

# Tuotekuvaus

# Tuotekuvia on erityyppisiä



## Tuotekuvien tyyppejä:

- ❖ Pääkuva
- ❖ Laakakuva
- ❖ Alustakuva
- ❖ 360 asteen valokuvat
- ❖ Haamukuvat (malli poistettu vaatteen sisältä)
- ❖ Kuvia tuotteesta vaateripustimessa
- ❖ Kuvia tuotteesta mallin päällä
- ❖ Lookbook-kuvasto / muoti(lehti)kuvat
- ❖ Asetelmat ja toimintakuvat

# Pääkuvat

**Pääkuva on tyypillisin verkkokaupan kuva:**

- ❖ Se on liikkumaton tai liikkuva kuva tuotteesta, joka sisältää joskus myös pakkauksen ja etiketin
- ❖ Pääkuvassa valokuvatun tuotteen tulee olla kuvan keskellä ja melkein täyttää kuva-ala
- ❖ Tausta on yleensä valkoinen, ei varjoja, mutta voidaan myös valita tausta, jossa on varjoja tai heijastuksia
- ❖ Värisävyt ovat luonnollisia

# Pääkuva - esimerkkejä

❖ valkoinen vs muu tausta



Best 4  
Artisans



Erasmus+

# Pääkuva - esimerkkejä

- ❖ varjoilla/heijastuksilla vs ilman varjoja/ei valotehosteita



# Laakakuvat

❖ Kuvia yksittäisistä tuotteista (yleensä vaatteista) verkkokauppojen tarkoituksiin:

- varjoton
- ei valotehosteita
- valkoinen tausta



# Alustakuva

- ❖ Litteä kaksiulotteinen kuvakompositio jossa tuote on esitelty kontekstissa; sosiaalisen median tuote-esittelyä varten





# 360 asteen kuvat

- ❖ Kattava, liikkuva esittely tuotteesta
- ❖ Yksi esimerkki:

[https://fp360.pl/wp-content/uploads/2020/08/buty\\_1.mp4](https://fp360.pl/wp-content/uploads/2020/08/buty_1.mp4)

# Haamukuvat (malli poistettu vaatteen sisältä) *Best 4 Artisans*

- ❖ Kuvia vaatteista mallinuken päällä. Mallinukke on poistettu valokuvasta jälkikäsittelyssä:



Kuvia tuotteesta ripustimessa:



Erasmus+

Kuvia tuotteesta mallin päällä:

Best 4  
Artisans



# Lookbook-kuvasto / muotikuvat

- ❖ kuvakokoelma joka keskittyy designtuotteiden esittämiseen kuvien pääaiheina
- ❖ käytetään tavallisesti tuotekuvastoissa, lookbookeissa, sosiaalisessa mediassa ja verkkokaupoissa



# Asetelmat

- ❖ Tuotteen esittely kontekstissa, joka paljastaa sen mittasuhteet



# Toimintakuvat

- ❖ Tuotteen esittely "toiminnassa"



# Vinkkejä tuotekuvaukseen



# Kuvauskohteesta huolehtiminen

Muista valmistella esine valokuvausta varten: puhdista se ja korjaa vauriot.



# Muista valon merkitys

Valolla on avainrooli valokuvauksessa.

Se sekä mahdollistaa kuvauksen että

auttaa esittelemään kohteen oikealla tavalla.

Mainoskampanjasi onnistuminen riippuu paljolti valon oikeasta valinnasta.

# Valinta luonnonvalon ja keinovalon välillä

## Luonnollinen (pehmeä) valo sopii

- ❖ suurempien tilojen ja esineiden mainostamiseen niiden luonnollisessa ympäristössä
- ❖ syötävien asioiden esittelyyn
- ❖ ihmisten ja vaatteiden esittelyyn
- ❖ ulkona olevien esineiden esittelyyn

## Keino(studio)valo sopii

- ❖ sosiaalisen median kampanjat
- ❖ pienempien esineiden esittely
- ❖ verkkokaupat ja verkkoalustat
- ❖ kampanjat



# Lisää valosta...

## Luonnonvalo

- ❖ Ulkona: paras aika valokuvaamiseen on juuri auringonnousun jälkeen tai juuri ennen auringonlaskua, kun valo on pehmeää ja varjot pitkät (niin kutsuttu "kultainen tunti").
- ❖ Sisällä: ikkunan vierellä on hyvä paikka valokuvata, koska siinä on paljon auringonvaloa.

## Studiassa

- ❖ Tee viisas valinta näiden kesken:
  - valkoinen (turvallisempi) tai värillinen (taiteellisempi ja yksilöllisempi) tausta
  - varjoton tila tai varjoilla leikkiminen.



# Luonnonvalo - esimerkkejä



# Keinovalo - esimerkkejä



# Lisää vinkkejä tuotekuvaukseen



# 1. Photobox - hyödyllinen työkalu studiokuvaukseen





## 2. Käytä jalustaa (ja huomioi asento)



### 3. Ota useita kuvia eri kulmista

#### ❖ Näytä yksityiskohdat



## 4. Tee tarjouksestasi persoonallinen

- ❖ Laita tuotteesi kontekstiin
- ❖ Lisää henkilökohtaisuutta, tunteita (pakkaus, käyttö, ostajien valokuvat)
- ❖ Viimeistele (hyödylliset ohjelmat):
  - Gimp
  - Picasa
  - Photoshop
  - Shapseed
  - Pinetools (<https://pinetools.com/c-images/>)



## 5. Noudata sääntöjä

- ❖ Noudata tuotekuvausten ohjeita
  - Amazonilla tai Google Shoppingilla on omat säännöt kuville
- ❖ Kunnioita tekijänoikeuksia ja kuvien suojaa