

Boas fotos
BOAS
VENDAS

Boas fotos, boas vendas

A vitrine é o cartão de visitas de uma loja física. Quem é comerciante sabe que se trata de um dos investimentos mais importantes a serem feitos pelo estabelecimento comercial. .



O motivo é simples. Em uma das tantas pesquisas já realizadas sobre o consumo, a Sociedade Brasileira pelo Progresso da Ciência (SBPC) apontou, certa vez, que 89,1% dos consumidores já compraram algum produto influenciados pela vitrine.

Vitrines online

Nas lojas online acontece a mesma coisa. Só que, por se tratar de um ambiente virtual, a vitrine ganha um novo perfil, em que **as fotos são responsáveis por chamar a atenção do cliente.**



Atenção aqui!

Embora muitos comerciantes que vendem pela internet acreditem que as fotos servem apenas para mostrar como é o produto, a função delas, na verdade, vai muito além disso.

Como o consumidor não consegue ter acesso físico aos produtos e serviços, nem tocá-los ou experimentá-los, **são as imagens que cumprem esse papel.**





Portanto, não basta disponibilizar uma foto apenas porque mostra o produto no todo. Isso não é o suficiente! As fotos precisam ir além, ou seja, devem proporcionar uma **experiência sensorial** ao consumidor.



Importante

As pessoas gostam de pegar o produto na mão, mexer nele e olhar por todos os ângulos. Esse comportamento não muda quando a compra é feita pela internet.

Como se destacar?

Veja algumas dicas importantes que o ajudarão a vender mais na internet:

Surpreenda	Ofereça diferenciais na apresentação de seu produto ou serviço.
Não confie apenas em sua opinião	A criatividade é a melhor aliada das vendas.
Não subestime o poder das fotos	Elas podem despertar o desejo de compra do cliente.

E lembre-se, em um ambiente onde boa parte dos vendedores não dá tanta importância para a fotografia, aquele que o faz se destaca!



Atenção aqui!

Uma loja física costuma concorrer com as rivais do bairro ou das proximidades, por exemplo. Mas a loja online tem um alcance muito maior: ela compete com lojas de todo o país e até do mundo, sejam elas do mesmo tamanho da sua ou não.

A importância das fotos nas vendas online

A primeira impressão é a que fica, já diz o ditado. Mas se fosse possível adaptá-lo às vendas online, talvez ele seria: A primeira impressão é a que fica e **a primeira boa impressão é a que vende!**



Refleta!

Qual é a primeira impressão que seu cliente tem ao se deparar com o site, blog ou publicações nas redes sociais do seu negócio?

E com relação aos produtos expostos em um marketplace? Dá vontade de continuar navegando para ver os produtos e serviços que você tem a oferecer?

Portanto, fique atento às fotos exibidas em sua página. Elas reproduzem a qualidade dos seus produtos e serviços!



Investimento x Concorrência

Embora o investimento feito em um comércio pela internet seja mais baixo do que em um espaço físico, a **concorrência** é inegavelmente maior. E o destaque nem sempre está relacionado ao preço, já que o valor de venda e as formas de pagamento costumam ser muito parecidos entre as lojas online.



Atenção aqui!

Mais importante que chamar a atenção do usuário e efetuar a venda, é evitar o efeito contrário. Você não pode ser o trampolim que levará o cliente para a concorrência. Pense nisso!

Logo, para que os usuários navegadores se transformem em compradores, não há mistério: você deve mostrar a eles, da melhor maneira possível, a qualidade dos produtos e serviços que você vende. E isso pode ser feito por meio de postagens que exibam **fotografias com qualidade**, capazes de mostrar o que de melhor o objeto tem a oferecer.



Na prática!

Para fazer boas fotos não é necessário investir grande parte do orçamento em equipamentos de alta tecnologia. Mais do que isso, o que define a boa qualidade de uma foto é o olhar de quem está atrás da câmera. E também a sua criatividade.



Imagens que atraem clientes

Muitos vendedores pensam que para ter boas imagens na sua loja virtual é preciso comprometer boa parte do orçamento. Mas nem sempre é assim.

Quem está começando muitas vezes não tem dinheiro para investir em fotografias profissionais, mas nem por isso deve se descuidar desse fator tão importante. Saiba que boas fotos também podem ser produzidas dentro de sua própria casa, feitas com o próprio celular.

Veja algumas **técnicas básicas** para começar a produzir.



1. Tenha uma boa câmera



Isso não significa, necessariamente, ter um equipamento fotográfico profissional ou semiprofissional. Muitas vezes, ela pode estar embutida no próprio aparelho celular, já que, hoje em dia, alguns modelos oferecem resolução avançada e câmeras quase profissionais.



Algumas marcas chegam a disponibilizar recursos que dão ainda mais qualidade à foto, como o retrato, que destaca o objeto em primeiro plano e desfoca o fundo. Mas para quem não tem um aparelho com câmera tão boa, há ainda diversas opções de aplicativos que permitem a aplicação de recursos fotográficos que melhoram a imagem.

Portanto, se o orçamento permitir, é interessante investir em fotos, com:



Celular de qualidade



Câmera profissional



Fotógrafo especialista



Na prática!

Faça os cálculos, pesquise os preços e decida em qual dessas opções vale a pena investir, ou seja, qual delas apresenta o melhor custo-benefício e, ao mesmo tempo, combina com a sua proposta de negócio.

2. Prepare o ambiente

Uma boa foto é feita de detalhes e o primeiro deles é o **ambiente**. Então, cuidado na escolha do local.

Regra de ouro: volte a sua atenção para todo o cenário que compõe o enquadramento da foto, não só para o objeto ou modelo em si.

- Olhe para o fundo e para os lados da foto.
- Verifique se existem pessoas, animais, sombras, lixeiras, ou qualquer outro elemento que possa interferir acidentalmente no resultado.



Na prática!

Para as fotos feitas em casa, o ideal é criar um miniestúdio fotográfico dedicado exclusivamente a esse fim. Ele não precisa ocupar um quarto inteiro. Muitas vezes, basta um canto ou um espaço específico que tenha uma boa iluminação ou um cenário bonito atrás (com uma janela ou quadros na parede, por exemplo).



Fundos de uma só cor

Costumam simular sensação de profundidade, ou fundo infinito, o que pode ser interessante para algumas fotos específicas. Afinal, eles destacam o objeto e dão melhor compreensão de sua textura e cores. Em geral, os mais utilizados são o fundo branco, cinza, bege ou preto.



Na prática!

Se para criar fundos de uma só cor precisar usar lençóis ou tecidos, tenha cuidado com as dobras aparentes. Além disso, não se esqueça de limpar bem a superfície onde o produto estará posicionado – evite paredes sujas ou com manchas (e isso também vale para o próprio objeto).



Case de Sucesso

Veja um case de sucesso relacionado ao uso de estúdios em casa e fundos monocromáticos.



Dois empresários de São Paulo perceberam logo cedo a importância das fotos para o e-commerce e passaram a fabricar e vender miniestúdios fotográficos para serem utilizados dentro de casa. A estrutura é leve, portátil e feita de plástico. Vem com iluminação de LED branco, que não altera a cor dos produtos e não produz sombras. A montagem é feita com ímã. O produto é vendido pela internet em dois modelos: o maior por R\$ 399 e o menor por R\$ 198.

3. Mantenha a estabilidade do equipamento

Para quem não consegue ter firmeza com a câmera ou com o celular, é importante providenciar um tripé ou uma superfície plana fixa para servir de apoio e garantir que a foto saia nítida. Isso evita movimentos e vibrações na hora de apertar o botão do clique, que deixam a foto tremida, desfocada ou com borrões.



4. Cuidado com a iluminação

Nada substitui a luz natural!

Dê preferência para a luz natural, quando possível. Ela é sempre melhor que o uso do flash, nada a substitui. Então, priorize os locais claros e bem iluminados e os dias bonitos de sol. Aquele efeito colorido e iluminado que o céu azul e o sol forte proporcionam também se reproduzem nas fotos.



Na prática!

Se puder fazer as fotos ao ar livre, melhor ainda. Nesse caso, prefira o começo da manhã e os fins de tarde, que apresentam menos probabilidade de causar sombras. Evite, por exemplo, fazer fotos contra o sol (ou contra a luz). Embora causem efeitos lindos, mostrando apenas a silhueta, os detalhes do produto ficam escondidos.



Flash: Usar ou não?

O uso do flash deve ser evitado, a não ser que não haja alternativa. Isso porque ele proporciona um único tom, sem realçar os detalhes e características. Além disso, costuma acentuar ainda mais as sombras, o que pode interferir na qualidade da foto.



Na prática!

Não se recomenda o uso de flashes. Mas, claro, tudo depende do efeito que você deseja criar. Para amenizar, utilize uma cartolina branca para controlar a luz. Posicione-a perto do objeto até que a luz se expanda e preencha as sombras.

Aliás, a sombra é outro fator importante para se preocupar. Fique atento. Ela costuma passar uma imagem amadora e pode esconder algum ponto importante.

5. Atenção aos detalhes

Na hora de fazer uma foto, não preste atenção somente ao objeto principal. Lembre-se de que outros elementos também fazem parte dela, especialmente quando não há fundo neutro e o objeto está inserido dentro de um contexto.



Veja algumas dicas de cuidados que você deve tomar na hora de fotografar seu produto:

#DICA 1	Elementos parcialmente cortados	Se o objeto estiver em frente a uma janela ou a uma árvore, enquadre-as exatamente no centro da imagem. Evite que o topo, os pés ou as laterais sejam parcialmente cortados pela foto, por falta de atenção.
#DICA 2	Fotografe os mesmos objetos em cenários variados	Não se contente com um só cenário, para que depois tenha mais opções para escolher. Ou até mesmo para ter outro conteúdo para disponibilizar ao seu cliente.

6. Fotografe o uso do produto

Use a criatividade para mostrar ao consumidor todos os ângulos e opções de uso do produto que você está vendendo. Faça-o ter ideia do tamanho e da proporção do objeto.

Se você está comercializando uma estante, por exemplo, mostre o passo a passo dela sendo montada e como ela fica em uso, colocando alguns objetos como enfeite. Além disso, posicione-a em alguma parede com alguns quadros, para compor o cenário.



E se você vende roupas, faça com que alguém as vista, em vez de só posicioná-las frente e verso em cima de uma mesa. O ideal também é incentivar que o modelo não faça poses prontas, de um jeito que ninguém age no dia a dia. Quanto mais natural, mais atenção vai chamar.

Priorize sempre as atividades normais do cotidiano, como entrando em casa, abrindo a porta do carro, entrando no ônibus ou fazendo compras em um supermercado, por exemplo.

7. Varie os ângulos

Fazer várias opções de foto não significa variar apenas entre o fundo neutro e um cenário com contexto. Em cada uma dessas opções, diversifique também os ângulos. Fotografe o produto pelo lado direito, pelo lado esquerdo e por várias posições do alto, por exemplo. Faça com que todos os detalhes do objeto apareçam na foto.



Além disso, faça fotos iguais com todos os produtos que são semelhantes, que têm um ou outro detalhe diferente – como as cores, por exemplo. Esse, aliás, é um erro básico de boa parte dos comerciantes de lojas online: publicar a foto de determinado produto, caprichar no ângulo, mas colocar a legenda “disponível também nas cores verde e vermelho”.



Na prática!

Faça diferente. Disponibilize fotos iguais dos produtos em verde, em vermelho e em todas as cores em que ele estiver disponível. Não se contente apenas em informar por escrito essa variedade.



8. Busque insights

Procure ser o mais criativo possível na produção das fotos. Para se inspirar, siga perfis de fotógrafos que você admira e cujas imagens chamem a sua atenção no Instagram e no Facebook.



Além disso, a internet está repleta de sites que funcionam como banco de imagens, com milhares de fotografias à venda, como o Shutterstock e o iStock. Procure dar uma olhada neles, faça uma busca por palavras-chave e se inspire no olhar de fotógrafos do mundo inteiro. Veja como eles fazem as fotos, os ângulos e o contexto que utilizam. Muitas ideias de estilo podem ser tiradas dali.



Atenção aqui!

Caso prefira comprar a foto desses bancos, muita atenção com o direito autoral de quem as fez. É preciso que a foto esteja acompanhada de uma fonte com o nome do seu autor.

Checklist

Para que você não se esqueça de nenhum detalhe importante na hora de fazer uma boa foto, disponibilizamos um **passo a passo** para ajudá-lo nesse desafio. Acompanhe!

✓	1	A foto não está contra a luz.
✓	2	A foto não está escura.
✓	3	A luz natural está nas proximidades, iluminando o objeto.
✓	4	Não há sombras em cima do objeto, nem nos seus arredores.
✓	5	Todo o cenário ao fundo está enquadrado.
✓	6	Os elementos que aparecem ao fundo não estão cortados.
✓	7	Não existe nenhum elemento estranho à foto aparecendo acidentalmente ao fundo ou ao redor.
✓	8	O tecido ou lençol utilizado para fundo neutro está reto e não há dobras.
✓	9	O tecido ou lençol utilizado para fundo neutro não está sujo.
✓	10	A parede ao fundo não está suja, manchada nem descascada.
✓	11	O objeto a ser fotografado não está coberto de pó.
✓	12	A foto não está tremida.
✓	13	O objeto não saiu desfocado.
✓	14	O produto foi fotografado por vários ângulos.
✓	15	O produto foi inserido em um contexto do dia a dia.
✓	16	Os objetos que ligam e desligam foram filmados para mostrar o seu funcionamento.
✓	17	Os objetos com cores diferentes foram fotografados um por um.
✓	18	Os produtos de vestuário, calçados e acessórios foram fotografados no corpo de pessoas.
✓	19	A imagem tem uma resolução alta.
✓	20	As imagens compradas têm o nome do autor.

Não é interessante ter em mãos um lembrete desses para descartar as possibilidades de erro ao fotografar e postar uma imagem? Então, aproveite essa dica, faça cópias e utilize como um checklist para obter a sua imagem ideal.

Conclusão

O consumidor costuma ser mais racional com as compras que realiza pela internet do que com aquelas que faz pessoalmente. Isso porque no ambiente virtual é mais fácil e menos trabalhoso fazer pesquisas. Inclusive, há sites que realizam a própria comparação de preços e a disponibilizam ao usuário.

Então, nesse contexto, é preciso criatividade para se diferenciar da concorrência e chamar a atenção dos clientes, independentemente se você possui um site, um blog ou se vende por meio de redes sociais ou marketplace.

Coloque-se no lugar do seu cliente e procure pensar como ele. E não se esqueça: **as pessoas compram com os olhos!**

Referências

G1 GLOBO.COM. **Miniestúdio fotográfico facilita a venda dos e-commerces.** Pequenas empresas & Grandes negócios. São Paulo. 2018. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/pme/pequenas-empresas-grandes-negocios/noticia/2018/05/mini-estudio-fotografico-facilita-venda-dos-e-commerces.html>. Acesso em: 2 jun. 2019.

GODOY, Bianca. **Guia indispensável de como tirar fotos de produtos para loja virtual.** Mandaê. 2016. Disponível em: <https://www.mandae.com.br/blog/como-tirar-fotos-de-produtos-para-loja-virtual-guia-indispensavel/>. Acesso em: 1o jun. 2019.

iStock. Disponível em: <https://www.istockphoto.com>. Acesso em: 2 jun. 2019.

MAZETO, Thiago. **Fotos no e-commerce: 10 dicas para conseguir ótimas imagens.** Ecommerce Brasil. 2017. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/fotos-no-e-commerce-10-dicas-para-conseguir-otimas-imagens/>. Acesso em: 1o jun. 2019.

SEBRAE MERCADOS. **Dicas de como tirar boas fotos para seu e-commerce.** Disponível em: <http://www.sebraemercados.com.br/dicas-de-como-tirar-boas-fotos-para-seu-e-commerce/>. Acesso em: 22 maio 2019.

Shutterstock. Disponível em: <https://www.shutterstock.com/pt/>. Acesso em: 2 jun. 2019.

The image features a vibrant yellow background with a large, abstract teal shape in the center. This teal shape is filled with a fine, diagonal hatching pattern. The word "SEBRAE" is written in a bold, white, sans-serif font across the middle of the teal area. The letters are slightly offset, with the 'S' and 'E' on the left and 'B', 'R', 'A', 'E' on the right. Above the 'B' and below the 'A' are two horizontal white bars, one above and one below, which are part of the logo's design.

SEBRAE