơ bản, loại văn bản này có nhiều cơ hội được đọc hơn văn bản bài đăng trực tế đi kèm với hình ảnh quảng cáo. Miễn là các nhà quảng cáo ở trong giới hạn sử dụng văn bản và không thêm bất kỳ bản sao không liên quan hoặc quá mức nào, thì tác động của chỉ một vài từ tự thực sự có thể đáng và trở mạnh mẽ trong việc thuyết phục khách hàng hành động. Tuy nhiên, một số người cho rằng giảm thiểu văn bản càng nhiều càng tốt và thậm chí loại trừ hoàn toàn văn bản hình ảnh quảng cáo là con đường tiếp theo. Mặc dù nhiều người sẽ không đồng ý, nhưng đó chắc chắn là một góc thú vị để xem xét. Một số nhà quảng cáo tin rằng mức độ quảng cáo có một số văn bản phủ lên có thể trông đẹp mắt, nhưng văn bản như vậy sẽ ngay lập tức hiển thị chúng như một quảng cáo, khiến một số người dùng nhanh chóng tiếp tục, thay vì thường thức hình ảnh được sử dụng. Một trong những lời khuyên vàng của Facebook đối với các nhà quảng cáo trên nền tảng của mình là luôn đảm bảo rằng hình ảnh quảng cáo trông không quá "lạc lõng" giữa tất cả các nội dung khác trên Newsfeed của người dùng. Táo cảm giác tự nhiên cho quảng cáo đôi khi có thể thuyết phục người xem dành nhiều thời gian hơn để xem quảng cáo, điều này có thể dẫn đến sự gia tăng mức độ tương tác của người dùng và do đó, tỷ lệ chuyển đổi cao hơn. Tuy nhiên, điều quan trọng cần lưu ý là không có cách nào đúng hay sai để làm điều này. Miễn là bạn tuân thủ quy tắc 20% của Facebook, thì bạn sẽ có mọi cơ hội tạo ra một quảng cáo hoạt động hiệu quả mà khán giả của ban sẽ ghi nhớ. Tất cả phụ thuộc vào chất lượng của quảng cáo ban đã xuất bản. Quy tắc & Ngoại lệ#
Nên nhớ rằng các mục sau đây được coi là văn bản trên hình ảnh của ban:
Số biểu trưng đưa trên văn bản (bất kể kích thước)#
Hình mô tả & danh sách các trường hợp ngoại lệ không được tính trong quy tắc 20%.
Đồ họa thông tin#
Sách và bia album#
Hình ảnh sản phẩm (hình ảnh phải hiển thị toàn bộ sản phẩm)#
Ap phích cho phim, lễ hội âm nhạc, sự kiện thể thao và chương trình giải trí#
Văn bản pháp lý#
Ảnh chụp màn hình ứng dụng#
Thư pháp kinh doanh đưa trên văn bản#
Mẹo dùng văn bản cho hình ảnh#
Dưới đây là một số mẹo mà ban nên ghi nhớ khi xem xét lượng văn bản đi vào hình ảnh quảng cáo của ban.
1. Sử dụng sự mạnh của hình ảnh#
Cho dù đó là trực tuyến hay trực tiếp, tất cả chúng ta đều bắt gặp một bức ảnh thực sự nổi bật và bắt mắt. Đôi khi, một hình ảnh có thể có giá trị bằng cả nghìn từ, từ nó đủ sức truyền tải câu chuyện của nó đến người xem. Chính những hình ảnh tươi sáng, đầy màu sắc, ấn tượng, độc đáo và hấp dẫn sẽ khiến người xem phải dừng lại một chút để xem kỹ hơn. Vì vậy, đảm bảo rằng bức ảnh của ban phải hấp dẫn đối với những người đang lướt qua Bảng tin của họ là điều quan trọng. Trên thực tế, khi ban đăng quảng cáo hình ảnh của mình trong văn bản, luôn có bản sao phía trên quảng cáo hình ảnh thực tế! Điều này có vẻ hơi rõ ràng, nhưng hãy sử dụng khoảng 3/4 đồng văn bản phía trên hình ảnh của ban để bao gồm chủ thích mạnh mẽ sẽ cung cấp cho người xem thêm thông tin và có thể thuyết phục họ hành động. Nếu ban chưa đưa CTA vào chính hình ảnh, hãy cân nhắc thêm CTA vào chủ thích của ban. Ban sẽ có nhiều không gian hơn và linh hoạt hơn để kể ngắn gọn câu chuyện ban muốn kể, mặc dù đừng quên sức mạnh của hình ảnh... Chúng có thể có giá trị hơn một nghìn từ, vì vậy đừng lạm dụng nó!
3. Tránh văn bản thừa#
Nếu ban phải đưa văn bản vào hình ảnh của mình, hãy cân nhắc việc thử dùng ít từ hơn và/hoặc giảm kích thước phông chữ của văn bản. Tuy nhiên, hãy nhớ rằng việc đặt phông chữ quá nhỏ cũng có thể gây khó khăn cho người đọc. Điều quan trọng nữa là hầu hết văn bản ban sử dụng trong quảng cáo của mình phải nằm trong phần nội dung, thay vì trực tiếp trên hình ảnh của quảng cáo. Điều đó sẽ cung cấp cho quảng cáo của ban một cái nhìn rõ ràng hơn và làm cho nó hấp dẫn hơn cho khán giả của ban khi xem. Cũng cố gắng tránh đặt trái văn bản của ban trên toàn bộ hình ảnh, chỉ giới hạn văn bản trong các phần nhất định của hình ảnh quảng cáo.
4. Kích thước và thông số kỹ thuật#
Kích thước hình ảnh được đề xuất: 1200 x 628 (1080 x 1080 cho hình ảnh 1: 1). Không có giới hạn kích thước tối đa. Tỷ lệ hình ảnh: 9:16 đến 16: 9 (không liên quan đến liên kết); 1,9: 1 đến 1: 1 (nếu có liên kết). Hình ảnh không quá 20% văn bản. Loại tệp hình ảnh: .jpg hoặc .png (Lưu ý: GIFS động phải được tải lên dưới dạng quảng cáo video). Văn bản: 125 ký tự (nếu không có liên kết). Đông tiêu đề: 25 ký tự (bất kỳ ký tự nào nữa sẽ bị cắt bớt). Mô tả liên kết: 30 ký tự. Ban có bất kỳ câu hỏi nào liên quan đến quy tắc của Facebook? Ban muốn khởi chạy chiến dịch quảng cáo xã hội tiếp theo của mình với một số lời khuyên chuyên môn từ Đối tác tiếp thị của Facebook? Đừng ngần ngại liên hệ với chúng tôi, chúng tôi sẵn sàng trợ giúp!
Tân hướng công cụ chatbot miễn phí của chúng tôi mà không cần phải trả bất kỳ chi phí nào!
Xem thêm:
Tống hợp 9999+ icon facebook giúp trang trí bài viết quảng cáo chuyên nghiệp hơn!