

۷ کارنیل، بزرگترین شبکه موفقیت ایرانیان می باشد، که افرادی زیادی توانسته اند با آن به موفقیت برسند، فاطمه رتبه ۱۱ کنکور کارشناسی، محمد حسین رتبه ۶۸ کنکور کارشناسی، سپیده رتبه ۳ کنکور ارشد، مریم و همسرش راه اندازی تولیدی مانتو، امیر راه اندازی فروشگاه اینترنتی، کیوان پیوستن به تیم تراکتور سازی تبریز، میلاد پیوستن به تیم صبا، مهسا تحصیل در ایتالیا، و.... این موارد گوشه از افرادی بودند که با کارنیل به موفقیت رسیده اند، شما هم می توانید موفقیت خود را با کارنیل شروع کنید.

برای پیوستن به تیم کارنیلی های موفق روی لینک زیر کلیک کنید.

www.karnil.com

همچنین برای ورود به کانال تلگرام کارنیل روی لینک زیر کلیک کنید.

<https://telegram.me/karnil>

این ۵ اشتباه مهلک

فروش وب سایت شما را نابود می کند



آیا می دانید تصاویر فروشنده های خاموش هستند ؟

آیا می دانید تصاویر قاتلان خاموش وب سایت ها هستند ؟

محسن مبصر فر کیست ؟



نویسنده چندین مقاله در هفته نامه اقتصاد آسیا
معرفی تکنیک های ایمیل نویسی برای اولین بار
تولید کننده بیش از ۱۲ محصول آموزش موفق
مدرس و مشاور بازاریابی اینترنتی
مدیر وب سایت فکر آبی
متخصص Information Marketing

اگر شما صاحب یک کسب و کار اینترنتی باشید حتما باید به چند نکته در انتخاب تصاویر وب سایت دقت کنید، از میان صدها وب سایتی که به آنها مشاوره دادم همیشه یکی از فاکتورهایی که رعایت نشده بود که جزء عوامل بی اعتمادی و در نهایت باعث فروش کم این گونه کسب و کارها می شود انتخاب تصاویر نامناسب می باشد و در این مقاله به بررسی این فاکتور بسیار مهم خواهیم پرداخت، حتما درباره انتخاب تصویر برای این کتاب تعجب کردید اما زمانیکه مقاله را بخوانید متوجه خواهید شد که چرا این تصویر بهترین انتخاب من است و شاید همین تصویر بهترین منظور من را درباره انتخاب تصاویر بتواند به شما منتقل کند.

۱. کش آمدن و دفرمه بودن تصویر محصولات

من تصویر یک محصول را به شما نشان می دهم که کش آمده و یا به نوعی دفرمه شده، دقیقا نمی توانید بگویید که چرا این تصویر به شما حس بی کیفیت بودن را می دهد، اما همین نکته ساده شما را از صفحه محصول فراری می دهد، حتی اگر بهترین محصولی باشد که تا به حال تولید شده است، بنابراین از اینکه تصویر را به صورت نامناسب کش بیاورید فقط برای اینکه فضا را پر کنید به شدت اجتناب نمایید.

۲. تصویر محصولات به شکل کارتونی

اگر شما کالایی دارید که به صورت فیزیکی موجود می باشد هیچ وقت از تصویر سه بعدی شده و یا انیمیشن شده آن استفاده نکنید، بلکه با یک دوربین ساده و یک پرده سفید از آن عکاسی کنید، سپس از آن در صفحه محصول استفاده نمایید، شاید باورتان نشود اما همین که مخاطب شما تصویر واقعی کالا را میبیند به شکلی احساس می کند که آن را لمس کرده و به همین راحتی بیننده شجاعت بیشتری در خرید از سایت شما به دست خواهد آورد.

۳. استفاده از افراد غير ايرني در تصوير محصولات

شاید بتوان در یک مقاله از تصاویر افراد خارجی استفاده کرد و مشکل خاصی هم ایجاد نکند اما زمانیکه پای صفحه محصول در میان باشد باید به این نکته توجه کنید که تصاویر قرار است پیام بازاریابی شما را تصویر سازی کند و اثر مناسبتری در ذهن مخاطب ایجاد کند، اگر شما می خواهید فردی را در حال استفاده از محصولات خودتان نشان دهید یکی از بزرگترین اشتباهات این است که از تصویر یک فرد خارجی استفاده کنید.

مخاطب ایرانی می خواهد کالایی را تهیه کند که با شرایط و فرهنگ ایرانی سازگار باشد و یا اینکه ببیند ایرانی ها هم از چنین کالایی رضایت دارند، بنابراین به شما پیشنهاد می کنم حتی اگر هم شده با استفاده از گوشی خودتان از چند نفر عکس بگیرید و در صفحات محصولاتان از آنها استفاده کنید، گاهی هم استفاده از کمک های یک عکاس بیشتر به شما کمک خواهد کرد.

شاید عده ای بگویند که استفاده از یک عکاس ممکن است برای ما هزینه داشته باشد، اما این را هم در نظر داشته باشید کمکی که عکاس به کسب و کار شما می کند باعث می شود همیشه به راحتی بتواند یک فرد را قانع کنید تا محصول شما را بخرد، اما عکاس فقط یک بار از دستمزد خواهد گرفت.

۴. استفاده از تصاویر محیطی خارج از تصور ایرانی ها

فرض کنید شما فروشنده مبلمان هستید و می خواهید در صفحه محصول خودتان چیدمان مبلمان را در یک خانه نشان دهید، متأسفانه عده ای بر این باور هستند که اگر این مبلمان در خانه هایی به سبک اروپایی نشان داده شود و یا یک خانه سلطنتی بسیار لوکس مخاطب بیشتر جذب خواهد شد، اما مخاطب ایرانی به محض دیدن چنین تصویری بلافاصله از خرید خودش منصرف می شود، حتی اگر کالای شما عالی هم باشد.

اینجا هم مخاطب نمی تواند دقیقاً درک کند که چرا این صفحه را نامناسب دیده است، اما از دید روانشناسی این موضوع مطرح می شود که فرد هیچ نقطه تشابهی بین فضای موجود در عکس و فرهنگ خودش پیدا نکرده است، بنابراین حس جالبی برای مشتری ایجاد نشده و به همین سادگی فروش را از دست خواهید داد، شاید دانستن همین نکته بتواند روی اعتماد سازی و افزایش فروش شما تاثیری داشته باشد که حتی به آن فکر نکرده باشید.

۵. استفاده از اصل تمرکز و تصاویر متحرک

در علم روانشناسی گفته می شود که برای افزایش تمرکز یک فرد بهتر است تمام عواملی که به نوعی باعث پرش حواس می شود از خود دور کنیم تا بتوانیم روی یک موضوع تمرکز بیشتری داشته باشیم، همین نظریه در بازاریابی نیز قابل اجرا می باشد و یکی از مهمترین موضوعات در فروش می باشد.

شما در یک فروشگاه فیزیکی هم که باشید زمانیکه گوشی زنگ می خورد به راحتی از فروشگاه خارج می شوید تا با فرد پشت خط به راحتی صحبت کنید و همین عامل باعث می شود خریدی انجام ندهید، حالا در وب سایت شما یک عکس چشمک زن در سایه بار می تواند حواس کاربر را پرت کند.

زیرا چشم و مغز انسان نسبت به تصاویر متحرک بلافاصله واکنش نشان می دهند، به همین سادگی کاربر با کلیک کردن بر روی آن به صفحه دیگری خواهد رفت، در نهایت همین عامل حواس پرتی باعث می شود یک فروش از بین برود.

كلام آخر

تا اینجا باید متوجه شده باشید که یک تصویر چگونه می تواند باعث کاهش فروش و یا افزایش فروش شود، تصویری که متاسفانه اکثر کسب و کارهای اینترنتی و وب سایت ها اصلا به آن توجهی نمی کنند، انتخاب تصاویر مناسب بخشی از عملیات بازاریابی اینترنتی شما به حساب می آید، بنابراین برای انتخاب تصاویر محصولاتتان وقت کافی بگذارید حتی اگر چند روز مجبور باشید برای این کار وقت بگذارید، اما نتیجه آن ارزش این همه وقت و هزینه را برای شما خواهد داشت.

برای مطالعه جدیدترین مطالب در حوزه کسب و کار اینترنتی و بازاریابی اینترنتی به سایت فکر آبی مراجعه کنید.

fekreabi.net



در کانال تلگرام کارنیل هر روز انگیزه خود را شارژ کنید 😊

<https://telegram.me/karnil>

