1. Отсутствие цели создания и ведения бизнеса

Цель должна быть конкретной, иметь четкое описание и временные рамки. Отсутствие цели полета делает невозможным успешное приземление в конечном пункте. Некоторые фотографы хотят просто подработать в свободное время. Другие хотят больше зарабатывать. Это не является целью создания своего бизнеса. Такой бизнес не решит ваши финансовые проблемы и тем более не принесет стабильных результатов.

2. Отсутствие плана развития бизнеса

Необходимо составить план развития бизнеса, определив временные рамки каждого этапа и оценив финансовые вложения. Отсутствие такого плана ведет в лучшем случае к топтанию на месте.

Бизнес план:

— Долгосрочный. (5 лет и больше)

— Среднесрочный (3-5 лет)

— К

Общие сведения.

Начните составление вашего бизнес плана фотографа с общего описания своего будущего фотобизнеса в сжатой форме. И включите в этот блок название, город, электронную почту, контактный телефон.

Предоставляемые услуги

— Свадебная фотосъемка
— Лав Стори/ предсвадебная
— Портретные/семейные фотосессии
— Другой вариант, в зависимости от ваших планов.

Потенциальные клиенты

Определите четко возрастную категорию ваших идеальных клиентов. Продумайте, где они чаще всего проводят свое время. Если на просторах интернета, то и вы постарайтесь увеличить там свое присутствие.

Анализ рынка.

Проведите самостоятельный анализ рынка фото услуг в городе, где вы планируете работать. Конечно, для профессионального анализа необходимо обратиться в маркетинговую компанию, но работая в условиях ограниченного бюджета, можно сделать это самостоятельно. Для краткосрочного бизнес плана этого будет достаточно. Изучите 15-20 сайтов (можно больше, если есть время) других фотографов: какие услуги они предлагают, в каком ценовом диапазоне. Опираясь на собранные данные, сделайте свои собственные предложения для клиентов. Только будьте реалистичны, не стоит с самого начала устанавливать высокие цены, лучше увеличивать их постепенно. А также заранее изучите и сделайте список фотостудий, которые вы будете предлагать клиентам для фотосъемки.

План маркетинга

В первый год вашего плавания по просторам свадебного, семейного или портретного фото бизнеса все популярные социальные сети, образно говоря, должны стать вашими друзьями и партнерами. Затраты на оборудования заберут если не все, то большую часть финансов, оставляя маркетинговый план с цифрой приближенной к нулю. Поэтому, обязательно используйте все возможности, предоставляемые социальными сетями и профильными фотокаталогами с бесплатной регистрацией. Об этом я расскажу подробнее в следующих статьях.

Визитки. Этот недорогой (от 300-700 руб/100шт) маркетинговый инструмент может принести весьма существенные плюсы. Пусть ваши визитки будут с вами всегда: лежат в каждой вашей сумке, кошельке. Потенциальные клиенты могут появиться на вашем пути в любое время и в любом месте, вручив визитку, вы сможете оставить информацию о своем бизнесе самым эффективным образом. И лучше оставлять не одну, а несколько визиток, на случай если человек, захочет поделиться вашими данными со своими друзьями или знакомыми. Даже если вы получите хотя бы один заказ из 100 отданных визиток, то несложно подсчитать, что вы окупите все затраты на их печать.

Для качественных фотосессий понадобится:

1.Фотоаппарат (не менее 30.000 руб.)

2.Объективы (стандартный и фикс)

3.Штатив

4.Вспышка

5.Осветительное оборудование: лампы дневного света, зонт или бокс для рассеивания света (для естественного цвета лица)

6.Компьютер (достаточной мощности для графических редакторов);

7.Лицензионная программа для обработки фотографий (лучше Adobe Photoshop).

8.Карты памяти.

9.Светоотражатель.

Если будете фотографировать на документы, кроме помещения (для фото на документы достаточно около 5 кв.м.) понадобится:
- стул для клиента;
- стол для компьютера, принтера;
- зеркало (достаточно 45–50 см в высоту);
- вешалка для одежды.

1.Общие сведения.
Начните составление вашего бизнес плана фотографа с общего описания своего будущего фотобизнеса в сжатой форме. И включите в этот блок название, город, электронную почту, контактный телефон.

2.Предоставляемые услуги.
— Свадебная фотосъемка
— Лав Стори/ предсвадебная
— Портретные/семейные фотосессии
— Другой вариант, в зависимости от ваших планов.

3.Потенциальные клиенты.
Определите четко возрастную категорию ваших идеальных клиентов. Продумайте, где они чаще всего проводят свое время. Если на просторах интернета, то и вы постарайтесь увеличить там свое присутствие.

4.Анализ рынка.
Проведите самостоятельный анализ рынка фото услуг в городе, где вы планируете работать.

5.План маркетинга (визитки, сайты, раскрутка, реклама, логотипы и т.п.).

6.Оборудование.

ШАБЛОН:

ФИО, город проживания и города работы, контактные данные: телефон, сайт, группа или страница в соц.сетях, почта)

Предоставляемые услуги:_____

Какие услуги хотите предоставлять в будущем (описание и стоимость).

Ценовой диапазон. Выбор цен. Создание прайс листа. Альтернативы роста цен.

Потенциальные клиенты.

Маркетинговые издержки: что необходимо сделать

Оборудование: какое есть, какое необходимо приобрести (стоимость)

3. Отсутствие «изюминки»

В бизнесе гораздо важнее уметь поймать волну, а не пытаться сделать то, чего еще ни у кого нет. Но, поймав волну, нужно найти то, что выделит вас из общей массы фотографов.

4. Неправильное определение потенциального клиента.
Необходимо четко определить свою целевую аудиторию, которой вы будете продавать свои услуги. Желание продавать свои услуги всем сегментам рынка ведет в конечном итоге к отсутствию заказов.

5. Неумелое использование рекламы

Беспорядочные затраты на рекламу могут не принести никаких положительных результатов. Рекламная кампания строится с учетом параметров целевой аудитории.

6. Неправильное ценообразование

Попытка завоевать расположение возможного клиента путем занижения цен на ваши услуги медленно, но верно ведет к закрытию вашего бизнеса.

Час работы фотографа:

1000 руб. – 6.000 руб.

7. Незнание законов привлечения клиентов и работы с ними

Превосходная работа еще не все. Чтобы получать за нее хорошие гонорары, необходимы клиенты. Неумение находить клиентов и работать с ними — убивает бизнес, зачастую быстро.

8. Боязнь конкуренции и критики

Тот, кто боится конкуренции, скорее всего не добьется результатов ни в одном виде бизнеса. Если вы будете заниматься делом, которое доставляет удовольствие, вкладывая в него душу, тогда конкуренты «подвинутся». А использование принципа «win-win», поможет вам получить обоюдную выгоду.

Конкуренты

Правила общения
Союзы и совместные проекты
Взаимодействие с видеографом
Взаимодействие с визажистом и стилистом
Взаимодействие с ведущими

9. Неумение работать со своими сотрудниками

Применяйте в своих отношениях с сотрудниками старый проверенный способ кнута и пряника. Иначе, ваши сотрудники станут работать все меньше и хуже, а требовать все больше и больше.

10. Попытка заниматься всеми аспектами бизнеса самому

Основная проблема большинства владельцев бизнеса – взять полностью все процессы на себя — бухгалтерию, управление, юридические вопросы, и т.п. Во – первых, вы погрязните в мелких каждодневных проблемах. Копание в каждодневных нуждах ограничивает видение широкой перспективы развития. А во- вторых, ваше время дорогого стоит, чтобы тратить его на все организационные аспекты, в которых вы не разбираетесь.

Правила общения с клиентом

Не стоит заниматься посторонними делами во время разговора с покупателем

Нужно исключить монотонный голос

При общении с клиентом нужно смотреть ему в глаза, таким образом у покупателя появится доверие

Во время диалога с клиентом следует спрашивать его о личных предпочтениях, о его мнении по поводу продукции

Постараться как можно больше предоставить информацию об услуге

Не спорьте, а доказывайте

Будьте внимательным слушателем

Используйте обороты вежливости

Вконтакте

Группа
Страница
Портфолио
Реклама

Инстаграм

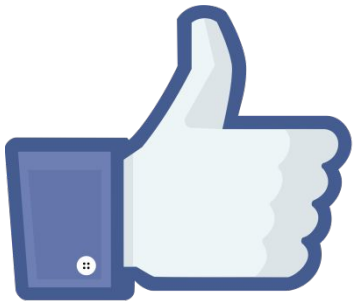
Страница
Портфолио
Реклама

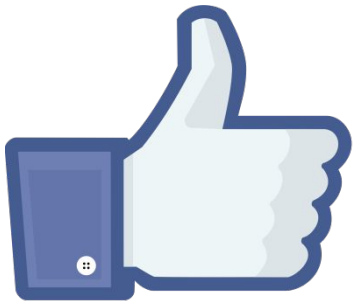
Одноклассники

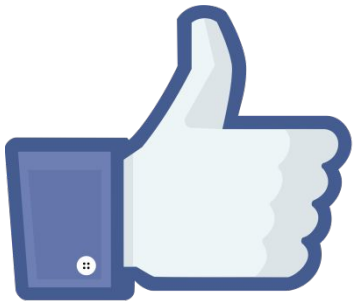
Группа
Страница
Портфолио

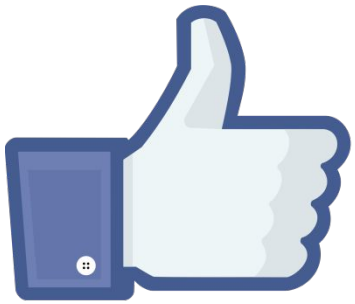
MyWed

Страница
Портфолио









«ПОРТФОЛИО»

ПОНЯТИЕ ПОРТФОЛИО

Портфолио – это упорядоченный набор фотографий какого-либо фотографа, предназначенный для представления себя клиентам, показа собственного профессионализма и достижений

ФУНКЦИИ ПОРТФОЛИО

1. Показательная
2. Профессиональная
3. Качественная
4. Ценовая

ВИДЫ ПОРТФОЛИО

Веб-портфолио

Портфолио в интернете (сайты и соц. сети)

Обычное портфолио

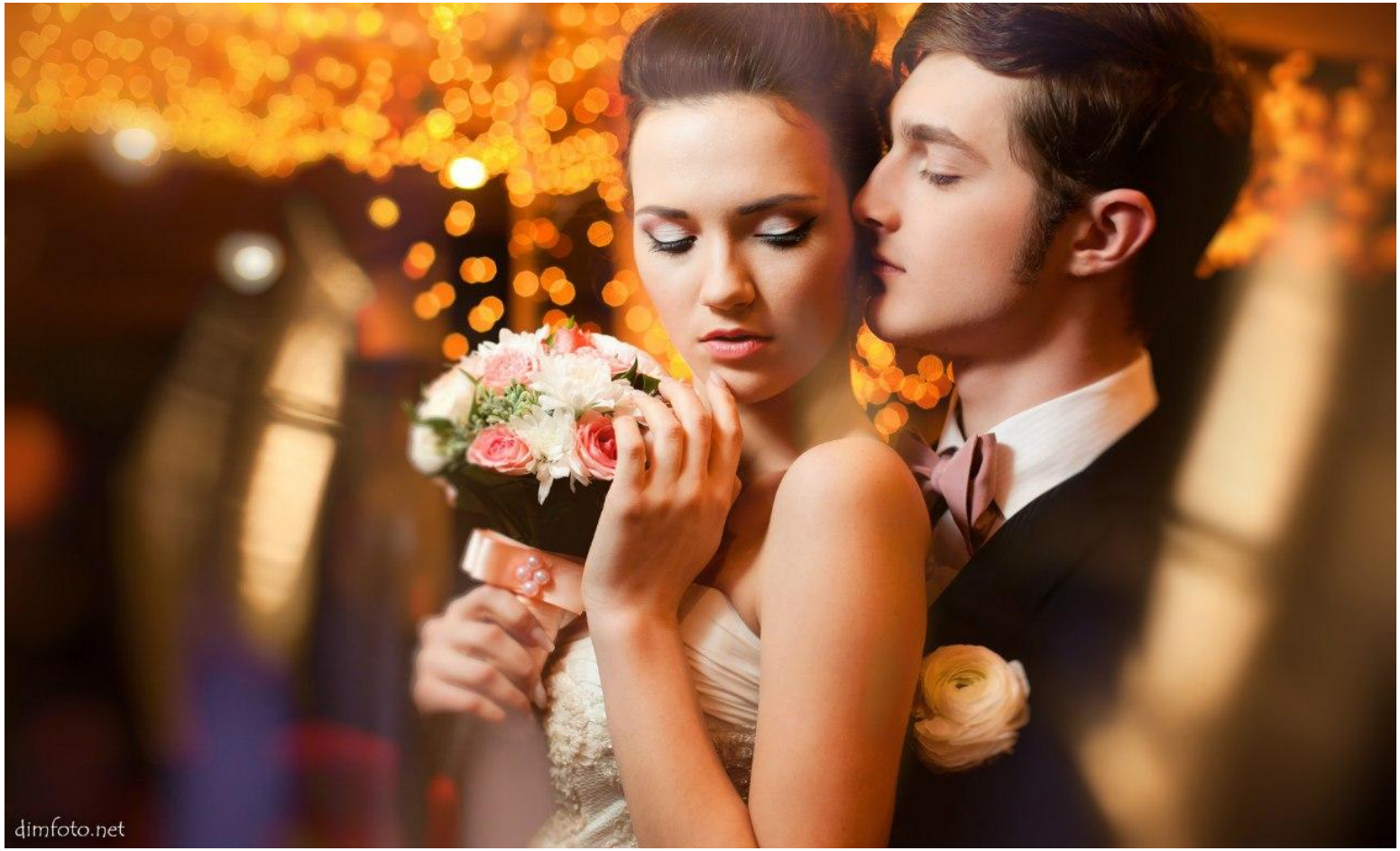
Печатное или демонстрационное портфолио

ВЫБОР ФОТОГРАФИЙ

Портфолио фотографа – это презентация его работы. Это средство выражения стиля и опыта фотографа. В портфолио невозможно вместить все фотографии. Работы лучше отсортировать по темам и создать несколько галерей.

КАЧЕСТВО И КОЛИЧЕСТВО

Качество должно быть приоритетом. Лучше выбрать 5-10 технически качественных и творческих работ, чем 20 несодержательных фотографий плохого качества. Кроме того, клиенту неинтересно видеть абсолютно все ваши фотографии. Если ему понравятся лучшие ваши работы, он с вами свяжется.



ЛИЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

На сайте или странице портфолио должны быть страницы «Обо мне» и «Контакты». На них можно рассказать об истории вашей работы и достижениях, а также предоставить исчерпывающую контакную информацию для потенциальных клиентов. Желательно оставить контактную информацию на каждой странице сайта или страницы, или сделать ссылку на раздел контактной информации хорошо заметной.

НАВИГАЦИЯ

На любом сайте или странице важна навигация, и расположить ее элементы лучше в заметном блоке. Посетитель также должен знать на какой странице и в какой части сайта он находится.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Хорошо, если у вас есть учетная запись на Twitter, Facebook и в других социальных сетях. Ссылки на ваши социальные страницы также должны присутствовать в интерфейсе сайта.

АВТОРИТЕТ

Помимо галереи фоторабот в портфолио фотографа можно интегрировать блог. Блоги служат платформой для обмена опытом и навыками, а также держат сайт на высоких позициях в поисковых системах. Необходимо также обновлять портфолио не реже, чем раз в три месяца, чтобы оно не выглядело статично.

КОММЕРЧЕСКАЯ СТОРОНА

Главная цель портфолио фотографа – отвоевать его автору новых клиентов. Поэтому на главной странице портфолио важно показать лучшие работы и сообщать о планируемых проектах.

СТИЛЬ

Если вы – дорогой фотограф, ваш сайт должен смотреться дорого. Такого эффекта можно достичь, если у него будет индивидуальный стиль. Хуже, если портфолио сделано на основе шаблона.

Перед тем как добавлять фото в портфолио – решите, будет ли пара смотреться в нем органично и уместно!