



3 motivos para ficar atento no seu e-commerce: boas fotos de produtos sÃ£o importantes

Description

Uma boa foto pode tornar qualquer coisa interessante. NÃ£o Ã© nem discutÃvel. Por que entÃ£o vemos tantas fotos ruins em folhetos, e-commerce e outros materiais de marketing?

Entende-se que boas fotos podem realmente ajudar a vender um produto. Mas muitas vezes hÃ¡ falta de compreensÃ£o de por que e como elas fazem isso. Esse mal-entendido sutil geralmente significa que os profissionais de marketing e empresÃ¡rios nÃ£o conseguem escolher as fotos que funcionam para eles.

Aqui estÃ£o algumas das razÃµes fundamentais pelas quais boas fotos sÃ£o essenciais.

3.) Elas permitem que vocÃª mostre produtos no contexto

Uma simples foto de produto pode ser â??boa o suficienteâ?•, mas ser capaz de mostrar como ela Ã© realmente usada pode ajudar seus clientes a entender como ela pode se relacionar com eles. Essas fotos tambÃ©m podem mostrar um ponto que vocÃª pode querer deixar claro.

Isso Ã© verdade mesmo quando seus clientes jÃ¡ sabem para que serve o produto.

Por exemplo, o que torna um caso mais convincente:

EstÃ¡?



â?ou esta?



Claro, nem todas as fotos em sua página de comércio eletrônico e anúncios impressos precisam ser fotos de alto nível. Imagens mais simples são melhores quando você deseja que os clientes possam comparar itens semelhantes. Mas se você quiser fazer algo se destacar mais, as cenas de alto nível fazem uma grande diferença.

Mesmo serviços normalmente intangíveis podem usar imagens para o efeito. Anúncios de seguros, por exemplo, são conhecidos por fornecer visualizações convincentes de uma ideia abstrata.

2.) Boas fotos mostram os detalhes mais finos



Esta imagem amplamente divulgada encomendada por uma loja de roupas para outdooristas resalta um ponto importante. Em comparação com apenas uma geração atrás, agora estamos muito mais propensos a querer que as coisas sejam feitas do nosso jeito. No que diz respeito ao mercado de consumo, o marketing de massa agora é muito menos importante do que costumava ser. A customização em massa e o marketing de nicho são agora muito mais viáveis para

uma gama muito mais ampla de produtos e serviços. Ser capaz de executar estratégias que dependam delas requer conhecimento íntimo dos pequenos detalhes que os clientes consideram importantes.



Esses detalhes podem ser muito sutis. Algo tão pequeno como as diferenças no brilho da pintura de um carro, a limpeza da costura em um par de jeans, a granulação do revestimento de cerâmica em uma panela de barro ou os números de série e envelhecimento em um instrumento musical de segunda mão podem não ser importantes para a maioria de nós, mas pode significar tudo para as pessoas certas.

Isso nos leva ao próximo ponto:

1.) Boas fotos criam credibilidade

Imagens de baixa qualidade não são apenas um sinal de que você parou de tentar. Para seus clientes, eles podem sinalizar descuido ou até desonestidade ?? porque se seu produto é tão bom, por que você não está mostrando como ele *realmente* é?

Os detalhes mais sutis do ponto anterior também ajudam a construir credibilidade, especialmente para clientes que sabem o que procuram. Muitos denimheads (apaixonados por jeans), por exemplo, geralmente valorizam mais os jeans [selvedge](#), feitos em teares antigos. Esses jeans geralmente têm tecido branco nas bordas do material.



heddels.com

Esse recurso eventualmente se tornou um indicador abreviado de qualidade (embora realmente não seja, necessariamente). Naturalmente, isso levou algumas marcas a criarem *ourelas falsas* .



Isso significa que qualquer pessoa que queira usar a “qualidade” como um argumento de venda deve investir nos meios para exibi-la adequadamente.

O couro Saddleback, por exemplo, não é exatamente conhecido por vender produtos que todos podem pagar. Mas também não é exatamente uma marca de luxo. Então, quando eles vendem uma carteira por US \$ 84, as fotos deles tentam mostrar exatamente o que você está recebendo com o seu dinheiro. Se não fosse pela foto, seria difícil dizer por que vale tanto dinheiro.



saddlebackleather.com

Outras coisas a considerar:

Otimizações para SEO

Você quer que as pessoas encontrem suas fotos, não é? Alt tags e tags de imagem, quando incorporados como parte de uma estratégia coerente de SEO, podem ajudar a fazer isso acontecer. Usar essas tags é um acéfalo e não leva muito tempo. Essas marcas também oferecem uma maneira conveniente de adicionar pequenos pedaços de conteúdo ou de indexar imagens rapidamente, dependendo do que você precisa que elas façam.

Tamanho do arquivo

Certifique-se de otimizar os tamanhos dos arquivos de imagem quando eles forem colocados em seu site. Se sua página demorar muito para carregar, você pode facilmente perder uma proporção significativa de potenciais visitantes. Isso é especialmente importante se o seu público mora em áreas sem velocidades confiáveis de internet. Se você usa o WordPress, pode experimentar qualquer um dos vários [plug-ins de otimização](#) de [imagem gratuitamente](#).

Consistência

Todas as imagens devem ter uma aparência semelhante, de preferência uma que seja relacionada à sua marca. Isso pode ser feito facilmente usando os mesmos fundos e o mesmo tipo de iluminação e edição. Os tamanhos relativos de seus produtos na moldura e a maneira como as imagens são cortadas devem ser bastante uniformes para ajudar os clientes a comparar diferentes itens e fazer tudo parecer mais profissional.

Considere o uso de vídeos ou GIFs se funcionarem melhor

Às vezes, as fotos podem não ser a melhor maneira de apresentar ou demonstrar um produto. A produção de vídeo agora é muito mais simplificada do que costumava ser, e muitos dos equipamentos e conhecimentos necessários para tirar fotos de produtos de qualidade também podem ser usados para fazer vídeos decentes.

Não queremos dizer que você tem que produzir um anúncio completo, mas às vezes um GIF simples pode explicar o que a melhor imagem estática produzida não poderia.

Por exemplo, este GIF mostra as qualidades repelentes de líquidos do Neverwet, um produto químico que ajuda os tecidos a resistir a manchas.



Agora compare com uma imagem estática que mostra o mesmo produto.



Claro, a imagem estética tem melhor composição e realmente mostra a marca e a embalagem. Mas o primeiro, em nossa opinião, mostra muito melhor o principal benefício do produto.

Não estamos dizendo que você deve apenas gravar vídeos ou fazer GIFs. Mas, no final do dia, boas fotos de produtos são como tudo o mais são apenas mais uma ferramenta para ajudar a vender seus produtos e serviços.

Não se preocupe apenas em fazer boas fotos e sempre considere o quadro geral.

Que outras razões para tirar fotos de produtos de qualidade você pode dar? Comente abaixo!

Category

1. Fotografia
2. Marketing Digital
3. Negócios

Tags

1. comércio eletrônico
2. e-commerce
3. Fotografia
4. fotos de produtos
5. fotos para e-commerce
6. produtos

Date Created

2020/12/06

Author

webmaster