

# 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 ايرنى در تصوير محصولات

شايد بتوان در يك مقاله از تصاوير افراد خارجى استفاده كرد و مشكل خاصى هم ايجاد نكند اما زمانيكه پاى صفحه محصول در ميان باشد بايد به اين نكته توجه كنيد كه تصاوير قرار است پيام بازاریابی شما را تصوير سازى كند و اثر مناسبترى در ذهن مخاطب ايجاد كند، اگر شما مى خواهيد فردى را در حال استفاده از محصولات خودتان نشان دهيد يكى از بزرگترين اشتباهات اين است كه از تصوير يك فرد خارجى استفاده كنيد.

مخاطب ايرانى مى خواهد كالايى را تهيه كند كه با شرايط و فرهنگ ايرانى سازگار باشد و يا اينكه ببيند ايرانى ها هم از چنين كالايى رضايت دارند، بنابراين به شما پيشنهاد مى كنم حتى اگر هم شده با استفاده از گوشى خودتان از چند نفر عكس بگيريد و در صفحات محصولاتان از آنها استفاده كنيد، گاهى هم استفاده از كمك هاى يك عكاس بيشتر به شما كمك خواهد كرد.

شايد عده اى بگويند كه استفاده از يك عكاس ممكن است براى ما هزينه داشته باشد، اما اين را هم در نظر داشته باشيد كمكى كه عكاس به كسب و كار شما مى كند باعث مى شود هميشه به راحتى بتواند يك فرد را قانع كنيد تا محصول شما را بخرد، اما عكاس فقط يك بار از دستمزد خواهد گرفت.



## ۴. استفاده از تصاویر محیطی خارج از تصور ایرانی ها

فرض كنید شما فروشنده مبلمان هستید و می خواهید در صفحه محصول خودتان چیدمان مبلمان را در يك خانه نشان دهید، متاسفانه عده ای بر این باور هستند كه اگر این مبلمان در خانه هایی به سبك اروپایی نشان داده شود و یا يك خانه سلطنتی بسیار لوكس مخاطب بیشتر جذب خواهد شد، اما مخاطب ایرانی به محض دیدن چنین تصویری بلافاصله از خرید خودش منصرف می شود، حتی اگر كالای شما عالی هم باشد.

اینجا هم مخاطب نمی تواند دقیقاً درك كند كه چرا این صفحه را نامناسب دیده است، اما از دید روانشناسی این موضوع مطرح می شود كه فرد هیچ نقطه تشابهی بین فضای موجود در عكس و فرهنگ خودش پیدا نكرده 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 تأثیری داشته باشد كه حتی به آن فكر نكرده باشید.





## ۵. استفاده از اصل تمرکز و تصاویر متحرک

در علم روانشناسی گفته می شود كه برای افزایش تمرکز يك فرد بهتر است تمام عواملی كه به نوعی باعث پرش حواس می شود از خود دور كنیم تا بتوانیم روی يك 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 يك فروشگاه فیزیکی هم كه باشید زمانیکه گوشی زنگ می خورد به راحتی از فروشگاه خارج می شوید تا با فرد پشت خط به راحتی صحبت كنید و همین عامل باعث می شود خریدی انجام ندهید، حالا در وب سایت شما يك عكس چشمك زن در ساید بار می تواند حواس کاربر را پرت كند.

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



## كلام آخر

تا اینجا باید متوجه شده باشید كه یک تصویر چگونه می تواند باعث كاهش فروش و یا افزایش فروش شود، تصویری كه متاسفانه اكثر كسب و کارهای اینترنتی و وب سایت ها اصلا به آن توجهی نمی كنند، 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 كار وقت بگذارید، اما نتیجه آن ارزش این همه وقت و هزینه را برای شما خواهد داشت.

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

fekreabi.net