

Webshops zetten meer in op productfotografie

05-04-2012 00:00

Het fotograferen van producten die in webwinkels verkocht worden, krijgt een steeds hogere prioriteit voor online ondernemers. StyleShoots, producent van geïntegreerde fotosoftware voor webwinkels, profiteert van de snelle groei van e-commerce. Sinds de lancering medio september 2011 werd het fotosysteem bijna honderd keer verkocht.

StyleShoots maakt gretig gebruik van de recente ontwikkelingen op het gebied van internetwinkelen, waarin snelheid een sleutelrol speelt. "Dat het zo hard gaat, heeft mij ook verrast", vertelt medeoprichter Maurits Teunissen. Verschillende grote moderetailers, zoals Tommy Hilfiger, Kleertjes.com en Marks & Spencer hebben het fotosysteem al in huis.

StyleShoots maakt vrijstaande productfoto's die direct klaar zijn voor publicatie. Daarmee komt het systeem tegemoet aan de wens om het presenteren van de collectie minder duur, tijdrovend en ingewikkeld te maken. Duurde het eerst nog een week of twee voordat de foto's online gezet konden worden, met het fotosysteem is dit binnen een minuut gebeurd.

Ondanks de hoge aanschafkosten (het fotosysteem kost 42,5 duizend euro) hoopt Teunissen dit jaar zijn omzet te verdubbelen. Teunissen noemt een omzetgroei van zestig naar tachtig miljoen euro 'realistisch'. Maar om dat tempo bij te benen is wel nieuw investeringsgeld nodig. "We zijn nu nog te klein om groot te zijn", aldus Teunissen.

Hoe StyleShoots precies werkt, is te zien in een filmpje op de [Facebookpagina](#) van RetailTrends.