

مهمترین نکات یک تصویر محصول مناسب



مهمترین ویژگی های این کتاب عبارتند از:

- برنامه از پیش تعیین شده
- نحوه انتخاب بهترین محصول
- چگونه بر کیفیت تمرکز کنیم!
- تعیین عکس اصلی
- خلاقیت با تصاویر
- برچسب گذاری بروی عکس
- نحوه استخدام فرد متخصص در زمینه طراحی

عکس محصول یا تصاویر محصول یکی از مهمترین بخش های تجارت الکترونیک می باشد. به نوعی نحوه انتخاب عکس محصول و رعایت شرایط و ویژگی های تصویر محصول که در این مقاله میخوانیم آنها را توضیح دهیم، ارتباط مستقیم با جذب مخاطب، افزایش مشتری و در پی آن افزایش فروش دارد.

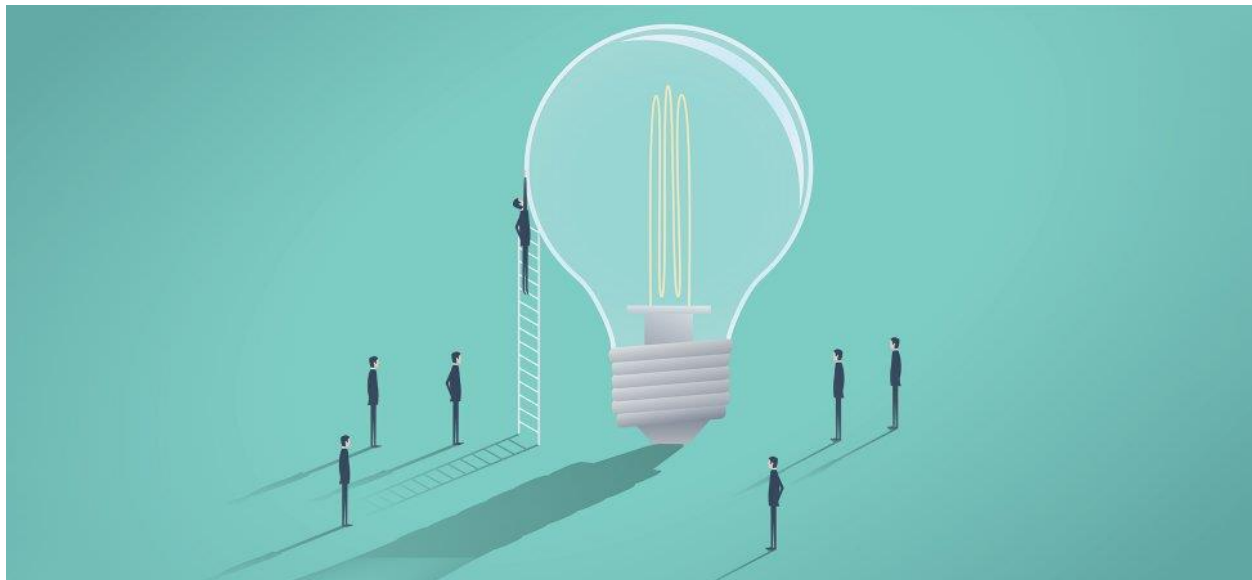
اهمیت انتخاب عکس محصول و رعایت اصول اولیه ویژگی های آن بسیار بالاست، چرا که باید باعث به وجود آمدن یک ارتباط تاثیرگذار بین مشتریان ما و محصولات شوند. لذا انتخاب عکس محصول می تواند باعث رونق بخشیدن به کسب و کار الکترونیکی ما شوند و یا کسب و کار ما را از بازار خارج کنند.

سام ویکمستر:

مدیرعامل وب سایت productphoto می گوید شما می توانید، رابط کاربری (UI) و یک سایت با ظاهر بسیار عالی داشته باشید، اما اگر عکس خوبی از محصول نداشته باشید، مانند این است که با یک دست مرسدس برانید. او به E-Commerce Times گفت: محصولاتی که عکس برداری با کیفیت، از آن ها صورت گیرد بهتر به نظر می رسند و تقریباً همیشه نرخ های تبدیل (مشتریان بالقوه به خریدار) بالاتری خواهند داشت.

با توجه به این موارد، نکات زیر برای گرفتن تصاویر عالی از محصولات عنوان گردیده است:

1 - برنامه از پیش تعیین شده



در ابتدا، قبل از آن که شروع به عکس برداری از محصولات نمایید، بهتر است برنامه ای از پیش تعیین شده داشته باشید. اطلاع از عکس های مورد نیاز خود و نحوه بکارگیری آن ها، باعث کارایی بیشتر فرایند می گردد.

ویکمستر توصیه می کند: بهتر است برنامه قبلی داشته باشید و به طور همزمان از یک سری کاملعکس برداری نمایید. به عنوان مثال، اگر شما ۲۰۰ بطری ویتامین دارید و تنها از مقابل عکس می گیرید و بعداً تصمیم به عکس برداری جهت دستیابی به تصویر واقعی تر از محصول خود داشته باشید. گرفتن عکس ها در همان تنظیمات روشنایی و اندازه برای مطابقت با عکس گرفته شده از مقابل از بطری ها، دشوارتر می گردد. همیشه در هر نوبت از عکس برداری، در صورت امکان پذیر بودن، چندین عکس بگیرید.

2 - بهترین محصولات را انتخاب نمایید



واضح است که شما نمی خواهید از محصولات ناقص عکس برداری نمایید. در هر صورت، بهترین تصاویر با بهترین محصولات ایجاد می گردد.

ویکمستر میگوید یکی از بزرگترین اشتباهات مردم، چه بسا اینکه از یک عکاس محصول حرفه ای استفاده نمایند و یا خودشان عکس بگیرند، این است که محصولات را به طور تصادفی و بدون بررسی دقیق از قفسه انبار جهت عکس برداری خارج می نمایند.

در مقابل، محصول را بررسی نموده و برای یافتن برجسب های کج، خراشیدگی، بسته بندی های ناقص، سطوح ناقص محصول، ضربه خوردگی و ... به دقت نگاه کنید. بهترین نمونه های در دسترس را انتخاب نمایید. هنگامی که روی یکتصویر بر روی صفحه نمایش بزرگنمایی می کنید، بخش هایی مانند برجسب های کج را بیشتر از آنچه با چشم غیر مسلح می بینید، مشاهده می کنید. همیشه با بهترین نمونه ممکن آغاز نمایید.

3 - تمرکز بر کیفیت



بهترین تصاویر محصولات، مانند هر عکس دیگری، تصاویری با نور، کیفیت بزرگنمایی و رنگ مناسب می باشند.

ویکمستر اشاره کرد: نور ضعیف، عکس های تار و دقت رنگی پایین از جمله اشتباهات رایج در عکس برداری می باشند. استفاده از جعبه های سفید برای عکس برداری بسیار محبوب شده است، اما این ابزار اغلب به علت دارا بودن پس زمینه سفید تصاویری را ایجاد می نماید که دارای نور سفید بیش از اندازه بوده و غیر واقعی به نظر می رسند. استفاده کمتر از فلشر، نورافکن و سه پایه توصیه ما به شماست.

شما لزوماً به تجهیزات دقیق مانند چادرها و جعبه های عکس برداری و دوربین های پیشرفته نیاز ندارید. برای گرفتن عکس های موثر از محصول، نور خوب اتاق و یک دوربین تلفن همراه، ممکن است برای شروع شما کافی باشد. از جهت اینکه عکس های محصول شما به خوبی روشن و دارای بزرگنمایی با کیفیت مناسب باشد و رنگ آنها دقیق و طبیعی است، مطمئن گردید.



اغلب وب سایت های تجارت الکترونیک امکان درج چند تصویر برای محصول را ایجاد می نمایند، اما شما احتمالاً می خواهید نقطه شروعی برای تصاویر اصلی لیست شده تعیین نمایید. شما همیشه می توانید تصاویر بیشتری را اضافه نمایید، اما تصویر اولیه، باید اولویت اول شما باشد.

Jeff Delacruz، مدیر عامل شرکت Products on White Photography گفت: همیشه بهتر است که در ابتدا با یک تصویر اصلی شروع کنید و برای دیگر تصاویر بعد آن نگران شوید.

او گفت: این تصویر اصلی لیست، درآمدزای اساسی شماست و بخش‌بیش‌ترین که افراد را جذب محصول شما نموده و مشتریان بالقوه را بهتر به خرید ترغیب می نماید.

تصویر اولیه عموماً روی یک پس زمینه سفید قرار خواهد گرفت، و این همان چیزی است که در نتایج جستجو نشان داده خواهد شد.

Brandon Hollander، یکی از مدیران آمازون، گفت: کارهای کمی وجود دارد که شما می توانید با این تصویر خلاقانه انجام دهید. او به E-Commerce Times گفت: شما می خواهید اطمینان حاصل کنید که وضوح تصویر بالاست، به اندازه کافی روشن است، و هر گونه تفاوت در ارائه محصول خود به نسبت محصولات دیگران، برجسته گردیده است.

Hollander توصیه کرد: اگر شما دارای بسته بندی عالی می باشید، آن را در تصویر مشخص نمایید. اگر محصول شما لوازم جانبی را شامل می شود، مطمئن شوید که در تصویر باشد. در نهایت محصول خود را با حداکثر و بهترین کیفیت ارائه نمایید.

5 - خلاقیت با تصاویر ثانویه



پس از گرفتن تصویر اصلی محصول، می توانید توضیحات محصول را به طور کامل از طریق تصاویر ثانویه بگویید.

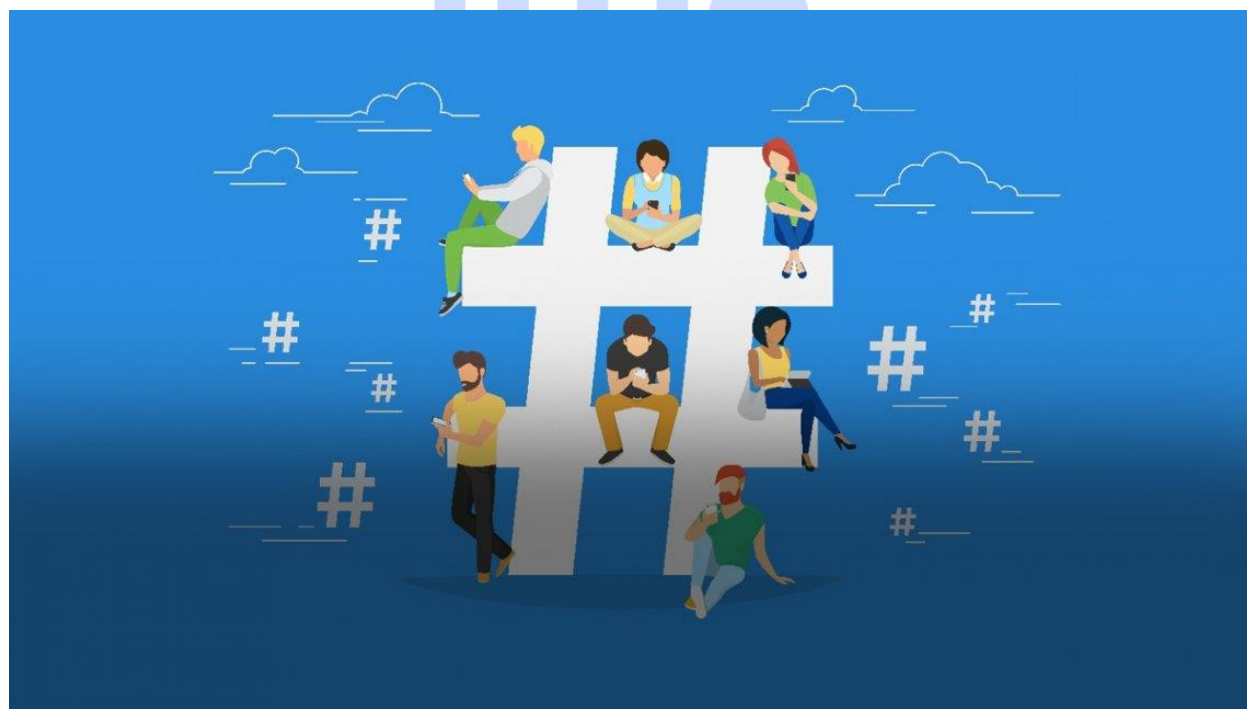
Delacruz گفت: تصاویر ثانویه بخشی است که شما واقعا می توانید از آن لذت ببرید و توضیحات محصول خود را بوسیله آن ها بیان نمایید. عکس های ثانویه بخشی هستند که شما می توانید همخصوصیات محصول را در یک دسته نمایش دهید و هرآنچه که دارید و تمام جزئیات کوچک را توصیف نمایید.

Delacruz طبق گفته ، مورد دیگر می تواند یک عکس با جزئیات کامل باشد، این موضوع نشان می دهد که کدام نوع از تصاویر به این دسته وارد شده است. در این راستا، من آن ها را به عنوان تصاویر توضیحی دسته بندی می نمایم، زیرا آنچه که هستند را توصیف می نمایند.

تصاویری که کاربرد محصولات را نشان می دهند بعد از این تصاویر قرار می گیرند. این تصاویر ضروری نیستند و اجرایی ساختن درست آن ها دشوار است. آنها اختیاری هستند و مطمئناً تا پیش از تعیین و ترتیب عکس های اولیه، چیزی برای انجام دادن ندارند.

Delacruz اشاره کرد: خلق تصاویر نشان دهنده کاربرد محصولات در سطح حرفه ای بسیار سخت است و من مطمئن نیستم که آنها ارزش سرمایه گذاری داشته باشند، چرا که لیست های ثانویه به میزان سرمایه پرداخت شده ارزش ایجاد نمی کنند.

6 - برجسب بر روی عکس



این ترغیب کننده است که تصویر شما شامل متن های تفصیلی و گرافیک متناسب با عکس های محصول شود، اما شما عموماً از آن جلوگیری می نمایید. اینکه به محصولات فرصت دهید در جای مشخص و مربوط به خود قرار بگیرند، معمولاً بهترین گزینه است.

Hollander توصیه می کند: از اینفوگرافی های پیچیده و دارای متن زیاد استفاده نفرمایید. من همیشه لیست هایی را می بینم که به طور غیر ضروری روی اینفوگرافی ها بارگذاری شده اند. داشتن نمودارهایی که در آن محصول شما متفاوت از رقباست، یا تصاویر متناقض که هر یک از جزئیات محصول را ذکر می کنند، ممکن است به ظاهر تصویر و زیبایی شناسی کلی آسیب برساند.

7 - منافع استخدام فرد متخصص در این حوزه را در نظر بگیرید



کارآفرینان تمایل دارند که همه کارها را خود انجام دهند، اما گاهی اوقات ایجاب می کند، کارشناسان حرفه ای را استخدام نمایند. اگرچه عکاسی حرفه ای می تواند در ابتدا هزینه بیشتری داشته باشد، اما منجر به صرفه جویی در زمان، انرژی و سختی می گردد و به خوبی می تواند فروش بیشتر را به همراه داشته باشد.

Delacruz پیشنهاد کرد: هزینه ها را برآورد نمایید و بسنجید که آیا استخدام فردی حرفه ای ارزان تر تمام می شود یا خیر. اگر شما تنها به یک عکس نیاز دارید، این منطقی نیست که خودتان را ملزم به خرید تجهیزات بسیاری نمایید.

اگر عکس برداری از محصول در تخصص شما نیست، با استخدام فردی دارای تخصص در این زمینه، می توانید تصمیم خوبی در حوزه کسب و کار اتخاذ نمایید.

ویکمستر گفت: اکثر شرکت های کوچک یا بزرگ، امکانات و یا تجهیزات لازم برای تهیه عکس هایی که محصولات خود را در بهترین نور ممکن نشان دهند، ندارند. شما ممکن است از این موضوع که به چه میزان برون سپاری مقرون به

صرفه است، متعجب شوید . روزهای پرداخت بر اساس نرخ روزانه برای عکس برداری از محصول پایان یافته است. با تعیین قیمت ثابت و مشخص برای هر عکس، ساده، سریع و آسان برون سپاری نمایید.

حجم عکس های تهیه شده و بارگذاری آنها در وب سایت بسیار اهمیت داشته و تاثیر قابل توجهی در سرعت وب سایت شما خواهد داشت لذا اگر می خواهید بدانید عکسهایی که در سایت شما درج شده است، آیا بهینه است یا خیر، می توانید از ابزار Pagespeed insights استفاده نمایید.

سخن پایانی

:: با سپاس از توجه شما به این کتاب ::

برای مشاهده نخستین محصولات وبسایت وبینت و دریافت سایر کتابهای رایگان الکترونیکی، روی لوگوی زیر کلیک نمایید:



محصولات دیگر ما:



www.webint.ir/Shop

راه های ارتباط با ما جهت نظرات، انتقاد و پیشنهادات:



Webint.mail@gmail.com



www.telegram.me/WebintSupport



www.webint.ir/contact

موفق باشید

WwW.Webint.ir

وبینت