

EL ARTE DE VENDER CON UNA FOTO




go virtual™


Google
Partner

INTRODUCCIÓN

El internet ha facilitado la búsqueda de autos a los potenciales compradores, pero ha puesto a tu concesionario a competir más ferozmente.

Cuando se trata de promover tu inventario de autos seminuevos, las fotografías son más importantes que nunca en el mundo digital.

¿Cómo, si no, mostrarás al buscador de un auto los modelos que tienes a la venta? ¿Y cómo, si no es con fotos, lo convertirás de visitante en prospecto?

Las imágenes de cada vehículo en tu inventario cumplen un doble objetivo: captar la atención de posibles clientes y generar confianza en ellos para que decida ponerse en contacto con tu agencia. E incluso, quizá, convencerlo de hacer la compra aun antes de hacerte una visita.

Pero las fotografías deben lucir profesionales, aunque sean tomadas por tu personal, y deben mostrar todos los ángulos del vehículo en cuestión.

En este ebook te explicaremos la importancia de tomar fotografías de tu inventario y te daremos consejos para que domines el arte de vender con una foto.





¿POR QUÉ IMPORTAN LAS FOTOGRAFÍAS?

Es difícil no caer en el cliché de decir que “de la vista nace el amor”, pero en el comercio digital, es una realidad.

Una buena fotografía convence a los consumidores de comprar millones de artículos por internet y recibirlos en su casa. El mismo fenómeno se da con los autos, aun cuando son objetos de alto valor.

LAS CIFRAS NO MIENTEN:

40% de las personas *compran* un vehículo *con base en las imágenes que ven en línea*, sin haberlo visto físicamente

245% aumenta el tiempo en línea de los *potenciales compradores* cuando encuentran en tu sitio web *múltiples fotos reales*



El beneficio de las fotos múltiples es que te permiten mostrar los vehículos de tu inventario con detalle.

Cuando se trata de seminuevos esto es más importante porque es la forma que tienes de mostrar al prospecto elementos específicos del auto que muestren tu transparencia y despierten su confianza.

Hay tomas que son básicas: exterior, interior y motor. Pero en cada uno de estos aspectos se pueden tomar fotografías de diferentes ángulos, y las más importantes resultan ser aquellas que muestran el kilometraje, el estado de conservación y los pequeños defectos de un vehículo seminuevo.

¿Quién debe tomar las fotos? La respuesta rápida es: un profesional. Pero no necesariamente es así. Las fotografías demasiado “profesionales” pueden despertar las suspicacias del potencial comprador, quien podría suponer que están retocadas o tomadas de cierta manera para ocultar las desventajas del auto.

Lo mejor, en costo y eficiencia, es que las tome tu mismo personal. Por un lado, las tendrías rápidamente para subirlas a la brevedad a tu sitio web y cualquier otra plataforma de venta que utilice tu concesionario. Por otro, transmitirán confianza de que corresponden a la realidad.

En un estudio realizado por GoVirtual se descubrió que la mitad de las agencias distribuidoras participantes tardaron menos de 24 horas en publicar en línea las fotos de sus vehículos listos para exhibición, mientras que el 40% lo hizo entre dos y cuatro días después.

Además, nueve de cada diez de esos concesionarios utilizaron personal interno para la toma de las fotografías, según el mismo sondeo.

Pero esto no significa que se hagan las tomas descuidadamente. La sesión de fotos de un auto seminuevo que ya tengas listo para exhibición debe planearse y realizarse siguiendo ciertos lineamientos para que las fotos salgan lo mejor posible y “vendan” el vehículo “a primera vista”.



CÓMO FOTOGRAFIAR LOS AUTOS DE TU INVENTARIO

Planea tu sesión de fotos, elige el escenario y la hora del día ideal y asegúrate de que la cámara, aun cuando sea de un dispositivo móvil, te brinde imágenes de buena calidad.

Esos serían los consejos generales para fotografiar autos seminuevos (y hablamos de estos porque de los modelos nuevos los mismos fabricantes tienen disponible material gráfico profesional).

Para asegurarte de que se obtendrán los mejores resultados de la sesión de fotos de un vehículo de tu inventario de seminuevos, pide a tu personal que siga estos consejos:



1. HACER LAS FOTOS SIN LUZ SOLAR INTENSA

Es decir, es conveniente tomarlas muy temprano en la mañana o antes de caer la tarde. De esta manera se evitarán sombras y reflejos intensos que impidan observar la línea y los detalles del auto.

2. PROBAR DIFERENTES UBICACIONES

Hay que encontrar la que más favorezca al auto. Si ya es una costumbre en tu concesionario, posiblemente ya tengas asignado un sitio para esta actividad. Pero, igual te convendría hacer la prueba con otros escenarios que realcen el tipo de modelo que estás fotografiando. Cuida, eso sí, que el vehículo sea el centro de atención y no haya alrededor elementos que distraigan al potencial cliente.

3. EL FOTÓGRAFO DEBE BUSCAR SU MEJOR POSICIÓN

En lugar de acercarse mucho al vehículo, sería preferible hacer uso del zoom de la cámara, a menos que se pierda resolución y calidad. Tanto como la distancia a la que el fotógrafo esté del vehículo, también es importante que se arrodille para hacer tomas al nivel de los ojos, de manera que un ángulo superior no resulte en una deformación de las líneas del modelo.

4. TOMAR MUCHAS FOTOS

Con las cámaras digitales no hay límite (salvo la capacidad de la memoria, por supuesto). Pero es mejor tener un sinfín de fotos de donde escoger las de mejor calidad y que muestren mejor el auto.

5. MOSTRAR TODOS LOS ÁNGULOS

Del exterior, es conveniente tomar las fotos clásicas de frente, los costados, la parte posterior y desde cada esquina del vehículo (de manera que se muestre a la vez la parte posterior o frontal y uno de los costados). Del interior es importante capturar el tablero (con el kilometraje visible), los asientos, el interior de las portezuelas y las innovaciones tecnológicas.



TIPS PARA PUBLICAR EN LÍNEA

Lo que un potencial comprador de autos quiere es ver el vehículo en su totalidad, toma a toma.

Ya mencionamos las tomas típicas que los usuarios esperan ver al buscar un auto seminuevo en internet. Dale más.

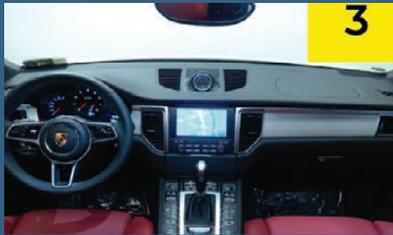
SEGÚN UN ESTUDIO
DE COX AUTOMOTIVE,
ESTAS SON LAS 14 TOMAS
QUE MÁS INTERESAN
A LOS COMPRADORES
EN LÍNEA:



1. Tablero con el odómetro visible



2. Volante y sus controles



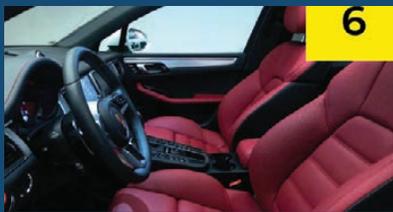
3. Cabina tomada desde el centro del asiento posterior



4. Sistema de entretenimiento



5. Motor



6. Asientos delanteros desde el lado del conductor con la portezuela abierta



7. Vista tres cuartos desde el frente y el lado del pasajero



8. Vista lateral



9. Esquinas delanteras



10. Frente



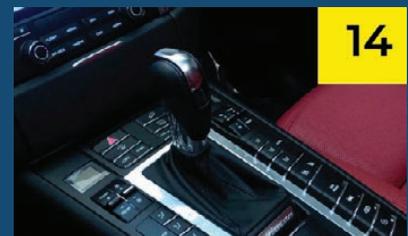
11. Vista trasera



12. Sistema de navegación



13. Cajuela



14. Consola de palanca de velocidades



Lo aconsejable es no editar las fotos para que reflejen fielmente la realidad y, así, genera confianza. Incluso, si al anunciarlo se mencionan arañazos en la pintura, muestra acercamientos de los mismos. Así le permitirás al potencial comprador juzgar el grado del defecto.

Asegúrate de que las fotos son de buen tamaño (lo recomendable es 1024x768 pixeles) para que el visitante pueda ampliar la imagen sin que se distorsione y pueda apreciar mejor cualquier detalle que le llame la atención.

Debes estar abierto a las solicitudes de más fotografías aparte de las publicadas. Esto será parte de la tarea de atención al cliente de tus vendedores.

Según una conocida plataforma de comercio electrónico, al hacer la publicación de un seminuevo recién agregado a tu inventario, debes ofrecer información precisa y amplia.

En el titular de tu anuncio solo menciona la marca, el modelo y el año. Cualquier otra frase o promoción que incluyas ahí distraerá al potencial comprador y no posicionará mejor tu anuncio.

Es importante también que selecciones entre las categorías de vehículos que se despliegan para que el anuncio del vehículo quede clasificado donde le corresponde y para el potencial comprador sea más fácil encontrarlo.

En el recuadro correspondiente a la descripción, incluye la información relevante del vehículo, como kilométrale, estado general, detalles, y cualquier descuento u oportunidad de financiamiento que tu concesionario ofrezca.



CONCLUSIÓN

Vender autos por internet no es nuevo. Lo han venido haciendo los particulares desde hace tiempo. Más bien la novedad es que los concesionarios como el tuyo han entrado en el comercio electrónico y están compitiendo más ferozmente cada vez.

Asegurarte de que el inventario de tus autos seminuevos tenga visibilidad en internet se recompensa con más ventas.

Las fotografías son tu principal herramienta. Realízalas de la mejor manera y sácales el mejor provecho.

Solo debes ser proactivo en la manera en que exhibes y promueves tus vehículos.



Gubagoo

CONECTA CON CLIENTES CALIFICADOS EN TIEMPO REAL

Gubagoo es el líder en soluciones avanzadas de contacto multicanal, marketing y comunicación para concesionarios automotrices.

Es un servicio de chat en vivo de atención centralizada que ayuda a conectar a los visitantes de tu sitio web con los distribuidores automotrices en cualquier momento y en cualquier lugar.

INTEGRA EN SU PLATAFORMA:



Chat en vivo



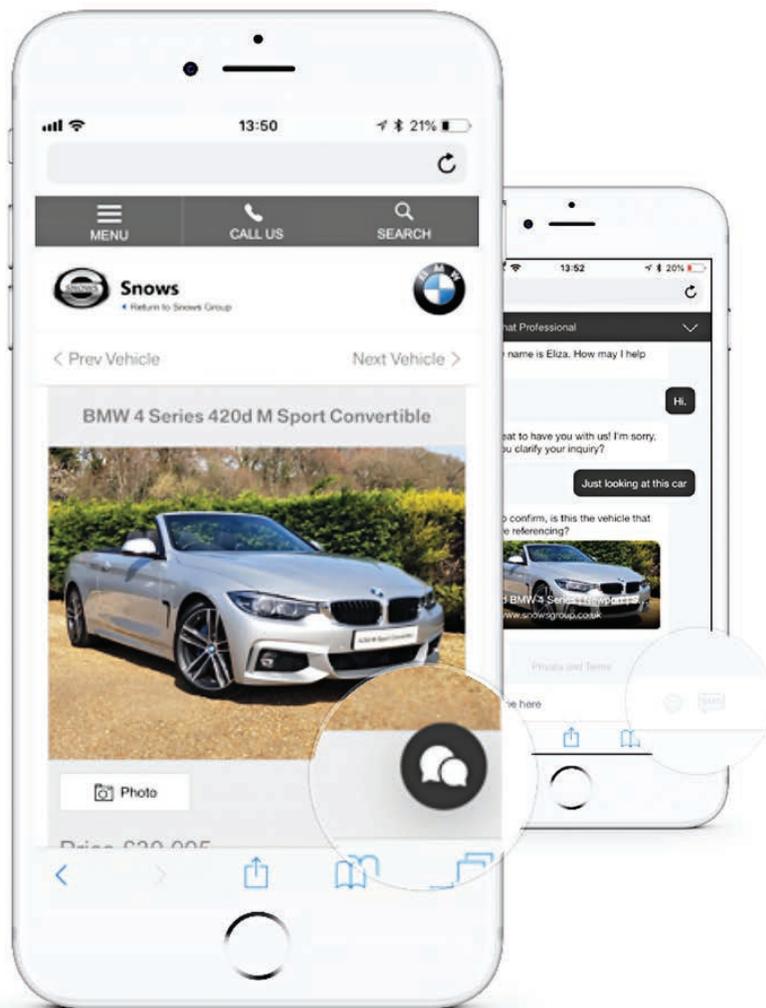
Mensajes de texto



Facebook Messenger



Marketplace



CONOCE ESTA SOLUCIÓN