

LAP

by LAP Marketplace.

 academy

 *academy*

INSTRUCTIVO

Contenidos Gráficos

amazon



Contenidos Gráficos?

Para sacarle el máximo partido a tus ventas, es imprescindible que tu contenido gráfico alcance su máximo potencial. La mayoría de las decisiones de compra son tomadas por percepciones visuales, es por eso que te enseñaremos las **3 formas principales de mostrar tu marca en Amazon**. Te explicaremos más adelante cada formato, para qué sirve y cómo desarrollarlo de la mejor manera.



Antes de Comenzar

Si tienes un servicio profesional de fotografía y diseño, te será muy fácil complementar las habilidades de tu equipo con esta guía. De lo contrario, ¡no tengas miedo! siguiendo nuestros consejos y referencias te ayudaremos a gestionar tu propio material.

HARDWARE Y RECURSOS 1

TODO LO QUE NECESITAS ANTES DE COMENZAR A TRABAJAR TUS GRÁFICAS

BRAND GUIDELINES



Primero: Tener un logotipo. Es casi obligatorio para no ser vistos como un producto genérico, de otra manera nuestros clientes no podrán percibir que somos una marca, lo cual es esencial para darle seriedad y confianza a todo negocio y lo más importante: **¿Cómo volverán a comprar tu producto, si no saben quién lo vendió?**

Tener una marca e una identidad corporativa definida y completa puede ser la base de todo tu material si cuentas con un buen desarrollo gráfico anterior al ingresar al marketplace, quizás puedas prescindir de muchos de los otros materiales.

HABLAMOS DE:
Logotipo / Imágenes Corporativas / Fotos del producto profesionales o semi-profesionales / Tipografías de tu marca / Íconos / Infografías.

FOTOS DE PRODUCTO



En internet, las apariencias importan: Cómo mostrar tu producto es fundamental y debemos mostrar siempre lo mejor que podemos llegar a ser, cuenta siempre con una muestra de tu producto en condiciones óptimas.

Aunque afecte el realismo, cuida los ángulos e investiga referencias, los productos tienden siempre a mostrarse de maneras y posiciones impresionantes para convencer al comprador.

Si es necesario. Resalta colores, formas o exagera características usando el poder de las imágenes. **Recuerda que estas fotografías son clave para construir el resto de tu material gráfico.**

HARDWARE Y RECURSOS 2

TODO LO QUE NECESITAS ANTES DE COMENZAR A TRABAJAR TUS GRÁFICAS



CÁMARA

Procura usar un buen equipo. Si no cuentas con el apoyo de un profesional, tranquil@. Puedes autogestionar tus propias fotos de producto y listings usando la creatividad y siguiendo estos consejos

CÁMARA VS SMARTPHONE

Prefiere siempre el uso de una cámara profesional o semiprofesional, también recomendamos, si puedes costearlas, fotos de estudio. Pero si no tienes acceso a ninguna de las anteriores los teléfonos de última generación y una buena iluminación pueden ser buenos aliados. Más adelante damos detalles técnicos de pixelaje y tamaños de archivo.

HABLAMOS DE:

- Cámara profesional o Semi-Profesional.
- Smartphone de última generación (cámara igual o superior a 12 megapixeles)



DISEÑO GRÁFICO

Trabajar muchas de las gráficas requieren conocimientos de diseño, sobre todo nuestras queridas infografías. **Cada formato específico tiene sus medidas y resolución determinada,** es por eso que para mostrar nuestra marca de la mejor forma debemos implementar de manera correcta las piezas según los requisitos que nos entrega Amazon.

Si cuentas con un diseñador freelance, agencia o simplemente autogestionas tus propios diseños, **los conocimientos de esta guía serán suficientes para desarrollar tus gráficas con éxito.**

Si tienes dudas, podemos ayudarte para facilitar el trabajo de tu equipo y explicar cada formato de publicación que permite la plataforma.

SERVICIO DE DISEÑO

Si necesitas que desarrollemos tu material gráfico, ¡podemos hacerlo! **Contacta a nuestro equipo y recibirás una propuesta económica.**

¿Qué formato de publicación aprenderás a manejar hoy?

Aprenderás a crear un
amazon
listing

Un **Product Listing** es básicamente un pequeño catálogo de productos, dejarlo 10/10 es imprescindible para tus ventas y destacar entre tus competidores mediante el poder de las imágenes.

Un Product Listing es el **material primordial y obligatorio** para todo producto en Amazon. Sin las fotos de tu listing no puedes vender.

Formato de Fotos Listing

2000 px X 2000 px (mínimo)

Es muy importante respetar las exigencias y que las imágenes siempre superen o igualen el tamaño en pixeles para que todo luzca en buena definición.

Modo de Color RGB

El modo de color RGB es el nativo de las pantallas, si exportas tus piezas a partir de un modo de Color CMYK, el formato para impresos, los colores de tus gráficas se verán comprometidos y cambiarán.

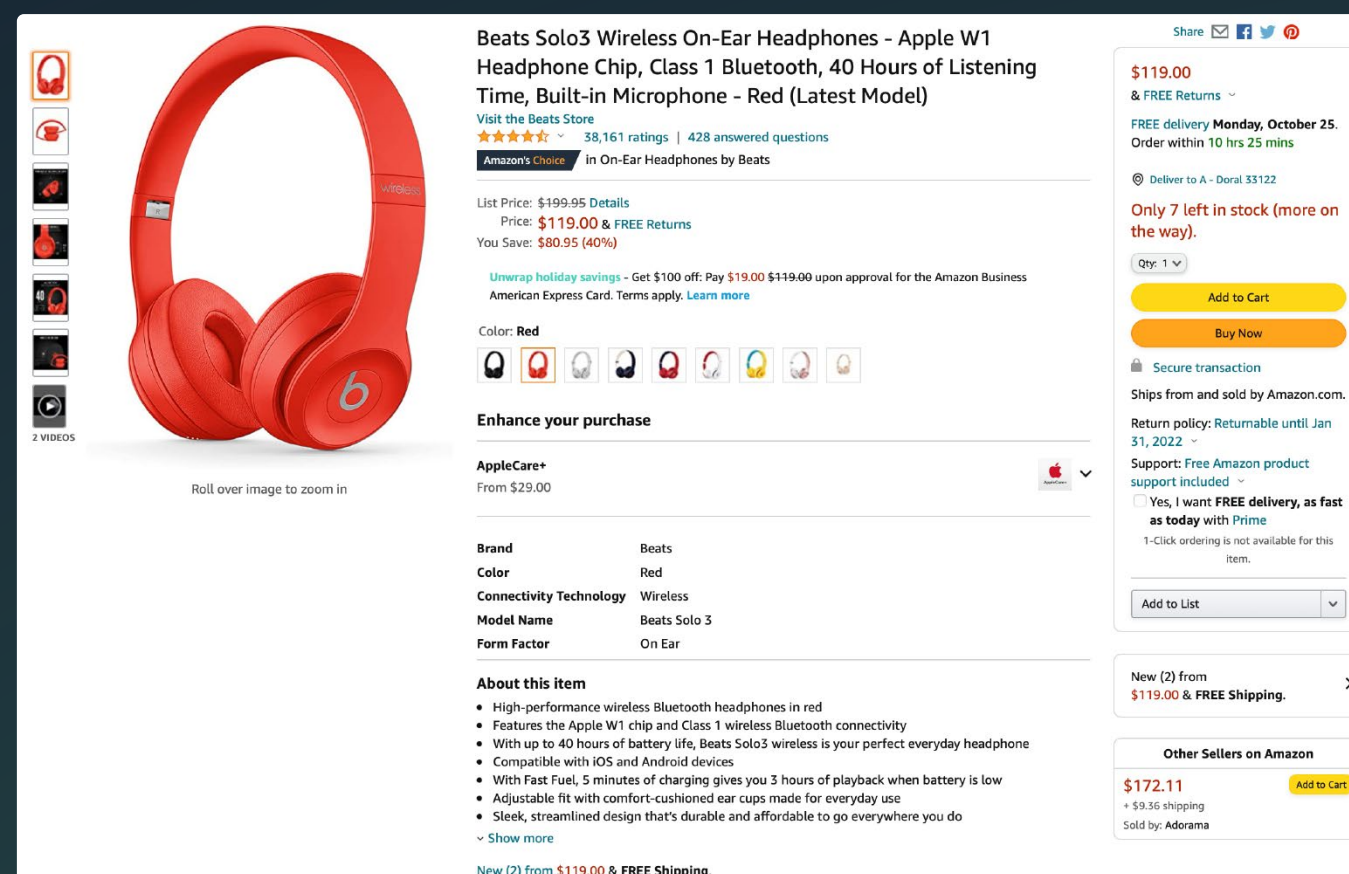
Especificaciones de Formato

LOS PÍXELES IMPORTAN

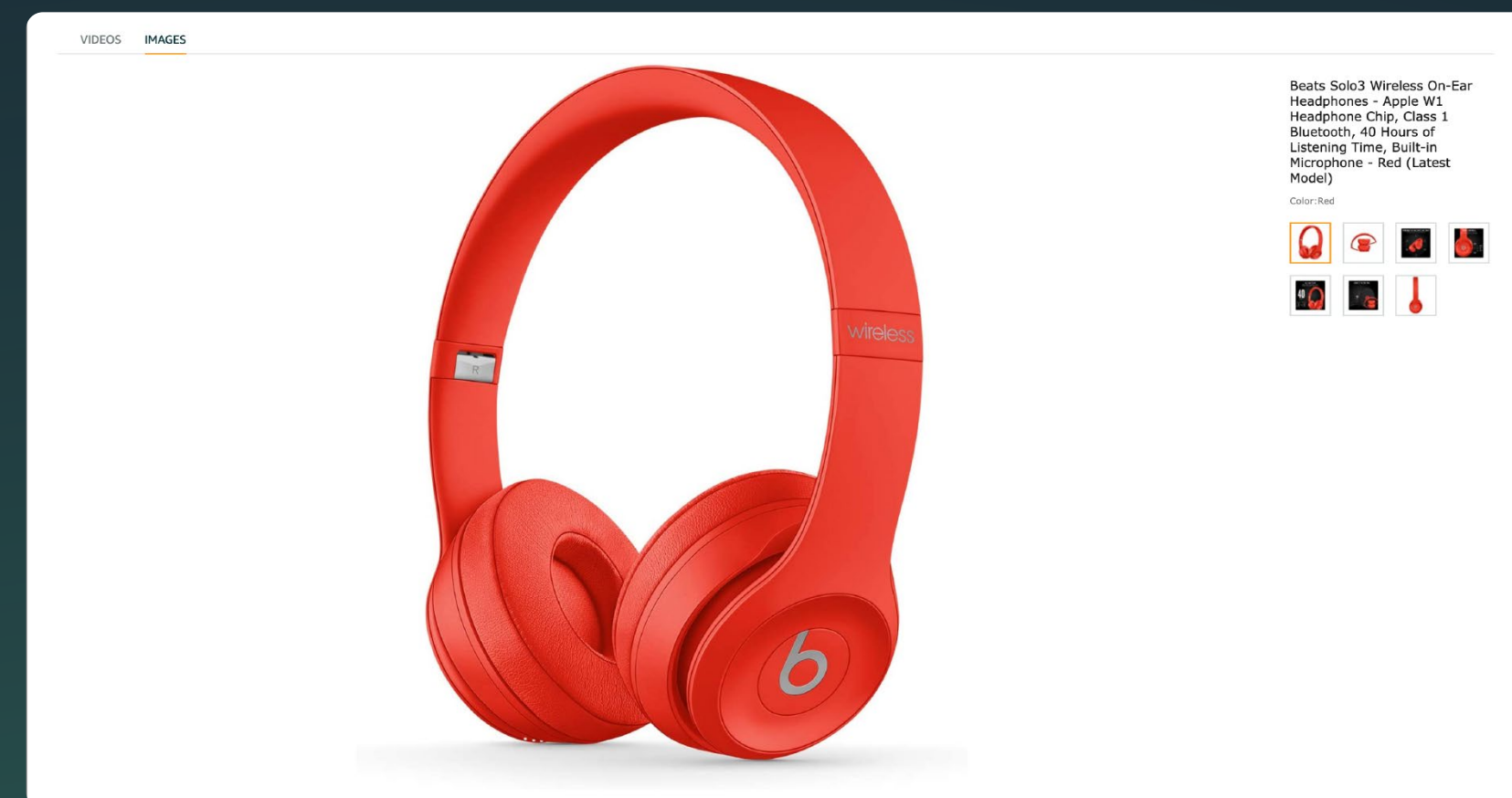
Al editar recomendamos usar siempre material en alta calidad incluyendo logotipos. Estamos en la era de las pantallas y los estándares son altos, te podrá parecer que es mejor publicar una mala foto antes de no publicar, pero no es así, las fotos pixeladas muchas veces empeoran la percepción del consumidor y en vez de solucionar un problema estaremos generando el rechazo de muchos compradores que toman decisiones a partir de los contenidos visuales de un producto o marca.

¿Cómo se ve y qué fotos subir en un Amazon Listing?

Vista Predeterminada



Zoom in

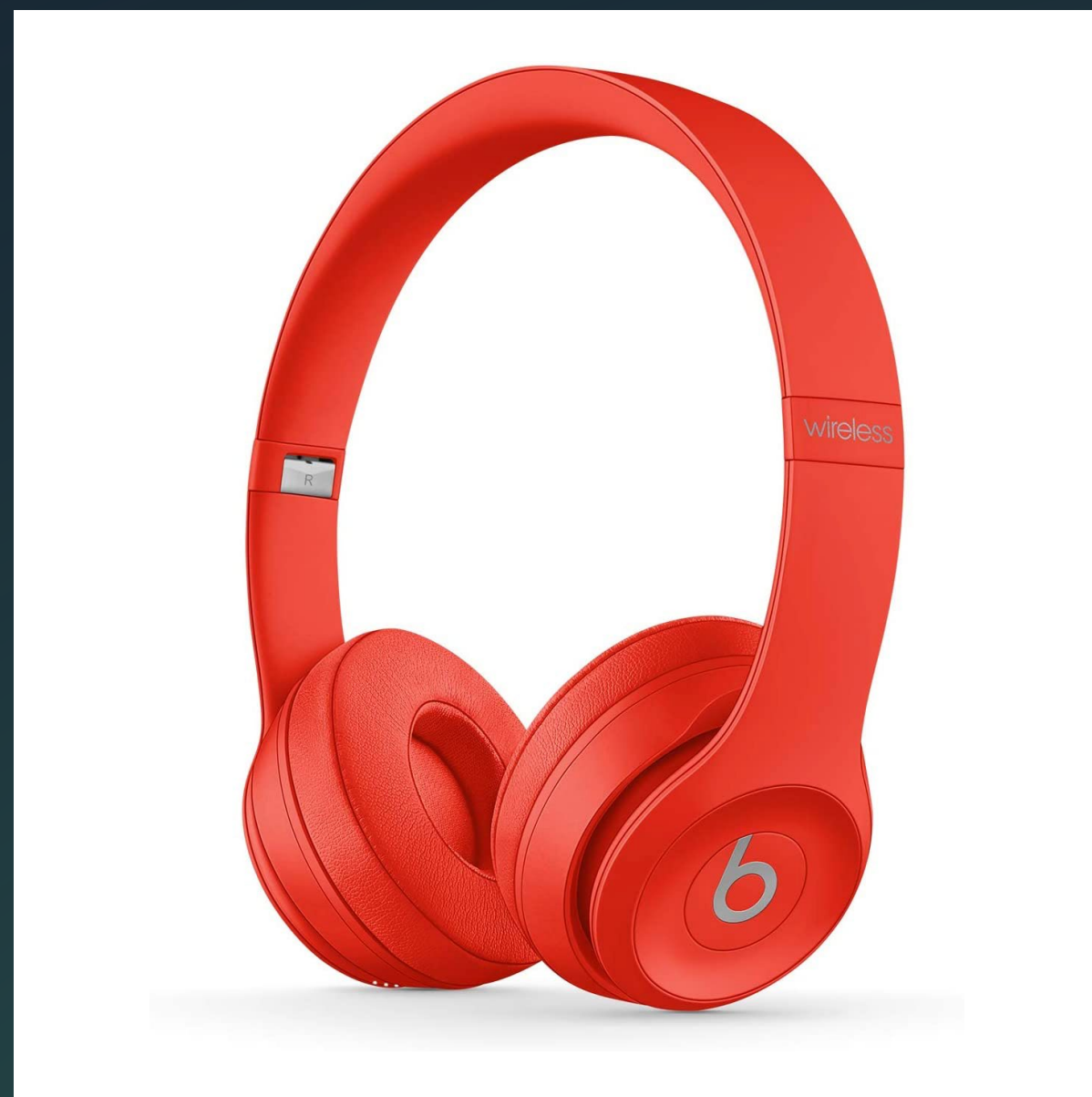


KEYPOINTS

- RELACIÓN ASPECTO 1:1
- 2000 X 2000 MÍNIMO
- 150 PP / DPI MÍNIMO

Es bueno estandarizar el tamaño de tus fotos mediante el encuadre, ya que el tamaño predeterminado de vista en miniatura, predeterminada o en zoom están en una **relación de aspecto 1:1** (son cuadradas) un tamaño mínimo de **2000x2000** permitirá que los distintos clientes tengan una buena resolución tanto en las miniaturas, como en las vistas predeterminadas o al hacer zoom. Si te está ayudando un diseñador o equipo creativo recomiéndales trabajar a una resolución de **150 pp** (puntos por pixel) como mínimo.

PASO 1: La Primera Foto Product Image o Main Photo

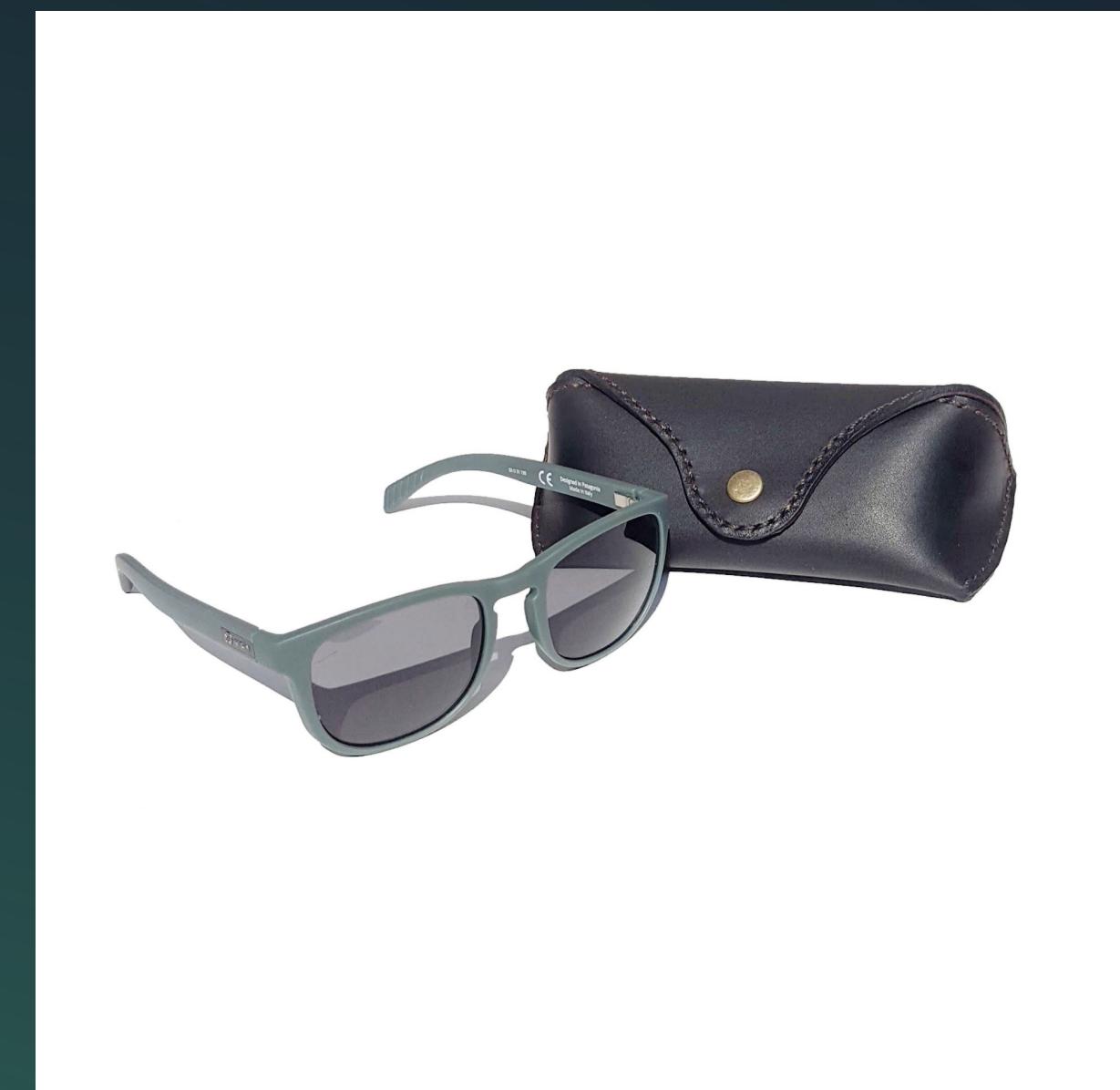


LA MEJOR CARA DE TU PRODUCTO

Lo primero que vamos a utilizar de los recursos que mencionamos anteriormente son las fotos de producto.

Lo más relevante es que el producto se encuentre montado sobre un fondo totalmente blanco. Este es un requisito para todos los productos y es la única foto 100% reglamentada. No puede ser acompañada de otras imágenes, vectores o recursos gráficos. Debemos mostrar de mejor manera el objeto o producto que recibirá el cliente en sus manos.

Importante recomendación: En el ejemplo de la izquierda, vemos audífonos: No significa que se vendan sueltos. Su packaging es un punto clave, pero será mostrado en otra foto posterior para darle protagonismo al objeto físico que está buscando el cliente. Aunque puedes combinar las dos y muchos productos lo hacen para resaltar su empaque cuando consideran que es un punto clave del producto, como ocurre en el ejemplo de la derecha: Es un plus que los anteojos de sol vengan con un estuche ya que los convierte en un factor que debemos comunicar. En resumen, **ármala como prefieras usando el sentido común y tu intuición considerando el tipo de producto que vas a publicar.**



Tablero de Referencias

Product Image o Main Photo



¡Es simple! Finalmente se trata de mostrar lo más claro posible lo que recibirá o está buscando el consumidor final. Debemos tener en cuenta que hay muchas marcas que prefieren mostrar varias vistas del producto. Esto se da en categorías en donde ver el producto desde todos sus ángulos es un factor clave como por ejemplo: Tecnología (Diseño del producto), Alimentación (Etiquetas) o Ropa (Diseño del producto). El último ejemplo lo comunica perfecto:

PASO 2: Estructura de un Listing Complementando tu Product Image



*¡Llegó la hora de completar el listing!
En las siguientes imágenes, eres relativamente libre. Pero
tenemos muchas recomendaciones e ideas que aportar a
que lo crees de manera óptima.*

La idea y principal objetivo es complementar la foto principal. Como mencionamos antes muchos vendedores optan por mostrar más vistas de su producto si consideran que verlo desde todos sus ángulos es un punto clave. **Pero lo verdaderamente importante de estas 6 fotos restantes es resolver todas las dudas que tenga un potencial consumidor. Recuerda que se trata de comercio en línea, una persona que no tiene el producto en sus manos, de seguro tiene muchas preguntas y si una muy importante queda sin resolver, como pueden ser en el caso de alimentos, ingredientes o la tabla nutricional, probablemente decidan no comprarnos por el simple hecho de que le falta información para estar seguros.**

Completa tu listing Resolver Preguntas 1

POSIBLE PREGUNTA:

¿CON QUÉ DISPOSITIVOS SON COMPATIBLES? ▾

GRÁFICA QUE LA RESPONDE:



POSIBLE PREGUNTA:

¿SON PLEGABLES? ▾

GRÁFICA QUE LA RESPONDE:



POSIBLE PREGUNTA:

¿TIENEN CONTROL BLUETOOTH? ▾

GRÁFICA QUE LA RESPONDE:



No es que tengas que escribir preguntas literalmente, si no que éstas nos ayudan a poder determinar cuál será el contenido que llevará cada gráfica a ser útil para un potencial cliente. Si eres capaz de empatizar con el comprador y visualizar qué preguntas pueden nacer a la hora de visualizar tu producto, generar el contenido será tarea fácil.

Completa tu listing Resolver Preguntas 2

POSIBLE PREGUNTA:

¿CUÁNTO DURA LA BATERÍA?



GRÁFICA QUE LA RESPONDE:



POSIBLE PREGUNTA:

¿EL CARGADOR ESTÁ INCLUIDO?



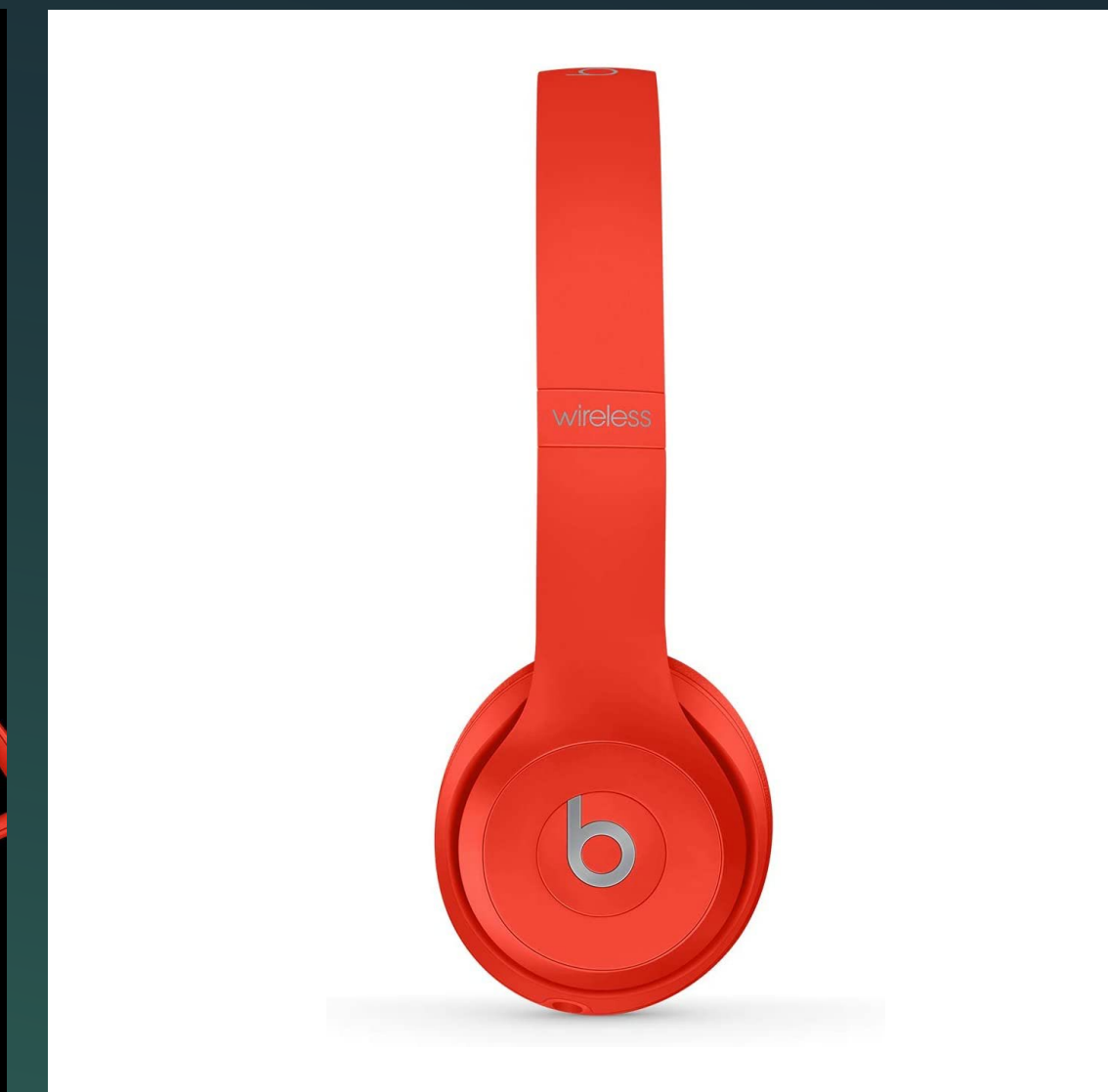
GRÁFICA QUE LA RESPONDE:



POSIBLE PREGUNTA:

¿CÓMO SE VEN DE PERFIL?

GRÁFICA QUE LA RESPONDE:



Lo más importante, al decidir el contenido de cada una de estas fotos es **no dejar nada al azar**. Ya que cada foto es un **impacto posible que resolverá una duda o aportará a la decisión de compra final** de nuestros posible consumidor.

Completa tu listing

Resolver Preguntas 3

Te recomendamos este listado de posibles preguntas para orientar tus decisiones:

¿CUÁL ES EL VALOR NUTRICIONAL?

¿ES RESISTENTE AL AGUA?

¿CUÁL ES EL RELATO DETRÁS DEL PRODUCTO?

¿CUÁL ES SU LUGAR DE ORIGEN?

¿QUÉ HACE SU INGREDIENTE?

¿HACE CUANTO EXISTE?

¿CÓMO SE FABRICA?

¿PARA QUÉ SIRVE?

¿ESTÁ DISPONIBLE EN OTROS COLORES?

¿CÓMO SE PREPARA?

¿QUIÉNES LO VENDEN? (INFORMACIÓN DE MARCA)

¿CÓMO SE USA?

¿CUÁNTO MIDE?

¿ES 100% NATURAL?

¿HACE CUÁNTO SE VENDE?

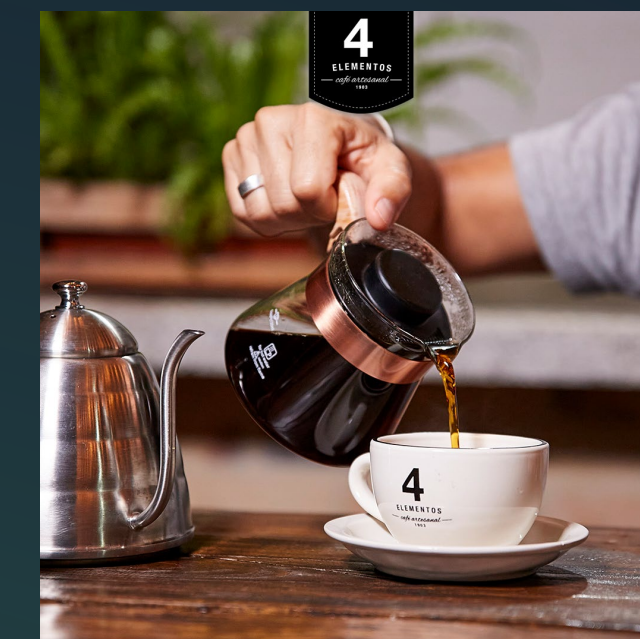
El punto que queremos establecer es que cada una de estas preguntas que irán implícitas, sean en lo posible, preguntas frecuentes implícitas que cualquier persona pueda llegar a preguntarse y a través de las gráficas logre responderlas. Recuerda también resaltar todos los atributos destacables de tu producto. Si consideras que tu producto es simple de entender, toma decisiones que lleven a ser visto como una propuesta atractiva.

DOES & DON'TS DE UN PRODUCT LISTING

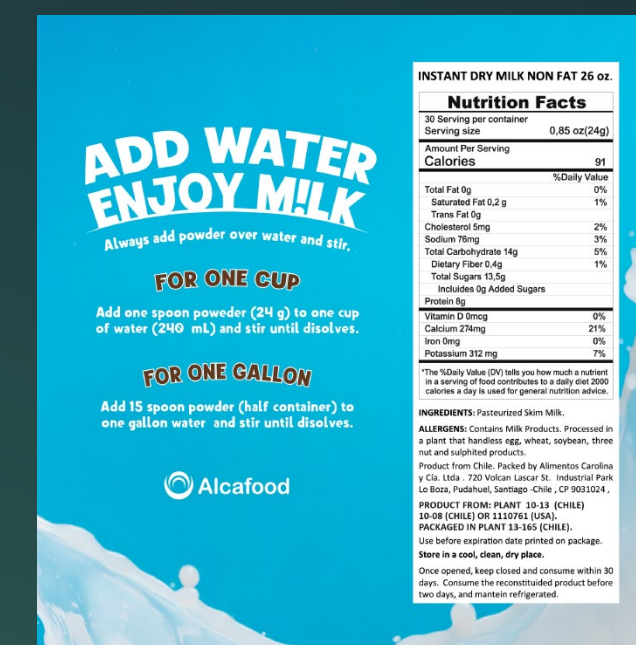
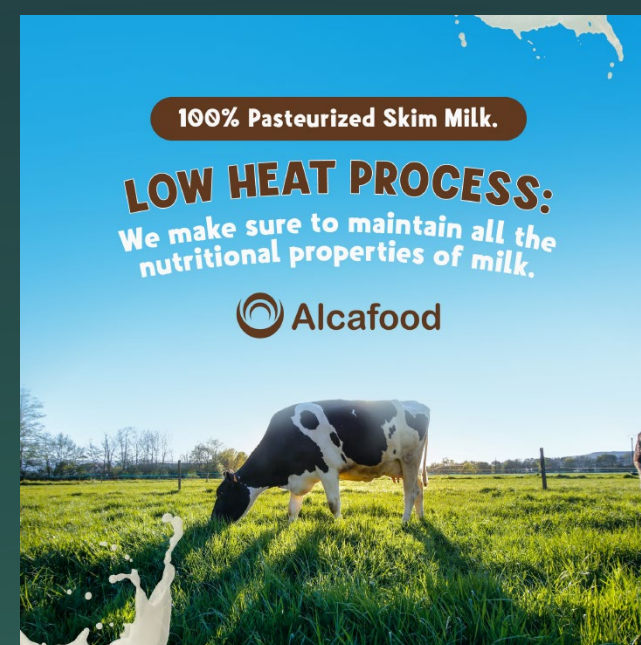
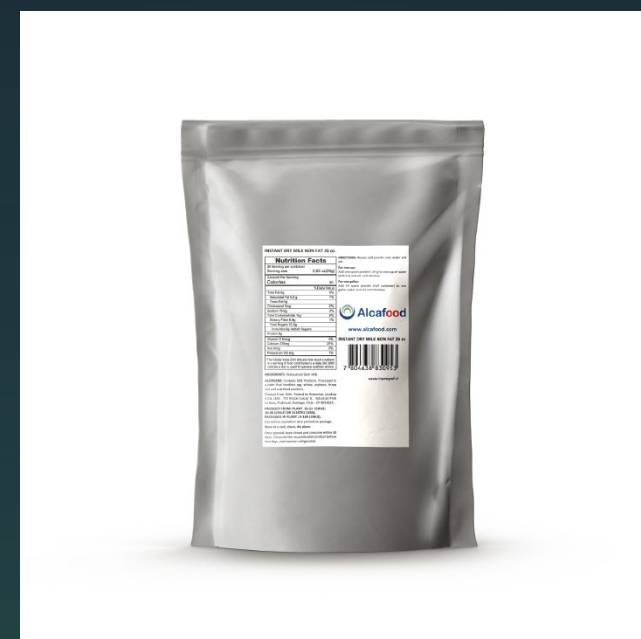
ALGUNOS CONSEJOS GENERALES PARA TU LISTING

- Las imágenes debe **representar tu marca o producto**.
- **No debe exceder los 10.000px** en ningún extremo.
- Debe ser entregada en **formatos JPEG (.jpg or .jpeg) o PNG(.png)**
- La imagen **no debe incluir logos de Amazon**, ni nada que haga referencia a Amazon.
- Las imágenes **no deben estar borrosas ni pixeladas**.
- La ropa de hombres y mujeres debe ser **fotografiada sobre un modelo**.
- La ropa destinada a menores de edad **no debe mostrarse en modelos, únicamente en fondos planos**.
- La imagen principal o Product Image debe estar **sobre un fondo totalmente blanco**, si puedes chequea que el valor de color RGB corresponda a 255, 255, 255 (Pure White).
- La imagen principal o Product Image **tampoco debe incluir artículos extra o imágenes que confundan a los consumidores**.
- **Evita imágenes en donde el producto esté cortado**.
- Trata de mostrar a lo largo del listing **tu producto en todas las vistas y ángulos que son importantes**.
- **Usa todo el espacio disponible**.
- Intenta usar siempre **imágenes y letras claras**.
- Trata de ayudar al cliente **mostrando el producto en acción**.
- **No satures de información las imágenes**, ya existe un espacio para completar información en cada listing.

Tablero de Referencias Listing Gráfico



Tablero de Referencias Listing Gráfico



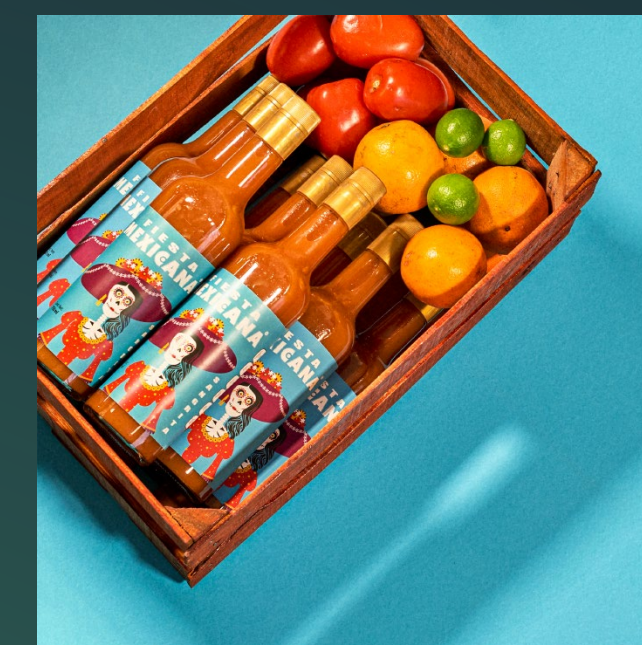
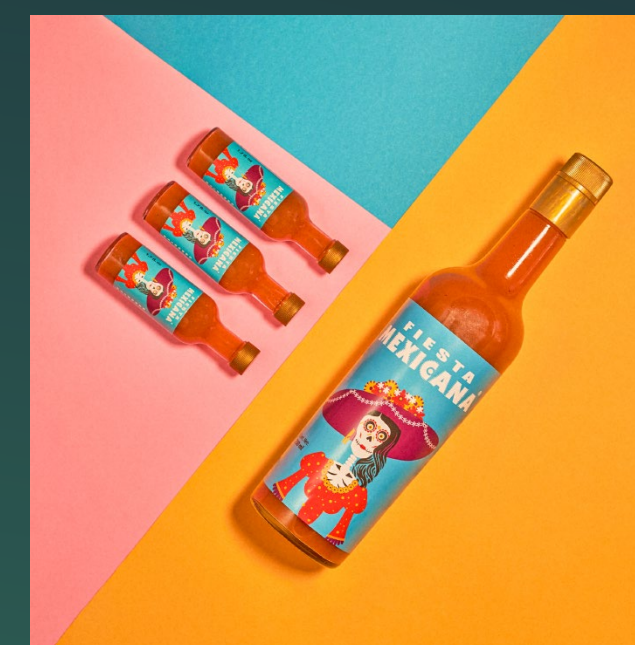
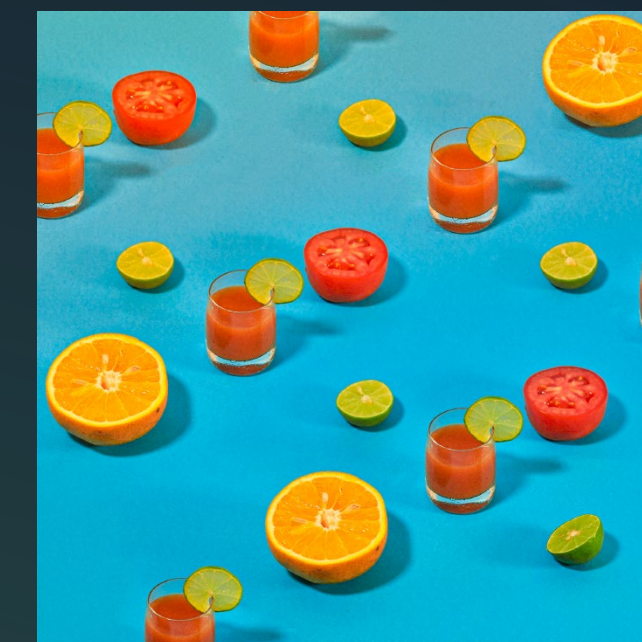
Tablero de Referencias

Listing Gráfico



Tablero de Referencias

Listing Gráfico





Ya estás list@ para empezar!

Ya conoces los tips y todo lo necesario para comenzar con tu creación. **Te deseamos la mejor de las suertes en tu aventura en Amazon.**

LAP

by LAP Marketplace.

 academy

 **ԱԿԱԴԵՄԻ**