



engrane digital[®]
PROGRAMACION / WEB / APPS



FOTOGRAFÍA DE PRODUCTOS

Contenido	Pág.
Introducción	2
1.- Planificación	2
¿Dónde vas a guardar tus imágenes?	2
¿Cuál es tu presupuesto?	5
¿Qué toma necesitas hacer?	5
¿Dónde harás la sesión?	6
¿Qué equipos vas a necesitar?	7
2.- Fotografiando	9
Preparación de Productos	9
Estilismo	10
Iluminación	11
Ajustes de la Cámara	14
ISO	14
Apertura	15
Velocidad de Obturación	16
3.- Post Producción	16
Eliminación de Fondo	17
Procesamiento por lotes	18
Retoque final	19
Outsourcing	22
4.- Publicación	22
Conclusión	24



Imagen: google.com

Guía para principiantes en Productos fotográficos para E-commerce:

En el mundo digital y en el proceso de crear productos fotográficos donde 10 millones de fotografías no son suficientes, hemos trabajado con todos los profesionales, desde grandes empresas y mega marcas internacionales hasta emprendedores y colaboradores. Los productos fotográficos pueden ser intimidantes para cualquier principiante, pero es un reto que definitivamente debes superar. Es una ciencia y una forma de crear arte si se quiere.

En los años 1950 y a principios de 1960, la industria del marketing fue reforzada por un nuevo modelo de estructura que en una nueva denominación se resumió a "4P": producto, precio, promoción y plaza. El resumen de un complejo proceso en sólo 4 bloques fundamentales ayudó a tener una mejor y más efectiva visión que incluso hoy día se sigue implementando.

Es un proceso que lleva mucho tiempo y esfuerzo, sin embargo, para ayudarte a disminuir el tiempo y simplificar los dolores de cabeza que genera este tema, en Engrane Digital hemos reunido en esta guía una serie de principios básicos

de principio a fin que debes tener en cuenta a la hora de iniciarte en la carrera de productos fotográficos, en donde se resumen las “4P” de forma general: planificación, producto, postproducción y publicación.

1.- Planificación

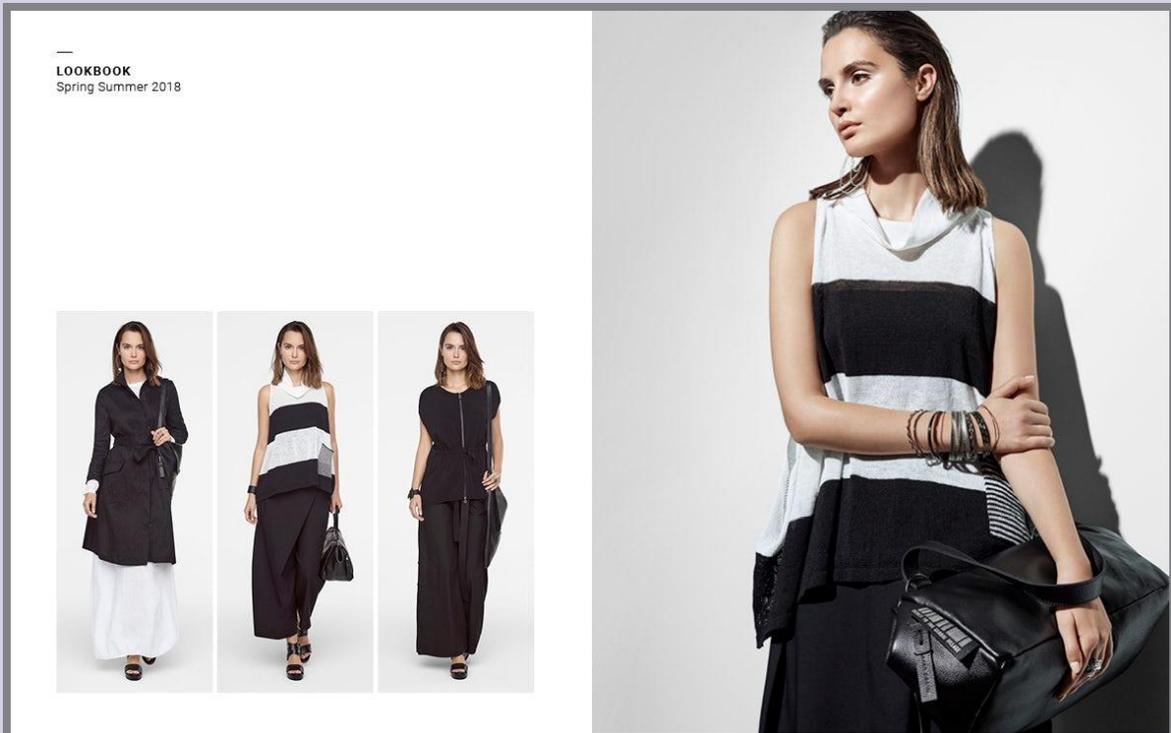
Antes de que las cámaras sean configuradas, las modelos preparadas con cabello y maquillaje a tono, el ambiente este iluminado con luces brillantes, el flash a la mano, y toda la memoria para añadirlas a tu laptop, antes de todo esto debes tener un plan.

¿Dónde será la sesión? ¿Cuántas tomas necesitas? ¿Cuál es el equipo necesario para esa sesión? ¿Cómo debes configurarlo? ¿Cómo debe estar ambientado el lugar? ¿A quién tendrás en tu equipo? ¿Cuál software usarás durante la sesión? ¿Cómo vas a procesar tus imágenes después? ¿Cómo llegarán las imágenes editadas a la web?

Al menos debes responderte estas preguntas por sólo mencionar algunas, antes de tocar una cámara. Al tener una idea clara y planificar tu flujo de trabajo, te ahorrarás tiempo, reducirás gastos y lograrás imágenes de mayor calidad.

¿Dónde vas a guardar tus imágenes?

Las imágenes para E-Commerce terminan por lo general en dos categorías: Imágenes de Portafolio (lookbook) o imágenes de Productos. Las imágenes de portafolio por lo general las caracterizan un completo diseño de imágenes en cuanto al look y estilo y una locación que esté acorde al contexto y tengan sentido con el producto, tratando de proyectar el estilo de vida que refleje la visión de la marca.



Las imágenes de portafolio o lookbook son tomadas usualmente en lugares que cuenten una historia; el propósito es identificar el producto con el estilo de vida. Imagen: Sarah Pacini S/S 2018 Lookbook

Las imágenes de productos son tradicionalmente limpias, enfocadas y consistentes. El propósito es mostrar el producto. Son tradicionalmente tomadas en un estudio sobre un fondo blanco o negro, sirven para dar al espectador una visión clara, detallada y centrada del producto mientras toman una decisión de compra. Este tipo de imágenes son los pilares fundamentales de una tienda online o de un sitio web de comercio electrónico, y por lo general, aparecen en la página con el botón “comprar”.

El propósito que en Engrane Digital queremos darte con esta guía, es centrarnos en la fotografía de productos en estudio (locaciones especiales), para todas aquellas imágenes que aparecerán en las páginas de los productos, que es realmente lo que va a lograr la venta online del mismo. Si tu interés se apunta hacia las fotografías de portafolio o lookbook puedes encontrar mayor información sobre ello en <https://www.pixelz.com/blog/how-to-shoot-a-lookbook/>

¿Cuál es tu presupuesto?



Asegúrate de no ahorrar en equipos y contratar a los mejores profesionales para darle a tu producto la mejor imagen posible para tu tienda online. Imagen: google.com

No quieres tener que obsesionarte con limitarte con los costos, pero saber cuánto debes gastar influirá con muchas de las otras opciones. Por ejemplo, ¿está en tu presupuesto contratar a un modelo profesional? Si no lo está, debes al menos tener la opción de tener un maniquí, o aprender a armar una locación y hacer la sesión con modelos principiantes.

¿Puedes darte el lujo de contratar un artista de maquillaje y peluquería? Todos estos profesionales te ayudarán a tener una imagen de calidad, pero debes conocer tu presupuesto para saber si puedes pagar por tener estos beneficios y poder priorizar.

¿Qué toma necesitas hacer?

Pon todo en una lista de tomas. Una lista de tomas es, básicamente, una lista de todas las imágenes que deseas capturar. Esta lista debería incluir tu producto, los ángulos necesarios, todos esos detalles que deseas resaltar, y todos aquellos puntos que te indiquen que elementos debes mezclar entre sí para lograr una mejor apariencia.

Por ejemplo, un ítem de tu lista podría decir algo como: “Lucy arriba | en frente, atrás | 45° a la izquierda | 45° a la derecha | hacer acercamiento con el cabello rizado y postura doblada | tomar detalle de la correa trasera | maniquí de cuerpo completo”. Asegúrate de incluir ilustraciones CAD, o cualquier elemento gráfico que uses, para identificar mejor tu trabajo, si éste será una guía para alguien que no conoce los productos por su nombre.

Una lista de tomas te ayudará a mantener el ritmo durante la sesión, y además de asegurarte de tener todas las imágenes que necesitas. Puedes ir revisando la lista a medida que vayas haciendo la sesión para no perderte de ningún detalle.

¿Dónde harás la sesión?



Imagen: google.com

Muchas marcas famosas tienen su propio estudio fotográfico para las sesiones, pero si tú aún no estás en ese nivel, puedes contratar un estudio o hacerlo tú mismo, si eres creativo. Contratar un estudio no es nada barato, pero te facilitara el proceso enormemente, dándote mejores resultados y tomas de calidad, además

de ser un poco nutritivo para tus conocimientos en este mundo. Entender cómo funciona y trabaja un estudio fotográfico profesional, te ayudará a mejorar la toma de decisiones y el ritmo de trabajo en cuanto a las imágenes de los productos.

Si estas iniciándote como fotógrafo de productos, la locación que elijas irá determinada por el presupuesto que manejas. Si tienes poco dinero, vas a necesitar encontrar una espaciosa locación o habitación interior con mucha luz natural en las ventanas. Si puedes darte el lujo porque tienes mayor presupuesto, de alquilar o comprar equipos de iluminación, el requisito fundamental que debes considerar antes de hacerlo, es tener un espacio donde colocarlo suficientemente grande y donde no haya interrupciones para instalar tu estudio de forma segura, dejando todo listo para el tiempo necesario en la sesión. Idealmente debería ser un espacio al que tengas acceso permanentemente para repetir sesiones las veces que desees.

¿Qué equipos vas a necesitar?



Imagen: google.com

Todo lo que necesitas en cuanto a equipos va determinado por el presupuesto que manejes. Para la mayoría de los productos, puedes lograr un buen

resultado utilizando, cámaras réflex digital, trípode, telón de fondo y un kit de iluminación. También sería ideal y muy conveniente tener una computadora portátil que puedas conectar con un software rentable como Adobe Lightroom, o el más costoso y profesional Capture One.

Las cámaras DSLR producen imágenes de más alta calidad, si sabes cómo configurarlas correctamente. Debemos entender que no se trata solamente de megapíxeles. Las cámaras DSLR captan imágenes en formato RAW, es decir, registran todos los datos posibles del sensor para permitir que luego hagas los retoques o ajustes necesarios y además puedas conectarte a una computadora.

Todo esto te permitirá ver y procesar inmediatamente las imágenes capturadas, así como realizar la captura de la imagen desde una barra espaciadora. Por el contrario, si tu presupuesto es limitado, puedes intentar utilizar tu teléfono inteligente como cámara de fotografía de productos.

Los telones de fondo que necesitaras en tu locación, son los problemas más fáciles de resolver, ya que existen rollos de papel blanco que sirven de fondo y además son muy baratos, están disponibles en casi cualquier tienda de papelería y se pueden utilizar muy fácilmente pegándolos con cinta adhesiva o algún soporte.

Ahora bien, los kits de iluminación son la segunda cosa más costosa en la que invierte un fotógrafo, después de su cámara. Elegir entre uno o más focos de luz, monolights o luces continuas, no es cualquier decisión. Debes buscar la mejor opción enfocándote además de en tu presupuesto, en la calidad del trabajo que vayas a entregar.

Si tus productos son de menor tamaño, entonces tienes suerte. Hay estudios fotográficos de principiantes que puedes adquirir ahorrando mucho presupuesto. Sin embargo, debes considerar que estas inversiones deben ser de calidad para los empresarios de E-Commerce, especialmente si deseas agregar continuamente productos a tu tienda online. Son portátiles, fáciles de instalar y mejoran drásticamente la calidad de la fotografía de su producto sin generar pérdidas.

2.- Fotografiando

Cuando llegue el día de la sesión que tanto has planeado, hay algunos pasos que debes seguir para que todo salga acorde a lo planificado.

Preparación de Productos

La preparación de tus productos trata realmente de hacerte ahorrar tiempo al poner todo el trabajo en primer lugar. Claro, puedes editar las imperfecciones que pueda tener el producto en la postproducción, pero es un trabajo que lleva tiempo y los elementos que no desees incluir puedes descartarlos. Es más inteligente, que tus productos se vean exactamente cómo quieres mucho antes del rodaje.

Para el vestuario, debes prepararlo con anterioridad, planchar y eliminar todas las arrugas con plancha de vapor, eliminar las etiquetas y quitar las pelusas con cinta adhesiva o rodillos especiales. Si estas usando modelos o maniqués, debes asegurarte de usar clips o pinzas que sujeten la ropa de manera que ajuste muy bien y se pueda apreciar la figura de una forma correcta.

Si estas fotografiando joyería, debes limpiar y pulir toda la superficie de la pieza. Si estas fotografiando zapatos, asegúrate de que estén bien hechos los lazos o estén bien atadas las trenzas, además de revisar que no tengan etiquetas o residuos de pegatinas donde se visualicen códigos o elementos que generalmente traen los zapatos.



Lograr una imagen ideal donde el producto se vea en perfecto estado, y donde ajuste perfectamente a maniquí o modelo, o según sea el caso del producto que estás fotografiando. Imagen:google.com

Estilismo



El estilismo busca crear contexto y mostrar el ajuste u atractivo de su producto. Imagen: google.com

Cuando buscas estilismo en tus productos, debes tener dos objetivos en mente: mostrar el producto desde la mejor perspectiva posible, y hacer que sea fácil

para el cliente imaginarse usando ese producto. Por ejemplo, para prendas de vestir, debes utilizar un maniquí o un modelo en vivo y ajustar el producto a la silueta para que se aprecie su forma y estilo.

Algunos trabajos de postproducción pueden ayudarte a darle un toque de realismo a las fotos que de otra forma sería poco sencillo lograr. Por ejemplo, puedes ajustar correas o sandalias a las modelos con hilo de pescar o hilo dental. El objetivo debe ser siempre tratar de que se vea natural y como si calzara a la medida, presentando el producto de la forma más realista y atractiva posible.

Iluminación



Imagen: Studio Binder para Google.com

La primera decisión y la más importante es saber si tomar luz natural o artificial. La luz artificial es preferible en algunos casos, porque es más fácil de controlar, pero los fotógrafos conscientes del presupuesto pueden obtener excelentes imágenes del producto utilizando una fuente de luz natural, si el clima coopera.

Incluso cuando usas luz artificial, puede ser una ventaja complementar la toma con luz natural, pero debe tener cuidado de que su nivel de luz sea constante.

Si el sol está detrás de las nubes, es preferible utilizar luz artificial únicamente. No quieres perder el tiempo ajustando la configuración en cada toma.

La configuración de iluminación dependerá del tipo de producto y la cantidad de fuentes de luz que tengas disponibles. Por ejemplo, es posible que desees luces de techo dobles para productos metálicos que sean altamente reflectantes, una configuración retroiluminada para productos de vidrios o dos monolights en ángulo de 45 grados para prendas de vestir.

Veamos tres arreglos efectivos para vestimenta usando luz natural y/o monolights en una configuración de estilo principiantes. En nuestra primera configuración, utilizando únicamente luz natural, el producto se coloca en un ángulo de 90 grados desde la ventana. Si la luz es demasiado directa (causando sombras profundas), puedes intentar colgar una hoja delgada de papel sobre la ventana para difuminar la luz.

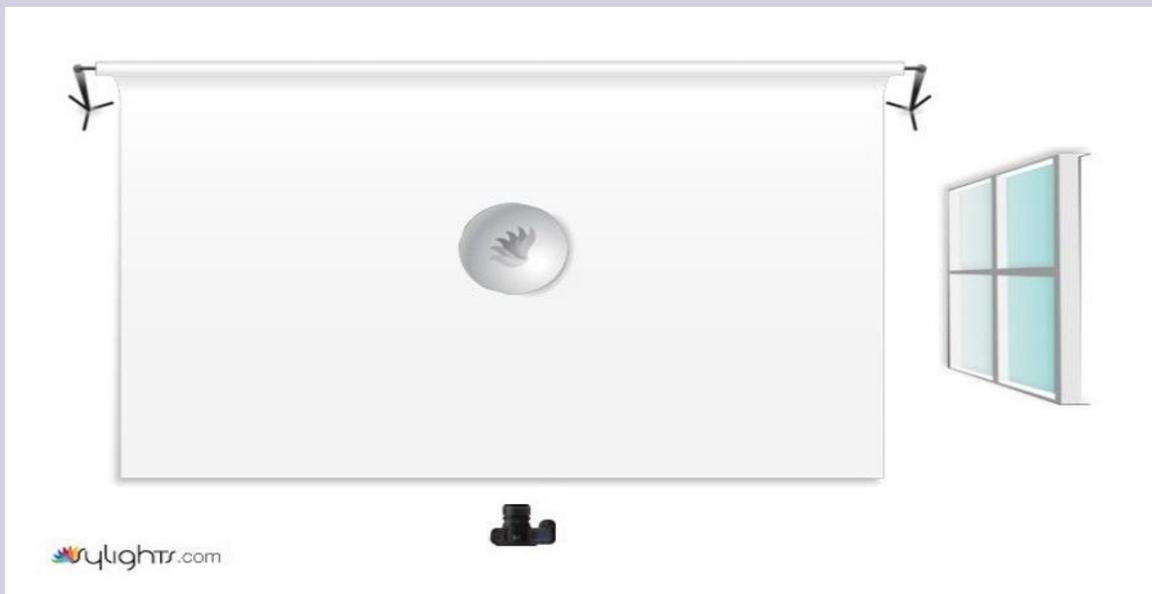


Imagen: pixelz

El próximo arreglo supone que tienes una sola lámpara monolight y se complementa con luz natural.

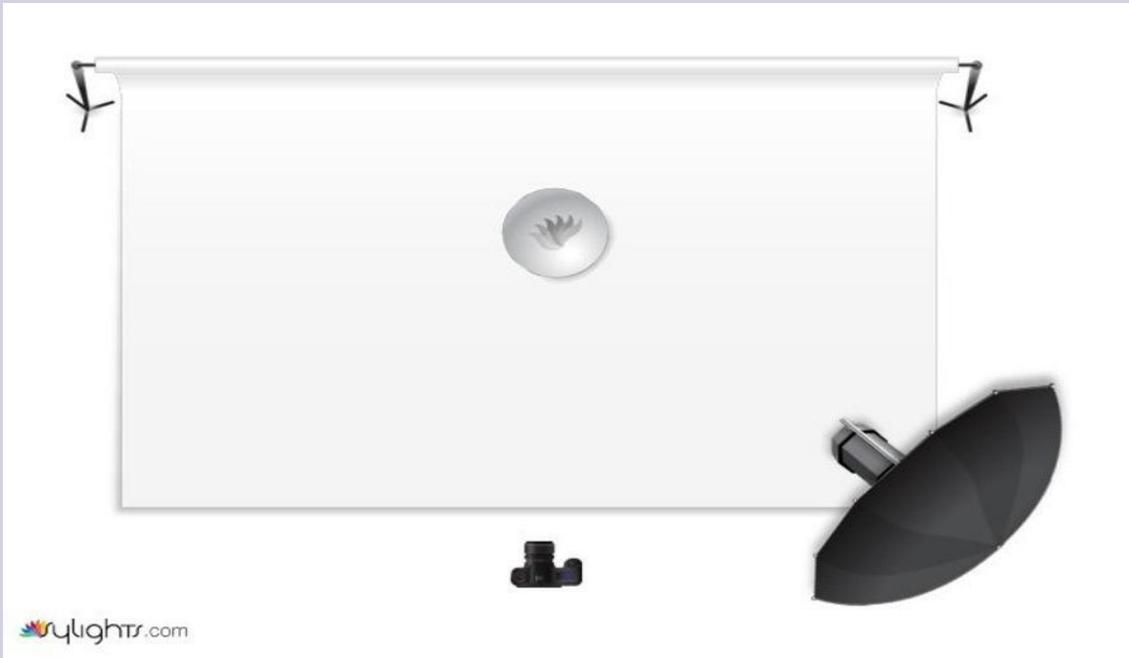


Imagen: pixelz

Si observas bien, se ha colocado una sola lámpara monolight en un ángulo de 45 grados con respecto al producto, mientras que la ubicación de la cámara y el trípode permanecen sin cambios. Si estas teniendo mucha sombra, puedes intentar mover el producto más hacia el fondo.

Nuestra tercera recomendación en cuanto al arreglo, simplemente incluye otra luz, de baja potencia, también en un ángulo de 45 grados para proporcionar luz de relleno. Si tu presupuesto no alcanza para comprar una segunda luz, puedes usar algún reflector.



Imagen: pixelz

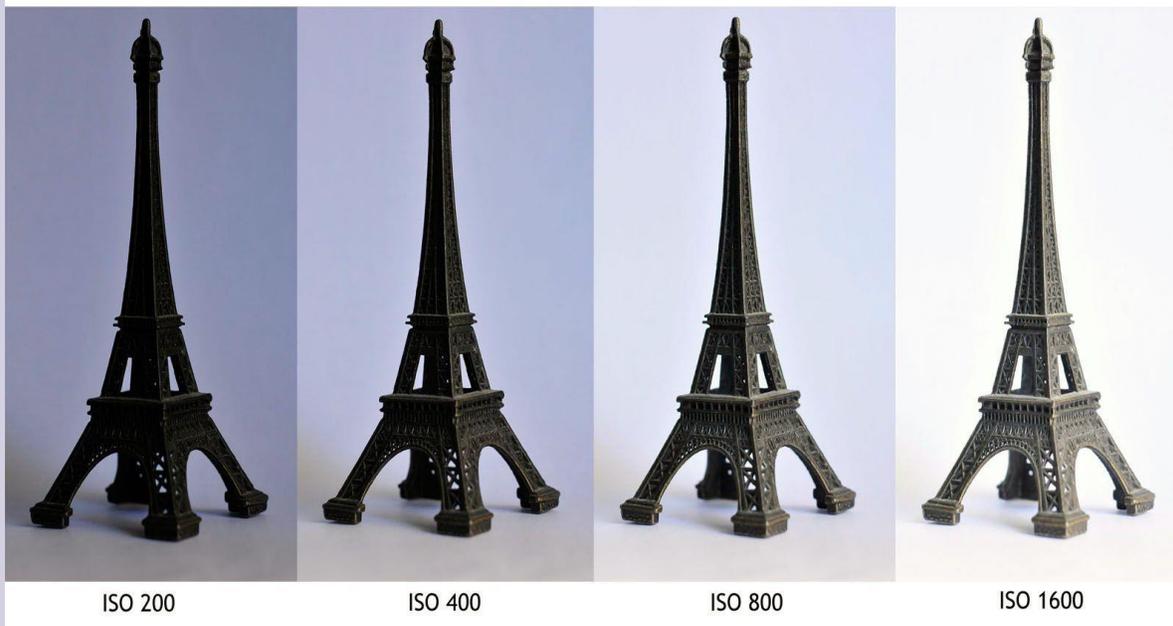
Ajustes de la Cámara

Si tienes una cámara tipo DSLR, es necesario que conozcas cómo usar el modo manual al configurarla. Las propiedades más importantes para la fotografía del producto son ISO, apertura y velocidad de obturación. Podemos hacer una guía solamente sobre esas configuraciones, en esta oportunidad Engrane Digital te muestra los pasos generales para que entiendas como deben fotografiarse los productos para E-Commerce. Si deseas averiguar más o te interesaría que realicemos otra guía exclusivamente de esas herramientas, puedes dejarnos tu comentario en la sección de comentarios de nuestro portal, tu opinión y sugerencias es muy importante para nosotros.

ISO

ISO es la sensibilidad que tiene el sensor de su cámara a la luz. Cuando menor sea el número, menos sensible será y tardará más tiempo en capturar una imagen. Para la fotografía de productos, querrás tener la configuración ISO lo más baja posible. Comienza configurando el ISO en 200 y haz algunas tomas de prueba, si la imagen parece un poco oscura, aumente el valor ISO. Una configuración ISO

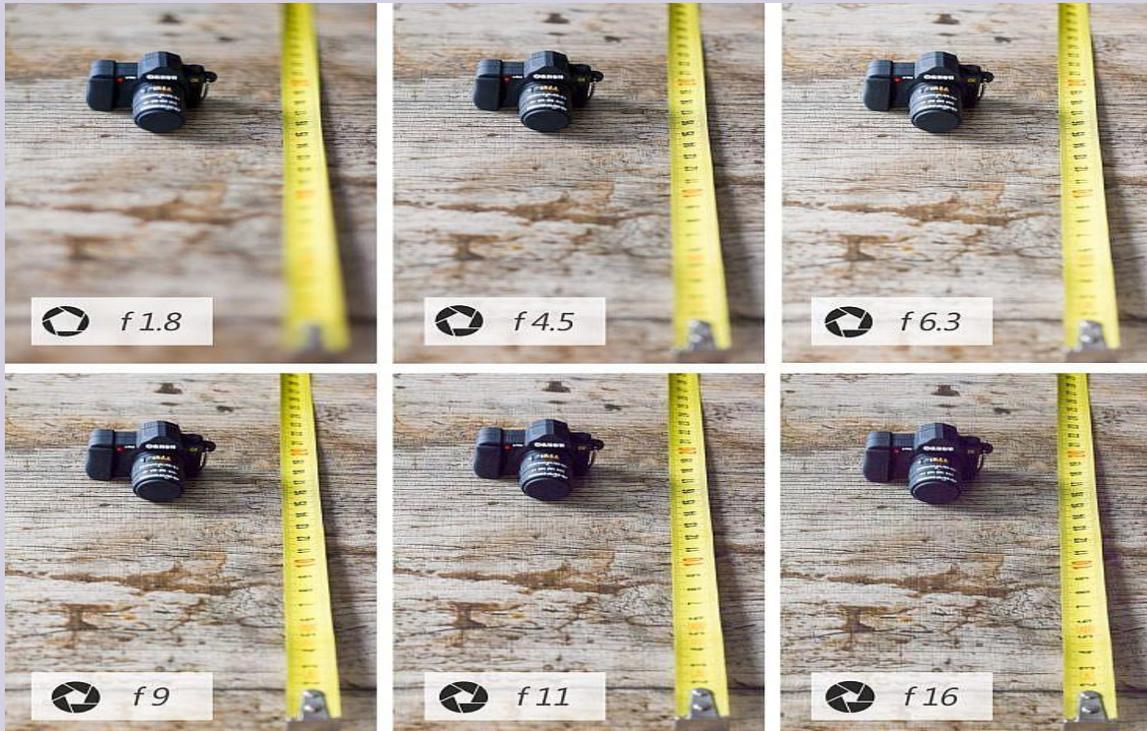
más alta capturará una imagen más rápido, pero también añade granulosidad o distorsión.



Diferentes capturas de imágenes con diferentes valores ISO. Imagen: Pinterest.com

Apertura

Nuestro siguiente paso a seguir es la apertura de la toma. La apertura controla la profundidad del campo, es decir, que parte de una imagen está enfocada. Para la fotografía de productos, deseas tener una apertura lo más alta posible. F16 y superior generalmente se consideran "enfoco completo", por lo que toda la imagen debe ser nítida y clara.



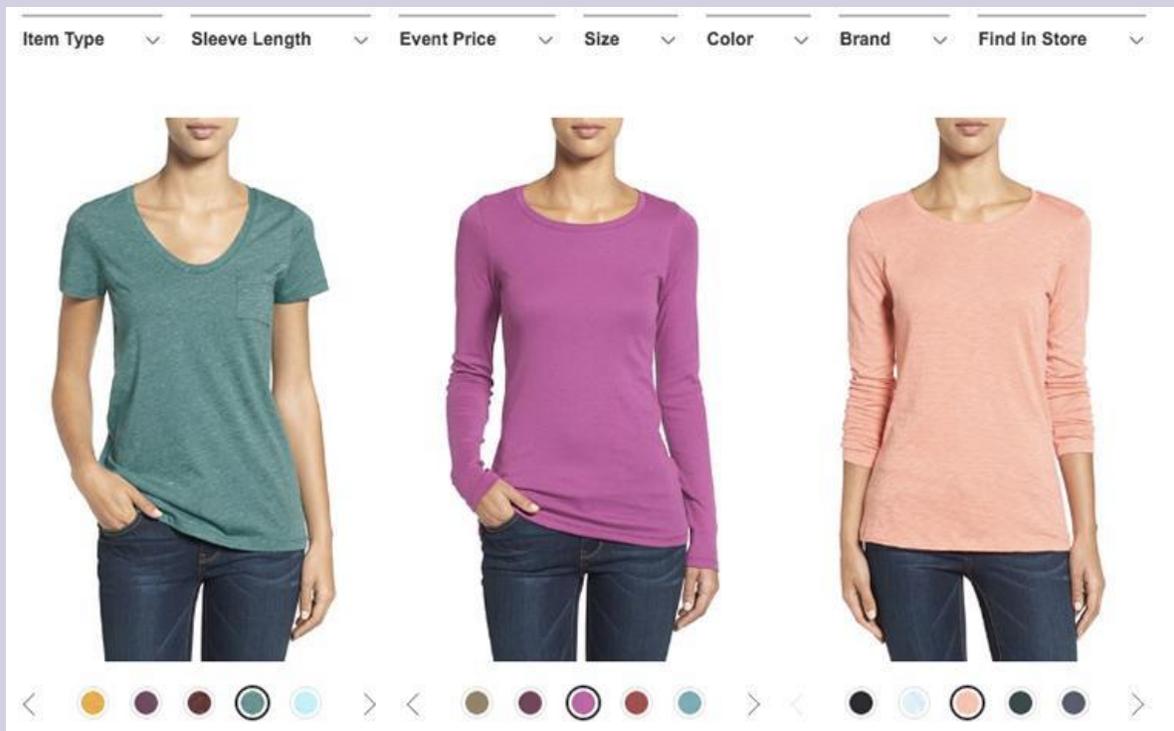
La apertura controla la profundidad de campo, que determina qué parte de una imagen está enfocada. Imagen: dzoom.org.es

Velocidad de Obturación

La velocidad del obturador va a determinar por cuanto tiempo el sensor de tu cámara está expuesto a la luz. Para la fotografía de producto, cuando la cámara está montada en un trípode y el producto está inmóvil, debes usar una configuración baja como, por ejemplo: 1/13. Si estas agarrando el producto con la mano, lo que generalmente debes evitar, o vas a fotografiar modelos en movimiento, es posible que necesites una velocidad más rápida.

3.- Post-Producción

Con tus productos bien preparados, una buena iluminación y la configuración correcta de la cámara, tienes ya una base sólida para obtener excelentes imágenes de productos, pero aún falta mucho por aprender. Ahora es el momento de optimizar tus imágenes para la web en postproducción y hacer una gran venta online.



La eliminación, el tamaño, la alineación y el recorte uniformes del fondo aumentan la profesionalidad de su tienda. Imagen: Nordstrom.

Las ediciones más importantes que puedes realizar para optimizar tus imágenes para la web implican una eliminación de fondo consistente, alineación, formato de tamaño, recorte, configuración de márgenes y compresión. Por ejemplo, puedes querer que todas las imágenes sean en formato JPG con un fondo blanco, el producto alineado verticalmente en la parte inferior, en forma cuadrada con márgenes de 5%. Si realizas las mismas ediciones consistentes, lograrás que las páginas de categoría sean más fáciles de navegar y aumentará su profesionalismo a los ojos de tu cliente.

En lugar de profundizar en cada técnica de postproducción, veremos la edición más común (eliminación de fondo) y luego te mostraremos cómo realizar el procesamiento por lotes y el retoque general. El procesamiento por lotes puede convertir casi cualquier tipo de edición en una más eficiente.

Eliminación de Fondo

La mayoría de las empresas eliminan el fondo original de las imágenes del producto y lo reemplazan con blanco fondo puro. En un estudio de más de siete

millones de imágenes que editamos, encontramos que aproximadamente el 92% eliminó el fondo.

Eliminar el fondo, ya sea que elija reemplazarlo o no con blanco, dejarlo transparente o usar otro color, elimina las desagradables distracciones, disminuye el tamaño del archivo y aumenta la consistencia.

Si eres un principiante en esta área, hay varias herramientas gratuitas que puedes usar para eliminar el fondo. Puede usar aplicaciones nativas de Mac, como Vista previa, o descargar software gratuito de edición de imágenes, como Gimp.

En Engrane Digital te recomendamos tener servicios que te garanticen un buen producto, con pagar la tarifa de \$ 10 al mes para Creative Cloud Photography de Adobe, que incluye tanto Photoshop como Lightroom es una inversión bien pagada. La curva de aprendizaje es abrupta, pero el alcance, la potencia y el soporte de los productos de Adobe no pueden ser igualados.

Procesamiento por lotes

La eficiencia en el proceso de postproducción es esencial, y una forma de asegurarse de que estás trabajando inteligentemente es utilizando la función de procesamiento por lotes de Photoshop. El procesamiento por lotes funciona de la siguiente manera: si tienes un lote de imágenes que necesitan tareas de edición similares, Photoshop puede registrar los cambios que realiza en una fotografía y aplicar esos cambios al resto de las imágenes del lote.

Usar el procesamiento por lotes es bastante simple. El primer paso es registrar una tarea. Para hacer esto en Photoshop, debe ir a "Ventana" y luego a "Acción". Esto abrirá la pestaña de la ventana de acciones. Una vez allí, haga clic en "Crear nueva acción" y luego en "Grabar". Si se ha resaltado el pequeño círculo rojo, sabrá que está grabando y podrá comenzar a hacer los ajustes.

Una vez que haya terminado, continúe y presione "detener". Esto terminará su grabación, y ahora está listo para aplicar sus ajustes al resto de su lote.

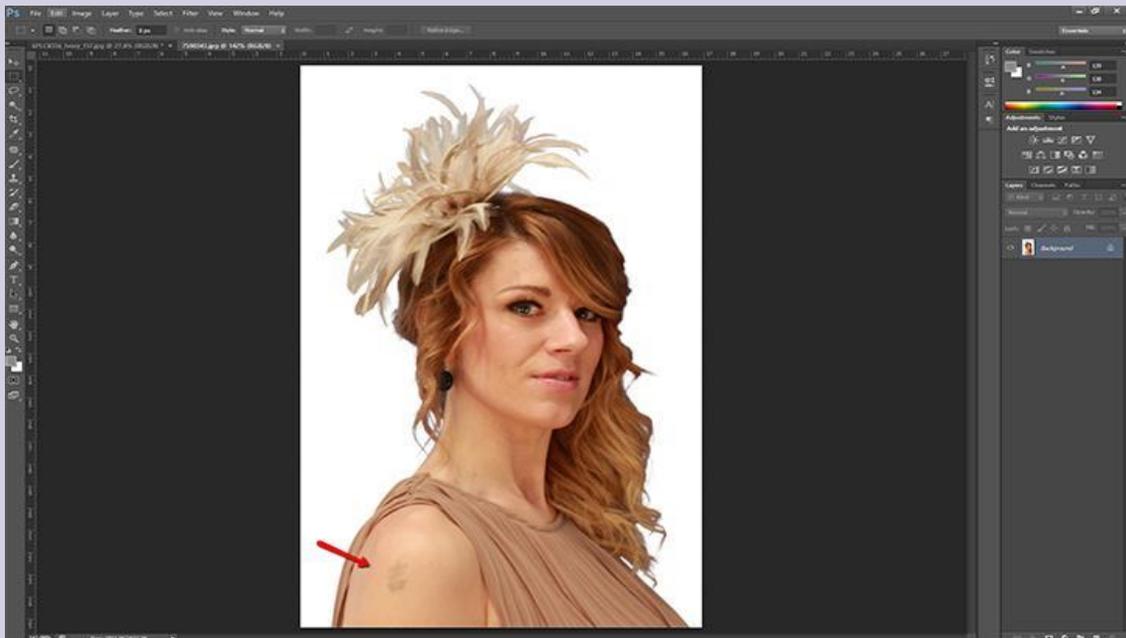
Para aplicar su acción a nuestro lote, vaya a "Archivo", "Automatizar" y luego "Lote". En esta ventana, puede seleccionar la acción a través de un menú desplegable debajo de "Reproducir". También puede seleccionar su fuente /

archivos en los que le gustaría ejecutar esta acción por lotes y dónde desea guardarlos. Una vez que esté listo, pulse Aceptar, y su acción se aplicará a las imágenes en el lote.

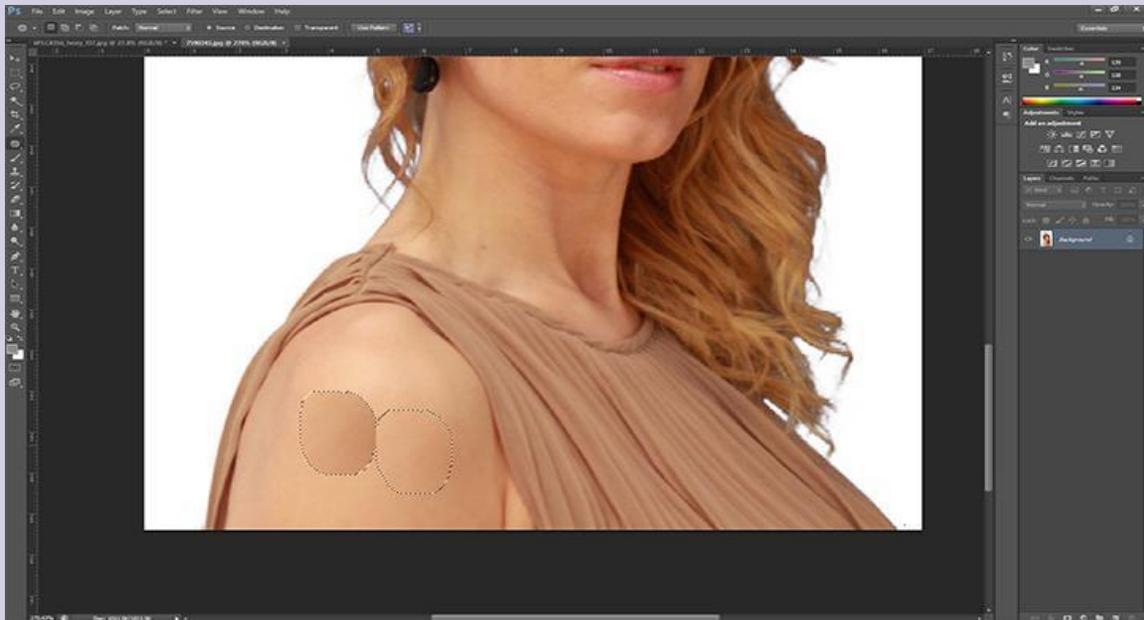
Retoque General

No importa qué tan cuidadoso seas con la preparación de tus productos para una sesión fotográfica, es muy probable que una vez que descargues las imágenes en un monitor grande en Photoshop, puedas notar algunas imperfecciones en algún lugar del producto. Hay dos herramientas que realmente nos gustan y te recomendamos en Engrane Digital para corregir imperfecciones de una imagen: el "Cepillo sanador" y la herramienta "Sello clonar".

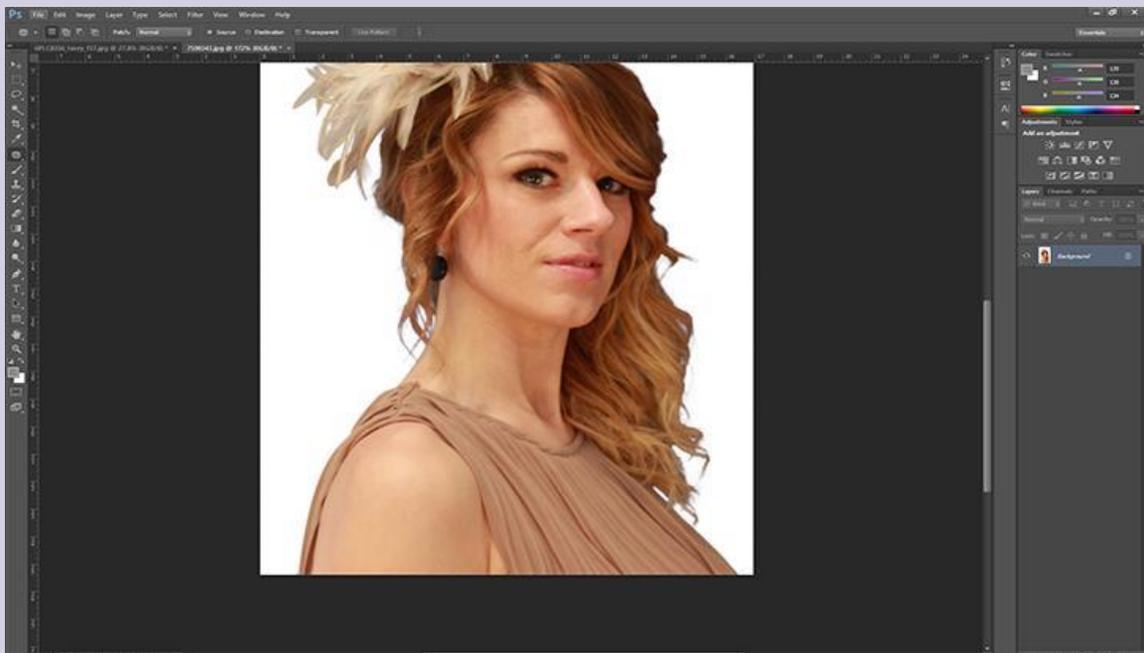
Si tienes una superficie que quieres limpiar o mejorar (supongamos que hay polvo en una camisa o algunas imperfecciones en la piel de su modelo), recomendamos sacarlas con la herramienta Patch. Esta herramienta puede tomar un punto de muestra en su imagen de lo que le gustaría que parezca una superficie completa, y luego seleccionar las áreas que desea mejorar y el resultado es un área libre de imperfecciones.



Como se observa en la imagen hay un punto de piel con un tono diferente que debemos corregir, para darle mejor acabado a la piel. Imagen: Photoshop



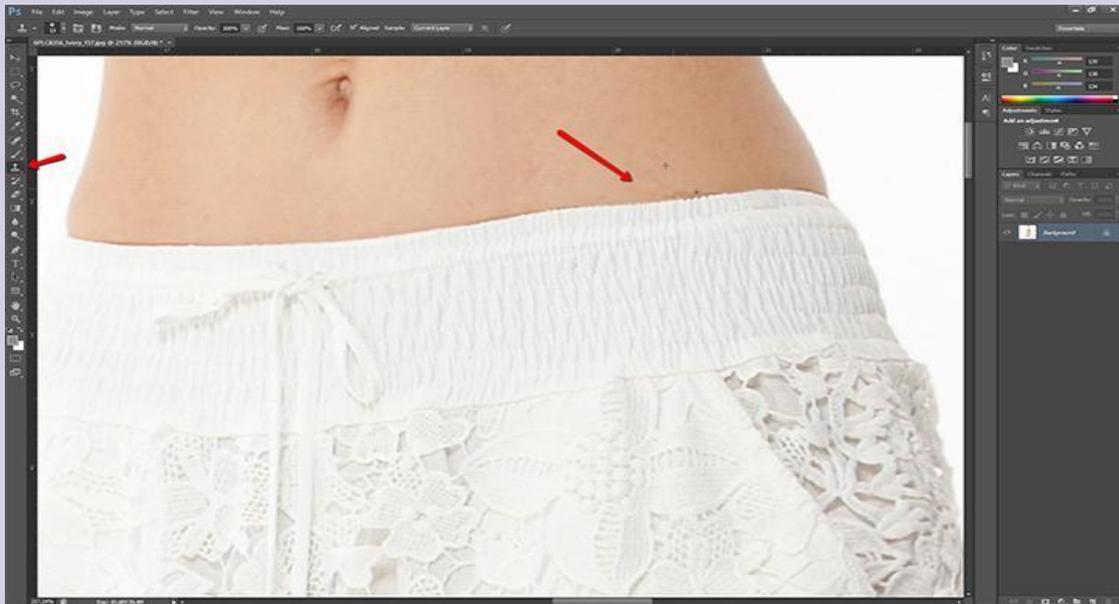
Usando la herramienta Patch, podemos seleccionar una simple área y luego mezclarla con el área de la imperfección. Imagen: Photoshop.



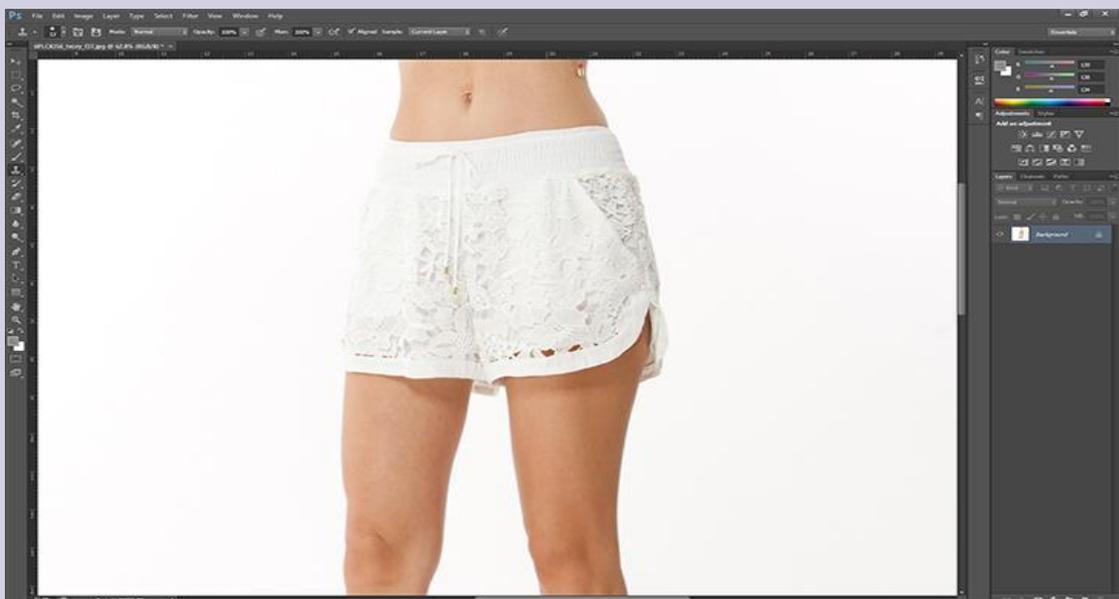
Fusionar la imagen con esta herramienta da como resultado que el aspecto de la imagen sea uniforme y sin defectos. Imagen: Photoshop

La otra herramienta que vas a querer usar y que en Engrane Digital nos encanta recomendarte es Clone Stamp Tool. Con esta herramienta puedes copiar la muestra que selecciones para cambiar y colocarla sobre el punto seleccionado sin necesidad de mezclarla. Es ideal usarla cuando quieres mejorar los bordes de

una imagen y no quieres arriesgar el fondo (esto puede ocurrir cuando deseas eliminar detalles en el cabello de una modelo cuando se ve desarreglado o despeinado). Es la mejor opción de herramienta para usar en este tipo de talles porque no deja ningún color o mancha de difusión como en algunos casos puede ocurrir con la herramienta Patch. La intención es que en cada detalle sepas elegir cuál es tu mejor opción de herramienta a utilizar para que generes un acabado perfecto en tu trabajo.



Vamos a corregir el detalle del borde que sale en el short de la modelo, utilizando Clone Stamp Tool. Imagen: Photoshop



El resultado es una imagen libre de defectos. Imagen: Photoshop

Outsourcing

La edición de las imágenes de productos consume mucho tiempo y puede llegar a ser un dolor de cabeza aprenderlo. Si no tienes el dinero, el tiempo o el interés de aprender sobre edición de fotos, debes considerar contratar alguna empresa de postproducción que se encargue de todo el trabajo para producción de imágenes de productos.

4.- Publicación

Cuando ya tienes la imagen y la has editado, es el momento de la parte más emocionante del proceso: ¡compartir tu imagen con el mundo!

Gracias a Engrane Digital al mostrarte estas herramientas podrás subir ahora tus imágenes en tu E-Commerce. Con Shopify (aplicación de comercio electrónico) que tiene una interfaz sencilla para hacerlo, puedes ahora subir sin conocimientos técnicos tus imágenes finales para comenzar a vender tus productos.

Para comenzar, ve hacia el ícono con la etiqueta en la barra de navegación izquierda de tu pantalla (en el ordenador). Esto te va a llevar al área de productos de tu tienda.

Para agregar un producto a tu tienda, selecciona “Productos” en la barra de navegación. Una vez que estés allí, debes buscar “Agregar Productos” en el botón de la esquina superior derecha de su pantalla. Haz clic en el botón.

Aquí encontrarás toda la información que necesitas completar para tu nueva lista de productos. Una vez que completes el título y la descripción, es hora de cargar las imágenes. Ten en cuenta que la imagen de tamaño máximo que Shopify acepta es de 2048 x 2028 píxeles o 4,2 megapíxeles, por lo que es posible que necesites comprimir algunas si tus archivos de imágenes superan ese límite.

Debes completar toda la información referente a tu producto que te pide la opción y luego cargas la imagen.

Para ayudar a mejorar el SEO de tus imágenes, debes agregar texto alternativo a nuestra imagen. Esto te ayudará a que las imágenes sean optimizadas

en los motores de búsqueda. Para agregar texto alternativo a sus imágenes, simplemente coloque el cursor sobre ellas y seleccione "alt". Si no tienes experiencia en esta área y deseas contar con expertos en la misma no dudes en contactar nuestros servicios en www.engranedigital.com

En esa ventana añade todo el texto alternativo necesario, hazlo como si le estuvieses describiendo el producto a una persona ciega, así es literalmente como debes usar los textos alternativos con el software para personas con discapacidad visual, y es la mejor manera de ayudar a los motores de búsqueda a entender su imagen. Cuando finalices presiona "listo".

Un ejemplo de un texto alternativo podría ser: "Par de aretes con baño en oro de color rosado y nombre de la marca en la cadena".

Una vez que hayas completado toda la información, haz clic en "Guardar producto" en la esquina superior derecha de la pantalla y se guardará su lista de productos.

Conclusión

Las 4 P que hemos mencionado resumiendo esta guía, explican las bases fundamentales para el proceso de fotografía de un producto de principio a fin. Las marcas exitosas se enfocan en optimizar sus procesos, asegurándose de que su flujo de trabajo sea lo más eficaz y eficiente posible. La gran noticia es que incluso una operación unipersonal puede crear flujos de trabajo hipereficientes, siempre que se armen con los conocimientos y recursos adecuados.

Es por ello que te motivamos a mejorar tus conocimientos sobre E-Commerce y a aprender a mejorar la calidad de tu tienda en línea para que llegues a tener una marca exitosa y puedas entrar siendo un profesional en el mundo de las tecnologías. Te invitamos a seguir leyendo nuestras guías que están relacionadas con estos temas interesantes en www.engranedigital.com

Engrane Digital

Guadalajara, Jalisco
Fontaneros 779, Jardines de la paz
Teléfono
(33)44 4499 33
contactogdl@engranedigital.com

Sucursal

Monterrey, NL
Díaz Ordaz 140 torre 2 Piso 20, Santa María
Teléfono
(81) 8865-4311
contactomty@engranedigital.com

Engrane digital S. de R.L. de C.V. © 2012 Todos los
derechos reservados