

Сегодня реклама проникла во все отрасли жизни, она захватила окружающий нас мир. Рекламщики отвоёвывают всё новые и новые площади в городах, газетах, журналах, каталогах. При этом доля, приходящаяся на **рекламное фото**, постоянно растёт.

Исследования показывают, что именно удачное

**рекламное фото**

побуждает потребителя прочитать текст. При этом по силе воздействия

**рекламное фото**

гораздо эффективнее, чем рисованное изображение.

**Фотосъёмка для рекламы** появилась практически одновременно с появлением самого фотоаппарата. За прошедшие почти два века рекламное фото превратилось практически в особый вид искусства, ежегодно в мире проходит несколько престижнейших фестивалей фоторекламы. Но именно в этом и заключается большая опасность, ведь рекламное фото – это не искусство чистой воды, это прежде всего – коммерческий проект. Главной задачей которого является всё же продажа рекламируемого товара, а удачная

**рекламы**

**фотосъёмка для**

– это не цель, а

всего лишь средство. Какой бы супернавороченной и концептуальной не оказалось

**фотосъёмка для рекламы**

, если она не будет продаваться, то значит деньги заказчика выброшены зря и поставленная задача не выполнена. При этом сам фотограф не должен оставаться ремесленником, который отлично владеет техническими аспектами проведения рекламной фотосъёмки. Сейчас, чтобы привлечь внимание, просто качественного изображения совсем не достаточно. Современное рекламное фото – это сплав художественного мышления, новейших технологий и психологических приёмов. Ведь даже мужчины и женщины в рекламе обращают внимание на совершенно различные детали, а при создании рекламы для пожилых людей надо стремиться избежать мелких деталей и изображений. И ещё тысячи и тысячи секретов, советов и опыта, которые накопились за две сотни лет рекламной съёмки

Сегодня **качественное рекламное фото** – это плод работы множества профессионалов, а **съёмка для рекламы** –

сложный технологический процесс. Идею фотографу, по которой будет проведена

**фотосъёмка для рекламы**

, формулирует арт-директ вместе с маркетологами. После этого фотограф начинает воплощать идею в реальность, при этом ему могут потребоваться помощники. В

зависимости от идеи, это может быть

**постановочная фотосъёмка**

или

**предметная фотосъёмка**

. Предмет может сниматься среди песка или в водопаде, на земле, в воздухе или под землёй – насколько позволит фантазия и насколько это продиктовано идеей. Для того, чтобы сделать уникальное

**рекламное фото**

, потребуется полная самоотдача всего коллектива, большого количества времени на фотосъёмку и последующую обработку дизайнером. Который при помощи графических редакторов уберёт ненужное, проведёт цветокоррекцию, подготовит фотоматериал к печати. И тогда рекламируемый товар приобретёт собственную индивидуальность и будет выгодно отличаться от конкурентов.

**Цены:**

- [Студийная фотосъемка для рекламы](#)