

ANA LOVRIN

FOTOGRAFIRANJE NEKRETNINA

Kako napraviti atraktivnu fotografiju mobilnim telefonom

Internet je mali oglasnik 90-ih

Tržište nekretnina se mijenja ovisno o raznim vanjskim i unutarnjim čimbenicima pa tako vlasnici agencija za nekretnine, ukoliko žele biti uspješni, moraju voditi brigu o različitim problemima i donositi strateške odluke vezane za teme koje nisu njihova uska specijalnost. Ovdje ćemo se dotaknuti jedne takve, a tiče se strateškog planiranja oglašavanja odnosno prezentacije tvrtke i portfelja kroz fotografiju.

Prije svega, krenimo od početne postavke: da bi tvrtka bila uspješna, mora biti vidljiva na tržištu, a tržište je danas na internetu.

Internet nije novost. Novost je da više ne postoje dobne skupine koje imaju problema s korištenjem i traženjem sadržaja na internetu, a tradicionalni oglašivači gube nadzor nad distribucijom i prihodom od oglašavanja jer se nisu prilagodili novim trendovima. Ako ih pratite i vi gubite nadzor na tržištem i svojim klijentima.

Internet je donio prekretnicu u svim aspektima života, od lako dostupnog sadržaja do opcija kupovine proizvoda na drugom kraju svijeta klikom iz naslonjača. Porast online kupovine govori i o povjerenju koje klijenti pružaju nepoznatim ponuđačima, a baziraju se na preporuci, opisu i vizualnom predstavljanju ponude. Na internetu je osnova svega sadržaj koji kreiraju profesionalci, ali i amateri. Iz toga proizlazi sadržaj kojem na temelju dostupnih parametara biramo hoćemo li dati svoje povjerenje. No, u svemu tome se krije i zamka. Upravo zbog široke dostupnosti, velike količine informacija i načina prezentacije, korisnik često odustaje od svoje potrage prije nego li je i krenuo. Na ponuđačima usluge je da potencijalnog klijenta privuku i zadrže na sadržaju što duže, po mogućnosti dok se ne odluči dati im svoje povjerenje.

Nemojte suditi knjigu po koricama

To možda vrijedi za knjigu, no nikako ne vrijedi za oglašavanje na internetu. Čovjek je vizualno biće koje vizualnim sustavom danas prima više od 80% ukupnih informacija koje dolaze iz okoline koja ga okružuje. To znači da većina klijentele prvu odluku donosi na temelju viđenog, a potom pažnju posvećuju ostalom sadržaju.

Iz perspektive klijenta, često me odbijaju oglasi s fotografijama loše kvalitete i loše odabranih kadrova koji ne prikazuju ključne točke nekretnine. Prije pregledavanja nekretnine uživo, želim biti sigurna da ću odbaciti sve nezadovoljavajuće nekretnine i uistinu pogledati samo one koje zadovoljavaju moje kriterije. U tom slučaju mi oglasi s lošim sadržajem ili oglasi bez fotografija oduzimaju dragocjeno vrijeme. Često se u takvima situacijama zapitam znaju li agenti što mene kao kupca zanima ako su odlučili

prezentirati stan kroz pločice na terasi i kut kupaone u kojem se nalazi veš mašina. Ili još gore, što mi to ne žele pokazati.

Lošom prezentacijom nekretnine, agencije ne samo da nepovratno ruše svoju reputaciju već i gube dragocjeno vrijeme sa klijentima koji obilaze stanove koji ne zadovoljavaju njihove kriterije. Ne zaboravimo da posrednici imaju i odgovornost prema vlasnicima koje zastupaju – dužni su na primjeren i kvalitetan način predstaviti njihove nekretnine.

Svaka vrsta nekretnine traži svoj način prezentacije. Tako je vjerojatno da manjoj nekretnini koju stavlјate u najam nećete pristupiti jednako kao ekskluzivnoj luksuznoj nekretnini za prodaju na moru. Obje nekretnine su bitne, ali ciljani klijenti i interesi su različiti. U idealnom svijetu, agencija bi za svoj portfelj nekretnina angažirala profesionalne fotografije koji imaju adekvatnu opremu i znanje. No, to često nije moguće jer bi ih trebali imati na raspolaganju cijelo vrijeme što si agencije ne mogu priuštiti. Ipak, svakako razmislite o angažiranju fotografa za nekretnine koje imate u stalnoj ponudi poput turističkih apartmana i ekskluzivnih nekretnina. Zbog svega do sad navedenog, posvetiti ćemo se temi kako dobiti što kvalitetniju fotografiju pomoću alata koje imamo na raspolaganju tj. pomoću mobilnih uređaja.

O fotografiji

Riječ fotografija dolazi od grčkih riječi *phos* što znači "svjetlo" te *graphis* što znači "crtati". U doslovnom prijevodu značenje pojma fotografija se prevodi kao "crtanje pomoću svjetla". Svjetlapis ili fotografija je postupak zapisivanja prizora iz stvarnosti na fotoosjetljiv materijal kemijskim ili digitalnim putem.

Poznajemo dvije osnovne vrste fotografije, analognu i digitalnu, a osnovna razlika je u načinu na koji se spremi zapis. Analogni fotoaparati osvjetljavaju fotoosjetljiv film pri čemu dolazi do kemijske reakcije koja predstavlja zapis. Kod digitalne fotografije fotoosjetljivi film zamjenjuje senzor koji se također osvjetjava i na taj se način stvara digitalni zapis pohranjen na memoriju kartice.

Preteču fotoaparata u 11. stoljeću je izumio Ibn al-Hayatham. Riječ je o Cameri obscuri (prevedeno s latinskog "mračna kutija") koja je bila tamna prostorija s malom rupicom kroz koju je prolazilo svjetlo. Na suprotnom zidu se projicirala naopaka slika vanjskog svijeta. Svi fotoaparati uključujući i današnje digitalne verzije su bazirane na tehnici camere obscure.

Prvi digitalni fotoaparat Mavica tvrtke Sony napravljen je 1981. godine s rezolucijom od 0,28 megapiksela i mogućnošću pohrane fotografije na disk. Za usporedbu, današnji mobiteli iPhone 7 i Samsung Galaxy S7 imaju kameru s 12 megapixelnim senzorom. Jasno, ovo nisu jedini parametri koji će odrediti kvalitetu fotoaparata koja ovisi o senzoru (veličini i gustoći piksela koji zapisuju svjetlost), kvaliteti leće, otvoru blende i brzini okidanja fotografije. Profesionalni fotoaparati svakako imaju svojih velikih prednosti, no uz velika ulaganja potrebno je uložiti vrijeme u edukaciju kako bi mogli dobiti kvalitetnu fotografiju. Uz to, profesionalna oprema je teška i glomazna, postavljanje opreme traje duže, a fotografije je potrebno prenijeti na računalo kako bi se mogle dijeliti, što sve zajedno usporava proces stavljanja nekretnine na tržiste.

Da li su «pametni» mobilni telefoni dorasli zadatku?

«Pametni» mobilni telefon je, kroz evoluciju mobilnog telefona u uređaj koji više podsjeća na švicarski nožić nego li na mobitel, zadržao samo svoje ime. Tako danas taj uređaj nudi funkcije telefona, kalendarja, kompasa, navigacije, uređaja za brojanje koraka, kamere, pristupa internetu, čitanja knjiga i magazina, mogućnost slanja email poruka, igranja igrica i još mnogočega u formatu nama poznatog mobilnog telefona. Prednost fotografiranja «pametnim» mobilnim telefonom je u dostupnosti kamere u svakom trenutku, fleksibilnosti vlasnika i lakoći podjele fotografije svima kojima to želimo. Fotografije su automatski i softverski dorađene što nije slučaj s profesionalnim fotoaparatima gdje moramo dodatno obraditi osnovne postavke kontrasta, balansa bijele i boja. Osim same fotografije, fotografiranjem mobitelom bilježe se i druge informacije kao što je datum i vrijeme fotografiranja i lokacija na kojoj je fotografija snimljena uz korištenje GPS-a što je u situaciji fotografiranja više nekretnina u danu vrlo korisna stvar. Bitno je i spomenuti da su današnje kamere ugrađene u mobitele superiornije od kamera kompaktnih aparata proizvedenih 2000.-ih, a industrija i dalje ubrzano radi na poboljšanju svake nove izdane verzije.

Namjeravate li koristiti mobitel kao primarni fotoaparat, nemojte štedjeti pri nabavi. Ulog u flagship modele s kvalitetnom kamerom višestruko će se isplatiti – brže i lakše ćete doći do kvalitetnih rezultata.

Izazovi dobre fotografije

Svaka vrsta fotografije ima svoja pravila i specifičnosti. Tako ne vrijede ista pravila za fotografiranje portreta, arhitekture, životinja, biljaka ili sportskih aktivnosti no svima je zajedničko to da fotografija mora biti tehnički korektno izvedena.

Primjeri tehnički nekorektnе fotografije:

- mutne fotografije
- loše osvjetljenje
- loša rezolucija
- loš kadar
- iskrivljena perspektiva

Da bismo se ulovili u koštač s gore navedenim izazovima, dotaknuti ćemo se nekoliko osnovnih stvari na koje treba обратiti pažnju prilikom fotografiranja neovisno o vrsti fotoaparata. Za pojedine situacije ću napomenuti i pomoći kojih opcija u mobitelu si možemo pomoći.

Odabir motiva:

- kod stambenih nekretnina predstavite ono što zanima kupce: vanjski izgled, raspored prostorija, ključni prostori, oprema stana ili kuće, parking, pristup
- kod apartmana na moru predstavite lokaciju, opći izgled objekta, sadržaj apartmana i raspored prostorija, opremu i klimu
- kod poslovnih zgrada predstavite ključne osobine – ulaz i recepciju, radne sobe i sobe za sastanke, standard i opremu ureda, dodatne sadržaje poput zajedničkih dvorana za sastanke, restorana i kafića

- kod skladišta obratite pažnju na kolni pristup, ukrcajne rampe, visinu i opremu skladišta, manipulativni prostor i parking

Uređenje i priprema prostora:

- očistite prostor koji fotografirate: višak stvari bi moglo prebaciti fokus s bitnih elemenata na nered i time odbiti klijenta od nekretnine
- očistite kadar od nepotrebnih elemenata: pomaknite predmete koji smetaju (npr. kanta s vodom ostavljena na sredini dnevnog boravka, pas na parkirnom mjestu ili odjeća razbacana po stanu)
- ako je moguće, izbjegnite situacije koje nekretninu prikazuju u lošijem svjetlu (fleka na zidu koja bi u prvom kadru mogla izgledati vrlo problematično)
- ukoliko fotografirate nekretninu za kratkotrajno iznajmljivanje, dekorirajte ju tako da klijenti osjete ugodnu atmosferu. Tuđi donji veš će odbiti svakoga tko želi boraviti u apartmanu
- fotografirajte i predstavite dodatne vrijednosti nekretnine: prostrani dnevni boravak, otvoreni kamin, ugodan eksterijer, dobar pogled kroz prozor, parkirna mjesta ili čuvani ulaz u zgradu...

Rasvjeta:

- manjak osvjetljenja dovodi do mutne fotografije što svakako želimo izbjegići
- iskoristite svjetlo: kao što smo rekli, fotografiranje je pisanje svjetлом
- koristite prirodno dnevno svjetlo kako bi dočarali realnu atmosferu prostora koji prezentirate, svjetlost puštena u prostor dodati će svežinu prostoru i izbjegći ćete dojam skučenosti.
- ugasite blic na mobitelu; ugrađene bljeskalice nisu dovoljno jake da bi mogle obasjati prostor, a uporabom blica produžujete dužinu okidanja tj. povećavate šanse za mutnom fotografijom
- ukoliko nemate dovoljno svjetla ili vam se ruke tresu pa vam fotografija ispada mutna, oslonite ruku u kojoj držite mobitel na neku čvrstu površinu poput zida ili oslonca stolca

Kadar i perspektiva:

- razmislite što želite prenijeti klijentu kroz fotografiju
- stanite u kut prostora, obuhvatite što više ključnih točaka u prostoru (poput prozora, vrata ili fiksnih ugradbenih elementa) i dočarajte orientaciju prostorije u prostoru
- ukoliko niste zadovoljni kadrom ili vam nešto smeta, pomaknite se za koji korak ili pokušajte snimiti kadar iz drugog kuta
- pozicioniranje elemenata u kadru: primjenjujte pravilo trećina kod smještanja objekata na fotografiji, izbjegavajte centralnu kompoziciju
- izbjegnite iskrivljenu perspektivu: pratite linije prostora i na fotografijama (primjer: linije prozora koje se šire prema vrhu)
- za lakšu primjenu trećina i praćenje linija, upalite opciju GRID ili Mreža na mobitelu (prilikom paljenja kamere, u kadru na zaslonu aparata pojavit će

vodoravne i okomite crte koje se neće vidjeti na fotografiji, ali služe za bolji osjećaj ispravnog držanja fotoaparata)

Kamera:

- uvijek koristite stražnju kameru na mobilnom uređaju jer stražnje kamere u praksi imaju bolje performanse
- provjerite ima li vaša kamera digitalni ili optički zoom: ako na raspolaganju imate samo digitalni zoom, to znači da će vaš mobitel softverski približiti objekt na fotografiji čime ćete izgubiti na kvaliteti (radije naknadno odaberite i odrežite željeni kadar pomoću dostupnih programa)

Naknadna obrada fotografija:

- fotografije je moguće obraditi na mobitelu i na računalu
- razlika između RAW i jpg formata – RAW bilježi više informacija i pruža veću mogućnost profesionalne obrade
- obrada na računalu uz pomoć specijaliziranih programa omogućava naknadno popravljanje grešaka (ispravljanje iskrivljene perspektive, reguliranje osvjetljenja i boja, rezanje kadra, dodavanje vodenog žiga itd.)
- primjeri programa namijenjenih obradi fotografija (IrfanView, ACDSee, Photoshop...)
- za većinu osnovnih korekcija fotografija dovoljni su jednostavni programi, bolje je odabrati jednostavan program koji ćete lako i redovito koristiti, nego svemogući program kojim se nećete znati služiti

Edukacija – kako bolje fotografirati:

Profesionalna i umjetnička fotografija zahtijevaju cjeloživotno učenje i svaki fotograf će kontinuirano pratiti nove tehnologije i mijenjati opremu tražeći onu koja će mu omogućiti (još) bolje rezultate. Međutim, za kvalitetno fotografiranje nekretnine dovoljno je pratiti gore navedena osnovna pravila, uvježbati njihovu primjenu u praksi i naučiti prepoznati vlastite standardne greške kako bismo ih ubuduće izbjegli.

U radu s agentima za nekretnine edukaciju sam organizirala tako da smo dogovorili jednodnevni foto session. Kao pripremu, agenti su tjedan dana ranije dobili osnovna uputstva i linkove na sadržaj na internetu posvećen osnovnim pravilima fotografiranja. Session smo organizirali u subotu, na način da nismo ometani redovnim poslom, i dogovorili smo pristup konkretnim nekretninama raznih vrsta koje agencija ima u ponudi (stanovi, uredi i poslovne zgrade, kuće). Svaku od nekretnina obradili smo kao da je prvi put fotografiramo i svaki od polaznika je na vlastitoj opremi sa instruktorem prošao cijeli scenarij fotografiranja, od odabira kadra do konkretnog skupa fotografija. Nakon obilaska i fotografiranja nekretnina svi polaznici su analizirali svoje fotografije, individualno sa svakim polaznikom smo identificirali dobre i loše primjere, zajednički smo komentirali rezultate i odabrali najbolje. Rezultat edukacije je viši prosjek kvalitete fotografija agenata, bitno bolja prezentacija nekretnina i osjetno bolje predstavljanje agencije kao cjeline.

Poveznice na savjete o fotografiranju nekretnina:

- <http://www.dimediastudio.com/kako-izraditi-kvalitetne-fotografije-nekretnina-u-ponudi-vase-agencije/>
- <http://virtualprodukt.com/uputstva-za-fotografiranje-nekretnina>
- <http://www.ivanophoto.com/fotografiranje-nekretnina-apartmana-istra-foto/>
- <http://wearesophoto.com/5-tips-for-better-real-estate-photography/>
- <http://digital-photography-school.com/real-estate-photography-a-guide-to-getting-started/>
- <http://www.designsponge.com/2013/10/photo-101-five-tips-for-shooting-interiors.html>
- <http://www.photocentric.net/real estate interiors.htm>
- <http://fitsmallbusiness.com/real-estate-photography-tips/>

ZAKLJUČAK

Oglaši i fotografije koje objavljujete u medijima govore o nekretnini, ali i o vašoj firmi.

Bez obzira na vrstu medija, ključ dobrog oglašavanja je u kvalitetnom sadržaju koji želimo prenijeti našim potencijalnim klijentima. U svijetu online oglašavanja, bitno je biti prisutan s relevantnim informacijama koje ćemo dostaviti brzo, jednostavno, točno i pregledno. Prilikom fotografiranja nekretnine, razmišljajte o osnovnim pravilima koje smo spomenuli i pokušajte ih primijeniti u praksi. Isto tako, ako imate nekretninu za koju smatrate da bi ju trebalo kvalitetnije fotografirati, angažirajte profesionalnog fotografa. Adekvatnim prezentiranjem nekretnina u portfelju, očuvati ćete svoju reputaciju, ali i uštediti svoje vrijeme te donijeti dodatnu vrijednost kako vašim klijentima tako i vama i vašem poslovanju. Na kraju, želim vam dobro svjetlo!