

Fotografia de produs



Tipuri de fotografii de produs

Există mai multe tipuri de fotografie de produs:

- ❖ Packshot
- ❖ Flatshot
- ❖ Flatlay
- ❖ Fotografie 360
- ❖ Fotografii pe manechin invizibil
- ❖ Fotografii ale unui produs pe un umeras
- ❖ Fotografii ale unui produs pe un model
- ❖ Lookbook / Editorial
- ❖ Compoziții și reportaje

Packshot-uri

Fotografiile packshot sunt tipice pentru comerțul online:

- ❖ O imagine statică sau în mișcare a unui produs ce include câteodată ambalajul sau eticheta.
- ❖ În acest tip de fotografie produsul trebuie să fie în centru sau să încapă în aceasta.
- ❖ Fundalul este de obicei alb, fără umbre, însă se pot alege fundaluri mai creative cu umbre sau reflecții.
- ❖ Culorile ar trebui să fie folosite în tonuri naturale.



Packshot -uri (exemple)

❖ fundal alb vs colorat



Packshot -uri (exemple)

- ❖ cu umbre/reflecții vs fără umbre/fără reflecții



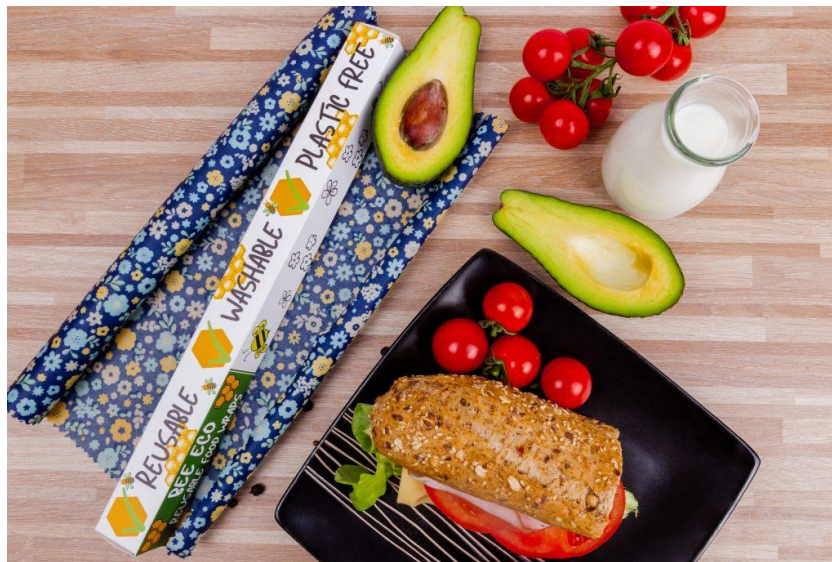
Flatshot

- ❖ Fotografii ale unui singur produs (haine în general) pentru vânzare online
 - fără umbre
 - fără efecte de lumină
 - fundal alb



Flatlay

- ❖ Compoziție orizontală pentru prezentarea de produse în social media



Fotografie 360 grade

- ❖ prezentarea în mișcare a unui produs
- ❖ exemplu:

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

Fotografie tip manechin invizibil

- ❖ fotografii cu haine pe un manechin unde acesta a fost înlăturat la procesare:



Fotografii de produs pe umeraș:



Fotografii de produs pe un model:



Lookbook / Editorial (pentru cataloage de modă)

- ❖ colecții de imagini cu focus prioritar pe design
- ❖ de obicei se folosesc la cataloage, social media & magazine online



Compoziții

- ❖ prezentarea unui produs într-un context ce arată corelația și dimensiunile



Reportaje

- ❖ prezentarea produsului “în acțiune”



Sfaturi pentru fotografia de produs

Aveți grijă de obiect

Pregătiți obiectul pentru sesiunea foto: curățați-l și asigurați-vă că nu are zgârieturi



Amintiți-vă cât de importantă este lumina

Lumina joacă un rol cheie în fotografie.

Nu numai că face prezentarea posibilă dar vă ajută să prezentați obiectul cum trebuie.

Alegerea luminii determină succesul campaniei sau a reclamei.

O alegere între lumina naturală și cea artificială

Lumina naturală este potrivită pentru

- ❖ promovarea unor spații mari sau obiecte surprinse în mediul lor natural
- ❖ prezentarea obiectelor alimentare
- ❖ persoane sau îmbrăcăminte
- ❖ prezentarea unor obiecte de exterior
- ❖ campanii social media

Lumina artificială (de studio) este potrivită pentru

- ❖ prezentarea unor obiecte de dimensiuni mici
- ❖ campanii pentru magazine sau platforme online



Mai multe despre lumină...

Lumina naturală

- ❖ afară - cel mai bun moment pentru fotografii este chiar după răsărit sau după apus când lumina este blândă, iar umbrele sunt lungi ("Golden Hour").
- ❖ înăuntru - este bine să găsiți un loc lângă fereastră pentru a profit cât mai mult de lumina naturală

Lumina din studio

- ❖ Aveți grijă cum alegeți între:
 - fundal alb (mai sigur) sau colorat (mai artistic și personalizat)
 - spațiu fără umbre sau să vă jucați cu umbrele



Lumina naturală - exemple



Lumină artificială - exemple



Mai multe sfaturi despre fotografia de produs

1. Photobox - folositoare pentru fotografii în studio



2. Folosiți un tripod (cu o poziție bună)



3. Faceți mai multe poze din mai mult unghiuri

❖ Arătați detalii



4. Personalizați-vă oferta

- ❖ Așezați produsul într-un context
- ❖ Adăugați o notă personală, emoțională (ambalaj, folosire, fotografii ale cumpărătorului)
- ❖ Folosiți o editare pt finisare (programe folositoare):
 - Gimp
 - Picasa
 - Photoshop
 - Shapseed
 - Pinetools (<https://pinetools.com/c-images/>)



5. Aveți grijă la format

- ❖ Respectați specificațiile pentru fotografia de produs
 - Amazon sau Google Shopping au propriile specificații referitoare la fotografia de produs
- ❖ Respectați legile de proprietate intelectuală