

Фотографирање на производи

Видови фотографии на производи

Постојат неколку типови на фотографии на производи:

- ❖ Пакет слики
- ❖ Flatshot
- ❖ Flatlay
- ❖ Фотографии од 360 степени
- ❖ Фотографии од духови (манекен).
- ❖ Фотографии од производ на закачалка
- ❖ Фотографии на производ на моделот
- ❖ Изгледник / Уредник
- ❖ Композиции и репортажи

Пакет слики

Пакетите се најтипични за е-трговија:

- ❖ Неподвижна или подвижна слика на производот и понекогаш го има и неговото пакување и етикети.
- ❖ На сликата од пакетот фотографираниот производ треба да биде центриран на сликата и колку да одговара на платното.
- ❖ Позадината е вообичаена, без сенки, но може да се покреативни позадини со сенки или рефлексии
- ❖ Боите треба да бидат прикажани во сопствените природни тонови.

Пакет слики - примери

❖ Бела и друга позадина



Пакет слики - примери

- ❖ со сенки/рефлексии или без сенки/без светлосни ефекти



Flatshots

❖ Фотографии на еден производ (најчесто облека) за потребите на онлајн продавниците:

- без сенка
- нема светлосни ефекти
- бела позадина



Flatlay

- ❖ Рамни композиции за социјалните медиуми да ги претстават производите во контекст



Фотографии од 360 степени

- ❖ Целосна, потресна презентација на гости
- ❖ На пример:

https://fp360.pl/wp-content/uploads/2020/08/buty_1.mp4

Фотографии од духови (манекен).

- ❖ Фотографии од облека на манекен, каде манекентот е изваден од фотографија во пост продукција:



Фотографии од производ на закачалка:



Фотографии на производ на модел:



Lookbook / Уредник (за модерни фотографии)

- ❖ збирка на слики кои се фокусираат на прикажување на дизајните како главен приоритет на сликата
- ❖ обично се користи во каталози, книжевни книги, социјални медиуми и онлајн продавници



Композиции

- ❖ Претставување на производот во контекст кој ги претставува неговите односи и димензии



Репортажи

- ❖ претставување на „во акција“



Совети за фотографирање производи

Внимавај на предметот

Запомнете да го подготвите за фотосесијата: исчистете го и одете ја оштетувањата.



Запомнете, колку е важна светлината

Светлината игра клучна улога во фотографијата.

Не само што ја овозможува презентацијата

но исто така ви помага да го привлечете предметот на правилен начин.

Изборот на светлина во голема мера го одредува успехот на вашата
рекламана кампања.

Избор помеѓу природна и вештачка светлина

Природната (мека) светлината е добра за

- ❖ рекламирање на простори и предмети во нивната природна околина
- ❖ продажба на производи за јадење
- ❖ прикажување луѓе и облека
- ❖ објавување на предмети кои обично се надвор
- ❖ кампањи на социјалните мрежи

Вештачката (студиска) светлината е добра за

- ❖ презентирње на помали предмети
- ❖ онлајн продавници и онлајн платформи и кампањи



Повеќе за осветлување...

Природна светлина

- ❖ Кога сте надвор - најдобро време за фотографирање е веднаш по изгрејсонцето или непосредно пред зајдисонце, кога светлината е мека, а сенките се долги (т.н. „Златен час“).
- ❖ Кога сте внатре - добро е да најдете место до прозорецот, за повеќе фотографии од сончевата светлина.

Во студиото

- ❖ Направете паметен избор помеѓу:
 - бела (побезбедна) или боја (поуметничка и индивидуална) позадина
 - простор без сенка и игра со сенките.



Природна светлина - примери



Вештачка светлина - примери



Повеќе совети за фотографирање производи

1. Фотокутија - технологија за студиско фотографирање



2. Информации статив (и да се обрне внимание на положбата)



3. Снимајте повеќе слики од различни агли

❖ Погледни ги деталите



4. Персонализирајте ја вашата понуда

- ❖ Ставете го вашиот производ во контекст
- ❖ Додадете личен, емоционален допир (пакување, користење, фотографии на купувачот)
- ❖ Направете конечно издание (корисни програми):
 - Gimp
 - Picasa
 - Photoshop
 - Shapseed
 - Pinetools (<https://pinetools.com/c-images/>)



5. Внимавајте на формалните правила

- ❖ Следете ги спецификациите за фотографии на виделина
 - Amazon или Google Shopping имаат свои правила за фотографии
- ❖ Почитувајте ги правата на сопственост и заштита на имиџот