



Организация новогоднего фотодня

Что такое фотодень?

Фотодень — это особый формат фотосессии, когда под определенную тематику фотограф создает целый проект и приглашает поучаствовать в нем нескольких моделей.

Фотодень проводится в назначенную дату с отведенным количеством времени на съемку каждого героя (как правило 30 мин - 1 час), в одной локации с общей идеей, которая связывает все образы.

Иногда для организации и проведения фотодня фотограф привлекает других специалистов — визажиста, парикмахера, стилиста, продюсера, гафера, ассистента. Все зависит от целей и задумки.





В чем преимущество фотодня для моделей

или какие аргументы можно использовать,
чтобы “продавать” свой фотодень

Цена. Участие в фотодне обычно стоит дешевле, чем полноценная съемка той же самой идеи с арендой студии, оплатой работы фотографа и привлеченных специалистов.

Тематика. В фотоднях она определена заранее и часто попадает под инфоповоды или праздники (как например с Новым годом), вокруг которых происходит ажиотаж.

Минимальная ответственность.

Организационными вопросами занимается фотограф или продюсер — подбирает и бронирует локацию, аппаратуру, реквизит, образом — визажист и стилист. От модели требуется только вовремя приехать на съемку и выполнить просьбы команды, если такие есть.

Скорость. За 30 минут со слаженной командой можно отснять 2-3 образа и получить от 30-50 удачных кадров.



В чем преимущество для фотографа?

или почему стоит проводить фотодни

Первое касание с клиентом. Так как фотодень дешевле обычной съемки, он может быть трипваером — недорогой услугой, которая поможет вам снять первые страхи и сомнения клиента и подготовит его к покупке основной услуги — полноценной фотосессии.

Нетворкинг. На фотодень вы можете пригласить специалистов, с которыми возможно давно хотели поработать и предложить им сотрудничество на максимально выгодных для вас обоих условиях.

Творчество. Не всякую креативную идею или интересную задумку можно реализовать самостоятельно: где-то модели нет подходящей, где-то нужна помощь команды. Фотодень — отличный вариант, чтобы это сделать!

Продвижение. За счет большого количества участников съемки через упоминания и репосты в соцсетях, вы можете привлечь к себе их аудиторию, которая уже будет потенциально лояльной.



**Когда лучше
проводить фотодни?**

- 01 В преддверии праздников.** Новый год и рождество, 14 февраля, 8 марта — люди любят показывать, как они проводят эти праздники и с энтузиазмом реагируют на фотодни.
- 02 В связи с инфоповодами.** Для этого нужно следить за поп-культурой и быть в курсе всех последних трендов. Например, в свое время инфоповодом стал сериал “Эйфория”, когда все захотели примерить на себя образ подростков на модных вечеринках в стильных образах и с блестками под глазами.
- 03 Когда ваша идея — уникальна.** Тогда на нее будет спрос, а, следовательно, вы сможете не только провести необычный фотодень, но и отстроиться от конкурентов.



**Как организовать
фотодень?**

- 01 Придумайте идею и разработайте на ее основе концепцию вашего фотодня.** Подберите референсы и составьте мудборд. Определитесь, что вы будете снимать, где, с кем. Выясните, насколько ваша идея актуальна для клиентов.
- 02 Соберите команду.** Оформите свою задумку в презентацию, чтобы наглядно ее продемонстрировать тем, с кем вы хотите поработать и заранее продумайте оффер — почему ваше предложение должно быть им интересно?
- 03 Определитесь с временем и местом съемки.** Выбирайте так, чтобы было удобно и вам, и команде, и потенциальным участникам. Для этого можно провести опрос в соцсетях и узнать, когда кто сможет.

- 04 Проработайте организационные моменты.** Перед тем, как анонсировать фотодень, продумайте, сколько моделей на него возьмете, как долго будете их снимать, сколько кадров отдадите в итоге, какую предоплату будете брать, сможете ли отменить бронь студии, если что-то пойдет не по плану.
- 05 Подготовьтесь к анонсу.** Покажите примеры, чтобы клиенты наглядно видели, какой будет съемка. Поделитесь мудбордом и работами коллег из своей команды. Когда все подготовлено, делайте анонсы через всех организаторов.
- 06 Начинайте продавать.** Расскажите про свою услугу аудитории: что в нее входит, почему она уникальна и какой результат получают клиенты в итоге. Сделайте акцент на преимуществах фотодня, чтобы отработать возражения.

07 Не бросайте клиента. Реагируйте на обращения: отвечайте на вопросы, отработывайте сомнения, помогайте и напоминайте о себе. Записывайте на фотодень по предоплате, чтобы в случае отсутствия клиентов, покрыть расходы.

08 В день фотодня. Грамотно подготовьтесь сами и напомните о важных составляющих съемки команде. Приезжайте на локацию заранее. Создавайте дружелюбную и творческую атмосферу на площадке, чтобы всем было комфортно работать.



**Почему фотодень — не
убыточное мероприятие
для фотографа?**

Несмотря на все трудозатраты, этот формат себя окупает, поскольку позволяет играть вдолгую:

- 01 пополнять портфолио продающими кадрами с необычными идеями
- 02 наработывать полезные связи и контакты
- 03 продвигаться в соцсетях и набирать подписчиков через “сарафан от команды”
- 04 находить новых клиентов и формировать у них лояльность
- 05 продавать свою основную услугу через фотодень



**С уважением,
Артём Гришин.**

Подписывайтесь на социальные сети, там больше жизни и обучающих материалов!



[ВКонтакте](#)



[Телеграм](#)