

Brief na sesję zdjęciową pod reklamy: 24 ujęcia, które konwertują

Wyślij ten dokument fotografowi przed sesją, a nie po. Każde ujęcie ma cel reklamowy, format i uwagę techniczną. Jedna sesja z tej listy daje materiał na 3-4 miesiące kampanii w Meta i Google, plus pięć wideo do montażu bez dodatkowego dnia zdjęciowego. W miejsce słowa produkt wstaw swoją kanapę, saunę, kominek, pergolę, okno albo materac.

	UJĘCIE	PO CO (HAK REKLAMOWY)	FORMAT	UWAGI DLA FOTOGRAFA
A. SKALA I CZŁOWIEK				
1	☐ Produkt w całości z osobą obok, stojącą lub siedzącą	Odpowiada na pierwsze pytanie: ile to naprawdę ma	4:5	Ta sama osoba w całej sesji, ubranie neutralne, bez logo. Nie patrzy w obiektyw. Aparat na wysokości pasa.
2	☐ Dłoń na produkcie, zbliżenie	Dotyk i jakość, bez słów	1:1	Naturalne światło z boku. Dłoń bez biżuterii z logo. Ostrość na miejscu styku dłoni z materiałem.
3	☐ Dwie osoby używają produktu razem	Pokazuje, dla kogo to jest, i uruchamia wyobraźnię	9:16	Ruch i rozmowa, nie pozowanie. Seria 20 klatek, wybierzemy jedną. Do tego 5 s wideo z telefonu w 4K.
4	☐ Produkt przy drzwiach, w przejściu albo z miarką	Obiekcja: czy to wejdzie do mojego domu	4:5	Liczba na miarce czytelna w kadrze. Standardowa futryna 80 cm w tle jako odniesienie.
B. DETAL I MATERIAŁ				
5	☐ Makro faktury: tkanina, drewno, stal, szkło	Uzasadnia cenę, zanim klient ją zobaczy	1:1	Światło boczne pod ostrym kątem, żeby faktura miała cień. Obiektyw makro albo najbliższa ostrość.
6	☐ Szew, łączenie, spaw, zawias, okucie	Dowód wykonania	1:1	Jeden element na kadr. Tło spokojne. Jeśli element jest ukryty, pokazać z otwartą klapą.
7	☐ Przekrój albo warstwy: pianka, sprężyny, izolacja, profil	Co jest w środku, czego konkurencja nie pokazuje	4:5	Jeśli brak przekroju, ułożyć próbki warstw obok siebie w kolejności. Podpisy dodamy w montażu.
8	☐ Próbki kolorów w dłoni albo wachlarz materiałów	Wybór i personalizacja	1:1	Kolory w kolejności jak w konfiguratorze. Balans bieli ustawiony na szarej karcie, kolory muszą się zgadzać.
C. KONTEKST WNĘTRZA				
9	☐ Produkt w prawdziwym wnętrzu klienta, szeroki kadr	U mnie też tak będzie wyglądać	4:5	Nie studio. Rzeczy życia codziennego zostają: książka, kubek, koc. Bez sterylnej stylizowania.
10	☐ Ten sam produkt w drugim, innym stylu wnętrza	Pasuje do różnych domów, nie tylko do katalogu	4:5	Jeśli mamy jedno wnętrze, zmienić ścianę, dywan i dodatki. Ten sam produkt, inny nastrój.
11	☐ Wieczór, zapalone światło: kominek, lampa, sauna od środka	Nastrój i emocja, kadr na wieczorny scroll	9:16	Statyw, długi czas naświetlania, ISO nisko. Jedno źródło ciepłego światła. Bez lampy błyskowej.
12	☐ Widok z progu pokoju albo z zewnątrz przez okno lub pergolę	Perspektywa gościa, który wchodzi i widzi	4:5	Framing przez futrynę. Produkt w drugim planie, ale w centrum kadru.
D. FUNKCJA W RUCHU				
13	☐ Rozkładanie, otwieranie, rozsuwanie: seria trzech klatek	Jak to działa, w trzech krokach	9:16	Aparat na statywie, ta sama pozycja dla wszystkich klatek. Zaznaczyć pozycję statywu taśmą na podłodze.
14	☐ Mechanizm z bliska w trakcie działania	Łatwość obsługi, zbija obiekcję o skomplikowaniu	9:16	Dłoń w kadrze. Dodatkowo 5-8 s wideo z telefonu, pion, stabilnie, bez cięć.
15	☐ Osoba siada, kładzie się, wchodzi, otwiera	Komfort, jaki klient poczuje po zakupie	9:16	Naturalne tempo, bez przyspieszania. Twarz rozluźniona. Seria 20 klatek plus 5 s wideo.

	UJĘCIE	PO CO (HAK REKLAMOWY)	FORMAT	UWAGI DLA FOTOGRAFA
16	☐ Pielęgnacja: ściereczka, plama, czyszczenie	Obiekcja: a jak się zniszczy, poplamy, zarysuje	1:1	Przed i po plamie na tym samym fragmencie. Prawdziwa plama (kawa, wino), nie makiet.
E. PRZED I PO				
17	☐ Pomieszczenie przed: puste albo ze starym produktem	Transformacja, początek historii	4:5	Zapamiętać kadr: statyw, ogniskowa, wysokość. Zdjęcie po musi być identyczne w ustawieniach.
18	☐ Pomieszczenie po, ten sam kadr	Transformacja, koniec historii	4:5	Identyczne światło i godzina dnia. Jeśli robimy tego samego dnia, po w ciągu 2 godzin od przed.
19	☐ Stary produkt obok nowego	Mam dość starego, to jest moment decyzji	1:1	Stary produkt nie ma być poniżony, ma być zmęczony. Nowy w tym samym świetle.
20	☐ Reakcja klienta po odbiorze	Emocja i dowód społeczny w jednym kadrze	9:16	Zgoda pisemna na wizerunek w reklamie przed sesją. Nie reżyserować, łapać moment. Wideo 10 s.
F. PAKOWANIE I DOSTAWA				
21	☐ Produkt zapakowany, na palecie albo w kartonie	Obiekcja: czy dotrze cały	4:5	Zabezpieczenia widoczne: narożniki, folia, pasy. Logo na opakowaniu w kadrze, ale nie w centrum.
22	☐ Wniesienie przez ekipę, dwie osoby na schodach	Obiekcja: kto mi to wniesie na trzecie piętro	9:16	Ekipa w jednolitych koszulkach. Schody realne, nie rampa magazynowa. Wideo 8 s bez cięć.
23	☐ Montaż na miejscu, narzędzia, ręce montera	Nie muszę nic składać	9:16	Kadr z góry na ręce i narzędzia. Klient w tle, spokojny, z kawą.
24	☐ Odbiór: protokół, podpis, uścisk dłoni	Zamknięcie historii i zaufanie do firmy	1:1	Ostatnie ujęcie dnia. Dokument w kadrze, bez czytelnych danych osobowych.

Z czego montujemy wideo 6-15 s

WIDEO	DŁUGOŚĆ	UJĘCIA W KOLEJNOŚCI	HAK W PIERWSZYCH 2 SEKUNDACH
Ile to ma	6 s	4 > 1 > 3	Miarka i liczba na ekranie. Tekst: wejdzie przez drzwi 80 cm.
Co jest w środku	10 s	5 > 7 > 6 > 8	Makro faktury z dłonią. Tekst: to, czego nie widać na zdjęciu w katalogu.
Jak to działa	12 s	13 > 14 > 15 > 16	Mechanizm w ruchu od pierwszej klatki, bez wstępu.
Przed i po	8 s	17 > 18 > 20	Cięcie przed/po w 1. sekundzie, reakcja klienta na końcu.
Dotrze cały	15 s	21 > 22 > 23 > 24 > 9	Ekipa na schodach. Tekst: wnosimy, montujemy, zabieramy karton.

Trzy zasady, które ratują sesję

Każde ujęcie w pionie i w poziomie, bo kadr 4:5 i 9:16 nie powstaje z tego samego zdjęcia. Każde ujęcie z ruchem także jako 5-10 s wideo z telefonu w 4K, pion, bez cięć. Zero zdjęć bez celu: jeśli fotograf nie wie, jaką obiekcję kadr ma zbić, nie robi tego kadru. Sesja bez tego briefu daje 200 ładnych zdjęć i zero reklam.

Ustalenia z fotografem przed dniem zdjęciowym

- Pliki: RAW plus JPG, krótszy bok co najmniej 3000 px, bez znaku wodnego.
- Trzy warianty naświetlenia dla ujęć 9, 11 i 18.
- Balans bieli na szarej karcie, kolory produktu jak w konfiguratorze.
- Licencja: reklama płatna, social, strona, marketplace, bez limitu czasu i terytorium, zapisana w umowie.
- Zgoda modeli i klienta z ujęcia 20 na wykorzystanie w reklamie, na piśmie.
- Termin oddania: selekcja w 3 dni, obróbka w 10 dni. Nazwy plików wg numerów ujęć z tej listy.