

Dimenzije, položaj i veličina proizvoda

Product Photo Manager PRO omogućava da fotografije proizvoda standardizujete tako da imaju ujednačene dimenzije i dosledan položaj proizvoda unutar kadra.

Ova podešavanja su posebno važna kod WooCommerce kataloga u kojima izvorne fotografije dolaze iz različitih izvora, imaju različite proporcije ili je proizvod na svakoj fotografiji fotografisan sa drugačijom količinom praznog prostora oko sebe.

Za pravilno podešavanje potrebno je razlikovati:

- **dimenzije izlazne fotografije;**
- **odnos stranica;**
- **veličinu odnosno popunjenost proizvoda unutar kadra;**
- **položaj proizvoda u izlaznoj fotografiji.**

Ove vrednosti međusobno utiču na konačnu kompoziciju, ali ne predstavljaju istu stvar.

Dimenzije izlazne fotografije

Dimenzije određuju konačnu širinu i visinu obrađene fotografije.

Na primer, kvadratna izlazna fotografija može imati iste vrednosti širine i visine, dok fotografija drugog odnosa stranica koristi različite vrednosti.

Standardizovane dimenzije pomažu da:

- grid proizvoda izgleda urednije;
- fotografije imaju ujednačen prostor;
- različiti izvori fotografija daju dosledniji rezultat;
- katalog bude lakši za vizuelno održavanje.

Dimenzije treba birati prema stvarnom načinu korišćenja fotografija na sajtu.

Odnos stranica

Odnos stranica opisuje proporciju između širine i visine fotografije.

Na primer:

- 1:1 predstavlja kvadrat;
- drugi odnosi proizvode horizontalniji ili vertikalniji kadar.

Odnos stranica i konkretne dimenzije nisu potpuno ista stvar.

Dve fotografije mogu imati isti odnos stranica, a različite dimenzije.

Na primer:

- 800 × 800 px;
- 1200 × 1200 px;

obe imaju odnos 1:1.

Širina i visina

Širina i visina definišu stvarnu rezoluciju izlaznog fajla.

Veće dimenzije mogu pružiti više detalja, ali obično stvaraju i veće fajlove.

Premale dimenzije mogu ograničiti kvalitet prikaza, naročito kada WooCommerce tema ili korisnički interfejs fotografiju prikazuju u većoj veličini.

Ne postoji jedna univerzalna dimenzija koja odgovara svakom sajtu.

Izaberite standard koji odgovara:

- dizajnu vašeg sajta;
- veličini prikaza fotografija;
- vrsti proizvoda;
- potrebnom kvalitetu;
- performansama sajta.

Dimenzije fotografije nisu isto što i veličina proizvoda

Ovo je jedna od najvažnijih razlika.

Ako je izlazna fotografija, na primer, kvadratna, to samo određuje veličinu platna odnosno konačnog kadra.

Ne određuje automatski koliko će veliki proizvod izgledati unutar tog kadra.

Dva proizvoda mogu biti smeštena u fotografije potpuno istih dimenzija, ali jedan može zauzimati veliki deo prostora dok drugi izgleda znatno manji.

Za to služi podešavanje **popunjenosti** odnosno veličine sadržaja u kadru.

Popunjenost slike

U Custom profilu dostupno je podešavanje **Popunjenost slike**.

Ono definiše koliko veliki deo dostupnog izlaznog prostora treba da zauzima sadržaj fotografije.

Veća popunjenost znači da će proizvod vizuelno zauzimati veći deo kadra.

Manja popunjenost ostavlja više prostora oko proizvoda.

Ovo je jedan od ključnih parametara za vizuelno ujednačavanje WooCommerce kataloga.

Kako izabrati odgovarajuću popunjenost

Ne treba težiti najvećoj mogućoj popunjenosti.

Cilj je da proizvod bude dovoljno izražen, ali da oko njega postoji odgovarajući vizuelni prostor.

Prevelika popunjenost može dovesti do toga da proizvod:

- izgleda zbijeno;
- bude previše blizu ivicama;
- vizuelno dominira više nego ostali proizvodi;
- na određenim fotografijama izgubi potreban prostor oko sebe.

Premala popunjenost može dovesti do toga da:

- proizvod izgleda sitno;
- katalog deluje neujednačeno;
- ostane nepotrebno mnogo praznog prostora.

Najbolju vrednost utvrdite testiranjem nekoliko reprezentativnih proizvoda.

Različiti oblici proizvoda

Ista vrednost popunjenosti ne mora izgledati jednako na svim proizvodima.

Na primer, vrlo visok i uzak proizvod i širok horizontalni proizvod mogu imati potpuno različit vizuelni utisak iako koriste isti profil.

Zato je kod većih kataloga korisno grupisati proizvode sa sličnim karakteristikama.

Možete koristiti:

- različite predefinisane profile;
- Custom profil prilagođen određenom tipu proizvoda;
- odvojene batch procese za različite WooCommerce kategorije.

Položaj proizvoda

Položaj određuje gde se proizvod nalazi unutar izlaznog kadra.

Kod standardnog kataloga najčešći cilj je vizuelno dosledno pozicioniranje.

Prilikom procene položaja proverite da:

- proizvod nije neprirodno pomeren ka jednoj ivici;
- postoji odgovarajuća količina prostora oko njega;
- važni delovi proizvoda nisu isečeni;
- slični proizvodi izgledaju međusobno usklađeno.

Centriranje nije uvek isto što i vizuelna ravnoteža

Geometrijski centar fotografije i vizuelni centar proizvoda nisu uvek identični.

Asimetričan proizvod može matematički biti postavljen u sredinu, a ipak vizuelno delovati pomeren.

Zbog toga rezultat uvek treba proveriti očima, posebno kod:

- proizvoda nepravilnog oblika;
- proizvoda sa ručkama ili izdvojenim elementima;
- nameštaja;
- modnih proizvoda;
- kompozicija sa više delova.

Odnos položaja i senke

Ako koristite prirodno senčenje, položaj proizvoda i količina prostora oko njega utiču i na to koliko će kompozicija imati mesta za senku.

Nemojte proizvod postavljati toliko blizu ivice da senka izgleda odsečeno ili zbijeno.

Kod ovakvih fotografija veličinu proizvoda i njegov položaj procenjujte zajedno sa konačnim vizuelnim rezultatom.

Odnos položaja i pozadine

Kod jednobojne ili standardizovane pozadine dosledno pozicioniranje je posebno primetno.

Ako jedan proizvod stoji znatno više, niže ili bliže ivici od ostalih, razlika može biti očigledna čak i kada su sve fotografije tehnički iste veličine.

Zato se standardizacija kataloga ne završava samo izborom istih dimenzija.

Potrebno je uskladiti i:

- popunjenost;
- položaj;
- pozadinu;
- opšti vizuelni balans.

Podešavanje kroz Custom profil

Custom profil omogućava da definišete potvrđene profilne parametre kao što su:

- odnos stranica;
- širina;
- visina;
- popunjenost slike;
- format;

- kvalitet;
- boja pozadine.

Ako vam je potreban sopstveni standard dimenzija i popunjenosti, podesite ga kroz **Moj profil obrade**.

Nakon izmene koristite **Sačuvaj izmene i aktiviraj**, a zatim testirajte rezultat pre grupne obrade.

Predefinisani profil ili Custom profil?

Koristite predefinisani profil kada njegove karakteristike već odgovaraju fotografijama koje obrađujete.

Koristite Custom profil kada želite precizno definisan sopstveni standard.

Custom profil je naročito koristan kada imate unapred definisane zahteve, na primer:

- tačnu širinu i visinu;
- određeni odnos stranica;
- određenu popunjenost;
- specifičan format i kvalitet;
- određenu boju pozadine.

Test pre grupne obrade

Pre primene novih dimenzija ili popunjenosti na veću grupu:

1. izaberite jednu reprezentativnu fotografiju;
2. podesite željene parametre;
3. izvršite obradu;
4. proverite rezultat;
5. testirajte i proizvod drugačijeg oblika;
6. proverite visok, širok i mali proizvod ako ih grupa sadrži;
7. tek nakon toga pokrenite grupnu obradu.

Jedan proizvod nije dovoljan test ako batch sadrži veoma različite oblike.

Obrada po WooCommerce kategorijama

Ako koristite grupnu obradu po kategoriji, prvo proverite da li proizvodi iz te kategorije mogu da koriste isti vizuelni standard.

Kategorija može biti praktična jedinica za obradu kada proizvodi imaju slične:

- proporcije;
- načine fotografisanja;
- zahteve za veličinom u kadru;
- potrebe za pozicioniranjem.

Ako kategorija sadrži veoma različite proizvode, razmotrite više odvojenih batch procesa.

Kako proceniti dobar rezultat

Kod rezultata proverite:

- da li su sve izlazne fotografije željenih dimenzija;
- da li proizvod zauzima odgovarajući deo kadra;
- da li ima dovoljno prostora oko proizvoda;
- da li je proizvod vizuelno pravilno pozicioniran;
- da li su slični proizvodi međusobno ujednačeni;
- da li su delovi proizvoda ili senke preblizu ivici;
- da li kompozicija odgovara dizajnu WooCommerce kataloga.

Najčešća greška: samo iste dimenzije

Fotografije iste rezolucije nisu automatski vizuelno ujednačene.

Ako proizvodi imaju različitu popunjenost ili položaj, katalog će i dalje izgledati neujednačeno.

Za profesionalan rezultat potrebno je uskladiti najmanje:

1. odnos stranica;
2. dimenzije;
3. popunjenost proizvoda;
4. položaj proizvoda;
5. pozadinu.

Ako rezultat nije dobar

Ako je proizvod:

Prevelik — smanjite popunjenost ili korigujte odgovarajuće podešavanje obrade.

Premali — povećajte popunjenost.

Previše blizu ivice — korigujte veličinu ili položaj.

Vizuelno pomeren — proverite položaj, ali uzmite u obzir i sam oblik proizvoda.

Odsečen — ne nastavljajte batch dok ne korigujete parametre.

Nakon svake značajnije izmene prvo uradite kontrolnu pojedinačnu obradu.

Preporučeni workflow za standardizovan katalog

1. odredite željeni odnos stranica;
2. odredite izlaznu širinu i visinu;
3. definišite odgovarajuću popunjenost;
4. proverite položaj proizvoda;
5. testirajte najmanje nekoliko različitih proizvoda;

6. sačuvajte potvrđene parametre u odgovarajućem profilu;
7. aktivirajte profil;
8. proverite aktivni profil u Grupnoj obradi;
9. obradite manju grupu;
10. proverite rezultate;
11. tek zatim obradite veću kategoriju ili katalog.

Povezani članci

- **Obrada jedne fotografije**
- **Grupna obrada fotografija**
- **Profili obrade — kreiranje i korišćenje**
- **Format i optimizacija izlaznih fotografija**
- **Uklanjanje i promena pozadine**
- **Prirodno senčenje proizvoda**
- **Pregled rezultata obrade**