

SARAH TAILLEUR

# Être photographe portraitiste

**EYROLLES**

© Groupe Eyrolles, 2015, ISBN : 978-2-212-13982-2

# Table des matières

<b>Introduction</b> .....	1	Un diplôme, obligatoire ou pas ?.....	15
<b>Les présentations</b> .....	2	Autodidacte, c'est possible !.....	18
<b>Le métier de photographe de particuliers</b> ....	4	Être assistant-photographe ou stagiaire.....	19
Des possibilités infinies .....	6	Formations et workshops.....	22
Des normes inconnues .....	8	Photographe amateur, au début .....	24
<b>Photographe, et c'est tout ?</b> .....	9	Au-delà de la formation.....	27
Administration.....	9	<b>L'équipement photographique</b>	
Marketing .....	10	<b>du portraitiste</b> .....	28
Réalisation : prises de vue et post-traitement ....	10	L'appareil photo.....	28
<b>1 - Se diriger vers la photographie</b>		Les objectifs.....	30
<b>professionnelle</b> .....	13	<b>Le choix du style photographique</b> .....	32
<b>Une question de personnalité</b> .....	14	Se spécialiser en lumière naturelle .....	32
<b>La formation</b> .....	15	Travailler en studio .....	33
		<b>L'équipement informatique</b> .....	39
		L'ordinateur.....	39
		Les logiciels.....	41



<b>2 - Démarrer son activité: les choix décisifs</b> .....	45	<b>Optimiser sa présence sur le Web</b> .....	96
<b>Cette fois où je me suis lancée dans le vide...</b> .....	46	Un site Web efficace.....	97
<b>L'entrepreneuriat en photographie</b> .....	47	Un blog dynamique .....	101
Une nécessité.....	47	Bien utiliser les médias sociaux .....	105
Quand vous lancer ?.....	52	<b>Établir des partenariats</b> .....	113
<b>Se consacrer au métier à 100 %</b> .....	54	L'utilité des partenariats.....	113
En mode survie.....	55	Comment approcher un partenaire ? .....	115
Du temps pour créer.....	55	<b>Salons et événements : y participer ?</b> .....	120
<b>Choisir le nom de son entreprise</b> .....	55	Bien choisir.....	120
Utiliser son propre nom .....	57	Se distinguer.....	121
Travailler sous un nom générique d'entreprise...59		<b>Fidéliser sa clientèle</b> .....	122
Créer un nom d'entreprise.....	59	À la hauteur des attentes .....	122
<b>Loi et enregistrement de son activité</b> .....	61	Se renouveler.....	127
<b>Cibler sa clientèle</b> .....	62	Les privilèges.....	128
La ligne directrice .....	63	<b>4 - Les combats du photographe de particuliers</b> .....	131
Plaire à tout le monde ?.....	70	<b>La concurrence : obstacle ou force ?</b> .....	132
<b>Définir les valeurs de son entreprise</b> .....	72	Les autres professionnels : ennemis ?	
<b>Concevoir un branding efficace</b> .....	75	Pas forcément !.....	132
Pas juste un beau logo !.....	76	Concurrence déloyale .....	133
L'importance de collaborer avec un professionnel du branding.....	78	Les photographes amateurs.....	134
<b>Créer son portfolio Web et imprimé</b> .....	79	<b>Protéger son travail : connaître ses droits</b> .	141
L'accessibilité du Web.....	80	Qu'est-ce que le droit d'auteur	
Représentatif de votre travail.....	80	et quels sont vos droits ?.....	141
Être propriétaire de vos photos .....	82	Quels sont les droits des clients ? .....	143
<b>Établir sa liste de prix</b> .....	82	La formule « libre de droits ».....	143
Prix fixe ou sur devis ?.....	83	Le plagiat .....	144
Éléments à considérer.....	83	<b>Détesté et aimé : prendre du recul</b> .....	148
Une liste de prix accessible .....	89	La raçon du succès.....	148
Se respecter et se faire respecter.....	90	Loin de la médiocrité .....	149
<b>3 - Marketing et promotion: faire vivre son entreprise</b> .....	95	<b>5 - Réaliser une séance photo et guider ses modèles</b> .....	153
<b>Le marketing en photographie</b> .....	96	<b>Le premier échange : partir du bon pied !</b> .	154
		La prise d'informations.....	154
		La prise de rendez-vous .....	158
		Demander un acompte sur réservation	
		ou des arrhes .....	160

<b>Gérer son emploi du temps</b> .....	162	La sécurité.....	193
Organiser sa semaine idéale.....	162	Aperçu d'une séance type.....	195
Une semaine dans ma peau.....	163	<b>Sélectionner les photographies</b> .....	198
Du papier à la réalité.....	167	Avec le client.....	198
<b>Préparer la séance photo</b> .....	168	À la maison.....	200
Se mettre dans la peau du client.....	168	Choisir à la place du client.....	201
La question de l'habillement.....	170	Effectuer une présélection.....	201
Des photos originales ou qui lui ressemblent : trouver des idées.....	171	Retoucher avant de choisir ?.....	202
<b>La séance photo</b> .....	172	<b>6 - La livraison du contrat...</b>	
Préparer son matériel.....	172	<b>La touche finale!</b> .....	205
Votre état d'esprit.....	174	<b>Gérer la postproduction</b> .....	206
Accueillir le client.....	175	Retoucher ou pas ?.....	206
Signer le contrat.....	176	Retoucher, comment ?.....	207
Être à l'écoute.....	178	Compter le coût de la retouche.....	211
On dit « chez ».....	182	<b>Proposer des impressions ou non ?</b> .....	213
Notre attitude de photographe.....	188	Proposer des produits imprimés.....	214
L'intimité des lieux : ce qui importe lors de la séance.....	192	Gérer les impressions soi-même.....	216





Trouver des fournisseurs.....	217	Répondre aux insatisfactions.....	231
Combien les vendre ?.....	219	<b>Archiver ses contrats</b> .....	235
Faire bonne impression... Sans impression ! ...	219	Pouvoir répondre en cas de perte des photos... 235	
<b>Respecter le délai de livraison</b> .....	221	Pouvoir répondre à une nouvelle commande... 237	
<b>Trouver son support de livraison</b> .....	222	<b>Rester un portraitiste passionné</b>	
CD- et DVD-Rom.....	222	<b>et épanoui</b> .....	239
Clé USB.....	223	<b>Comblez vos clients</b> .....	240
Transfert en ligne.....	224	<b>Cultivez votre touche magique</b> .....	240
Faire son choix.....	224	<b>Ne relâchez pas vos efforts</b> .....	240
<b>Opter pour un mode de livraison</b> .....	227	<b>Exercez avec plaisir</b> .....	242
Récupérer la commande au studio.....	227	<b>Remerciements</b> .....	244
Faire livrer la commande.....	228		
Effectuer la livraison en personne.....	229		
<b>S'assurer de la satisfaction du client</b> .....	230		
Effectuer un suivi client.....	230		