

Руководство для риэлторов по использованию фотографий в продаже недвижимости

Версия 1.2-ru

Фотографии являются центральным компонентом в продаже недвижимости. **Основная их цель — дать возможность потенциальным покупателям увидеть объект продажи.**

На современном рынке более 87% покупателей начинают поиск своего нового дома в интернете. Даже маленькая фотография фасада дома может стать первой причиной, что покупатель выберет Ваше объявление из 20-ти подобных по цене и адресу недвижимости. Великолепные фотографии интерьеров, в свою очередь, станут причиной выбора покупателя в пользу более подробного изучения Ваших предложений. Как было сказано Вивиан Той в феврале 2007 года в её статье [«Making Every Pixel Count»](#) в Нью-Йорк Таймс: **«изображение может цениться больше, чем тысяча слов — намного, намного больше.»**

Но есть ещё более веские основания для использования великолепных фотографий для презентации Ваших предложений:

- Ваш клиент, продающий свой дом, будет удовлетворён тем, как Вы презентуете его недвижимость;
- Это хорошо установленный факт, что великолепные фотографии и маркетинговые материалы являются путём к большему числу предложений. Соседи Ваших клиентов будут внимательно смотреть, как Вы презентуете недвижимость. Если им понравится, что они увидят, они впоследствии обратятся к Вам при продаже своих домов;
- Если вы конкурируете с другим риэлтором за право представлять недвижимость на рынке, профессионально сделанные фотографии и маркетинговые материалы могут помочь Вам выиграть в этой борьбе.

В качестве маркетингового эксперта, отвечающего за продажу недвижимости Ваших клиентов, очень важно сейчас понять, как на Вас работают фотографии, чтобы использовать их с максимальной выгодой для себя, либо проводя фотосъёмку самостоятельно, либо нанимая профессионального фотографа.

Ниже приведены 10 основных принципов, которые Вы можете использовать для того, чтобы фотографии принесли Вам максимальную выгоду:

1. **Всегда помните, в чём основная цель маркетинговых фотографий недвижимости.** Это продажа собственности. Убедитесь, что каждая фотография визуально поддерживает эту цель. Любые визуальные помехи, что отвлекают внимание зрителя от этой цели, должны быть устранены, если это возможно. В нижеследующих пунктах с 3-го по 8-й приведены наиболее распространённые визуальные помехи, которые отвлекают зри-

теля от главной цели фотографии. Также, очень важна композиция фотографии, т.к. она контролирует направление внимания зрителя;

2. **Используйте широкоугольный объектив для интерьерной фотосъёмки.** Широкоугольные объективы увеличивают ощущение пространства в интерьерах. Что такое широкоугольный объектив? Объективы с достаточно широки для интерьеров углами зрения, как правило, отсутствуют в компактных камерах. Для съёмки интерьеров объектив должен иметь эффективное фокусное расстояние (ЭФР) от 16 до 24 мм;



3. **Уберите беспорядок и временные интерьеры для лучшего результата.** Уже хорошо известен факт, что постановка интерьеров окупает себя. Дом продаётся быстрее и по более высокой цене, когда интерьер выглядит красиво. Большинство жилых домов очень загромождены. Ваши фотографии будут выглядеть лучше и показывать большую часть дома, если беспорядок будет уменьшен и мебель будет выставлена профессиональным стилистом;
4. **Фотография фасада является наиболее важной для коттеджей.** Уделите дополнительное время, деньги и усилия, чтобы получить «убойную» фотографию фасада, потому, что именно её в первую очередь будут рассматривать потенциальные покупатели дома. Интернет-версия этой фотографии должна побудить покупателя рассмотреть этот дом подробнее. Многие дома выигрывают от фотосъёмки с высоты 3–6 метров над уровнем улицы. Найдите фотографа, который сможет сделать такие фотографии;
5. **Покажите интерьеры светлыми и яркими.** Яркие интерьеры выглядят оптимистичными и производят более позитивное впечатление на покупателя. Любительские камеры зачастую затемняют вид интерьера. Для получения ярких сочных интерьерных фотографий необходимо специальные освещение или обработка фотографий;



6. **Вертикальные линии (стены и т.п.) должны выглядеть абсолютно вертикальными.** Мы живём в мире, где мы бессознательно знаем, что все стены вертикальны. Когда зритель видит комнату, где все стены не параллельны краю изображения, это начинает отвлекать и дезориентирует. Голос в его голове говорит, что это неправильно;



7. **Вертикальные и горизонтальные линии должны быть прямыми.** Широкоугольные объективы немного искажают пространство, превращая прямые линии в кривые. Для исправления этих искажений необходимо использовать специальные программы;



8. **Не позволяйте ярким окнам отвлекать внимание.** Без использования специального освещения или программ для обработки фотографий, окна в интерьерных фотографиях будут выглядеть настолько яркими, что невозможно будет увидеть, что находится за ними. Очень желательно показать вид из окна, если этот вид является важным моментом при продаже недвижимости. При этом, особая работа фотографа может быть необходима для контроля того, что вид за окном будет хорошо просматриваться;



9. **Не позволяйте цветовым оттенкам отвлекать внимание.** Сильный цветовой оттенок (как пра-

вило, оранжевого цвета) отвлекает внимание зрителей;



10. **То, как фотографии представлены в интернете и печатных материалах, имеет очень большое влияние на общую эффективность продажи недвижимости.** Фотографии имеют наибольший эффект в большом размере (800×600 точек и больше) и в виде плавного, легко управляемого слайд-шоу. Сайты по недвижимости, как правило, не показывают фотографии наиболее эффективным способом. Цель виртуальных туров и слайд-шоу — максимально эффективное представление фотографий.

Как риэлтор Вы можете выбрать профессионального фотографа, который применяет эти принципы, либо использовать их для самостоятельного создания фотографий, если у Вас есть необходимые технические навыки, или Вы обладаете персоналом, который будет фотографировать для Вас.

Как агент, отвечающий за продажу имущества, Вы несёте ответственность за реализацию этих принципов. Используйте их при производстве, отборе и презентации Ваших фотографий для их максимальной эффективности.

Если Вы или кто-то из Ваших сотрудников не в состоянии самостоятельно делать фотографии в соответствии с указанными выше 10-ю принципами, наймите профессионального фотографа для создания качественных фотографий.

Всего за несколько тысяч рублей Вы можете найти опытного профессионального фотографа, который будет следовать этим принципам при создании изображений. Но помните, что именно Вы являетесь экспертом маркетинга. Если Вы не видите соблюдения указанных здесь принципов, стоит начать задавать вопросы...

Автор исходного текста: Larry Lohrman / PhotographyForRealEstate.net

Автор перевода и фотографий: Андрей Хроленок / Photo-Profi.ru

Данный текст распространяется под лицензией Creative Commons Attribution-NonCommercial 3.0.

Эта лицензия позволяет Вам перерабатывать, исправлять и развивать эту статью на некоммерческой основе, и хотя для производных работ сохраняются требования указания авторов и некоммерческого использования, не требуется предоставления третьим лицам полных по условиям данной лицензии на данную работу прав на производные от неё.

Для просмотра полного текста лицензии посетите сайт <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/> (англ.)