

CONTENIDO VISUAL PARA MARKETPLACES

www.fotografiaecommerce.com



FOTOGRAFÍA
eCOMMERCE



CONTENIDO VISUAL PARA MARCAS Y TIENDAS ONLINE

Somos el primer estudio especializado en eCommerce en España.
Desde 2012 estamos revolucionando la forma en la que las tiendas online transmiten sus productos con imágenes y vídeos.

FOTOGRAFÍA ECOMMERCE EN NÚMEROS

7.500 / 512 / 600 / 45

*Fotografías al
mes*

*Metros
cuadrados de
instalaciones*

*Clientes confían
en nosotros*

*Profesionales a
tu disposición*

Fotografía eCommerce

Vendiendo en marketplaces

Una guía pensada para ayudar a negocios de todo tipo a maximizar sus ventas en marketplaces gracias al mejor contenido visual.



SUPER-FÁCIL

Una guía para todo el mundo, sin necesidad de grandes conocimientos digitales.



PARA VENDER

Siempre buscando que las fotografías y vídeos que uses te ayuden a vender. Más y mejor.



PRÁCTICO

Con ejemplos de marcas que están exprimiendo la venta en marketplaces de forma visual.



NUEVOS CANALES

Teniendo en cuenta los nuevos canales y tendencias.



Venta a través de marketplaces

Marketplaces, una tendencia al alza

Actualmente en España la venta de productos a través de marketplaces supone más de un 50% en todo el comercio electrónico. Y ésta sólo es una cifra que va al alza mes a mes.

Más del 60% de las búsquedas de artículos con intención de compra, se hacen ya directamente en marketplaces. Y es que es probable que en 10 años queden los marketplaces, las tiendas de marca y alguna tienda de nicho, y que no haya tantos eCommerce como hoy en día.

Son muchas las marcas que optan por este canal de venta como un canal más, o incluso como el único canal.

Sin embargo existen varias alternativas a la hora de elegir un marketplace, cada uno es un mundo, requiere su propio aprendizaje y sus procedimientos.

En esta guía nos centramos en el contenido visual de los principales marketplaces, y cómo afectan a las ventas. Para ello hemos contado con profesionales y marcas que trabajan día a día en diferentes marketplaces para que nos compartan sus conocimientos.

Los marketplaces más populares



Contenido visual por cada marketplace

Contenido visual en

AMAZON

El marketplace por excelencia en España, y en el que (seguramente) te tienes que centrar si estás empezando a vender en marketplaces.

Amazon

En líneas generales

Contar con Amazon como un canal para nuestras ventas tiene sus ventajas y sus inconvenientes. Lo importante es conocer de forma anticipada las reglas para saber si nos apuntamos o no.

Te beneficias del altísimo volumen de tráfico que maneja y desde el primer día estás vendiendo. Es una buena forma de quitarse

stock de encima. Ahora bien, tiene unas altas comisiones de venta.

Además resulta muy útil para testar el vender en otros países, y muy económico en comparación con hacerlo por otras vías.

Visualmente tiene un estilo nórdico. Y a nivel de operativa es algo caótico, muy hermético y no proporciona analíticas.

Compite con tu propio SEO, y muchas veces te gana, pues posiciona muy bien en los buscadores. Cuidado que canibaliza las búsquedas.

Es un entorno super competitivo, donde además hay que tener en cuenta que el cliente es de Amazon.

Cuidado con que sea tu único canal de venta. Quizás sea más seguro tener bien repartidos los huevos.

Es posible que toque hacer adaptaciones al producto para poder venderlo de forma rentable.

Único ASIN/EAN para los productos. Lo que se traduce en que los productos solo tienen una única ficha y los merchants compiten por quién se lleva la venta.

Lectura recomendada



Debes saber 🧐

FBA

FBA o *Fullfilment by Amazon* es un sistema que te permite mandar tu producto a Amazon, a su almacén. Y ellos se ocupan de hacer el picking y el shipping de tu producto desde allí. Es decir que Amazon se ocupa de la logística. Con este sistema los artículos tienen el servicio de Prime garantizado.

Amazon cobra este servicio por volumen por lo que algunas marcas revisan el tamaño de sus packagings por si pueden ahorrarse algunos € por entrar en los volúmenes inferiores.

Te enteras poco de si hay devoluciones, pero te enteras.

FBM

FBM o *Fullfilment by Merchand* es un sistema en el que es el propio vendedor quien se ocupa de la logística. Es el modelo tradicional, las órdenes le entran al merchand y él hace el pedido.

El cálculo de los costes es más sencillo, aunque pierdes las ventajas de no ser Prime.

Debes saber 🧐

Seller

SELLER

- Cobro en 14 días
- Vendedor controla el inventario
- Vendedor establece precio venta
- Estadísticas detalladas gratis
- Cualquiera puede ser vendedor
- No puedes añadir información adicional del producto
- No puedes acceder a las opiniones de Amazon Vine
- No tienes asegurado aparecer en la Buy Box
- Si quieres promocionar tus productos debes pagar

Vendor

VENDOR

- Plazo de cobro hasta 90 días
- Amazon controla el stock
- Amazon pone el PVP que considera
- Estadísticas detalladas de pago
- Se necesita invitación previa
- Puedes añadir información adicional como videos
- Acceso a Amazon Vine para conseguir más opiniones sobre tus productos
- Aparecer en la Buy Box
- Amazon promociona tu marca

La estrategia 🤖

Si eres marca



Te interesa estar en este marketplace. Una marca que decide no estar en Amazon, no quiere decir que su marca o sus productos no vayan a estar, pues los puede dar de alta perfectamente un distribuidor.

Como marca debería preocuparte tu imagen, y lo que los usuarios dicen de tus artículos a través de las reviews. No querrás un montón de reviews negativas porque se esté haciendo un mal uso del contenido visual.

Esta es la fórmula para hacer branding dentro de Amazon:

📌 Cuida tu contenido visual y textual

📌 Haz Fichas A+

📌 Cuida tu Official Store

Lo bueno de cuidar las fichas de producto de tus propios artículos es que tendrás la imagen de tu marca controlada.

Aunque ten en cuenta también que quizás tus distribuidores te ganen la Buy Box, pues ésta se asigna en base al precio (sobre todo) del artículo, al servicio del vendedor y a los tiempos de entrega. Pero a la marca no le debería preocupar tanto el vender o no vender, pues no es lo primordial, sino aparecer, y aparecer bien.

No descuides el SEO, también hay que mimarlo.

La estrategia 🤖

Si eres distribuidor



La estrategia del distribuidor es muy diferente a la de la marca.

Al distribuidor no le debe preocupar el SEO. Ni siquiera debería preocuparle de la calidad de la ficha de producto, no debería invertir el tiempo en generar contenido visual específico.

Al distribuidor lo que le debe preocupar es tener el mayor stock posible y el mejor precio, y vender lo máximo para quitarse el máximo stock. Además le interesa un software que le

conecte sus pedidos de Amazon, a sus diferentes plataformas para automatizar el flujo lo máximo posible.

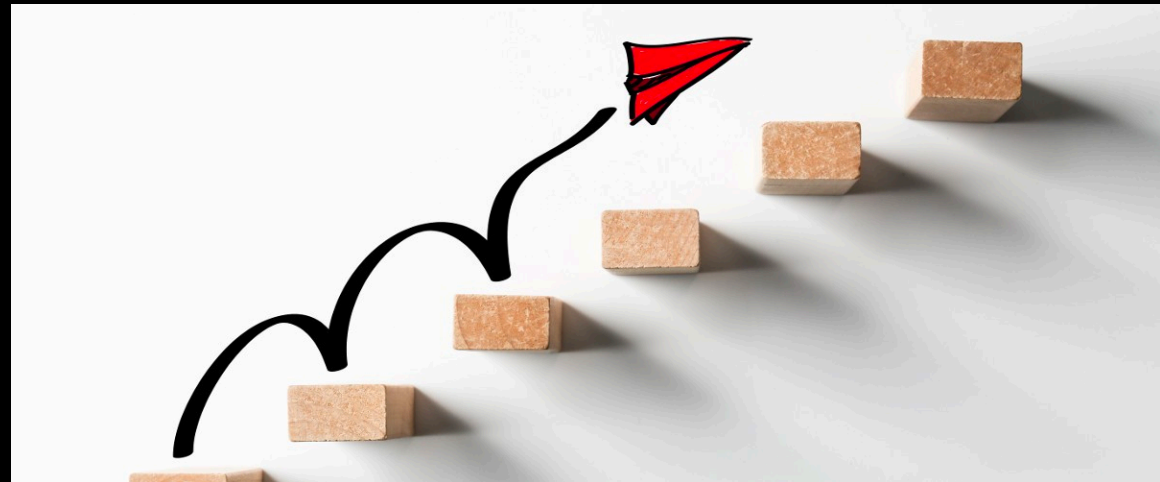
🧐 ¿Es rentable vender en Amazon?

Según nos han contado nuestros expertos colaboradores, en líneas generales sí que es rentable vender en Amazon.



Lo único, hay que tener en cuenta que hay que hacer ciertas adaptaciones del producto, y controlar muy bien el coste, cosa que no es nada fácil. Además normalmente hay que gastarse dinero en adds para que te encuentren.

En un 2% ó un 3% es donde ves la diferencia de ser o no rentable.

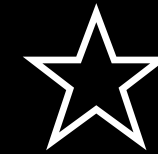


Deberías saber 💰 ¿Qué convierte más?

En Amazon son 4 herramientas las que influyen a que tu producto tenga más o menos éxito. Tienes que tener en cuenta:

- 📌 Reviews
- 📌 Título
- 📌 El contenido visual
- 📌 Bullet points

Obviamente el precio también es un factor decisivo, se mira y se tiene en cuenta, pero tiene que cuadrar con lo demás, no puedes pedir un precio alto si los demás elementos no están bien puestos.



Reviews

Sin reviews no hay tracción del producto.
Hace falta un mínimo de 4. Hay varios métodos para conseguir reviews, las primeras son las más difíciles.

Deberías saber 🤖

¿Qué convierte más?



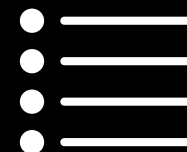
Título

El título del producto es lo primero que lee el algoritmo A9 y es lo que más posiciona. Los expertos nos aconsejan aprovechar todos los caracteres para poder hacer descriptivo del artículo. Ya no se puede usar emojis en el título.



Contenido visual

La imagen principal es la que más relevancia tiene. Debemos aprovechar los 7 huecos que tenemos. Las fotografías deben ser profesionales. En algunos casos podremos usar vídeos. Las fichas A+ convierten más.



Bullet points

Es el texto que vemos en la zona de la derecha. Son muy consultados, aprovecha todos los caracteres. Además [Sara Carbajo](#) nos chiva que la inserción de emojis en los bullet points, convierte más. *“Los sellers que los usan ganan entre un 70% y 80% la Buy Box (teniendo mismo precio de producto).”*



Cómo deben ir las imágenes

Normas de Amazon

Amazon pide una serie de requisitos a la hora de subir las imágenes. La mayoría son muy fáciles de cumplir. Es importante saber también cuales podemos saltarnos un poco 🤪

- 📌 Representar fielmente el producto, mostrando sólo lo que esté a la venta.
- 📌 Debe verse claramente el producto y todas sus características.
- 📌 Los modelos deben estar de pie, menos los bebés.
- 📌 Las principales deben ser fotografías de producto con un fondo blanco.
- 📌 No deben aparecer con accesorios no incluidos que puedan confundir al cliente, ni texto que no forme parte del producto, logotipos, marcas de agua o imágenes superpuestas.
- 📌 Las imágenes deben coincidir con el título del producto.
- 📌 Las imágenes deben tener una altura o anchura mínima de 1.000 píxeles para poder hacer zoom. Y preferiblemente en formato cuadrado
- 📌 Se aceptan las extensiones de archivo JPEG, TIFF o GIF, aunque es preferible el formato JPEG.
- 📌 No se admiten GIF's animados.
- 📌 Es recomendable tener varias fotos de un mismo producto, pues tener más imágenes y vistas del producto ayuda al consumidor a tener más información sobre él y despeja dudas.
- 📌 El producto no puede ocupar menos del 85% del marco de la imagen.

Contenido visual utilizado



Contamos con 7 huecos visuales para poder ofrecer al usuario la información del producto. Cómo usar estos 7 huecos será parte de nuestra estrategia. En líneas generales nos encontramos con este tipo de contenido:

- 📌 Fotos de producto
- 📌 Fotos en uso (modelo)
- 📌 Foto en ambiente
- 📌 Fotografía 360°
- 📌 Infografías
- 📌 Vídeos de producto o marca





Fotos de producto

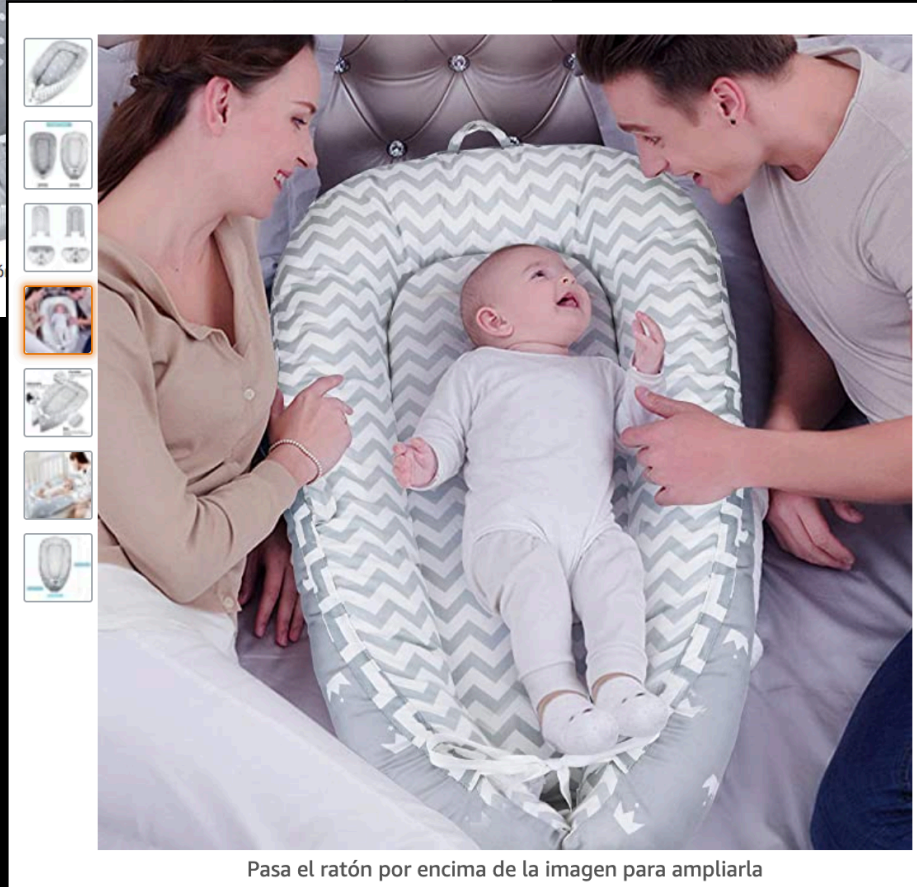
Son las fotos más comunes y usadas por la mayoría de los vendedores.

Normalmente se utiliza una foto de producto a fondo blanco, como imagen principal. Esta foto tiene que ser muy descriptiva por sí misma, ya que es la foto con la que decidirá el usuario si entra o no a la ficha de producto. De un golpe de vista tenemos que poder enseñar de qué producto se trata.

Aconsejamos que el producto se vea real, no en 3D. Muchos productos son devueltos porque no coincide con la ficha de producto.



A la hora de elegir cómo va a ser la foto de mi producto, podemos echar un vistazo a nuestras FAQ (preguntas frecuentes de los usuarios) para poder resolver de forma visual cuestiones que estén planteadas ahí.



Pasa el ratón por encima de la imagen para ampliarla



Fotos en uso

Cuando enseñamos un producto en uso, es decir en su entorno, el usuario puede entender mejor su utilidad o el cómo queda y no es de extrañar que se dispare la conversión.

Son muchos los entrevistados que nos han comentado cómo han notado aumento en su conversión desde que han incorporado fotos con modelo o lifestyle a sus fichas de producto.



Fotos en ambiente

Podemos plantear realizar estas fotografías en un escenario real y enseñar cómo queda en el salón de una casa. O también puede ser muy interesante, económicamente hablando, realizar un fotomontaje con retoque fotográfico y poner el producto en una foto de stock que compremos previamente.

Sea como sea la forma en la que generemos este ambiente, esto nos permitirá enseñar el producto en su contexto y explicar así su tamaño, uso, gusto... etc.



Pasa el ratón por encima de la imagen para ampliarla



HVERLAND PUREAIRBOX - Pu
Desinfectador de Aire y Superfi
99,99% | Desinfecta el Aire y La
+ Ionizador + OZONO de Baja C
Ultra-Compacto
 Marca: HVERLAND
 ★★★★★ 9 valoraciones
 Precio anterior: 272,90-€
 Precio: **269,90 €** Envío GRATIS. V
 Ahorras: 3,00 € (1%)
 Precio final del producto
Financiación: 69,16 € x 4 cuotas en 90 días co
 21,58%. Total 276,65 €)
 Nuevos (3) desde 269,90 € + Envío gratis

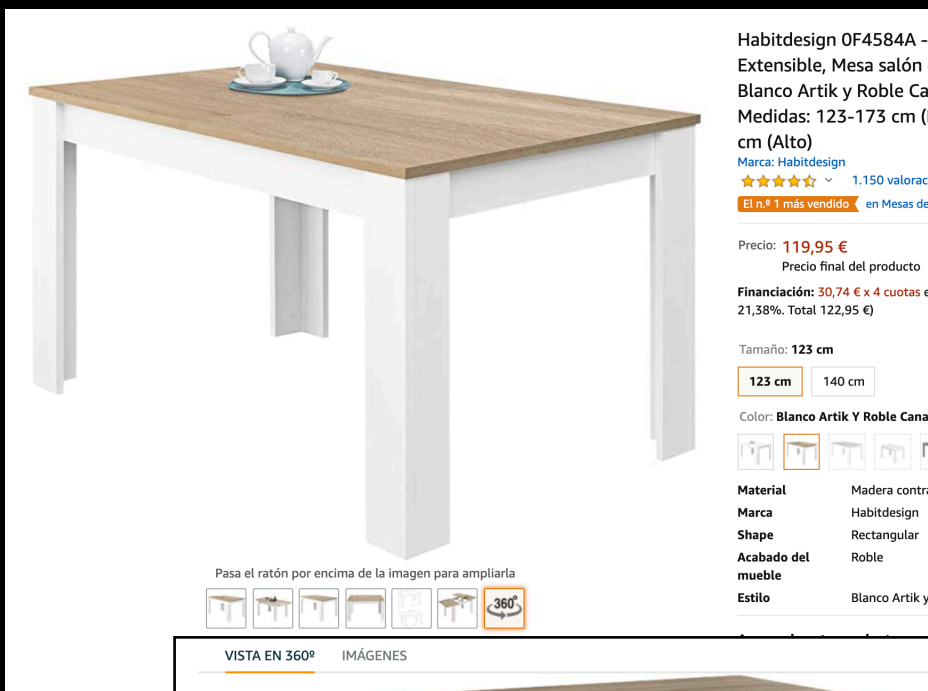
- Te presentamos el Pure Air Box: Diseñado p
aire de tu hogar o negocio. Compacto y so
eliminando olores y todo tipo de microorg
- Tecnología PCO de Vanguardia: Elimina Ba
superficies con una eficacia del 99,99%
- ¿Cómo funciona? El Pure Air Box aspira el a
luz ultravioleta que lo desinfecta, acto seg
ioniza el aire dándole carga negativa, al se
atraen a las partículas con carga positiva c
haciendo que pesen y caigan al suelo.
- Generador de O3 DESACTIVABLE: En su fu
Air Box NO emite ozono. Podrás activarlo p
empezará a generar O3 durante 2 horas. A
negocio para una triple desinfección
- Filtrado, Desinfección por UV, Ionización y
y segura de purificar y limpiar el aire de tu



Fotos en 360°

Cada vez es más común encontrarnos fotos 360° en las fichas de Amazon.

Va completamente integrado en la ficha de producto. En la miniatura vemos el símbolo de 360° y al clickar nos aparece una ventana emergente con el HTML5 del 360° para que podamos interactuar.





Infografías

Es un recurso perfecto para poder dar la info adicional que sabemos que nuestros usuarios van a necesitar, como por ejemplo: cuánto mide un producto, qué tipo de conexión tiene, cuántas unidades contiene, ingredientes, composición, si es reciclable, tallas...

Este tipo de contenido no es un muy común en un eCommerce (no hace tanta falta), sin embargo es muy práctico en Amazon dada la limitación que hay para la maquetación del contenido.



No se te ocurra poner digitalmente en las imágenes el distintivo de Prime o de Amazon Choice o El más vendido porque si te pillan, te penalizan quitándote el producto, o incluso la cuenta.



Infografías

Si vamos a usar el mismo EAN del producto para diferentes países, saber que las imágenes serán comunes para estos países. Por lo que si podemos evitar usar texto, y usar símbolos / iconos para que se entienda en cualquier idioma, será un buen elemento a tener en cuenta.

Y de haber texto, intenta que esté en los idiomas necesarios, al igual que las medidas de peso (centímetros, pulgadas)... etc.

SIN GLUTEN

APTO VEGANOS

INGREDIENTES

Azúcar, jarabe de glucosa, goma base, acidulante: E330; aromas, humectante: sorbitol; colorante: E129; antioxidante: E321

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

	100 g	1 pieza
Valor energético	1468 kj 351 kcal	220 kj 53 kcal
Hidratos de carbono	88.2 g	13.2 g
De los cuales azúcares	66.2 g	9.9 g

ALÉRGENOS

Producto libre de alérgenos

PRESENCIA EN

Producto libre de alérgenos



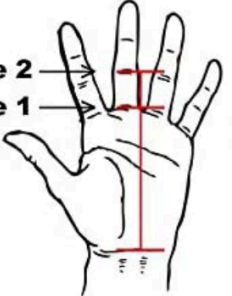








JURASSIC GRIPS SIZE CHART



The measurement is from the wrist to the fingers.

Size 1: Protect your hand
Size 2: Protect your fingers or make a fold

MEASURE	Size 1	Size 2
8.5cm 3.3"	S	M
10cm 3.95"	M	L
11cm 4.3"	L	XL
12.5cm 4.9"	XL	XL

NOTE: If between 2 sizes please select the bigger size.

Earwaves® Rex Grip

Mujer. Ideales para C

Anillas, etc.

[Visita la Store de Earwaves](#)

★★★★★ 55 valor

Precio: 28,90 € y [Devoluc](#)

Precio final del produ

-20% en Comba R3. 1 pr

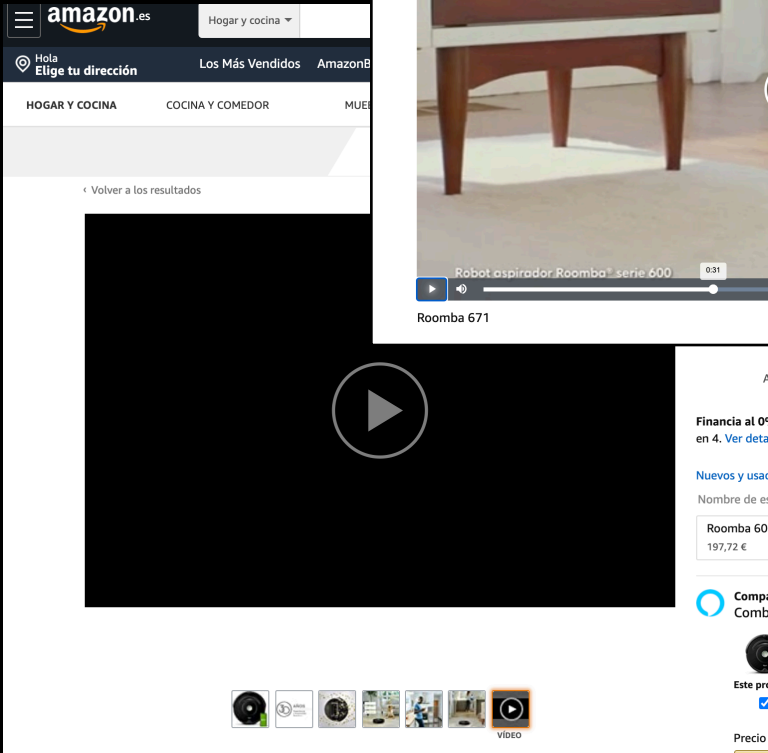
Tamaño:

Seleccionar ▼

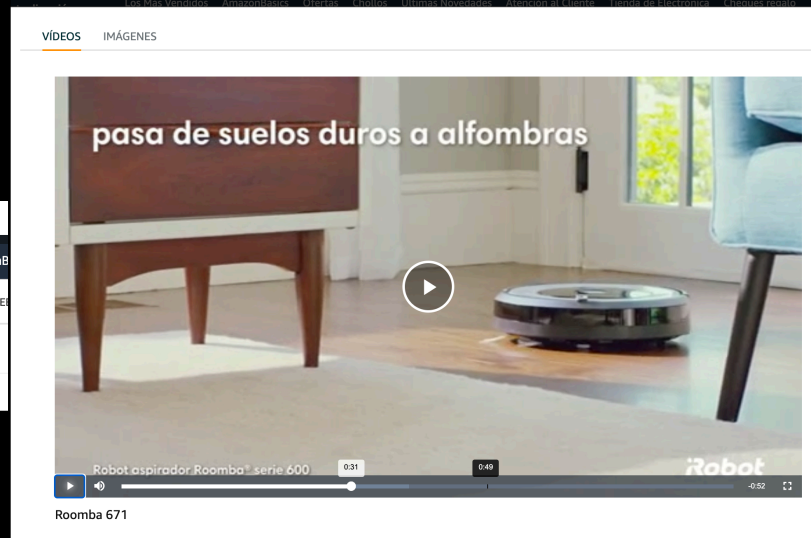
Nombre de estilo: 3 holes

2 holes 3 holes

- Calleras para CrossFit con un balance perfecto entre
- Ligeras y muy maleables, s



El archivo MP4 que subas será único para todos los países. Aconsejamos que no tenga locución para que no haya conflicto con el idioma. Sin embargo puedes hacer carga de diferente archivo de subtítulos y así adaptarte al idioma de cada país. 🤖



Subtítulos



Vídeo



Si eres Vendor puedes subir vídeo a la ficha de producto. También en el caso de los Seller, pero sólo si tienes tu marca registrada. Sino eres marca no puedes optar a subir vídeo.

Por defecto se colocará en último lugar de los 7 huecos disponibles.
E incluso podemos cargar 2 vídeos en el caso de haber aspirado a las 9 huecos que a veces tienen los Vendor en las fichas.

Este vídeo puede ser de producto o de marca (más conceptual)



Fichas A+

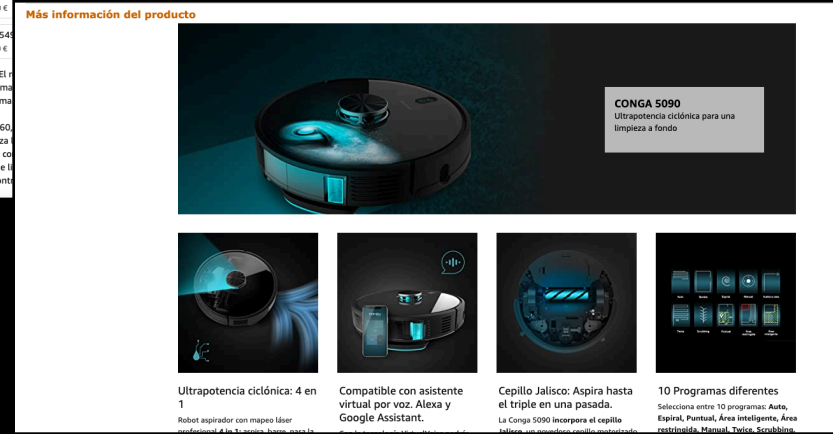
Las fichas A+ te permiten añadir un contenido extra de tu marca o producto, poniendo imágenes, vídeos y textos que sumen y den un poco más de información al consumidor, e incluso un poco más de branding.

El contenido visual es fundamental, sobre todo en aquellos productos donde tenemos un ticket alto y el usuario consume todo contenido visual y textual que se le proporciona.



Cómo

Para poder optar a las Fichas A+ es necesario ser marca registrada o ser Vendor. Hay 5 plantillas diferentes para elegir el diseño.



	Conga Serie 5090	Conga Serie 4090	Conga Serie 1690 Pro	Conga Serie 3690 Absolute	Conga Serie 1090 Connected	Conga Serie 990
Tecnología	Láser	Láser	Gyro	Láser	Aleatoria	Aleatoria
APP	✓	✓	✓	✓		
Asistente Virtual	✓	✓		✓		
Fregado con control electrónico (3 niveles)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Gestión inteligente de habitaciones	✓	✓		✓		
Tecnología Total Surface	✓	✓		✓		
Presión de succión	8000 Pa	2700 Pa	1400 Pa	2700 Pa	1400 Pa	1400 Pa
Tecnología ciclónica	✓					
Inteligencia artificial						
Otros	Incluye: Cepillo Jalisco, cepillo multifunción (cerdas y silicona), cepillo silicona especial para mascotas, depósito de líquidos, depósito de sólidos, filtro de alta eficiencia.	Incluye: Cepillo Jalisco, cepillo multifunción, cepillo de silicona especial para mascotas, mando a distancia, 2 mopas, depósito de líquidos, depósito de sólidos, filtro de alta eficiencia.	Incluye: Depósito mixto, depósito de líquidos, depósito de sólidos, filtro de alta eficiencia.	Incluye: Cepillo multifunción, cepillo de silicona especial para mascotas, mando a distancia, 2 mopas, depósito de líquidos, depósito de sólidos, filtro de alta eficiencia.	Incluye: Cepillo multifunción, cepillo de silicona especial para mascotas, mando a distancia, 2 mopas, depósito de líquidos, depósito de sólidos, filtro de alta eficiencia.	Incluye: Cepillo multifunción, cepillo de silicona especial para mascotas, mando a distancia, 2 mopas, depósito de líquidos, depósito de sólidos, filtro de alta eficiencia.

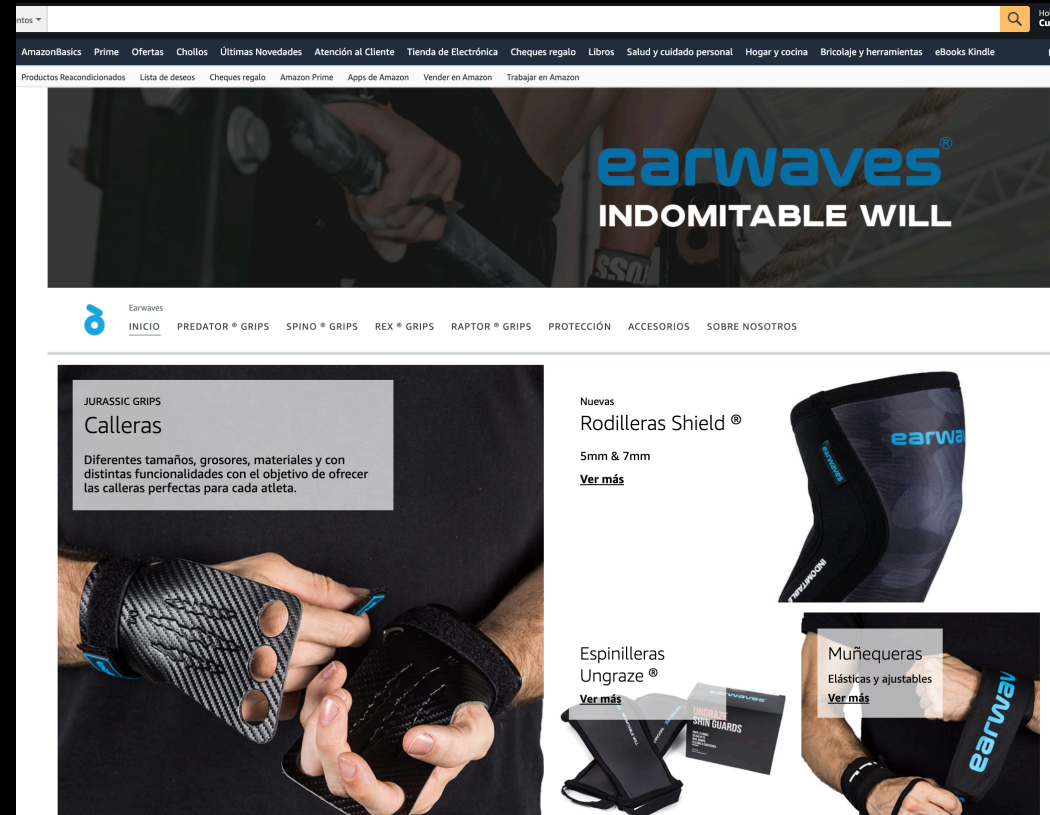


Official Store

Es la página de la propia marca dentro de Amazon. Podemos elegir que sea una única landing, o hacer una auténtica web dentro de Amazon, con su propio embudo de navegación y sus diferentes páginas.

En las Stores puedes subir vídeos además del resto de contenido común como imágenes y textos.

Son muy usadas como landings de aterrizaje para las campañas de pago (anuncios).



En España todavía se visitan poco. En EEUU tienen mucho más uso. Se están haciendo algunos cambios en Amazon para intentar darles más utilidad en España (como por ejemplo el reciente botón de “Visita la Store de...”



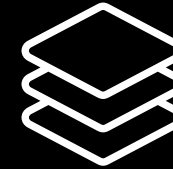


El por qué de los packs

Una de las adaptaciones que tienen que hacer los merchands cuando venden en Amazon es no vender artículos de menos de 10€, ya que te quedas sin margen y deja de ser rentable la venta en Amazon.

Es por ello que se aprovecha a hacer packs de producto, para poder llegar a subir el precio del artículo a unos 20€ si es posible.

La imagen tiene que poder explicar que se trata de un pack.





Colección increíbles cervezas - Idea de regalo (Colección India Pale Ale)

Marca: HOPT

★★★★★ 104 valoraciones

Precio: **35,90 €** + 8,90 € de envío

Precio final del producto

Diseño: **Colección India Pale Ale**

Colección India Pale Ale 35,90 €	Colección Las más populares 28,89 €	Colección cervicero "Sabores del mundo" 30,90 €
Colección rubio platino 34,50 €	Colección ¡Viva Bélgica! 30,90 €	Las mejores Trapistas 30,90 €

- Una selección de calidad, una mezcla de nuevos sabores.
- Una colección de cervezas de tipo India Pale Ale. Un estilo de cervezas ricas en lúpulos aromáticos y amargo, carácter potente y floral.
- Nuestra misión es hacer que descubras las mejores cervezas disfrutando de una entrega rápida. Puede ocurrir forma excepcional, una de las cervezas señaladas anteriormente esté agotada, en cuyo caso la sustituiremos referencia de equivalente o mayor valor. Todo esto, para garantizarte siempre la mejor experiencia posible.
- Una selección que no decepcionará a los neófitos, poco habituados a las nuevas sensaciones, ni a los grandes conocedores del mundo de la cerveza.
- En esta ocasión Hopt ha seleccionado 12 cervezas IPA de calidad, bien equilibradas entre aromas afrutados y florales, acompañados de un amargor pronunciado y persistente en boca. Una mezcla de sabores que te sorprenderá: frutas tropicales, cítricos, melocotón, agujas de pino y muchos otros.

Pasa el ratón por encima de la imagen para ampliarla

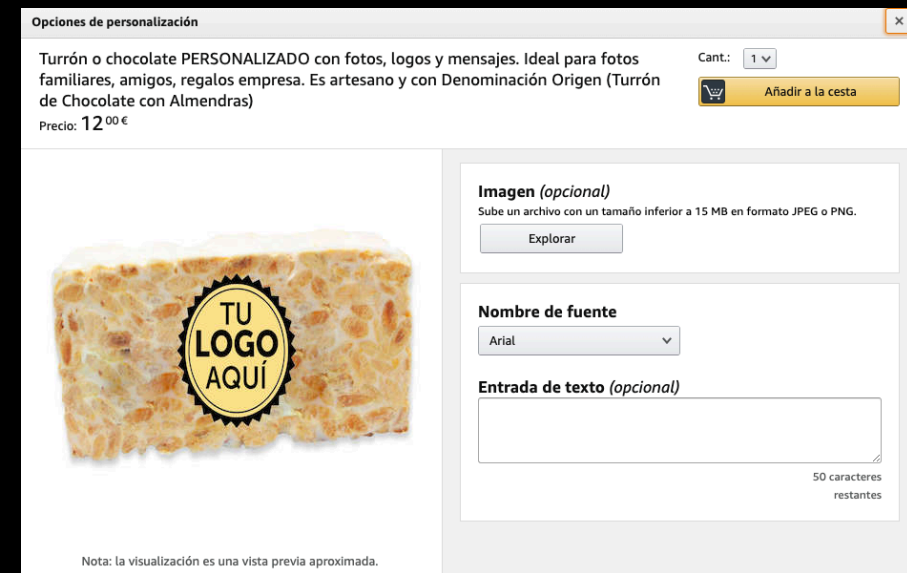
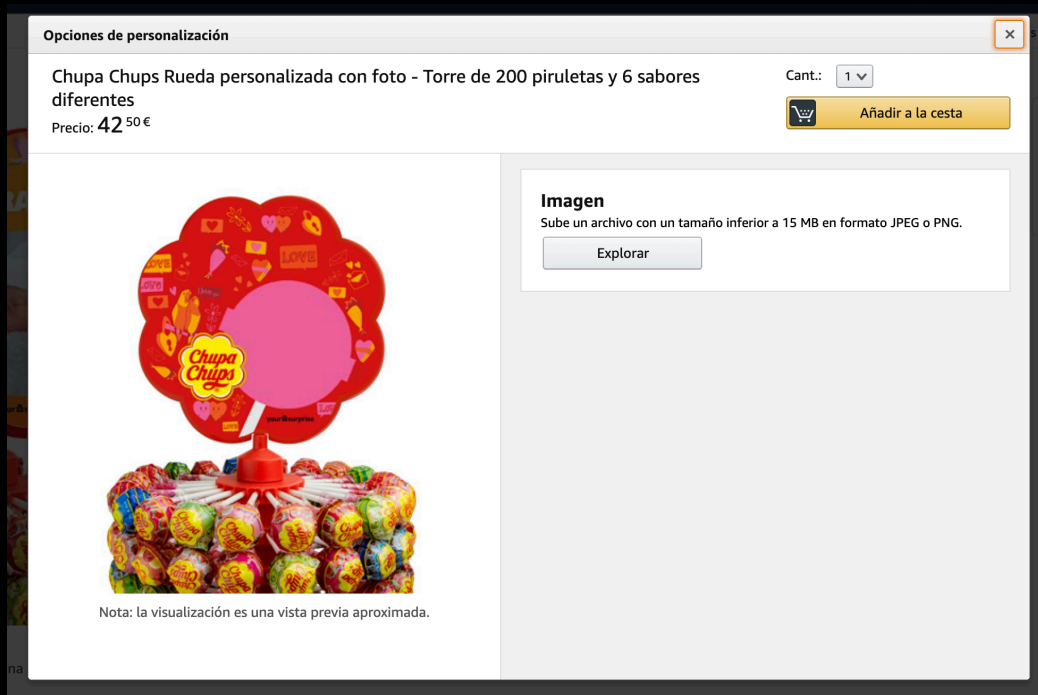


Productos personalizables

Una de las maravillas que tienes es la posibilidad de poder vender productos personalizables.

Este producto debe ser
personalizado antes de añadirse a
la cesta.

Personalizar ahora



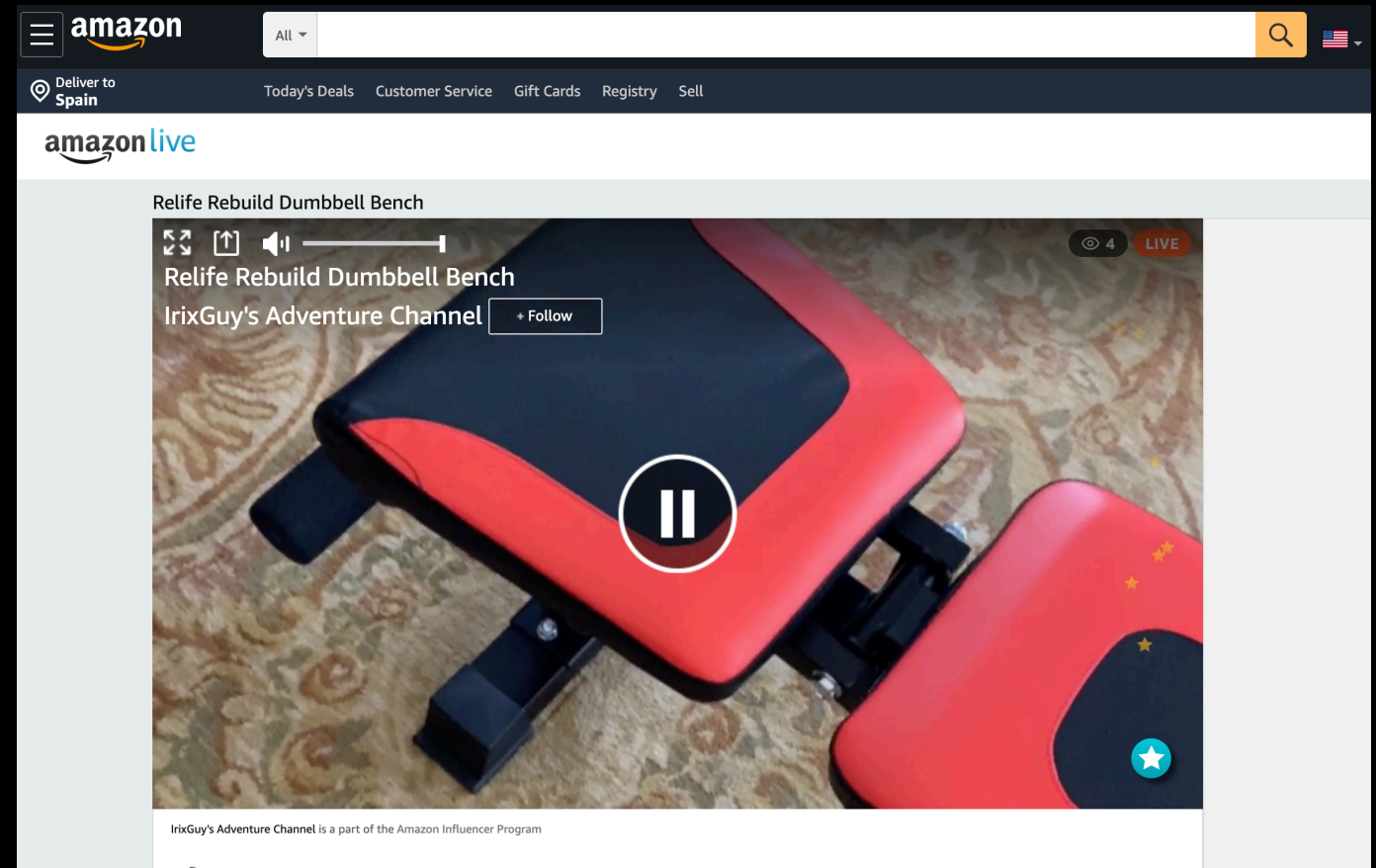


Amazon Live

Amazon se une a la tendencia de los streaming y habilita en USA la emisión de vídeos en directo en ciertos artículos.

Estamos desando que llegue a España, aunque primero pasará por Londres seguramente.

Tiene un potencial tremendo para ciertas categorías, como por ejemplo cosmética, deportes...





AR

Desde 2007 Amazon apostó por la realidad aumentada (AR View), con la cual puedes emplazar un solo producto en tu propio espacio.

Recientemente ha lanzado Room Decorator, que te permite añadir virtualmente varios productos a la vez, en un mismo lugar.



Contenido visual en

ALIEXPRESS

Está creciendo de forma muy rápida y las marcas ya lo tienen en su estrategia de ventas. Muy conocido en el público español, incluso antes de tener presencia legal en España.

AliExpress

En líneas generales

En comparación con Amazon encontramos algunas diferencias como que no hay tantos sellers.

Han dado con un nicho perfecto de producto que va entre los 20€ y los 30€.

El comprador es más joven (millenials y centenials). Y por ello hay que tener en cuenta su alto consumo de Mobile (90%).

Por lo general es más rentable y la comisión de venta es menor.

En cuanto a logística no existe FBA, sólo FBM (envías tú).

Permite una mayor adaptación del contenido, es como tu tienda. Además tiene un estilo visual más fantasía, no tan nórdico, estética muy influenciada por China.

Permite dar de alta varios EAN, es decir un mismo producto puede tener varias fichas. Lo que promueve que los sellers puedan trabajar mejor sus fichas de producto para competir con un mejor contenido y así destacar entre los demás, por lo que el contenido visual es vital.

AliExpress

También existen las Official Stores pero sólo los fabricantes puede optar a ella.

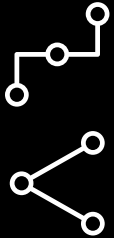
Existe un cierto mimo por las marcas, hay zonas donde las destaca frente a los distribuidores.

Aunque tienen algunos problemas como que han tenido producto falso en ocasiones y por ello tiene cierta mala fama, están trabajando para limpiar esta imagen.

Otro problema que encuentran algunos merchands es que al seller le pagan cuando el cliente confirma que ha recibido el producto, existe mucha incertidumbre de si los clientes marcarán el recibido o no. Si un 10% de los clientes no lo hace, es un buen mordisco.

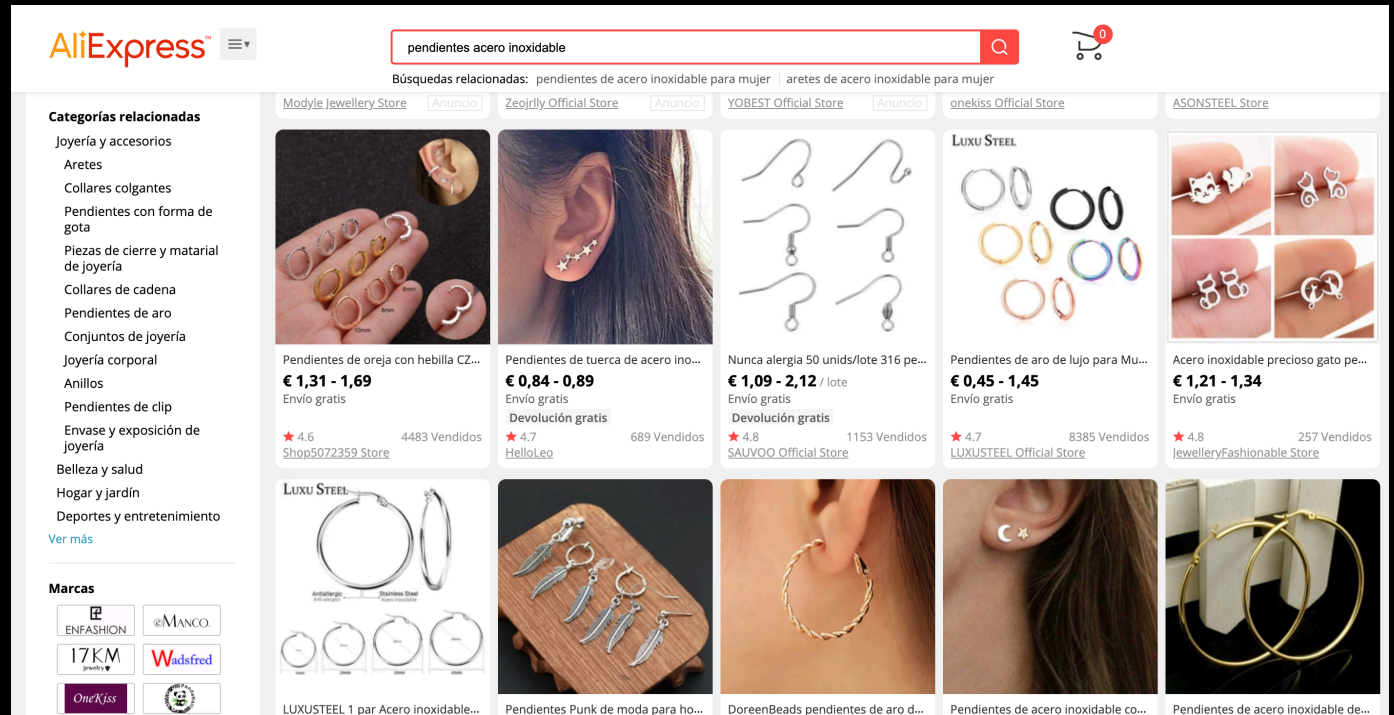


Un estilo caótico



No existen unas normas tan estrictas como en otros marketplaces en cuanto a cómo debe ser la foto principal, por lo que el aspecto visual global es más de mercadillo que nunca.

Si la foto principal es buena, destacará por encima de todas las demás.



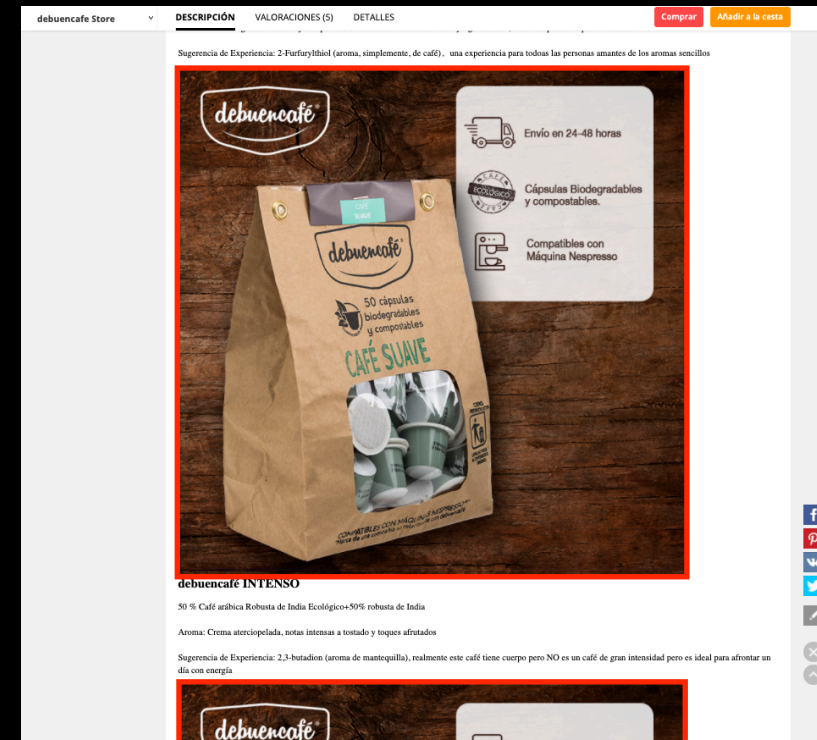
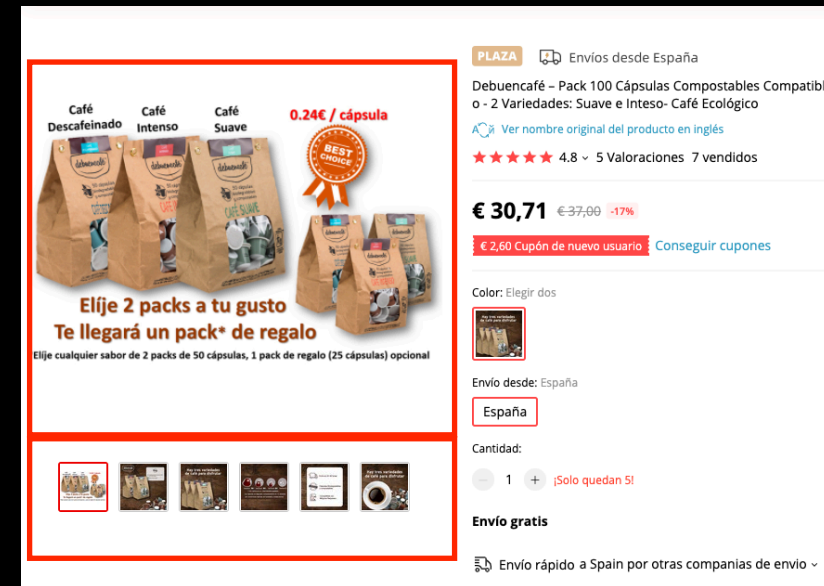


Debes saber 🧐

Las fichas de producto

Existen dos zonas principales donde va a parecer nuestro contenido visual:

- 1) La zona de “Foto producto” donde se admiten hasta 6 fotografías.
- 2) La zona de “Imagen detalle del producto” que aparecerá en la Descripción del producto, donde se admiten hasta 5 imágenes y éstas se pueden intercalar con textos.





Cómo deben ir las imágenes

Normas de AliExpress

- ✂ Tamaño de las imágenes: 1000x1000 píxeles.
- ✂ Formatos JPG o PNG o GIF.
- ✂ Fondo: blanco (JPG) o transparente (PNG). ~~Aunque vale cualquier fondo.~~
- ✂ Peso máximo: 3MB.
- ✂ La fotografía principal debe ser con fondo transparente o fondo blanco sin logo.
- ✂ Las fotografías adicionales de producto deben tener diferentes ángulos, accesorios, contextos distintos.
- ✂ Los productos deben estar encuadrados en el centro y que ocupen una buena proporción de la imagen. No pueden quedar ni descentrados, ni fuera del marco, ni ser demasiado grande como para cortarlo por los lados, ni demasiado pequeño como para que quede mucho margen.



La locura del 11.11

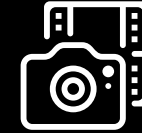
El 11 de noviembre es el día elegido por AliExpress para lanzar atractivas ofertas y rebajas en muchos de sus productos (una especie de Black Friday asiático), también conocido como el Día del Soltero.

Ese día es un auténtico despliegue de colores toda la web. Aluvión de banners con cupones de descuentos y las tiendas sufren una auténtica transformación visual.

Lo mismo pasa con fechas señaladas como Halloween 🎃.

The screenshot shows the AliExpress website interface during the 11.11 sale. At the top, there's a navigation bar with the AliExpress logo, a search bar, and links to 'En AliExpress' and 'En esta tienda'. Below this is a large banner for 'VENTER & OnePlus 7T' with the slogan 'Never Settle'. The main product featured is the OnePlus 7T, with a price tag of €406,67 - 549,00. A countdown timer indicates the sale ends at 11:11. Various promotional banners are visible, including one for 'SELECCIONAR CUPÓN' (Select Coupon) and another for 'Cupón tienda' (Store Coupon). The bottom of the page features a 'Comprar' (Buy) button and a 'Añadir a la cesta' (Add to cart) button.

Contenido visual utilizado



Contamos con 6 huecos visuales para poder ofrecer al usuario la información del producto. A diferencia de otros marketplaces aquí el cómo uses estas imágenes, es mucho más libre. En líneas generales nos encontramos con este tipo de contenido:

-  Fotos de producto
-  Fotos en uso (modelo)
-  Foto en ambiente
-  Infografías
-  Gifs animados
-  Vídeos de producto o marca



Busto nórdico retrato florero de cerámica retrato creativo escultura Marco de decoración Arte Abstracto cara humana decoración del hogar maceta

2 vendidos

€ 36,02 - 63,88 ~~€ 70,63 - 125,25~~ -49%

€ 2,60 Cupón de nuevo usuario [Conseguir cupones](#)

Color:



Cantidad:

1 317 unidades disponibles

Envío gratis
a Spain por AliExpress Standard Shipping

Fecha estimada de entrega el 12/10

[Comprar](#) [Añadir a la cesta](#) [11](#)

 **Protección al Comprador de 90 días**
Garantía de reembolso



Gifs animados



A destacar como muy interesante la posibilidad de usar gif animados en la zona de la descripción del producto.

Halloween hablando animado LED calabaza Flash proyección lámpara para fiesta en casa Halloween decoración Flash calabaza LED



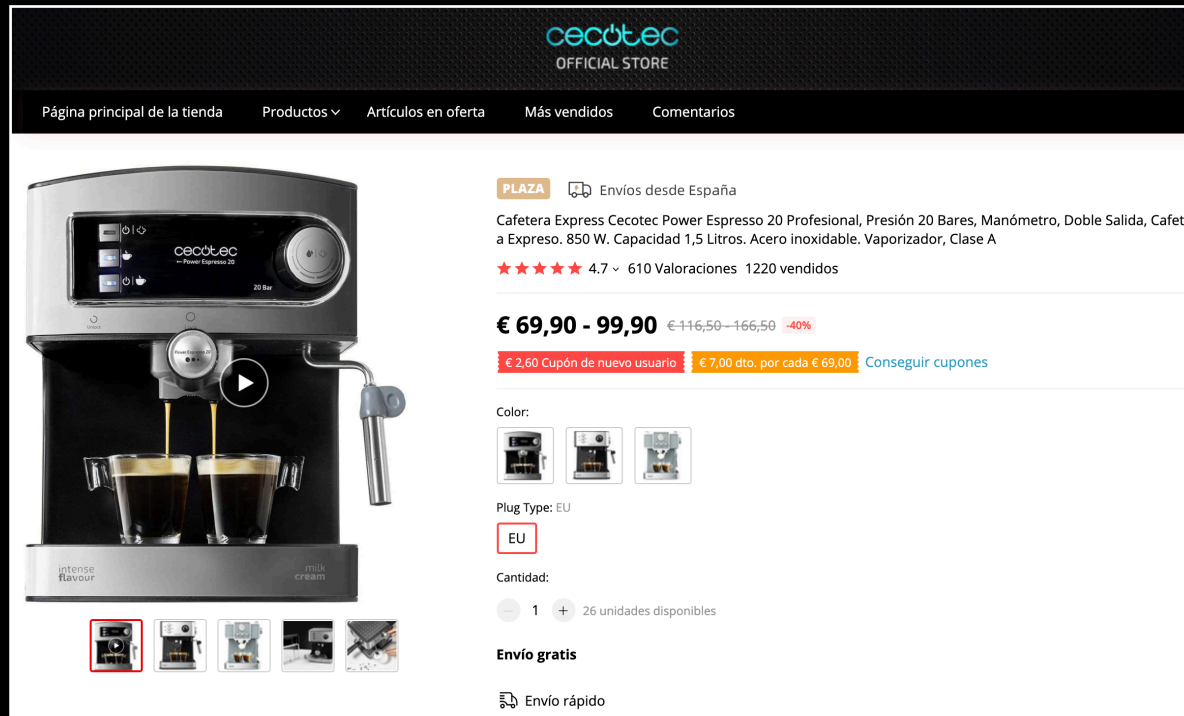
Características:

1. Tres caracteres únicos

Nuestras linternas de calabaza tienen tres funciones: raras, tradicionales y divertidas. Añade novedad a Halloween.



Vídeo de producto en primera fila



Una de las ventajas que tiene este marketplace es que podemos usar vídeos en nuestras fichas, y estos pueden ser nuestra imagen principal. No se reproducirá en el resultado de la categoría, pero sí cuando entremos en la ficha del producto.



Buscar por imagen



Existe una extensión para el Chrome [AliCompare](#) que permite a los usuarios buscar un producto por imagen en AliExpress para comprobar si está más barato, con envío gratis, en un vendedor con más reputación, etc. Además permite crear tablas de vendedores para comparar la mejor opción.

Sexy Women Boho Maxi Club Dress Red Bandage Long Dress Party Multiway Bridesmaids Convertible Infinity Robe Longue Femme 2018

PRECIO: € 24,47 / unidad

OFERTA: € 22,02 / unidad -10%

Color:

Size: S M L XL

Envío: € 5,05 a Spain via AliExpress Standard Shipping

[BUSCAR EN OTROS VENDEDORES](#)

 € 10,43 Sexy mujer Multiway Wrap Convertible Boho Maxi Club vestido rojo vendaje vestido largo fiesta damas de honor Vestido Inf ... VER PRODUCTO	 € 7,57 Mujeres Sexy Multiway abrigo Convertible Maxi Club rojo vestido vendaje vestido largo fiesta damas de honor infinito tra ... VER PRODUCTO	 € 19,21 Sexy mujeres Boho Maxi Club vestido largo del vendaje del partido Multiway Bridesmaids Convertible infinito Longue Femme ... VER PRODUCTO
 € 9,70 NIJUDING verano otoño gesa Vestido estampado Casual lindo mujeres floral largo Bowknot vestidos manga larga ... VER PRODUCTO	 € 24,47 Sexy mujeres Boho Maxi Club vestido largo del vendaje del partido Multiway Bridesmaids Convertible infinito ... VER PRODUCTO	 € 10,92 2018 nueva Sexy Multiway vestido mujeres Boho Diy sólido vestido Maxi largo del vendaje Vestidos fiesta de la ... VER PRODUCTO

Contenido visual en

Ebay

Marketplace que funciona con subastas (C2C) y compra directa con precio fijo (B2C). Un clásico del eCommerce al que le ha costado adaptarse a los nuevos tiempos.

Ebay

En líneas generales

Ebay en España parece que está algo de capa caída para las marcas, al menos en algunas categorías.

Entre nuestros entrevistados ha habido mucha diferencia en cuanto al interés que tienen sobre Ebay. La mayoría de ellos no tienen presencia en este marketplace.

Sin embargo parece que los productos de casa y jardín (productos de cocina, pequeños objetos de decoración), productos para mascotas, productos higiénico / sanitarios ahora con el tema del Covid-19 y películas, funciona bastante bien.

Sin embargo los productos de alimentación o juguetes, no funcionan nada bien. Por ejemplo Víctor de Celi & Go nos comenta que su experiencia fue muy mala, un desastre *“un abuso sin reporte. Amazon abusa también, pero al menos vendes, en eBay no.”*

Debes saber 🧐



Las fichas de producto

Puedes subir hasta 12 fotos en las fichas de producto.

Se recomienda fondo neutro pero no es obligatorio.

Puedes incluir vídeos embebiéndolo desde Youtube.

The screenshot shows an eBay product listing for 'Gafas graduadas, gafas de lectura, resina resistente ligeras, mas funda'. The listing includes a main image of two pairs of glasses, one with a red frame and one with a black frame. A red banner in the top left corner of the image area says 'ENVÍO GRATIS'. Below the main image is a carousel of three smaller images of the red-framed glasses. The product details on the right show the price as 2,95 EUR, a '¡Cómpralo ya!' button, and an 'Añadir a la cesta' button. It also indicates that 373 items have been sold and that the item is shipped from Spain with free shipping. The listing is categorized under 'Belleza y salud > Cuidado de la vista, óptica > Gafas de lectura'. A promotional banner at the top right of the listing area shows a toothbrush with a '-27%' discount and the text 'HASTA EL OFER PROMOC'.

ebay Comprar por categoría

Buscar cualquier artículo Todas las categorías

Volver a los resultados de búsqueda | En la categoría: Belleza y salud > Cuidado de la vista, óptica > Gafas de lectura

HASTA EL **-27%** OFER PROMOC

ENVÍO GRATIS

Gafas graduadas, gafas de lectura, resina resistente ligeras, mas funda

Estado: **Nuevo**

Color - Aumento: - Seleccionar -

Cantidad: 1 Más de 10 disponibles **373 vendidos** / [Ver votos](#)

2,95 EUR

¡Cómpralo ya!

[Añadir a la cesta](#)

[Añadir a la lista de seguimiento](#)

373 vendidos Se envía desde España Envío gratuito

Envío: **GRATIS** Económico | [Ver detalles](#)

Ubicación del artículo: Fontan, España

Realiza envíos a: Todo el mundo [Ver exclusiones](#)

Entrega: Prevista entre el **lun. 21 sep.** y el **mié. 23 sep.**

Pagos:

[¿Quieres vender uno? Véndelo tú mismo](#)

Cómo deben ir las imágenes de los anunciantes

Recomendaciones de Ebay



Los artículos con buenas fotos se venden mejor, intenta seguir los siguientes estándares:

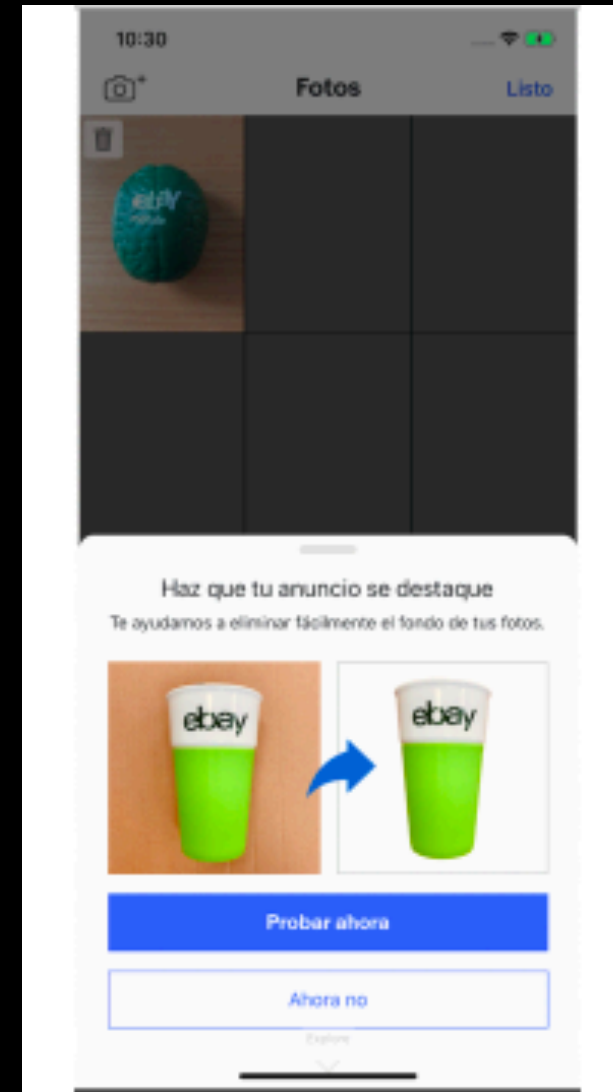
- 📌 Claridad: sube diversas fotos. Las 12 primeras son gratis en todas la categorías.
- 📌 Alta resolución: imágenes de 500 píxeles el lado más largo como mínimo. Aunque se recomienda un tamaño de 1.600px.
- 📌 Variedad: muestra el artículo desde diferentes ángulos y en un fondo neutral.
- 📌 Honestidad: muestra claramente cualquier defecto del artículo.
- 📌 No añadas texto ni ilustraciones a las fotos (nada del tipo envío gratis, o logotipos)

Esto es útil 😊

App eBay Móvil



Ebay cuenta con una App para vender a través de ella. Y una de las funcionalidades que tiene es un software de eliminación de fondos, para que poder dejar el fondo blanco a las fotos. Lo cual recomiendan para que los anuncios tengan un mejor impacto.



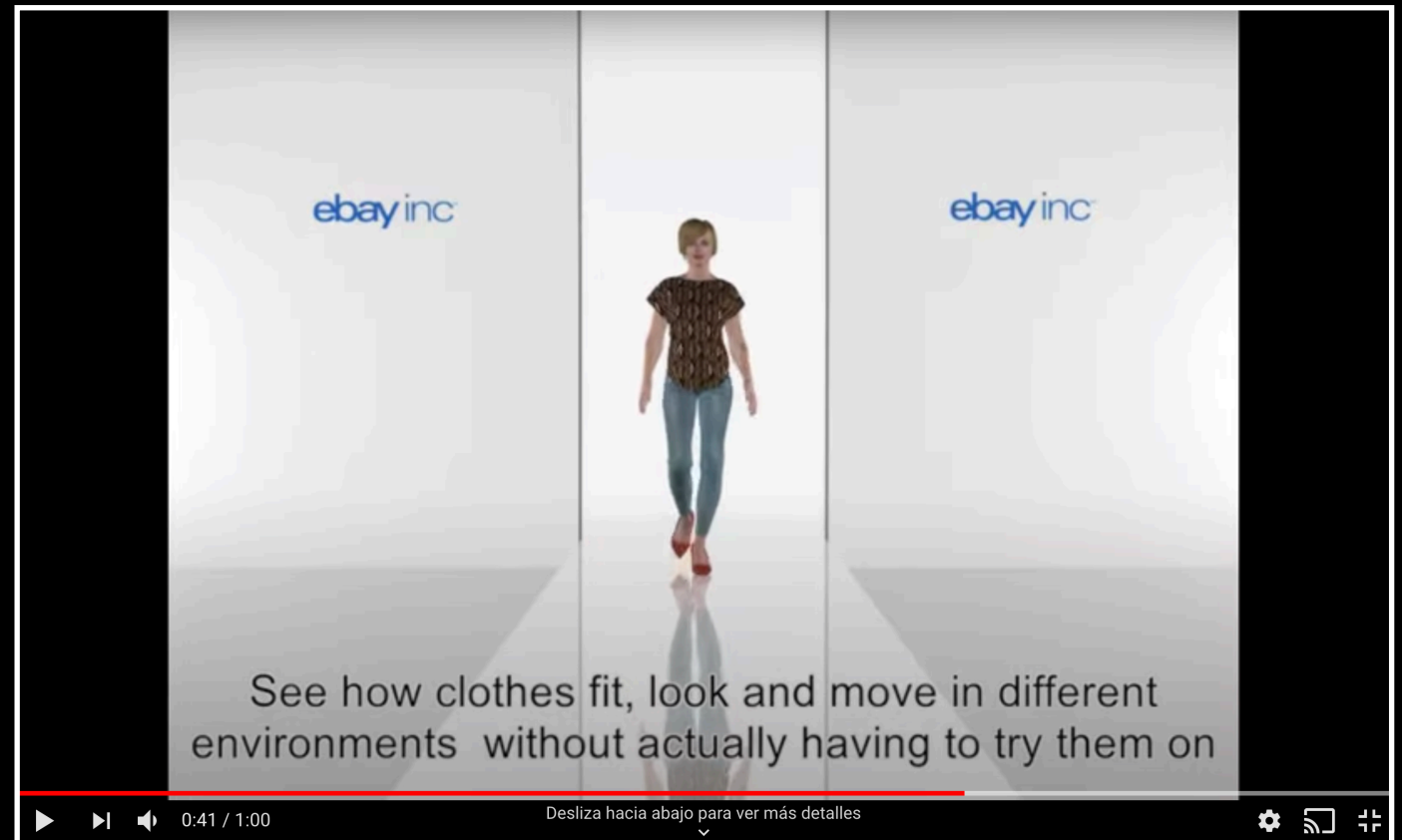
Tecnología 🕶️

Probadores virtuales

Ebay cuenta con probadores virtuales.

En el caso del textil, los usuarios pueden probarse la ropa a través de avatares virtuales. Previamente el producto tiene que estar digitalizado en 3D.

Además cuenta con eBay's Fashion App, con la que puedes probarte gafas mediante realidad aumentada.



Contenido visual en

El Corte Inglés

Referente español en venta de retail. Digitalizándose a toda prisa y apostando por el marketplace como canal.

El Corte Inglés

En líneas generales

Es algo complicado entrar, ya que no está muy digitalizado.

Tienen dos modelos de funcionamiento:

- Explotación directa: les vendes el producto y ellos se encargan del resto, incluido el realizar ellos mismos las fotografías aunque pagas por ello.
- Corner digital. La marca se encarga de

vender su propio producto dentro de la plataforma y generar el contenido fotográfico. Todo a cambio de una comisión.

Las fotografías que te piden se supone que tienen que cumplir una serie de guías, con la intención de que los merchands den una imagen homogénea, pero la realidad es que no se pueden permitir ser restrictivos pues sino no venderían, así que acaban siendo permisivos lo que genera un buen popurrí visual en la web.

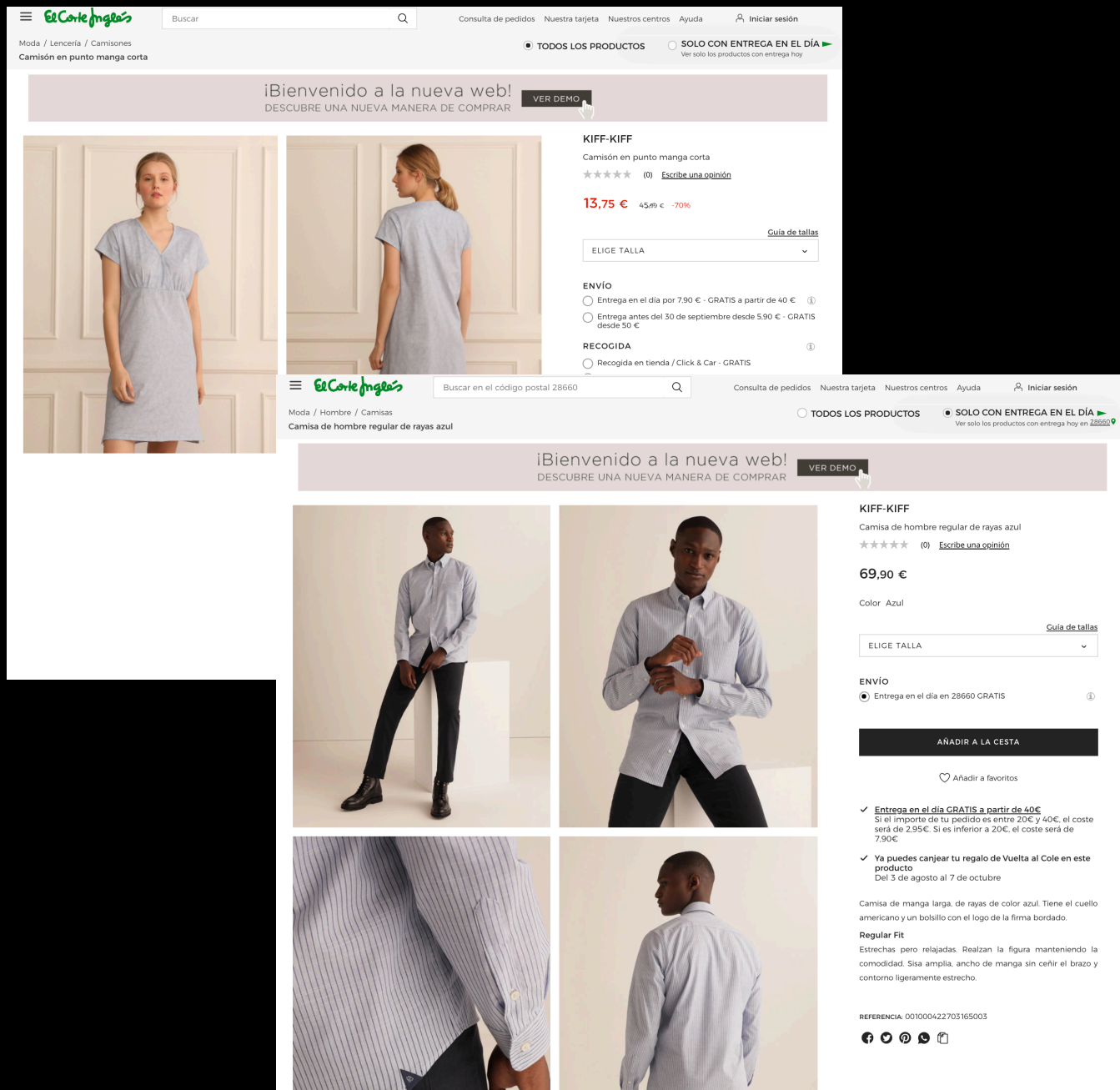
Debes saber 🧐

Explotación directa



Como señalábamos en la anterior página, cuando se trata de venta por explotación directa es el propio Corte Inglés quien realiza el contenido visual.

Esto son dos ejemplos de fichas de producto que suben ellos, vemos que usan fondos diferentes y que fotografían el textil con modelo en el caso de adultos.



The image displays two screenshots of the Corte Inglés website, illustrating product pages for different items.

Top Screenshot (Women's Dress):

- Header: El Corte Inglés logo, search bar, navigation links (Consulta de pedidos, Nuestra tarjeta, Nuestros centros, Ayuda, Iniciar sesión).
- Breadcrumbs: Moda / Lencería / Camisones.
- Product Name: Camisón en punto manga corta.
- Price: 13,75 € (45,99 € -70%).
- Size Selection: ELIGE TALLA (dropdown menu).
- Shipping Options (ENVÍO):
 - Entrega en el día por 7,90 € - GRATIS a partir de 40 €
 - Entrega antes del 30 de septiembre desde 5,90 € - GRATIS desde 50 €
- Collection Options (RECOGIDA):
 - Recogida en tienda / Click & Car - GRATIS
- Footer: Moda / Hombre / Camisas.

Bottom Screenshot (Men's Shirt):

- Header: El Corte Inglés logo, search bar, navigation links (Consulta de pedidos, Nuestra tarjeta, Nuestros centros, Ayuda, Iniciar sesión).
- Breadcrumbs: Moda / Hombre / Camisas.
- Product Name: Camisa de hombre regular de rayas azul.
- Price: 69,90 €.
- Color: Azul.
- Size Selection: ELIGE TALLA (dropdown menu).
- Shipping Options (ENVÍO):
 - Entrega en el día en 28660 GRATIS
- Buttons: AÑADIR A LA CESTA, Añadir a favoritos.
- Offers:
 - Entrega en el día GRATIS a partir de 40€: Si el importe de tu pedido es entre 20€ y 40€, el coste será de 2,35€. Si es inferior a 20€, el coste será de 7,90€.
 - Ya puedes canjear tu regalo de Vuelta al Cole en este producto: Del 3 de agosto al 7 de octubre.
- Product Description: Camisa de manga larga, de rayas de color azul. Tiene el cuello americano y un bolsillo con el logo de la firma bordado. Regular Fit. Estrechas pero relajadas. Realizan la figura manteniendo la comodidad. Sisa amplia, ancho de manga sin ceñir el brazo y contorno ligeramente estrecho.
- Footer: REFERENCIA: 001000422703165003, social media icons.

El Corte Inglés

Buscar en el código postal 28660

Consulta de pedidos Nuestra tarjeta Nuestros centros Ayuda Iniciar sesión

Moda / Infantil / Niño (1-16 años) / Pijamas

Pijama de niño de algodón corto con rayas

TODOS LOS PRODUCTOS SOLO CON ENTREGA EN EL DÍA

Ver solo los productos con recogida hoy en 28660

¡Bienvenido a la nueva web!
DESCUBRE UNA NUEVA MANERA DE COMPRAR

VER DEMO



KIFF-KIFF

Pijama de niño de algodón corto con rayas

★★★★★ (0) [Escribe una opinión](#)

24 €

Color: Azul

10 Años [Guía de tallas](#)

NO DISPONIBLE PARA ENTREGA EN EL DÍA

Puedes seleccionar "Todo el catálogo" para ver otras opciones de entrega

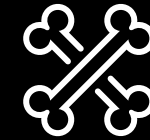
♥ Añadir a favoritos

- ✓ **Cuenta abierta Vuelta al Cole.** [Ver condiciones](#)
Financia tus compras. Solo para productos vendidos por El Corte Inglés
- ✓ **Hasta 10% REGALO Vuelta al Cole.** [Ver condiciones](#)
Del 22 de junio al 30 de septiembre. Solo para productos vendidos por El Corte Inglés.
- ✓ **Ya puedes canjear tu regalo de Vuelta al Cole en este producto**
Del 3 de agosto al 7 de octubre

Pijama corto de tela de algodón con estampado de rayas en tono blanco y azul. Chaqueta de manga corta con bolsillos de parche, cuello de solapa y detalle de bordado logo de la marca en bolsillo pecho. Pantalón corto con elástico y lazada en cintura.

REFERENCIA: 001048560000019 | EAN: 8431743873064

Facebook Twitter Pinterest WhatsApp Email



Debes saber 🧐

Corner digital

En el caso de los Corners Digitales, es la propia marca quien se encarga de subir sus propios productos, y con ello generar también sus propias fotografías. En este caso vemos una foto de un artículo en plano, al tratarse de ropa infantil.

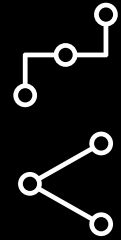
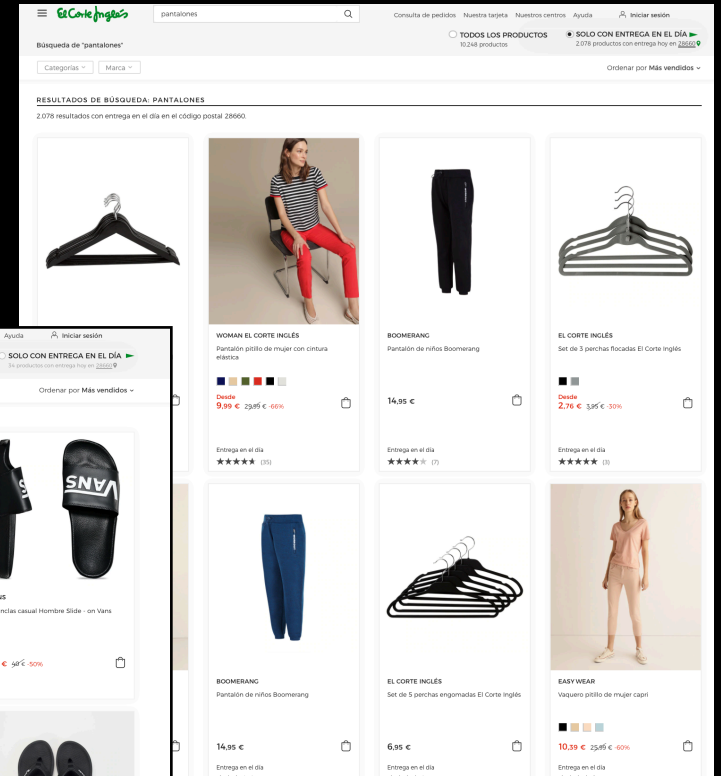
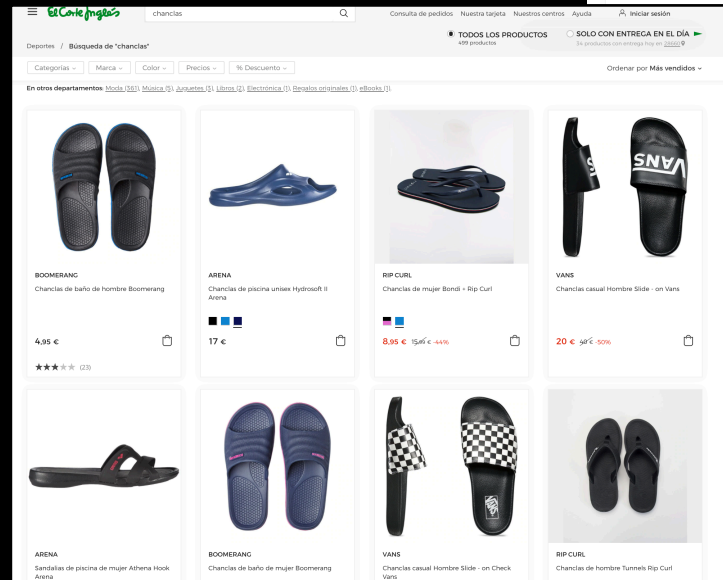
Según nos cuenta [Marisol](#) de Kiff Kiff: *"Lo malo es que todos los meses hay una promoción diferente, y esto hace que nunca puedas vender el producto a su precio completo. Y sino te metes en estos*



Una web poco homogénea

Existen varias Guidelines de El Corte Inglés sobre cómo deben ser las imágenes, sin embargo es información confidencial y no la tienen pública.

Sabemos que dependiendo de la categoría hay unas normas u otras, por ejemplo varía el número de fotos que te piden, que va entre 3 y 6 imágenes. Los fondos suelen pedir que sean neutros, no específicamente blancos. Y la técnica de cómo se fotografía el textil varía en función de si es adulto (modelo) o si en infantil (plano).



Contenido visual en

Cdiscount

Marketplace francés por excelencia, con un volumen de negocio de 4.000 millones de euros. La puerta de entrada a Francia.

Cdiscount

En líneas generales

Aunque esta guía está orientada a los principales marketplaces españoles, queremos hacerle un hueco a Cdiscount por el curioso caso que te vamos a contar.

Para ponerte en contexto, tienes que saber que Cdiscount es el marketplace por excelencia en Francia. Digamos que para los franceses Cdiscount es como para nosotros Amazon.

Es especialmente fuerte en la categoría de tecnología.

Llama la atención el parecido visual que tiene con Amazon.

Algunas marcas nos han reportado problemas para cuadrar los pagos. El cálculo del coste es muy complicado, mucho más que Amazon.

Debes saber 🧐

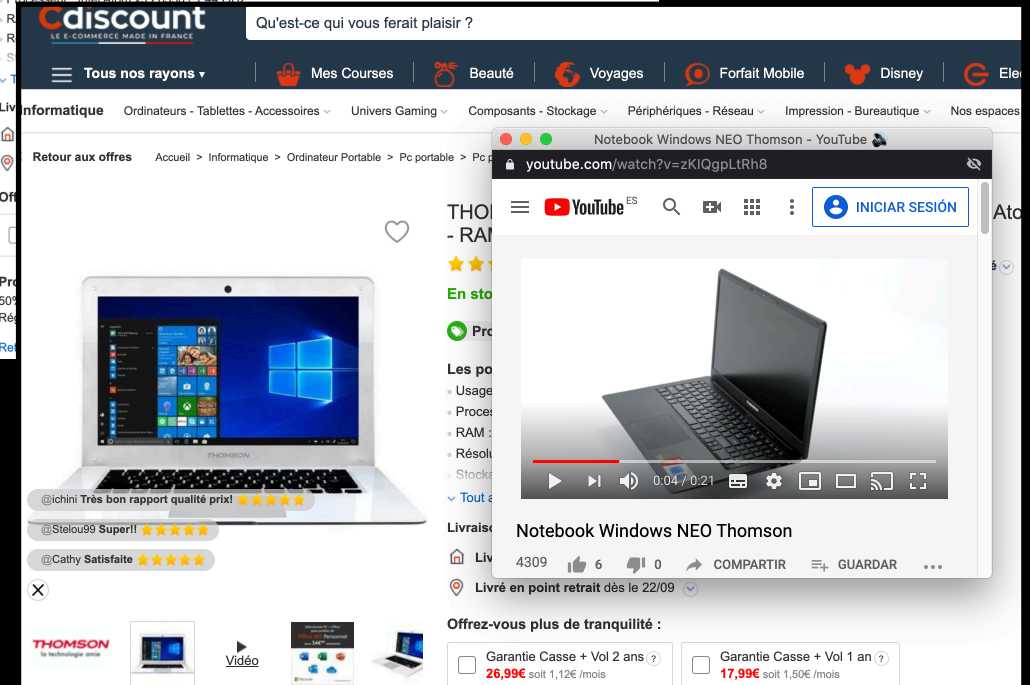
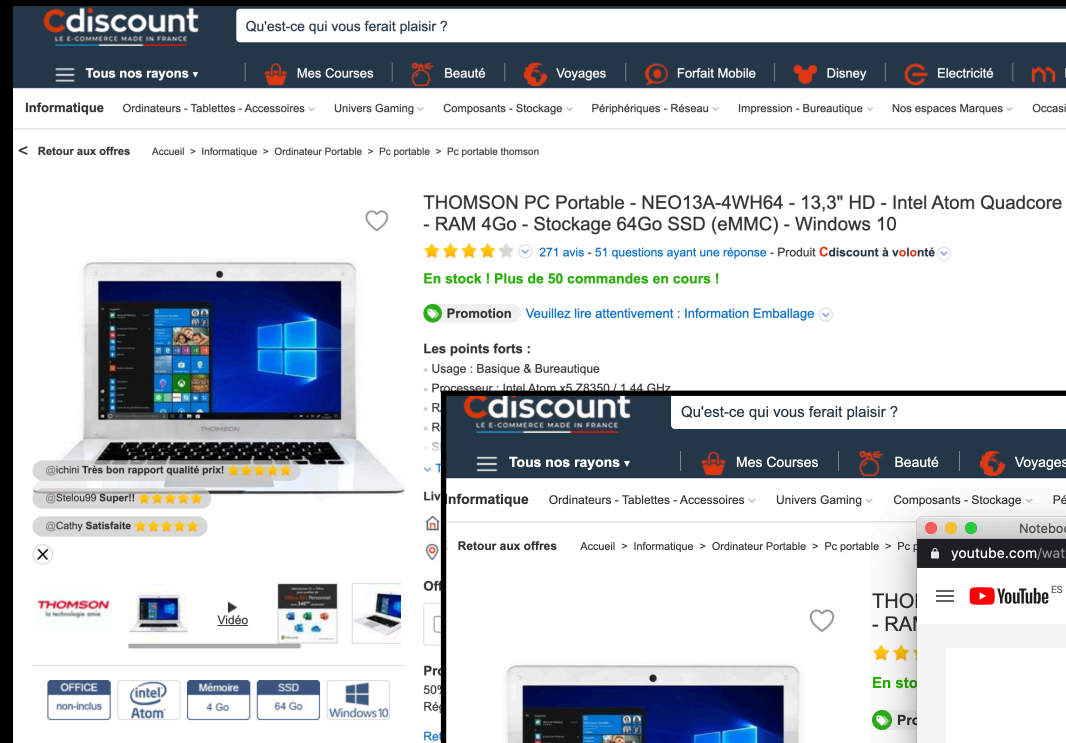


Las fichas de producto

Esta es una ficha de producto de Cdiscount.

Vemos que las reviews de los usuarios se meten dentro de la propia imagen principal.

Si clickamos en el vídeo nos sale un pop-up con un vídeo embebido desde Youtube.





Caso Haverland

La marca Haverland tiene presencia en Amazon España, Amazon Francia, y Cdiscount entre otros marketplaces.

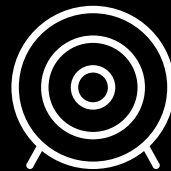
David Vaquerizo nos contaba que según dónde vendan hacen un uso diferente de las imágenes.

En Cdiscount parece que las fotografías de ambiente convierten más como foto principal, que las fotos en fondo blanco.

Viendo este hecho probaron a poner en Amazon Francia como foto principal la

foto de ambiente (aunque según las reglas no se puede), y vieron que no tienen la misma conversión.

El usuario de Cdiscount está más predispuesto a ir a la foto de ambiente, y el de Amazon va más a la foto de fondo blanco.



Cdiscount
LE E-COMMERCE MADE IN FRANCE

Qu'est-ce qui vous ferait plaisir ?

Tous nos rayons ▾ | Mes Courses | Beauté | Voyages

Bricolage | Outillage - Quincaillerie ▾ | Climatisation - Chauffage - Ventilation ▾ | Cuisine - Salle de bain - Plomberie ▾

< Retour aux offres | Accueil > Bricolage > Chauffage > Radiateur électrique > Radiateur électrique 1500 w

HAYERLAND 1500W Radiateur Chaleur douce - Fil Pilote 6 Ordres

Ecrire le 1^{er} avis - Posez une question sur ce produit

En Stock !

Radiateur électrique mural - Chaleur douce - Coefficient de performance 100% - 6 Ordres de commande - 4 Modes de fonctionnement : Chauffage, Décongélation, Séchage, Déshumidification - Sécurité Enfant - Système anti-surchauffe

[Présentation produit](#) | [Descriptif détaillé](#)

Livraison à Madrid :

🏠 Livré entre le 16/09 et le 18/09

🚚 **Livraison Gratuite (1)**

Offrez-vous plus de tranquillité :

☐ Garantie Panne + Reprise 3 ans ?
14,99€ soit 0,42€ /mois

Profitez des avantages de notre carte Cdiscount
50% de remise supplémentaire en souscrivant
Réglez en 3, 5 ou 10 fois

[Retrouvez également ce produit sur Cdiscount](#)

COMPRA COMIDA ONLINE
 mentta, porque llega un momento en el que quieres comer bien

jamón, vino, empanada...



Otros marketplaces

Comida
Preparada

Productores

Tindas
especializadas

Supercorreo de
frescos
(Madrid M-30)

Todas las tiendas
+120 por toda la
península



Comida Preparada

Menús Opciones veganas Opciones BIO
 Croquetas de espinacas Arroz negro Lasaña vegetal
 Ternera en salsa de vino tinto Comida de Pueblo Mi Plato
 Manafoods



Zona Bio

Cápsulas Nespresso 100% compostables Semillas y granos
 Infusiones Chocolate Spaghetti de garbanzos Mermelad
 Potitos Pan de molde de espelta La tienda de los
 Algo para la salud



Otros Marketplaces



A lo largo de la guía hemos hablado de los principales marketplaces, y de los que más relevancia tienen en cuanto a contenido visual. Sin embargo existen otros marketplaces muy interesantes también y que las marcas pueden valorar, dependiendo de cual sea su categoría.

📌 ALIMENTACIÓN: Mentta, Carrefour, Farmidable, Vinopremier, Uvinum, Ulabox

📌 PARAFARMACIA: Promofarma, Naturitas

📌 BRICOLAJE: Mano a mano

📌 ELECTRÓNICA: PC Componentes, Phonehouse

📌 MODA: Zalando, BuyVip, Privalia, Ofertix, Vente-Privée, ASOS, Farfetch, Micolet

📌 SUMINISTROS INDUSTRIALES: SoloStocks (B2B)

📌 MULTICATEGORÍA: Fnac, Rakuten, Wallapop (C2C)

Conclusión

Marketplaces, una tendencia al alza

Hay marketplaces a los que les vendes únicamente el producto, entregas el contenido visual que buenamente tengas y ellos se encargan de hacer el resto, como son por ejemplo Promofarma o Privalia. Pero en marketplaces donde tenemos poder de decisión sobre el contenido visual, éste tiene una gran impacto en las ventas y nos debe preocupar tanto o más como nos preocupa en los eCommerce.

Hay que tener clara que la estrategia será diferente si se trata de una marca o de si es distribuidor. Asumir que hay reglas y aceptarlas.

Es complejo y se necesita recursos y tiempo.

Colaboradores consultores

Increnta

Sara Carbajo

INCRENTA

Es una agencia 360° que ayuda a sus clientes a ser un referente en sus respectivas industrias. El concepto de Increnta se basa en el Lifetime Business, creciendo al lado del cliente, proponiéndole nuevas estrategias que van desde el Inbound Marketing para la captación de leads hasta todo lo relacionado con nuestra unidad de eCommerce para ayudar a ampliar las ventas de nuestros clientes en su canal directo (propio site) o canales indirectos (marketplaces).

**SARA CARBAJO**

62

Es una gran apasionada del eCommerce y con un amplio conocimiento en canales de venta digitales tanto directos como indirectos. Su trayectoria está muy centrada en el territorio de la Venta flash y los Marketplaces con amplios conocimientos de software para eCommerce y tecnología.

Incrementa

Sara Carbajo

63



💰 Los emojis en los bullet points incrementan la conversión

“El uso de los emojis en los bullet points de Amazon supone una subida en la conversión. Los sellers que los usan ganan entre un 70% y un 80% la buybox (teniendo mismo precio). Aunque es una pena que ya no se puedan usar los emojis e los títulos.”

Helium10 - Herramienta de medición para fichas de Amazon

Amazon no proporciona datos. Por lo que recomienda el uso de la herramienta Helium10. *“Es una herramienta que te valora la ficha de producto de Amazon Europa del 1 al 10. Hay muy pocas fichas que tenga una puntuación de 9. Y la puntuación va en función de: fotos de buena calidad, con atrezzo y el uso del vídeo; bullet points completos con todos los caracteres; analiza las keywords de otras referencias. Te ayuda a completar las fichas de producto.”*

Elevate

Jorge Campos

ELEVATE

Elevate es la una consultora española 100% única y exclusivamente focalizada en Amazon y que nace de una experiencia real con el este, especialmente en gestión de marcas internacionales en todos los marketplaces de Amazon en Europa tanto a través de los modelos de Vendor y Seller.

**JORGE CAMPOS**

64

Apasionado del marketing online y del branding, ha trabajado durante los últimos años de su trayectoria en el ámbito marketplace y es un gran conocedor del ecosistema de Amazon al haber liderado proyectos de expansión de grandes marcas a nivel nacional e internacional.

Elevate

Jorge Campos

65



ELEVATE: Consultoría Amazon Seller y Vendor

“La venta en Amazon es mucho más compleja de lo que puede parecer, ayudamos tanto a marcas pequeñas como grandes a escalar en este marketplace. Lo que nos diferencia de otras agencias es que nosotros tenemos marca propia (Earwaves) y eso nos ha hecho enfrentarnos a Amazon en nuestras propias carnes. Además de haber trabajado con marcas de gran volumen de facturación”



UN BUEN CONSEJO

“Mide bien tu margen. Hay gente que vende en marketplaces perdiendo dinero, y no lo sabe. Cuida también bien las reviews, tienen un peso excesivo en Amazon”

Ebolution

Pablo Renaud

EBOLUTION

Ebolution impulsa tu negocio digital. Expertos en el diseño y construcción de canales digitales. Realizan asesoramiento, construcción, mantenimiento y optimización de todo tipo de tiendas online B2B y B2C desde hace 10 años.

**PABLO RENAUD**

66

Dedicado al eCommerce desde el año 2000, cuando puso en marcha su primera tienda online. Lleva 20 años creando proyectos de eCommerce y vendiendo en marketplaces. Le ilusiona compartir sus conocimientos y experiencia como escritor, formador y ponente sobre negocio online.

Pablo Renaud



Experto en eCommerce y Marketplaces

“En un eCommerce manda el UX, tienes que escuchar a tus clientes y luego adaptas el producto a esa experiencia. En los marketplaces la experiencia del usuario no es lo prioritario, sino el hecho de que pare en tu ficha y que no siga andando.”

Los marketplaces son el mercadillo, el streaming es la teletienda y los eCommerce es la Calle Serrano”



UN BUEN CONSEJO

“Cada foto debe contar un solo detalle, un único mensaje. Las fichas muy visuales, con poco texto, ok al uso de datos numéricos. El vídeo que no tenga locución, pues también será el mismo para diferentes países, lo que sí puedes hacer es subir diferentes archivos de subtítulos por cada país”.

Lonesome Digital

Nacho Somalo

LONESOME DIGITAL

Expertos en Transformación Digital.
Ayudamos a las empresas a hacer
una no traumática transformación
hacia la digitalización y la venta
online. Expertos en gestionar la
venta en marketplaces.

**NACHO SOMALO**

68

Veterano del ecommerce y profesor
de escuelas de negocio digitales.
Asesora empresas en
Transformación Digital, en especial
con venta en Amazon. Autor de
varios libros.

Nacho Somalo



Veterano del eCommerce

“La imagen es un 90% de la compra (en productos como moda o decoración). En tecnología sería de un 10% ó 15% (por ejemplo una tele o un portátil). Afecta mucho la categoría de producto. Cuando el producto es más impulsivo el contenido visual es más importante. Cuando es un producto más técnico el contenido visual no es tan importante”

🧐 UNA BUENA OBSERVACIÓN

“El contenido visual de un mismo marketplace por países es diferente. Mismamente entre Francia y España noto diferencia. En Francia se hace un uso más fuerte de las fotos de ambiente, mientras que en España prima más el fondo blanco”

Amazon, ponente y formador

Jordi Ordóñez

CONSULTOR

Especializado en consultorías de Sellers de Amazon y de SEO para eCommerce. En resumen, rasca los datos e investiga para que su clientes vendan más y capten tráfico más barato.

Además, da formación en escuelas de negocios e in-company.



JORDI ORDÓÑEZ

70

Consultor en temas de eCommerce y Amazon. Lleva liado en proyectos digitales desde el año 2.000 Trabaja para marcas como Due-Home, Bella Aurora, Kartox, Intersport... y tiene proyectos propios como directorios de herramientas y libros.

Amazon, ponente y formador

Jordi Ordóñez



71

Gran innovación publicitaria

“Se está innovando mucho en la publicidad dentro de Amazon. En USA por ejemplo están validando el formato de los ads con vídeos, estaremos pendientes de ver si llega a España. Aquí en breve podremos usar las fotos de lifestyle para la publi y no las de fondo blanco. Está claro que una buena foto convierte más, y en las búsquedas llama más la atención y es más efectiva.”



UN BUEN CONSEJO

No des de alta en Amazon todo el catálogo que tengas subido en tu eCommerce, haz una selección de tu producto, para que no te canibalice las ventas ni el SEO.

Ethink

Leticia Herrero

ETHINK

Agencia de marketing digital, con tres palancas claves:

- 1). Driving sales - servicios de marketing para marketplaces / eCommerce.
- 2). Driving digital - servicios de consultoría de marketing / publicidad digital.
- 3). Driving knowledge: formamos compañía o profesionales en áreas de publicidad, marketing, estrategia digital, etc.

**Leticia Herrero**

72

Periodista de formación, con alma de publicista. 17 años trabajando en marketing digital, habiendo acompañado en el proceso de digitalización a las principales marcas y anunciantes del sector belleza, gran consumo, distribución, retail, motor, etc y enfocando ahora ese conocimiento a brindarles la oportunidad a pequeñas marcas a digitalizarse también.



Ethink

73

Leticia Herrero



Algunos datos interesantes

"Solemos hacer pruebas de cómo afecta la imagen a la conversión simplemente cambiando el orden de las imágenes en el marketplace. Por ejemplo en el caso de una máscara de oxígeno nos reportó un 27% más de visitas en el test donde el producto se veía girado en vez de frontal, ya que se entendía mejor el producto."

UN BUEN CONSEJO

"Si tienes tiempo y conocimientos puedes hacer tu entrada en el marketplaces solo. Pero si quieres escalar y profundizar más necesitarás mucho más y aquí será muy interesante contar con una agencia"

Blucó

Alejandro Orviz

BLUCÓ

Es una agencia fundada en 2017 y especializada en Marketplaces. Es partner tanto de Amazon en sus programas Amazon SPN y Amazon Advertising como de Aliexpress donde forma parte de su Red de Mentores.

**Alejandro Orviz**

74

Consultor con más de 20 años de experiencia en el sector TIC. En 2017 se convirtió en el fundador y hombre orquesta de Blucó.

Alejandro Orviz



A tener en cuenta

“Para vender en marketplaces recomiendo ir de la mano de una agencia porque es un mundo desconocido normalmente para las marcas, ya que no es core de su negocio. Suele ser muy engorroso con todo lo hay que saber: marketing, producto, temas administrativos, tecnológicos, legal, logística, exportación.... Además cada marketplace es un mundo.”

🧐 UN BUEN CONSEJO

“En Amazon no vendes productos, vendes “fotos” y son una parte fundamental de la ficha de producto junto con un buen título y un precio adecuado, sin olvidar por supuesto que es fundamental tener la mayor cantidad de valoraciones posibles y que la media nunca baje de 4.

Una buena estrategia visual sería usar los 5 primeros huecos para el descriptivo del producto y las fotos en uso. Y las dos últimas fotos que sean para hacer marca y no para el producto. Por ejemplo que la penúltima sea un bodegón para intentar hacer crossselling. Y la última foto algún contenido que enseñe los valores de tu marca, o un vídeo promocional.”

Colaboradores marcas

Earwaves

Ricardo García

EARWAVES

Earwaves es una marca deportiva de equipamiento de Crossfit® nacida en 2018 que en poco tiempo ha crecido y saltado a los mercados internacionales con productos de calidad y una estructura centrada prácticamente en su totalidad en canales online, especialmente en Amazon, donde es parte del programa de aceleración de marcas "Amazon Launchpad".

**RICARDO GARCÍA**

77

Desarrollador de vocación y friki absoluto de la programación, lleva trabajando en aplicaciones, automatismos y tecnologías asociadas a eCommerce prácticamente toda su carrera y en distintos modelos de negocio asociados a este canal.

Earwaves

Ricardo García

78



Earwaves, marca nativa digital con exclusiva venta en Amazon en sus inicios.

“El producto está 100% adaptado a la venta en Amazon: el diseño del packaging es como es, porque se vende a través de Amazon. Si fuese venta por nuestra web no haríamos tanto esfuerzo en el branding del packaging.”



UN BUEN CONSEJO

“Solo tiene sentido vender en marketplaces si tienes la certeza de que es rentable. Entonces si decides estar tienes que asegurarte de que tu conversión va a ser la máxima posible. Las imágenes tienen un papel especialmente importante para esto. Aprovecha todo al máximo. No desperdices oportunidades, si tienes 7 huecos para fotos, mete 7 fotos. Los 150 caracteres del título, el descriptivo del texto...”

Celi&Go

Víctor Oliva

CEO

CELI & GO

Libertad sin gluten es la marca líder en utensilios destinado a evitar la contaminación cruzada. Actualmente presente en Carrefour, Hipercor, Alcampo u Ahorramás entre otras muchas grandes superficies.



VÍCTOR OLIVA

79

Licenciado en Administración y Dirección de empresas, MIB por ISDI y profesor de IE Law School. Ha desarrollado su carrera en los departamentos de estrategia de empresas como Fagor USA, Vodafone, Cuatrecasas o Banco Madrid antes de desarrollar el proyecto Celi&Go Libertad sin gluten.

Víctor Oliva



Los marketplaces suponen un 50% de nuestra facturación

“Hemos validado los marketplaces como un canal muy válido de venta, y le dedicamos el 90% de nuestro esfuerzo a Amazon. Sin embargo ponemos mucho empeño también en nuestro propio eCommerce, que supone el otro 50% de nuestra facturación. A diferencia de los marketplaces, en web hacemos mucho uso de fotos en uso y vídeos porque nuestro producto requiere de mucha explicación visual.”



UN BUEN CONSEJO

“Cada marketplace necesita de un equipo detrás, es muy complejo. Nosotros internamente nos metemos solos en el marketplace para testear, una vez validado vamos de la mano de una agencia especializada en ese marketplace en concreto”

Debuencafé

Aitor Guerra

Debuencafé

Una marca de café en cápsulas compatibles con Nespresso con Triple Impacto. Impacto ecológico, ya que todos nuestros cafés son ecológicos y las cápsulas son biodegradables y compostables. Impacto social, colaborando con fundaciones y realizamos en centros especiales de empleo nuestra manipulación. Impacto económico local, utilizando proveedores locales.

**AITOR GUERRA**

81

Después de mucho años trabajando en cargos de responsabilidad en grandes empresas de distribución y financieras, un día, tomando un café junto a mi amigo Miguel Munilla, y hablando sobre el problema ecológico que causaban los miles de cafés como el que nos estábamos tomando, decidimos crear debuencafé.

Debuencafé

Fundador

Aitor Guerra



Los marketplaces suponen un 50% de nuestra facturación

“Nuestra apuesta es tener diversificadas nuestras ventas. Además de nuestra web, estamos presentes en varios marketplaces: Amazon, Mentta, AliExpress, Carrefour, Famidable, El Corte Inglés y Sabor a Pueblo. Los dos que mejor nos funcionan son los dos primeros. Reconozco que es horrible toda la parte administrativa, facturas, etc. Aconsejo especial cuidado en los números y con la caja.”



UN BUEN CONSEJO

“No hacemos diferencia de contenido visual entre un marketplace y otro excepto en AliExpress que hemos creado unos packs especiales y ahí sí que los mostramos de forma diferente al resto. Hacemos uso de fotos de producto en los marketplaces y damos mucho uso a los sellos mediante infografías. En nuestra web usamos vídeo para enseñar el funcionamiento de nuestras cápsulas. Y tenemos pendiente generar fotos en uso pues creemos en su potencial”

Kiff Kiff

Marisol Abad

KIFF KIFF

Marca símbolo de calidad y elegancia, se fundó en 1972. Conocida por sus pijamas “los del perrito”, ropa interior hombre y por sus trajes de baño y calcetines. En pleno desarrollo de más líneas de producto tales como camisas de hombre, tirantes, fulares y la recién estrenada línea de Premamá.

**Marisol Abad**

83

Responsable de diseño y de producto en kiff-kiff. Trabajando como estilista-diseñadora más de 20 años en diversas firmas y como freelance, dedicada a mi trabajo en cuerpo y alma con gusto por la moda y todo lo relacionado con ella, amante de los desfiles de moda, de las tendencias, del merchandaisin, de las ferias de moda, del streetstyle y el arte hasta morir.

Kiff Kiff

Marisol Abad

84



EI supone un 70% de nuestra facturación

“Nuestro fuerte en ventas es a través de El Corte Inglés, tanto es así que supone un 70% de nuestra facturación. El 30% restante lo hacemos en venta a pequeño comercio y nuestra web.”

AMAZON, LO TENDRÍAMOS QUE VOLVER A VALIDAR

“En su día hicimos un intento de vender en Amazon pero no salió bien. Intentamos quitarnos stock de encima pero no lo conseguimos. El problema creo que fue el desconocimiento del marketplace, que no dimos con las teclas adecuadas, además de que usamos unas fotos caseras que no eran buenas y no quedó atractivo.”

turronesydulces.com

Fabián López

TURRONESYDULCES.COM

Desde el 2002 vendemos durante todo el año turrones artesanos hechos en Jijona, Alicante, marca propia y de terceros.

Es la tienda online con el mayor catálogo de turrones, mazapanes y polvorones artesanos con envíos a todo el mundo. Nuestros turrones han llegado a Japón, Emiratos, Canadá, Noruega y otra veintena de países y lugares como Laponia.



Fabián López

85

Ingeniero de Telecomunicaciones (UPV)

Profesor y turronero. Socio-fundador de Ecommaster.es, escuela de másters y cursos de comercio electrónico y marketing digital.

turronesydulces.com

Fundador

Fabián López



Amazon es solo una pata de nuestro negocio

“Para nosotros Amazon es un apoyo en ventas pero no es nuestro canal principal. Tenemos presencia como marca propia vendiendo nuestros propios productos de Turrones Fabián, y también estamos como distribuidores vendiendo productos de otras marcas como la de Antiu Xixona, El Abuelo, etc”

USAMOS AMAZON PARA PROMOCIONAR NUESTRO PRODUCTO Y LA MARCA

“Yo quiero que cuando un cliente llegue a nuestra ficha de producto sepa que somos artesanos, por lo que me gusta añadir alguna foto del proceso de fabricación. También vendemos turrones personalizables y Amazon tiene un módulo muy cómodo para ello.”

Haverland

David Vaquerizo

HAVERLAND

Haverland es la marca líder en fabricación de emisores térmicos o radiadores en España. Centrados desde su creación en el mercado B2B, detectaron hace unos 3 años el auge de venta de sus productos en marketplaces de tipo Amazon por lo que se tomó la estrategia de controlar la imagen de sus productos en todos ellos siendo el propio Haverland quien crea el contenido para que cualquier cliente puede utilizarla y vender en ellos. Está presente en todos los países de Europa, principalmente España y Francia.

**David Vaquerizo**

87

Experto en marketplaces Europeos, y Marketplace Manager en Haverland. Dedicado a gestionar el canal en todo su espectro, creando el contenido y la imagen de la marca y dinamizar las ventas en todos los portales en los que estamos presentes con un equipo internacional.

Haverland

88

David Vaquerizo



En Cdiscount convierte más la foto de ambiente

"Hay variables que hacen que tengas que especializarte en el contenido. No es lo mismo lo que necesita Amazon, Cdiscount, Mano a Mano, o cualquier otro marketplace, hay que ir adecuando tu contenido visual a cada uno, no todos valen para todos."

SEAS EL PRODUCTO QUE SEAS EN AMAZON NO FALLAS

"Si vendes muebles y te metes en Amazon vas a vender X muebles, pero si te metes en Mano a Mano pues vas a vender x2. Lo mejor es empezar vendiendo por Amazon, que es lo seguro, para aprender y luego irte extendiendo a los otros de tu especialización."



LEGANÉS, MADRID

C/Cobre, Nave 11



LLÁMANOS

91 115 87 11 y cuéntanos en qué te podemos ayudar.



CONTÁCTANOS

Esríbenos a info@fotografiaecommerce.com y te ayudaremos en lo que necesites.

