



TERMÉKKATALÓGUS

Minták

Ékszerek

Szavak helyett beszéljenek a képek !

Ha valamiről látunk egy képet, fotót, azonnal eldöntjük, tetszik-e vagy sem. **Egy jó kép többet mond ezer szónál !** Egy jó termékfotó felkelti figyelmünket, érdeklődésünket az adott termék iránt, legyen az egy **virágcsokor, ékszer, egy üveg bor, vagy akár kávéfajták, desszertek-édességek.** A jó termékfotó mindenképpen sokat segít a termékek eladhatóságán, mely különösen fontos lehet pl: **kávéházak, cukrászdák, csokoládé boltok, kölcsönzők webáruházak, közösségi média felületek** számára. A termékfotók alapvetően természetes fényben készülnek, azonban amennyiben igény van rá, a helyszínen is elkészíthetőek.



Ékszerek

Az aukciós oldalakon (pl: eBay, Vatera, MESKA) a vásárló nem tudja kézbe venni és kipróbálni a portékát, különösen fontos, hogy termékünket jó minőségű, igényes képanyag mutassa be. Léteznek úgynevezett hangulatfotók, hangulati kompozíciók, melyek szépen, ízlésesen berendezett környezetben mutatják be az Ön termékét, termékeit. Ezek a tárgyfotók később kész képként használhatóak. E fotók fő célja leginkább a képen látható tárgyak életszerű környezetben való elhelyezési lehetősége.



Kozmetika

A jó termékfotóból rögtön látjuk, milyen a termék színe, a formája, milyen anyagból készült, milyen a használhatósága.

A legfontosabb: a jó termékfotó eladja a terméket.

A vásárlók gyakran azért vásárolnak meg egy terméket, mert a katalógusban vagy egy online felületen, weboldalon látott termékfotó érzelmileg hatással van rájuk.



Babák, játékok

Termékbemutatósi javaslatok

Bizonyára Ön is elgondolkozott már a következőn: jók a termékeim, jó az áruházam, az árképzésem, mégsem vásárolnak nálam elegen? A válasz erre a kérdésre eléggé összetett. Egy webáruház esetén ez többnyire azt jelenti, hogy igyekezzünk legjobban biztosítani a **termékbemutatósi módszert.**

Egy igazán vonzó termékinálat csodákat művelhet.



Műszaki cikkek

1. Írjon csábító termékleírásokat

A csábító és egyértelmű termékleírás a siker egyik legfőbb kulcsa.

A vásárlók döntései elsősorban érzelmi alapúak. Ezért a leírásokban fontos, hogy egyrészt hasson a vevők érzelmeire. Másrészt adjon nekik indokokat, miért érdemes az adott terméket megvenni.



Illatszerek

A gyakorlatban ez elsősorban abból áll, hogy ne ragaszkodjunk a tényszerű leírásokhoz, ecseteljük színes jelzőkkel a termék erősségeit, koncentráljunk a használatából eredő előnyökre, illetve a termék használatával megoldható problémákra.

A vevőnk szinte lássa lelki szemével a terméket, ahogy a kezében fogja, használja, illetve előre élvezze annak előnyét.



Élvezeti cikkek

2. Emelje ki a döntő információkat

Minden termékénél vannak olyan információk, melyek a döntés szempontjából különösen lényegesek. Egy bornál az évjárat, a borpince-borkészítő neve, fehér vagy vörösbor, esetleg cuvé, az alkoholtartalom stb. Egy ruhánál az anyaga, mérete stb.



Élvezeti cikkek

Ezen paramétereiket semmiképp nem célszerű egy nagy, ömlesztett leírásba elsülyeszteni és a vásárlóra bízni, hogy majd kikeresi, ha akarja.

A kiemelt paramétereiket célszerű külön hangsúlyozni, akár valamilyen egyedi megoldással megjeleníteni.

A lényeg, hogy a vásárlók minél egyszerűbben megtalálják őket, és ne kelljen egy pillanatig se keresniük ezen adatokat.



Élvezeti cikkek

3. Mutassa be a kevésbé fontos paramétereket is.

Az emberek különbözőek, vannak akiknek a döntéshez több információ szükséges. Épp ezért fontos, hogy a termékek lehetőleg a kevésbé jelentős paramétereit is tüntessék fel, de ne hangsúlyozzuk túl őket.



Élvezetek és ízek

A legfontosabb: **a jó termékfotó eladja a terméket**. A vásárlók gyakran azért vásárolnak meg egy terméket, mert a katalógusban vagy egy online felületen, weboldalon látott termékfotó érzelmileg hatással van rájuk.

Kávéházak, cukrászdák, csokoládé boltok, kölcsönzők, webáruházak, közösségi média felületek stb. számára a felépítésben, az üzemeltetésben való részvételt **TERMÉKFOTÓK** készítésével rendszeresen vállaljuk.





*www.makulamedia.hu
makula@makulamedia.hu*