

## Фото товара. Сценарии. Воронка продаж



sdproject.pro  
piskun.victor@gmail.com  
tel., viber, whatsapp, telegram:  
+7 904 870 43 27



skype: piskun.victor  
facebook.com/groups/amzpix



Рекомендации для продавцов,  
как правильно делать картинки  
для страницы товара.

# План вебинара

1. 3D фото и предметная фотосъемка;
2. Воронка продаж. Основные принципы;
3. Сценарии, с помощью которых необходимо выстраивать эффективную воронку продаж.
4. Основные правила оформления притягивающей Заглавной;
5. Наглядная инфографика;
6. Область применения товара;
7. Эффектные эмоциональные фото использования товара людьми (lifestyle);
8. Призыв к принятию решения.

# Кто мы и чем занимаемся



- ❑ Консалтинговое агентство в области интернет-коммерции. Специализация — комплексное продвижении товаров и брендов на amazon.com.
- ❑ За 3 года мы сделали 3D фото для 500 товаров на amazon.com.
- ❑ В нашем арсенале мощные средства для создания яркого фирменного стиля, великолепного листинга, продающих 3D моделей, фотографий и инфографики, уникального контента, эффективной рекламы, оптимальной автоматизации бизнеса и всестороннего экономического анализа.
- ❑ Максимальная эффективность в оптимальные сроки за адекватные деньги — инструмент в реализации идей, достижении успеха и воплощении мечты.
- ❑ Предлагаем лучшее, что есть на рынке: все самое эффективное, актуальное, проверенное, работающее. На острие атаки современных технологий.

# Для кого этот урок

# Наша аудитория



- ❑ Продавцы, которые реализуют свой товар через интернет-магазины (amazon, ebay, shopify и т.д.);
- ❑ 3D моделлеры и дизайнеры начального уровня;
- ❑ Опытные 3D моделлеры и дизайнеры, которые планируют создавать контент для amazon;
- ❑ Маркетологи и копирайтеры, которые ставят задачи (составляют технические задания) для 3D моделлеров и дизайнеров;
- ❑ Владельцы и инвесторы бизнеса интернет-торговли.

## Цели и задачи

## Фото, 3D и картинки для страницы товара



- ❑ Грамотно сделанные фото обеспечивают Вам высокие продажи на длительный срок.
- ❑ 3D модель на ярких сочных фото разнообразных локаций и стильных интерьеров, в руках счастливых, красивых людей, которые наслаждаются использованием Вашего товара - дает возможность применять маркетинговые фишки, дизайнерские находки и реализовать концепцию воронки продаж максимально эффективно.
- ❑ На основе реалистичных 3D моделей товара, создаются притягивающие выделяющиеся главные фото, эффектная и наглядную инфографику, реалистичные эмоциональные фото использования товара lifestyle.
- ❑ 3D позволяет применить многолетний опыт продаж, креативные идеи и мастерство дизайнеров, чтобы получить продающие фото.
- ❑ 10 преимуществ 3D для листинга amazon:

<https://youtu.be/dqZE2rT6A8Y>

Товары для 3D  
моделирования

Товары из металла, стекла,  
пластика, дерева, силикона и т.д.



Товары для 3D  
моделирования

Товары из ткани

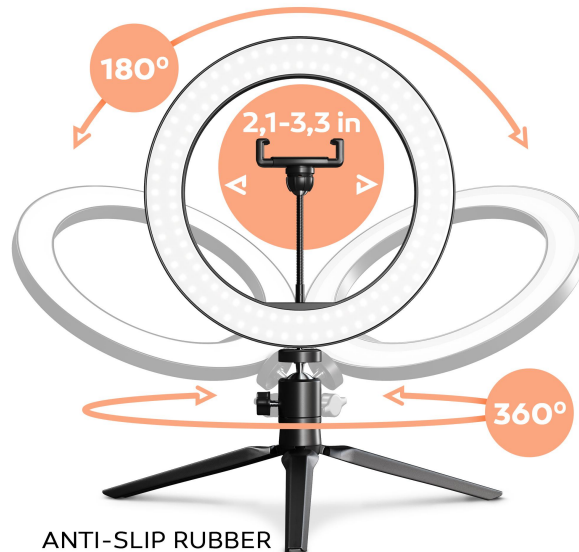


# Воронка продаж



**Воронка продаж** — это путь, который проходит покупатель товара или услуги, от привлечения внимания к предложению до момента покупки.

GO FOR VERSATILITY CHOOSING STABILITY



1. сначала захватывается его внимание (например, инструментами рекламы);
2. затем, вызывается интерес (содержанием рекламного обращения);
3. далее у потенциального покупателя возникает желание воспользоваться предложением;
4. наконец, наш клиент действует (звонит в компанию, заходит в магазин или на сайт).



# Воронка продаж для amazon-продавца

## 1. Обеспечить показ товара.

*В результатах выдачи по запросам потенциальных покупателей с помощью рекламы, продвижения по ключам, и по ссылкам за счет привлечения внешнего трафика;*

внимание (attention);

интерес (interest);

желание (desire);

действие (action).

## 2. Стимулировать клики по товару.

*Обеспечить внимание за счет эффективной главной фотографии;*

## 3. Вызвать интерес к товару.

*За счет инфографики;*

## 4. Вызвать желание использовать товар.

*С помощью эмоциональных фото lifestyle;*

## 5. Наконец, наш клиент действует.

*Покупает товар.*

## Сценарии — воронка продаж, реализованная в фотографиях



**DRINKING FROM A MUG** IS ALWAYS TASTIER  
*you can smell beer...*



**STYLISH AMERICAN  
PATRIOT DESIGN**

## Часто используемые сценарии:

- ❑ Главное фото (Основная фотография, заглавная картинка);
- ❑ Инфографика. Свойства;
- ❑ Инфографика. Размеры;
- ❑ Инфографика. Взрыв-схема (внутреннее строение);
- ❑ Область применения;
- ❑ Способы использования (монтаж на фото природы, интерьеров, с людьми);
- ❑ Комплектация;
- ❑ Сравнение с конкурентом;
- ❑ Инструкция;
- ❑ Характеристики, модельный ряд, доступные размеры;
- ❑ Отзывы;
- ❑ Скидки;
- ❑ Подарки, бонусы;
- ❑ Легко использовать;
- ❑ Места для установки.

## Цель главного фото

16  
GB



- ❑ Привлечь внимание потенциального покупателя;
- ❑ Выделиться в ленте результатов выдачи поиска amazon среди других конкурентов;
- ❑ Получить клик по заглавной картинке - переход на листинг (показатель CTR).

Есть ряд правил, которых нужно придерживаться при оформлении Заглавного фото. Соблюдение этих правил поможет выделить фото товара среди конкурентов, зацепить взгляд потенциального покупателя. Задержав клиента на доли секунды - увеличивается вероятность клика по картинке и переход на листинг. После перехода на страницу товара в работу включается воронка продаж, которую формируют фото листинга и EBC.

# Разрешение

Необходимо добиться наиболее высокого качества изображения



- ❑ Фото может быть квадратным (1. иметь разрешение не менее 2000\*2000 пикселей)
- ❑ Фото может быть прямоугольным (2. иметь разрешение не менее 2000\*1500 пикселей) в портретной ориентации (см.слайд Белые поля слева и справа).

## Адаптация под мобильные устройства

## Добиться чтобы товар на экране мобильного телефона занимал максимальное пространство



- ❑ По бокам слева и справа должны оставаться чисто белые поля (по возможности 10-15% от ширины картинки);
- ❑ Алгоритм amazon, при демонстрации картинки на мобильных устройствах? мониторит белые поля по бокам и если они есть, то автоматически обрезает их и картинка становится вытянутой по высоте (квадратная фотография обрезается, становится прямоугольной в портретной ориентации).
- ❑ Эта адаптация к экрану мобильного телефона позволяет показать картинку крупнее, тогда и сам товар на экране выглядит крупнее, и сразу смотрится более выигрышно на фоне конкурентов.
- ❑ Главное показать товар крупно, белые поля по бокам необходимы, но не в ущерб внешнему виду товара. Нужно подбирать композицию, чтобы товар был показан крупно, пропорции сохранить, товар разместить не скомкано, и поля сохранить.

# Адаптация под мобильные устройства

# Примеры отображения товара в ленте результатов выдачи



Conair Extreme Steam Hand Held Fabric Steamer with Dual Heat; White / Blue

★★★★☆ 3,093

\$29<sup>99</sup> ~~\$44.99~~

Ships to Russian Federation

1



Steamer for Clothes [Luxury Edition] Powerful Dry Steam. Multi-Task: Fabric Wrinkle...

★★★★☆ 1,580

\$37<sup>99</sup> ~~\$49.99~~

Save 7% with coupon

Ships to Russian Federation

2



BISSELL 39N7A/39N71 Steam Shot Deluxe Hard-Surface Cleaner, Light Green

★★★★☆ 1,726

\$39<sup>50</sup> ~~\$49.99~~

Ships to Russian Federation

3



EPICKA Steamer for Clothes, Home Handheld Portable Travel Garment Steamer Powerful...

★★★★★ 4

\$29<sup>99</sup>

Ships to Russian Federation



Pax Steamer For Clothes, Travel and Home Handheld Garment Steamer, 60 Seconds Heat-Up...

★★★★☆ 1,765

\$19<sup>99</sup>

Save 5% with coupon

Ships to Russian Federation



Oline Steamer for Clothes - Clothes Wrinkle Remover - Fast & Powerful Heat-Up Garment...

★★★★☆ 111

\$10<sup>95</sup>

Ships to Russian Federation

# Фон



- Картинку нужно делать на белом фоне;
- На заднем плане все должно быть абсолютно белое;
- Тени от товара не должны “расползаться” по картинке;
- Если тени “расползаются” к краю картинки, то amazon не обрежет белые поля слева и справа при попытке адаптации к мобильным устройствам .

# Композиция

## Лотки для льда. Неправильно



Композиция - это то, как отдельные элементы дизайна формируют общую картину проекта. Правильная композиция означает, что Вы расположили, распределите, согласовали и скомпилировали Ваш проект таким образом, чтобы он не только хорошо выглядел, но и являлся функциональным и эффективным.

- ❑ Нельзя товар обрезать, когда на картинке видна только часть товара, а часть товара срезана краем картинки.
- ❑ Нельзя нагромождать абы как. Правильно разместить товар на заглавной - это одна из основных и важнейшая задача нашей работ.



## Композиция

Лотки для льда.  
Правильно



- Для торговли имеет очень большое значение. Правильно выстроить композицию на картинке, чтобы не было пустого места сверху, совсем немного места внизу, и белые поля по бокам - это очень важно. Товар на картинке должен быть максимально крупно.

# Композиция

Способы построения  
композиции для товаров разной  
формы



# КОМПОЗИЦИЯ



# Ракурс

Ракурс - положение, в котором  
мы видим объект



- ❑ На фото товар располагается под неким углом, например “вид сверху” или “вид снизу”;
- ❑ Важно применить, так называемое, перспективное сокращение – изменение размера объектов с целью придать рисунку эффект трёхмерного пространства, таким образом делая товар более привлекательным для потенциального покупателя;
- ❑ Товар должен выглядеть величественно;
- ❑ На фото товар должен занимать максимально много места. Пустого белого пространства должно быть мало.

# Поля снизу и сверху



- ❑ Сверху и снизу от края товара до границы фото должно быть 1-2 пикселя.

# Тень и отражение



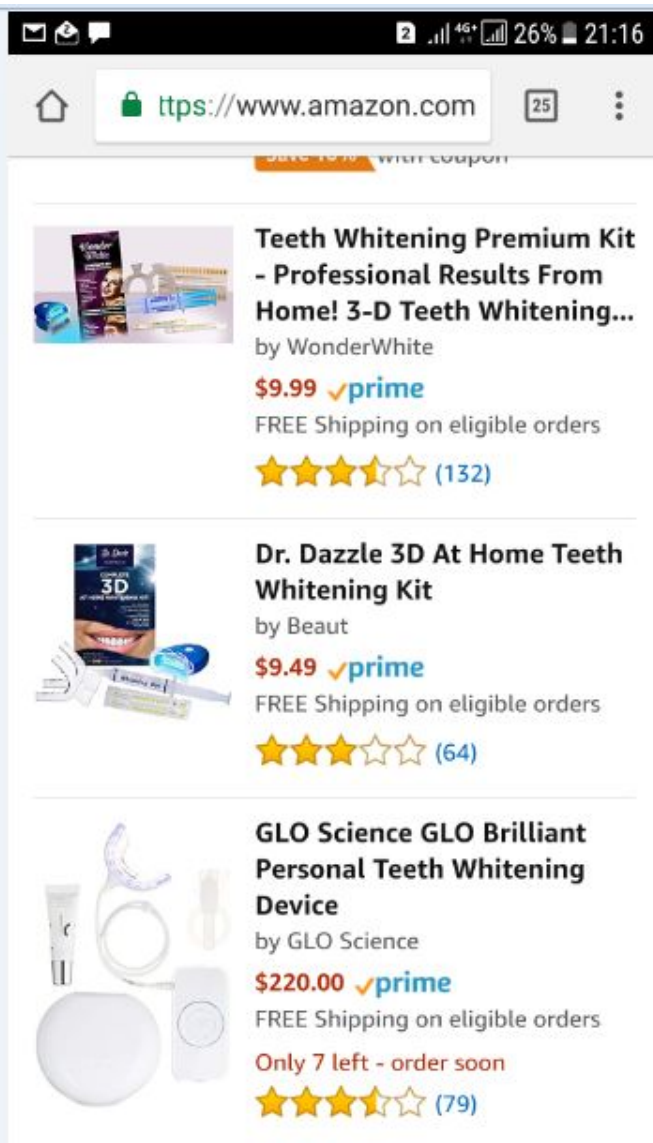
- ❑ Тени по минимуму.
- ❑ Небольшое отражение от поверхности на которой стоят предметы;
- ❑ Снизу можно чуть-чуть оставить места до края картинки, чтобы было видно отражение

# Адаптация к мобильным устройствам

Маленькая картинка. Фон не белый. Товар на композиции размещен неверно. Картика не адаптирована к показу на мобильных устройствах

Картинка занимает больше места чем предыдущая

Картинка занимает больше всего места.



- ❑ Если Заглавное фото будет сделано с ошибками, то остальные картинки покупатель никогда не увидит, потому что фото не привлечет внимания и не будет клика по заглавной;
- ❑ Борьба за покупателя ведется на мобильном устройстве в ленте выдачи списка товаров по результатам запроса;
- ❑ На данном примере однотипный товар, но картинки у каждого из этих трех товаров занимают разное пространство на странице результатов поиска;
- ❑ Композиция плохая, товар выглядит мельче, чем у конкурентов. На странице выдачи наша картинка должна быть большой и товар на ней был крупно показан. Тогда по ней кликнет покупатель. И тогда у нас будет шанс реализовать воронку продаж.

# Инфографика. Свойства




Раскрыть 6-8 самых важных свойств товара, сильных сторон



# Инфографика. Свойства



 Drip-Free

 Lead-Free & BPA Free

 Controlled Dispensing

 Dishwasher Safe

 Multipurpose  
12 Oz Design

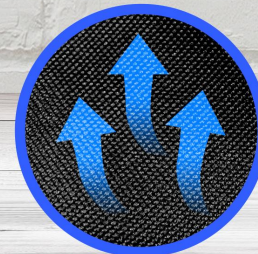
## ORIGINAL DESIGN



 MOISTURE WICKING  
QUICK DRYING



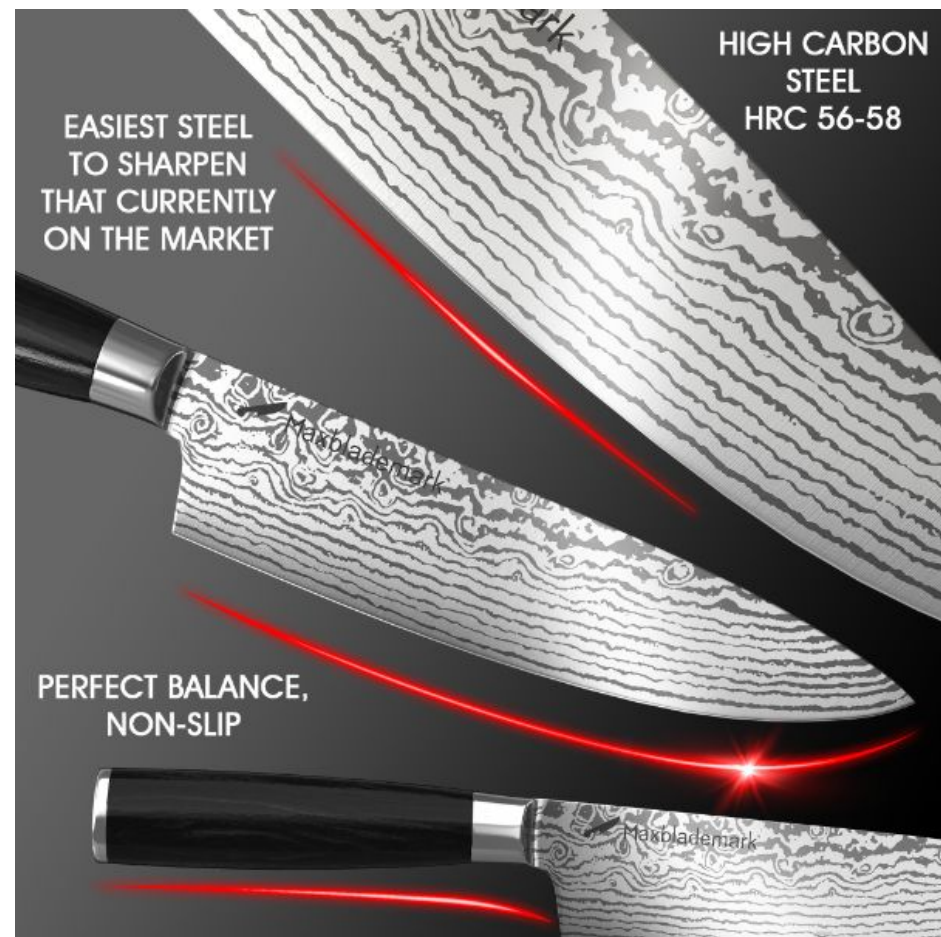
 STRETCHY  
MULTIFUNCTIONAL



 BREATHABLE  
LIGHTWEIGHT

Сноски. Увеличенные части товара. Иконки

# Инфографика. Свойства



Фон и оформление.

# Инфографика. Свойства

42"

11.5"

**LIGHTWEIGHT**  
LESS THAN 1 POUND

**WINDPROOF**  
9 FIBERGLASS RIBS

**BEST QUALITY**  
LONG-LASTING

**COMPACT**  
11.5" LONG

**DESIGNED IN THE USA**

Recycled Plastic

Natural Tree Bark Filler

Eco-friendly dyes

Non-allergic Materials

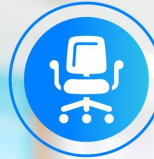
# Инфографика. Размеры

Our set won't take much space, so you can easily take it everywhere!

**la bonn**



## ORTHOPEDIC DESIGN



COMFORTABLE SITTING



PROPER POSTURE



STRESS RELIEF



IMPROVES COMFORT



Абсолютные и относительные размеры

# Инфографика. Размеры

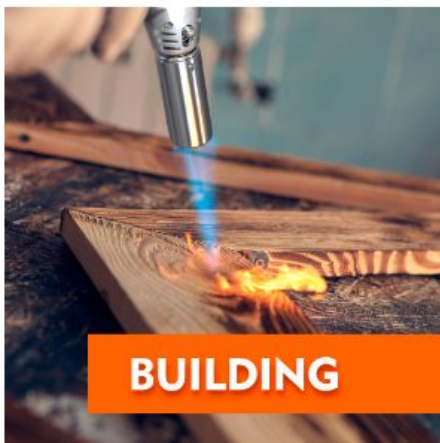
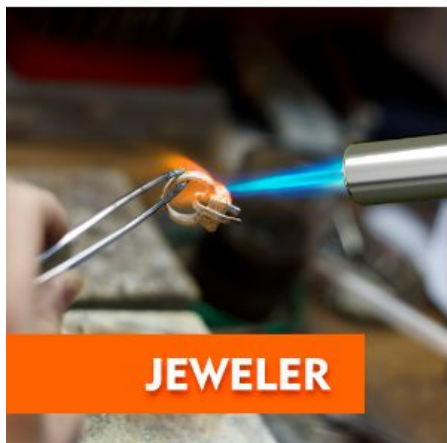
Travel Ready

495 g | 17.46 oz



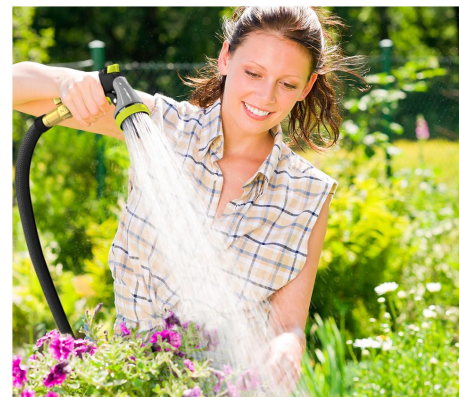
Оформление. Окружение. Сноски

# Область применения



Коллаж из 4 фото. Показать наиболее разнообразные способы использования.

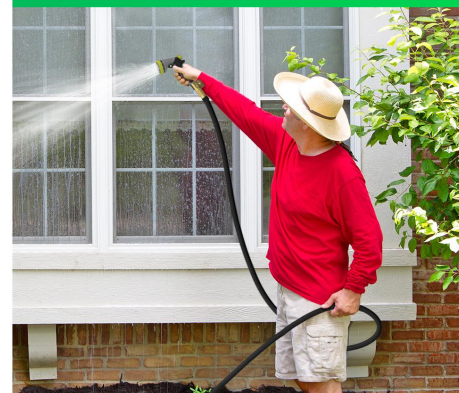
# Область применения



**WATER YOUR PLANTS**



**WASH YOUR CAR**



**USE AROUND THE HOUSE**



**SHOWER YOUR ANIMALS**

Коллаж из 4 фото. Показать наиболее разнообразные способы использования.

## Использование товара

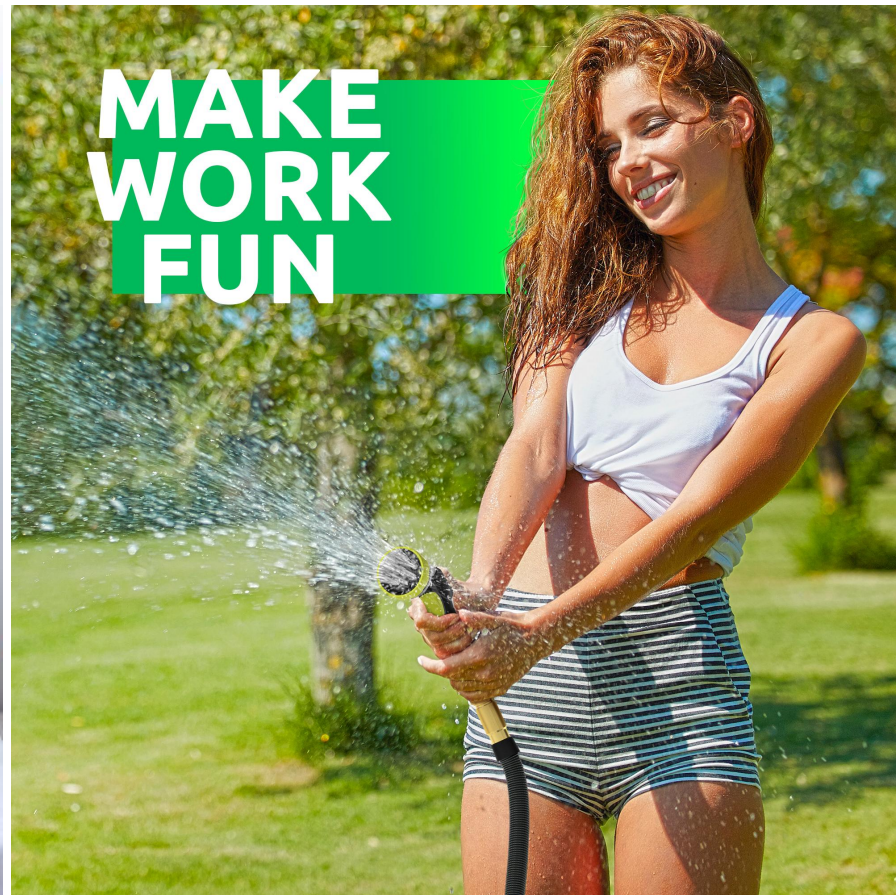


- Красивые люди;
- Красивые интерьеры и локации;
- Сильные эмоции;
- Наличие перспективы;
- Динамика в кадре;
- Товар крупно;
- Товар в фокусе;
- Центр композиции.



# Использование товара

Be creative



Динамика в кадре

# Использование товара



Сильные эмоции

# Использование товара



Профессиональное использование

# Использование товара

★ FOR THE WHOLE FAMILY ★



ROTATE  
THE SWING

LISTEN TO MUSIC



Семейные ценности. Радость. Счастье

# Использование товара

## No More Broken Vases

Watch your kids and pets enjoying their time together! With our sturdy pot the orchid is safe even after falling.



Семейные ценности. Радость. Счастье

## Использование товара

FEEL SAFE TO RIDE IN ANY WEATHER  
OR ANY ROAD WITH 800 LUMENS



**800 LUMENS** FOR A BRIGHT ROAD

**PERFECT  
ADVENTURE  
FOR ADULTS  
AND KIDS**



Разнообразие локаций

# Сравнение с конкурентом

## LONZORO steamer



## COMPETITOR steamer



Heats up quickly



Long time heating

High temperature resistant materials



You can smell burnt plastic

Safety protection



Hot water can burn

Affordable price



Expensive model

OUR CARPET



Pure white color

Smooth even fur

No shedding



ANOTHER CARPET

Yellowish tint

Non-even tangled fur

Remains on clothes

# СКИДКИ

BUY TWO  
AND GET



**15%**  
DISCOUNT

## BEST DISCOUNTS!

**2** pcs.



= **-5%**

**3** pcs.



= **-10%**

**4** pcs.



= **-15%**

**5** pcs.



= **-20%**



# Комплектация

## Complete 14 pcs Set



# Инструкция

STEP 1



STEP 2



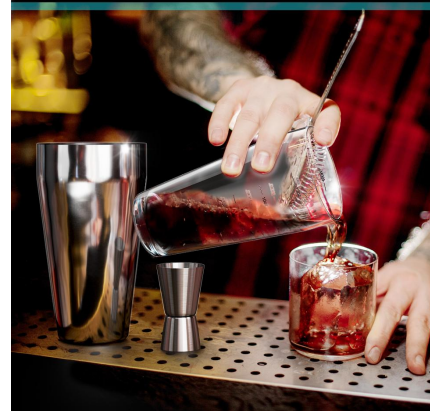
STEP 3



STEP 4



**IMPRESS YOUR CLIENTS SO THEY BECOME REGULARS!**



# Инструкция



1. PEEL OFF THE  
ADHESIVE



2. STICK THE LATCH  
TO THE FRAME



3. STICK THE LOCK  
TO THE DOOR



4. USE THE MAGNETIC  
KEY TO OPEN

## HOW TO USE THE GAUGE



1



2



3



4

# Подарок

**PERFECT  
GIFT**



**THE PERFECT GIFT**

The set that everybody will  
love to get



# Выводы

1. 3D фото и предметная фотосъемка;
2. Воронка продаж. Основные принципы;
3. Сценарии, с помощью которых необходимо выстраивать эффективную воронку продаж.
4. Основные правила оформления притягивающей Заглавной;
5. Наглядная инфографика;
6. Область применения товара;
7. Эффектные эмоциональные фото использования товара людьми (lifestyle);
8. Призыв к принятию решения.