



Дмитрий  
Песочинский

# ФОТОГРАФИЯ КАК БИЗНЕС

С чего начать,  
как преуспеть...

 ПИТЕР

Начать и преуспеть

Дмитрий Песочинский

**Фотография как бизнес: с  
чего начать, как преуспеть**

«Питер»

2011

## **Песочинский Д. М.**

Фотография как бизнес: с чего начать, как преуспеть /

Д. М. Песочинский — «Питер», 2011 — (Начать и преуспеть)

Фотограф – одна из наиболее увлекательных профессий на свете. Она даёт возможность выразить мысли, чувства и отношение к окружающему миру через фотографию, разговаривать и быть услышанным, минуя языковые барьеры. Редкий любитель не размышляет о том, чтобы жить за счёт своего хобби, но он сталкивается с первой серьёзной проблемой: знакомых профессиональных фотографов, тем более успешных, не так много, а знающие «волшебное слово» вовсе не торопятся открыть перед неопитом все свои карты. Автор книги – известный петербургский фотограф – делится секретами построения фотографического бизнеса и организации процесса работы фотографа-фрилансера.

© Песочинский Д. М., 2011

© Питер, 2011

# Содержание

Введение	5
Глава 1	8
Глава 2	10
Глава 3	14
Глава 4	19
Конец ознакомительного фрагмента.	20

# Дмитрий Михайлович Песочинский

## Фотография как бизнес: с чего начать, как преуспеть

### Введение



Господа и, что особенно приятно, дамы!

Сразу же хочу отметить: книга рассчитана на тех, кто уже имеет некоторое представление о фотографии, успел поработать с камерой на любительском уровне и раздумывает о том, как сделать своё увлечение основным занятием.

Я глубоко убеждён в том, что фотограф – одна из наиболее увлекательных профессий на свете. Она даёт возможность выразить мысли, чувства и отношение к окружающему миру через фотографию, говорить и быть услышанным, минуя языковые барьеры. Это прекрасная возможность осознать многообразие окружающего мира, ежедневно общаться с разными людьми и, может быть, сделать мир вокруг чуть красивее и гармоничнее. Чтобы чуть разбавить патетику вступительного слова, замечу – тысячи людей зарабатывают любимым занятием себе на жизнь.

Редкий любитель не размышляет о том, чтобы бросить постыльную работу и жить за счёт своего хобби. На этом этапе он и сталкивается с первой серьёзной проблемой: знакомых профессиональных фотографов, тем более успешных, не так много, а знающие «волшебное слово» вовсе не торопятся открыть перед неофитом все свои карты.

На свете вообще мало по-настоящему невозможных вещей, и смена рода занятий для человека с желанием и интеллектом более чем реальна. Люди летают в космос, сочиняют и исполняют гениальные симфонии, в одиночку пересекают океан, открывают законы природы. Всех их объединяет одно: они не пошли на поводу у общественного мнения, не попали в плен стереотипов, сошли с накатанной колеи. Да и просто – работа должна приносить удовольствие. Если вас на рабочем месте тошнит по утрам и есть замечательное хобби, в котором вы преуспеваете, то почему бы не сделать его профессией? Примеров я знаю множество и каждый

месяц встречаю несколько человек, решившихся на этот шаг. Самая первая преграда, которая стоит на пути смельчаков, – это дефицит информации.

Только прошу учесть – я не преподаватель, а книга не задумывалась как самоучитель по фотоделу. В ней я рассказываю о своём видении профессии и основах организации работы фрилансера. Мы рассмотрим наиболее типичные задачи фотографа, решившего «отправиться в автономное плавание» (обойду стороной лишь студийную и свадебную съёмки – это темы для отдельных книг). В нашем деле почти не бывает мелочей, на которые не стоит обращать внимания. Важно всё! От умения правильно выбрать аппаратуру, установить контакты с представителями издательств и СМИ, получить заказ до правильного составления договора, грамотной организации съёмки и даже внешнего вида.

Буду рад, если что-либо из рассказанного мной пригодится вам впоследствии. Вернее, даже уверен, что пригодится. И, может быть, в самом ближайшем будущем я по праву смогу назвать некоторых читателей своими коллегами.

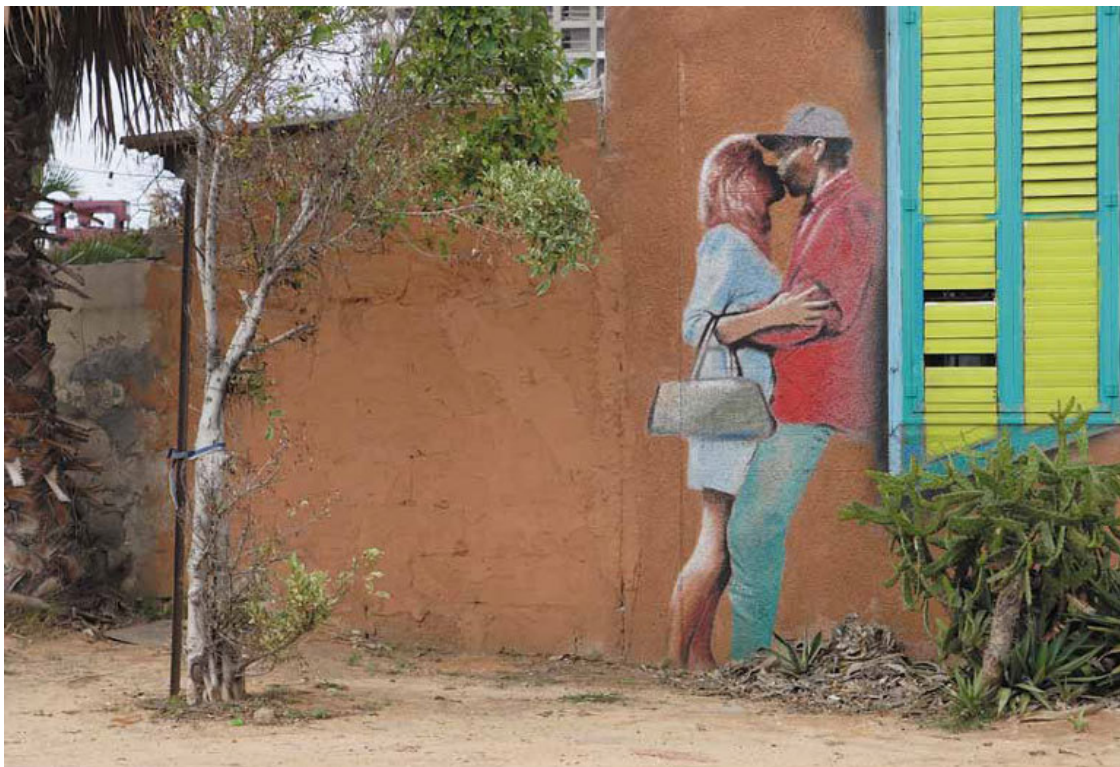


## Глава 1

### Начало пути

*– Пустите доброго человека! Пустите доброго человека, а не то он выломает дверь!*  
*х/ф «Айболит-66»*

Как приходят в фотографию? По-разному. Один из старейших ленинградских-петербургских фотожурналистов Юрий Николаевич Щенников рассказывал, что, начав снимать студентом кораблестроительного института в стройотряде, как-то отослал фотографии на конкурс в «Комсомольскую правду» и... неожиданно занял первое место. Потом, работая инженером на заводе, снимал различные мероприятия для многотиражки, занимался в фотокружке, постепенно начал печататься в газетах, и впоследствии его пригласили на штатную работу в «Вечерний Ленинград». Казалось бы, ровная дорожка. Но только вот идти по ней пришлось почти десять лет. Это к тому, что, взяв в руки камеру, даже самому одарённому фотографу-любителю необходимо отчётливо понимать: без многолетней практики мастерство и успех не придут. А достигнув достойного художественного и технического уровня, вам предстоит решить ещё одну, не менее увлекательную задачу, – грамотно продать свою услугу заказчикам, которых сами и найдёте.



**Мне симпатичен американский принцип, который вбивается детям с силой и настойчивостью сваебойной установки, – своё дело ты должен делать лучше всех. В фотографии, где критерии размыты, а вкусы различны, однозначного мерила для оценки качества нет и не предвидится. Но выйти на уровень, когда вы снимаете без технического брака и композиционных ошибок, необходимо уже в начале профессионального пути.**

Я знаю примеры, когда фотографами становились студенты медицинских институтов, программисты, биологи, дипломированные строители. Справедливости ради отмечу, что в строители некоторые же и уходили, причём диплом у них уже никто не спрашивал. Но тут как повезёт, всё в ваших руках – заказчик не собес и вам ничего не обещает. Умеете снимать и продать услугу – удержитесь.

Неоднократный призёр престижного международного конкурса World Press Photo Сергей Максимишин руководил риелторской компанией, один из самых успешных рекламных фотографов страны Игорь Сахаров служил офицером, Гвидо Аргентини пришёл в фотографию из медицины, всемирно признанный портретист Ричард Аведон ходил на судах торгового флота. Не менее разнообразны и биографии знакомых мне фотокоров местных СМИ – среди них и выпускник факультета журналистики СПбГУ, и телефонист, и водитель-дальнобойщик, и недоучившийся студент – да кто угодно!

Сам я после школы хотел поступать в Высшее военное училище связи. Готовился, но. На дворе уже были девяностые годы прошлого века. Вокруг открывалось столько возможностей – для карьеры, для бизнеса. За одну субботу я тогда зарабатывал больше, чем офицер-связист за месяц. Занятий и профессий сменил – море. Работал настройщиком радиоаппаратуры, радистом, пробовал заниматься книготорговлей, утилизацией техники, был светооператором, диджеем, электриком, даже сардельками торговал (и всё относительно успешно) – пробовал себя, пытаясь найти занятие по душе. Но как-то в середине девяностых взял в руки фотокамеру. Начал снимать природу, события петербургской жизни. И вскоре понял – это моё.

Естественно, многому пришлось учиться. Что-то пригодилось из изобразительного искусства, часть секретов профессии подглядел у более опытных коллег, «подсел» на работы живописцев и классиков фотографии – это же просто кладёзь для всех, кто умеет не только смотреть, но и видеть! И даже когда достиг определённого уровня – работы стали отбирать для публикаций в петербургских газетах и журналах, – учёба продолжалась.

Оченьгодились хорошие отношения с билд-редакторами изданий, коллегами-фотожурналистами, сотрудниками секретариатов – подсказки, критика, а иногда и разносы совершенно необходимы, особенно в начале пути. Ваши друзья и члены семьи, даже разбираясь в фотографии, будут хвалить и подбадривать; коллеги же беспристрастно скажут всю правду, ткнут носом в недостатки, что гораздо полезнее для творческого роста, чем елей и мёд.

Никакого «потока» заказов сразу не ждите – гонораров хватит на то, чтобы угостить девушку кофе с мороженым. Даже неплохой разовый гонорар – скорее, приятное исключение. Продолжайте сотрудничество с редакциями, которые идут с вами на контакт, предлагайте свои снимки в другие издания. Откликайтесь на редакционные задания. СМИ – очень хорошая школа, пройти которую, на мой взгляд, будущему фотографу-фрилансеру просто необходимо.

Без сомнения, вы начнёте просматривать объявления в газетах и на сайтах о трудоустройстве. Чего не следует делать совершенно точно – идти в фотографы на документы и снимать рекламоносители для отчёта – при формальном родстве это совершенно другие профессии.

Теоретические знания всё-таки окажутся необходимыми. Не жалейте времени и денег на обучение – в крупных городах обычно есть специализированные курсы, где преподают опытные фотографы и фотожурналисты. Это позволит не изобретать велосипед, а перенимать уже наработанный поколениями ваших предшественников опыт, общаться с такими же увлечёнными фотографией новичками, учиться принимать критику и работать над ошибками.

Поначалу относитесь к гонорару как к приработку. А ещё лучше – откладывайте на приобретение серьёзной, пригодной для дальнейшей полноценной работы профессиональной техники.

## Глава 2

### Фотограф-фрилансер

Настало время определиться с терминологией. Кто же такой профессиональный фотограф?

Вам нравится фотографировать. Вашими фотографиями искренне восхищаются друзья и знакомые, восторженно комментируют посетители домашней странички. Может быть, вам даже пару раз звонили из редакции какого-нибудь журнала с просьбой напечатать одну из ваших картинок. Вы чувствуете в себе огромный творческий потенциал, способность выразить свои чувства, мысли и отношение к миру через ваши фотографии. Увидев очередной ваш снимок, знакомый хлопнул по плечу и сказал: «Ну, ты профессионал!»

Нет. Это распространённое заблуждение, связанное с неточностью толкования данного термина. Если вы хотите похвалить фотографа, работы которого вам понравились, лучше назовите его мастером, асом, виртуозом, талантом – да как угодно. В русском языке слово «профессионал» имеет другое значение. Так принято называть того, для кого фотография – профессия, а также единственный или основной источник дохода. Если врач-анестезиолог гениально фотографирует, играет в шахматы, а в свободное время – ещё и на виолончели, его нельзя назвать профессиональным музыкантом, шахматистом или фотографом. Он профессиональный медик, а всё остальное, как бы талантливо это ни получалось, только хобби.



Повторюсь: профессиональный фотограф – тот, кого кормит фотография, будучи основным источником дохода. Когда вы почувствуете в себе решимость оставить тёплый офис, забрать трудовую книжку и уйти, подобно ёжику из мультфильма, в туманную даль, чтобы жить на гонорары от публикации ваших снимков, вы с полным правом можете называть себя профессионалом.

Справедливости ради отметим, что качество фотографий не всегда напрямую зависит от того, профессионал её автор или любитель. Более того, снимки увлечённого любителя порой выразительнее, интереснее, более наполнены идеей и смыслом, чем у того, кто фотографировал тот же сюжет ради килограмма сарделек.

Кстати, заметьте, насколько смешно звучит термин «полупрофессиональный», применяемый, например, в отношении фотоаппаратуры. Пару раз мне даже довелось встретить объявления на свадебном форуме, где именно так именовали себя горе-фотографы в поисках «недорогих» клиентов. И если в случае с аппаратурой этот лингвистический казус можно списать на отсутствие в современном русском адекватного аналога слову «prosumer» (неологизм от professional + consumer), то в отношении человека – ну не позорьтесь, господа. На форуме клуба foto.ru остряк-завсегдатай сформулировал: «Полупрофессионал – это тот, кто зарабатывает полуденьги». Ему быстро возразили, что «полуденьга» – это реально существовавший номинал в старинном денежном счёте, и беседа скатилась в привычный флуд, но фраза успела войти во все мыслимые и немыслимые интернет-цитатники.

С определением «фрилансер» всё проще. С лёгкой руки Вальтера Скотта, впервые употребившего этот термин (от англ. freelancer – свободный копьеносец) в романе «Айвенго», слово приобрело и новое значение. Так может называть себя специалист в любой сфере, не имеющий постоянного и единственного места работы. Конечно, у фрилансера может быть один (два, десять) постоянный заказчик, но нет жёстких обязательств работать только с ними, не заводя деловых связей на стороне. Работа на фрилансе – альтернатива работе в штате. Такая форма отношений в последние годы нередка, особенно в творческой среде, среди художников, дизайнеров, верстальщиков, журналистов. И фотограф-фрилансер – скорее правило, чем исключение.

О плюсах и минусах каждого варианта сотрудничества вы уже догадались сами. Штатный специалист имеет ряд гарантий, в том числе и социальных – он может позволить себе роскошь поваляться неделю дома с насморком практически без вреда для своего кошелька. Ему обеспечен оплачиваемый отпуск, пенсионные отчисления и ряд других приятных мелочей. И самое главное – он имеет относительно стабильный доход. Фрилансер же чувствует себя тем самым волком, которого ноги кормят. Гарантий у него никаких – сколько набегашь, столько и заработашь. Но есть один несомненный «плюс», который для многих тысяч людей перевешивает целую охапку «минусов», – у фрилансера нет начальника. Никто не читает ему мораль за пятиминутное опоздание, не стоит за спиной, ни у кого не надо выторговывать себе два отгула, чтобы сходить в поход на байдарках. Фрилансер предоставлен сам себе и зависит только от заказчиков, которых сам же и находит.

Давать конкретные советы, и тем более рекомендации, я не могу – здесь всё обусловлено особенностями вашего характера, свободолобием, да и просто моральной готовностью уйти «в свободное плавание». Некоторые просто не мыслят себя самостоятельной экономической единицей; кто-то в офисе зачахнет, и никакие, даже приличные и гарантированные, деньги не смогут стать достойной компенсацией «этому фашизму».



**Сомалийские пираты тут ни при чём. Выбравший профессию фотографа должен чётко понимать, что отсидеться в тёплой студии вряд ли получится. Автор на съёмках учений спецназа ВМФ. Финский залив, осень 2009 г.**

Так есть ли жизнь на Марсе? Есть. По моей статистике, в журналистской среде «свободных художников» примерно треть от общего числа, дизайнеров и верстальщиков – около половины. На одного штатного редакционного фотографа приходится несколько фрилансеров, и соотношение в ближайшем будущем вряд ли заметно изменится. Даже если вы привыкли к покою и стабильности и бурное море свободного рынка – не ваша стихия, у вас не так много шансов стать полноправным членом издательства, редакции или рекламного агентства. Скорее всего, вы пополните ряды фрилансеров.

Ваш выбор напрямую зависит и от ваших амбиций. Ни один работодатель не заплатит вам сто тысяч при средней зарплате по отрасли в тридцать, а в качестве аргумента продемонстрирует газету объявлений с телефонами десятков свободных кандидатов. На фрилансе же верхней границы ваших доходов нет вообще, вы сами кузнец своего счастья. Надо понять главное – вы сами за всё отвечаете. Можно даже сказать, что это вполне честная позиция – в ваших неудачах не виноват никто, кроме вас. Готовы ли вы к этому, решать только вам. Аминь.



**На земле и на море снимать более-менее привычно. Но готовьтесь и к встрече с небесной стихией. Автор на съёмках фоторепортажа о работе авиаотряда специального назначения ГУВД по Санкт-Петербургу и Ленинградской области, весна 2010 г.**

## Глава 3

### Где искать заказчиков

*«Где, где...»*

Вопрос «где искать заказчиков?» в данном случае равносильен вопросу «где взять деньги?». Если бы я знал это точно, я бы пошёл и взял, а не развлекал читателей увлекательными рассказами на эту и другие темы. Поэтому сформулируем дипломатично – везде.

Везде, где используются картинки. Постоянно требуется фотограф печатным и сетевым СМИ, книжным издательствам, рекламным и PR-агентствам. С большой долей вероятности успеха можно обратиться на промышленные предприятия, в строительные компании, на предприятия розничной и оптовой торговли, в органы исполнительной и муниципальной власти. С развитием корпоративной культуры стало принято приглашать фотографа на юбилеи компаний и сотрудников, пресс-конференции, семинары – ищите их организаторов. Вопрос правильнее перевести в другую плоскость – не «где», а «как» найти тех, кто готов платить за вашу работу.

Знакомая девушка-фотограф нашла себе одного из заказчиков в первом часу ночи на окраине садоводства. Вернее, нашла овчарка. Клиент собаке показался настолько перспективным, что милое, но всё-таки зубастое животное с разбегу вцепилось в голень будущему партнёру, которого потом пришлось отпаивать поочерёдно то валерьянкой, то коньяком. Роман исключался – девушка была замужем, да и покусанный готовился к свадьбе. Именно эту свадьбу моя знакомая и снимала.



Не менее пикантный случай рассказывал за рюмкой чая мой московский коллега. После яркой, но непродолжительной любовной истории в одной из командировок он обратился за медицинской помощью и сочувствием в один из профильных медицинских центров столицы. В понятном волнении у кабинета специалиста он листал рекламный буклет медицинского учреждения. «Ну и фотографии!» – безглаголиво отложил он в сторону это недоразумение. «А вы что,

лучше сделаете?» – вместо приветствия прозвучало из распахнувшейся двери. «Запросто», – ответил коллега. Антибиотики победили микробов, а творческое сотрудничество с сетью клиник успешно продолжается пятый год.

Я даю себе отчёт в том, что не все морально готовы к таким подвигам. Поэтому рассмотрим и более прозаические варианты.

Пообщайтесь с сотрудниками рекламных агентств. Серьёзное рекламное агентство – эффективный слаженный механизм для поиска заказчика, менеджеры всё сделают сами, вам останется только фотографировать. Но рекламисты избалованы хорошими картинками ваших более опытных коллег, и идти на переговоры есть смысл, только будучи подготовленным, квалифицированным специалистом, которому есть что показать.

Значительный поток заказов дают издательства и редакции. С ними есть смысл попробовать работать фотографу любой квалификации: ради фотографии детской площадки размером с почтовую марку в муниципальном горчичнике тиражом 500 экземпляров псковский редактор не станет звонить московскому мэтру – на это нет ни времени, ни денег. Много материалов «проходных», напечатали и забыли. Я никого не призываю гнать халтуру и снижать планку, отнюдь. Но если редакционный совет после жарких споров и сердечных приступов всё-таки созрел поднять гонорар до 80 рублей за снимок, бильд-редактор прекрасно понимает, что на «игроков премьер-лиги» рассчитывать не приходится. Шанс есть, пробуйте! Не разбогатеете, но получите прекрасную репортёрскую школу, навыки работы в совершенно разных ситуациях, долю здорового нахальства. А может, в зависимости от того, куда вас пошлют, и дополнительных клиентов. Хотя послать могут и по традиционному адресу, но тут всё зависит от вас – учитесь фотографировать и общаться с людьми, по большому счёту это и есть две составные части успеха.



**Это сфотографировать нельзя, зато можно «нарисовать». Техника светогрaфики (световая кисть). Этюд по заказу рекламного отдела кондитерской компании.**

И вот вы, окрылённый первым баснословным гонораром в четыреста рублей, идёте по улице. Идёте мимо кинотеатра, косметического салона, ресторана японской кухни. Почувствовав ваше настроение, уголком губ улыбнулась встречающая красавица. Стоп! Это и есть ваши

клиенты – все без исключения! Девушке нужны картинки для странички в «Одноклассниках», а лучше вас никто из её окружения не сфотографирует. И не важно, что у вас пока нет студии: фотосессия в хорошую погоду на природе будет вполне разумным компромиссом – вам опыт, ей фотографии и внимание. Пообщаться с настоящим, живым фотографом любой девушке интересно – проверено. Зайдите и в ресторан. Фотосъёмка блюд для меню, интерьеров для буклета – вам есть что предложить! Подразумевается, что фотографировать вы уже должны уметь хорошо (съёмка продуктов – дело интересное и довольно сложное, а про интерьерную съёмку можно смело отдельную книгу писать, но если умеете, почему бы не предложить?). А в салоне красоты по соседству мечтают показывать посетителям альбом с причёсками, да вот беда – все фотографии мимо ходят. Вы будете первым, попробуйте.

Больше общайтесь! Светские тусовки, студенческие вечеринки, презентация водяного матраса, открытие фонтана в парке – везде люди, все эти мероприятия кто-то организовал. Найдите, кто именно, предложите поработать. Фонтан спроектировал НИИ ГИПРОВОДБУЛЬБУЛЬПРОЕКТ, построил СНАБСБЫТСТРОЙТРЕСТ, выложила кирпичами МОСТДОРСТРОЙРЕКОНСТРУКЦИЯ, а перерезать ленточку приехал Сергей Никанорович Геловани – глава местной администрации. Всем им нужна реклама, нужен PR. И представители всех этих уважаемых организаций находятся сейчас здесь, вам даже искать их по городу не требуется. Смелее в бой!

Посещайте мероприятия – разные, любые. Найдите организаторов, оставьте визитку, продиктуйте адрес сайта. Обойдите участников, повторите эти нехитрые приёмы. Важно преодолеть вполне простительное на первых порах стеснение, но тут всё как с девушками: послала – сама дура, пусть потом всю жизнь в подушку ревёт. Это при том, что видных молодых людей много, а хороших фотографов в городе, в общем-то, и правда не хватает. Настойчивость, уверенность, чёткое построение беседы, грамотная формулировка предложения – есть контакт! Разведчики, например, и вражеских генералов вербуют пачками, а тут перед вами приятная дама из рекламного отдела, сама же в качественных иллюстрациях заинтересованная.

Однако пора домой. И дома тоже поработаем, но теперь уже на следующее утро. Берем телефонный справочник, открываем на любой странице. Для чистоты эксперимента я прямо сейчас это сделаю. У меня пухлый том «Жёлтых страниц» на столе и три попытки. Сыграем?

с. 312 – гостиница «Белые ночи»;

с. 482 – магазин керамической плитки «Бенджамин»;

с. 1320 – логистическая компания «Петровизард».

Все эти компании так или иначе заинтересованы в рекламе. Компаний в справочнике десятки тысяч. И любая из них, если сумеете доходчиво объяснить, зачем нужен фотограф, может стать вашим заказчиком. В номерах гостиницы красивые интерьеры, а на сайте только логотип и прейскурант. В магазине можно купить плитку тысячи расцветок и орнаментов, а производители забыли прислать свежий каталог. Логистической компании скоро исполняется десять лет, и уже заказан вечер в ресторане. Там же, в справочнике, указаны номера телефонов, адрес сайта, часы работы. Да вокруг вас полно денег – берите!

Я вовсе не собираюсь играть в бизнес-тренера, уподобляясь «проповеднику» на сходке в офисе сетевой компании, я просто хочу донести до вас простой факт, настолько очевидный, что постоянно забывается: заказчиков можно и нужно искать везде. Не пренебрегайте любой возможностью. Со временем вы найдёте себе агента, который будет обеспечивать вас заказами за определённый процент, а пока пробуйте сами – это несложно, а порой даже увлекательно.

Не забудем и про виртуальное пространство. Несколько лет назад некоторый эффект приносили почтовые рассылки. На сегодняшний день результативность этого метода стремится к нулю, спам дискредитировал себя полностью, и на фоне десятков ежедневных предложений выучить английский, купить копию «Vertu» и увеличить органы ваше предложение просто потеряется. Чуть больший эффект давали бы специальные тематические рассылки, но они

должны быть адресными, т. е. вначале вам всё равно придётся договариваться «в реале», а на e-mail слать уже адресованное вполне конкретному человеку письмо.

А вот сайт у фотографа должен быть обязательно, это даже не тема для обсуждения. В одной из следующих глав мы поговорим о том, каким именно он должен быть, и рассмотрим достоинства и недостатки нескольких «виртуальных визиток» на конкретных примерах.

Социальные сети – вот это уже серьёзно! «Вконтакте», «Одноклассники» и прочие фейсбуки вместе с ЖЖ уверенно обеспечивают заказами сотни фотографов, и место для новых ещё, видимо, есть. Большинство фотографов занимаются свадьбами, выкладывают в галерею на своей страничке примеры фотосессий, видеоролики, макеты свадебных альбомов. Идеология сайтов предусматривает удобный обмен сообщениями, ссылками, приглашениями в группы по интересам. Каждый желающий может прокомментировать фотографию, написать похвалу или покритиковать – неоспоримые удобства для заказчика. Конечно, продвижение страницы фотографа представляет собой отдельный кропотливый труд, но под лежащую селёдку водка не потечёт, как верно заметили в народе. Примеры удачного маркетинга в социальных сетях я знаю; механизм работает, заказы идут.

И наконец, самый надёжный путь – доверить рекламу своих услуг тем, кто любит и умеет это делать. Платя деньги, вы можете что-то требовать, проделывая работу самостоятельно, требовать вам просто не с кого. Попробуйте дать рекламу в газету, журнал, договоритесь о размещении плаката в витрине популярного магазина. Выбирать рекламную площадку необходимо с учётом целевой аудитории, это каждый школьник понимает. Если вы занимаетесь фотосъёмкой праздников, то визитки на стойке в свадебном салоне дадут больший эффект, чем модуль на две страницы в журнале про домашних животных; специализирующемуся на съёмке гламурных пуделей трёхметровый баннер в свадебном салоне – что мёртвому припарки. Выбирайте место, не жалейте денег, анализируйте результаты. И самое главное – всегда верьте в успех!



## Глава 4

### Как объяснить заказчику, зачем нужен профессиональный фотограф

*– Но я не умею принимать роды!*

*– А чего уметь? Просто встань вон там и лови.*

*х/ф «Люди в чёрном»*

Лишние деньги никто тратить не любит. Зачем звать фотографа, если менеджер в соседнем кабинете вроде бы неплохо снимает своей мыльницей? Дадим ему дорогой фотоаппарат сотрудницы PR-отдела (секретарши, жены, тёщи) – и вопрос решён. А если мне снимки не понравятся – премии лишу. Стоп, дорогой господин начальник! Оставьте в покое ни в чём не повинного сотрудника. Давайте разберёмся.

Я, к примеру, люблю готовить. Один из моих недавних шедевров – куриная грудка в терияки с королевскими креветками и луком-пореем с устричным соусом. Поверьте, это вкусно. Произведение кулинарного искусства, родившееся на моей кухне, вполне искренне похвалил дипломированный повар с десятилетней практикой. Так в чём же отличие скромного любителя Песочинского от профессионала?

Да, у меня получилось вкусно. Но, посвятив массу свободного времени изучению вопроса, я до сих пор точно не знаю, что делать, если филе попало жёсткое. Можно ли заменить отсутствующий сегодня в продаже устричный соус «Киккоман», например, соусом «Абалон» от «Сен Сой» и стоит ли заменять обычный столовый уксус яблочным или виноградным? То есть – я не могу получить гарантированный результат даже в сравнительно несложных условиях.

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.