



RANKIST GMBH
WWW.RANKIST.CH

BILDER, DIE VERKAUFEN.

ENTSCHEIDENDE PRODUKT-
BILDER, DIE DEINEM ONLINE-
SHOP ZU MAXIMALEN
CONVERSIONS VERHELFFEN.

OFFIZIELLE PARTNERSCHAFT MIT:





Warum Produktbilder entscheidend sind

Aus unserer Erfahrung fängt alles mit guten Bildern an. Sie sind das Erste, was potenzielle Kunden wahrnehmen, und oft der entscheidende Faktor, ob ein Produkt gekauft wird oder nicht.

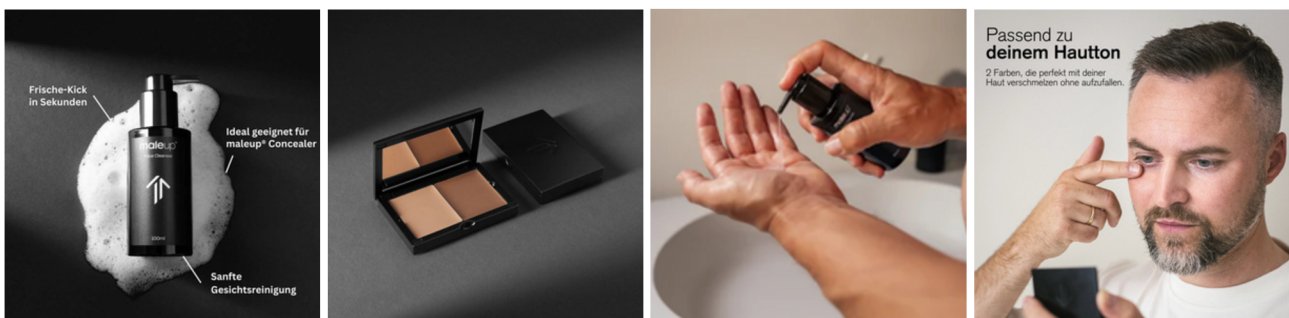
Studien belegen, dass 90 % der Online-Käufer visuelle Inhalte als den wichtigsten Faktor bei der Kaufentscheidung betrachten. In der Welt des E-Commerce zählen daher professionelle und ansprechende Produktbilder zu den effektivsten Conversion-Treibern.

Die Statistik: Produktbilder und Conversion-Raten

Eine Untersuchung von eMarketer zeigt, dass Online-Shops, die hochwertige Produktbilder verwenden, ihre Conversion-Rate um bis zu 30 % steigern können. Dabei sind vor allem große, scharfe und vielseitige Bilder entscheidend. Gleichzeitig sinkt die Retourenquote, da Kunden realistische Erwartungen an die Produkte entwickeln.

Tipps aus der Praxis

- Konsistenz ist der Schlüssel: Nutze denselben Hintergrund und Beleuchtungsstil für alle Produktbilder, um Professionalität auszustrahlen.
- A/B-Testing: Teste verschiedene Arten von Bildern (z. B. Lifestyle vs. Studioaufnahmen), um herauszufinden, was bei deiner Zielgruppe am besten funktioniert.
- Optimierung für Mobile: Achte darauf, dass die Bilder auch auf mobilen Geräten optimal dargestellt werden.





1. Freisteller

Das Produkt sollte freigestellt und auf einem zum Branding passenden Hintergrund abgebildet werden.

Diese Art der Darstellung eignet sich besonders für Google Shopping, da sie eine klare, saubere und fokussierte Darstellung des Produkts bietet. Achte darauf, dass das Bild professionell aufgenommen ist. Füge, wenn vorhanden, Siegel (z.B. Qualitätssiegel) hinzu, um Vertrauen zu schaffen und die Glaubwürdigkeit deines Produkts zu steigern.

2. Produkt in Verwendung

Zeige das Produkt in realen Anwendungssituationen, idealerweise mit einer Person aus der Zielgruppe, die das Produkt verwendet.

Wenn deine Zielgruppe größer ist, sollte das Bild auch unterschiedliche Personen zeigen, um verschiedene Anwendungsfälle zu verdeutlichen. Diese Bilder helfen deinen Kunden, sich vorzustellen, wie das Produkt in ihrem eigenen Leben integriert wird.





3. Moodshots

Moodshots sind Bilder, die ein bestimmtes Gefühl oder eine Atmosphäre vermitteln, die mit dem Produkt verbunden ist. Zeige zum Beispiel ein Produkt in einer sauberen, minimalistischen Umgebung, um ein Gefühl von Frische oder Eleganz zu erzeugen.

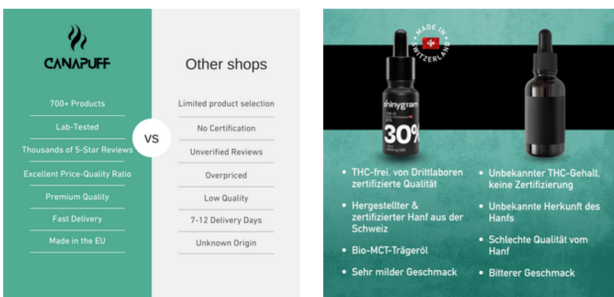
Diese Bilder tragen dazu bei, das emotionale Bedürfnis des Kunden zu wecken und eine Verbindung zum Produkt herzustellen.



4. Infografiken

Nutze Infografiken, um zusätzliche Details zu deinem Produkt zu vermitteln. Zeige dabei wichtige Features und Funktionen, ohne das Bild zu überladen.

Eine gut platzierte Infografik kann deinem Kunden helfen, die Vorteile des Produkts schnell zu erfassen und sich von den einzigartigen Merkmalen zu überzeugen.





5. Detailaufnahmen

Detailaufnahmen sind entscheidend, um die Qualität deines Produkts zu zeigen. Zeige Nahaufnahmen, die Details wie Material, Verarbeitung und spezielle Funktionen in den Vordergrund stellen.

Diese Art von Bild gibt deinen Kunden das Vertrauen, dass sie ein hochwertiges Produkt kaufen.



6. Behind the Scenes

Zeige, was hinter der Herstellung des Produkts steckt. „Behind the Scenes“-Bilder können Einblicke in die Vision des Unternehmens, den Produktionsprozess oder die verwendeten Materialien geben.

Diese Transparenz stärkt das Vertrauen und hebt den Wert deines Produkts hervor.





7. Fragen Beantworten

Integriere häufig gestellte Fragen in deine Produktbilder, wie etwa Informationen zur Größe, Pflegehinweise oder besonderen Funktionen.

Durch diese visuelle Kommunikation kannst du potenzielle Unklarheiten direkt ansprechen und das Käuferlebnis verbessern.



8. Vorher/Nachher Bild

Zeige eine Transformation, die das Produkt ermöglicht. Vorher-Nachher-Bilder helfen, die Problemlösungskompetenz deines Produkts zu veranschaulichen und bieten deinen Kunden ein klares Beispiel, wie das Produkt ihre Situation verbessern kann.

Solche Bilder wecken das Vertrauen und geben den Käufern ein gutes Gefühl beim Kauf.