

Exemples pour réalisation

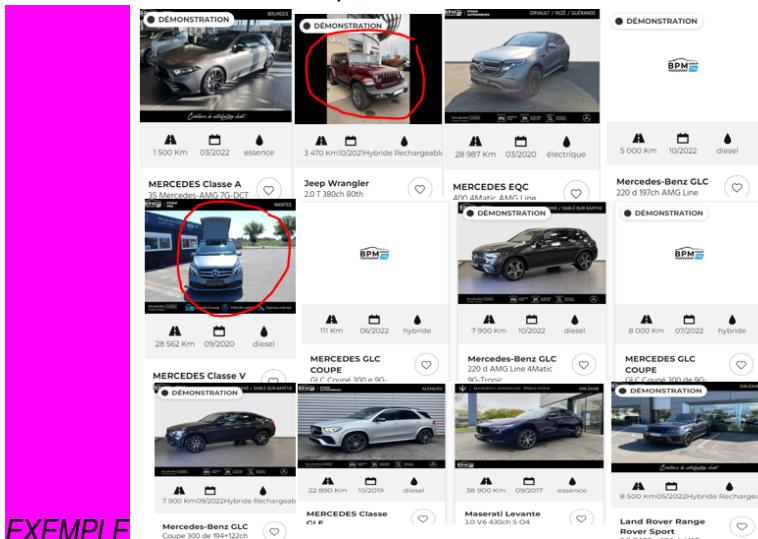
Audit Opti(pix)

Phase 1

1. Analyse perception site Internet client

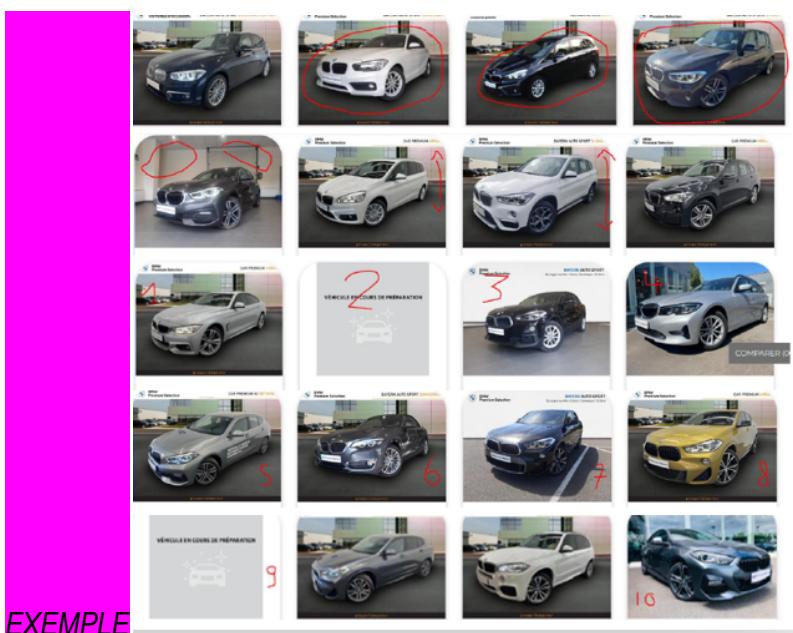
1. Harmonisation de la présentation

Ordre dans l'orientation des véhicules en photo



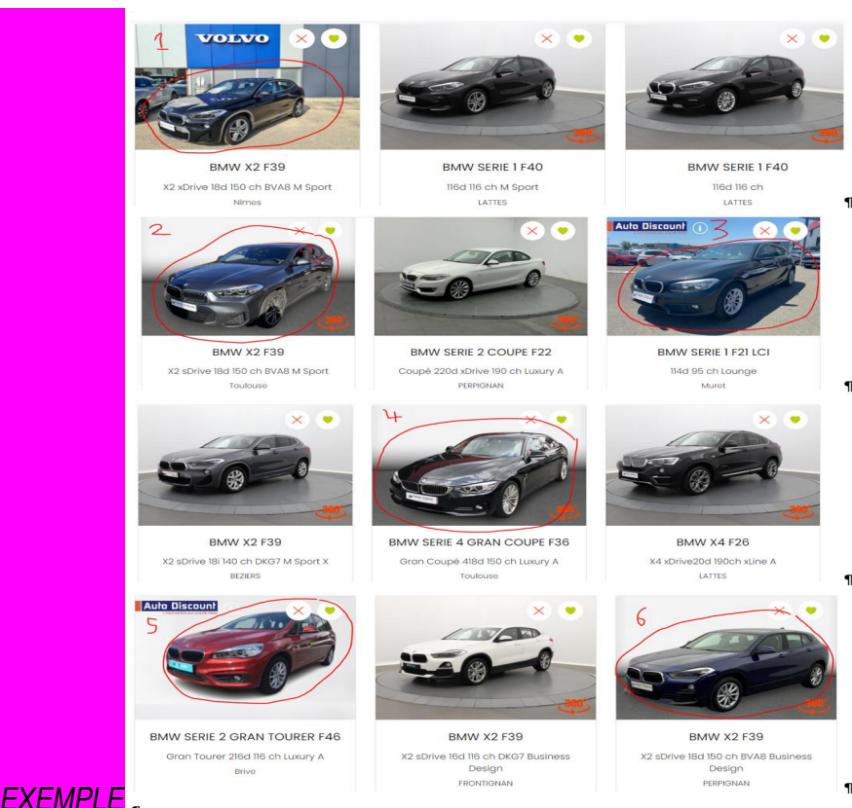
Mauvais : Orientation différente des autos sur le site internet

Angle de prise de vues identique à chaque série de photo



Mauvais : Orientation bonne mais les angles de prises de vues sont différents
BMW X2 presque de face, Série Tourer presque en latéral

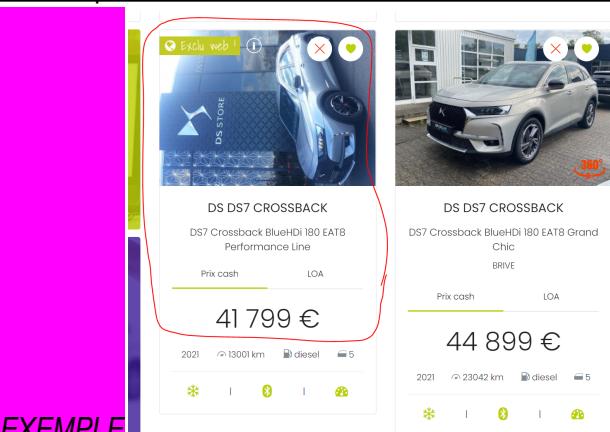
Harmonisation dans la dimension et cadrage des véhicules en photo



EXEMPLE

Mauvais : Le Série 4 Grand Tourer dimension différente avec le X2 à côté

Erreurs importantes qui vont rendre invisible le véhicule sur internet



EXEMPLE

Mauvais : Photo inversée

II. Analyse photo

1. Qualité de la photo

Cache-plaque réaliste ou sensation de montage

EXEMPLE



Mauvais : collage grossier

Aspect naturel et réaliste ou montage disproportionné

EXEMPLE



Mauvais montage = Truquage

Présence de reflets

EXEMPLE



Mauvais : ombre portée du bâtiment, reflets du soleil et du photographe

Luminosité correcte

EXEMPLE



Mauvais : les ombres se confondent avec la carrosserie,

on n'apprécie pas les lignes de la voiture...

Défauts visibles

(i) : visibilité de rayures, bosses, coups, pluie...

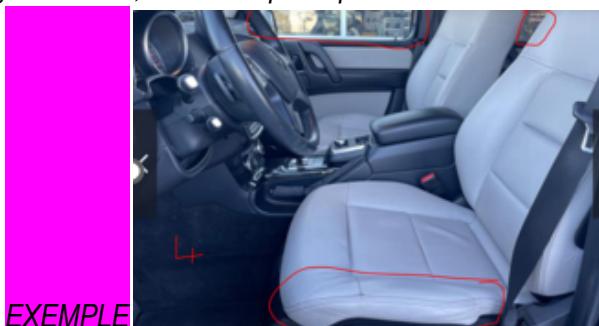


EXAMPLE

Mauvais : Beaucoup de pluie

Appréciation des matériaux intérieurs

(i) : grain de cuir, détail des plastiques...



EXAMPLE

Mauvais : Cuir abîmé

2. Série de photos

Photos répétitives



EXAMPLE

Mauvais : Ces photos apportent exactement la même information,
l'objectif étant que chaque photo apporte une information d'équipement additionnel

III. Estimation des coûts cachés