

Bienvenido/a



Felicidades por tomar la decisión de invertir en ti y gracias por dejarme ser tu guía, estoy segura que al terminar este curso te sentirás orgulloso/a de tus creaciones y que sabrás como potenciar tus habilidades para hacer crecer tu negocio.

Te recomiendo completarlo con detenimiento y con intención para sacarle el mayor provecho, te tomará tiempo y eso esta bien, las cosas que valen la pena no se hacen de un día para el otro.

Detrás de este curso hay años de trabajo, experiencias, de pruebas y errores, de horas estudio y sobre todo mucho cariño e ilusión de compartir contigo paso a paso todo lo que me hubiera gustado saber cuando empecé.

Todo en un mismo lugar, adelante disfrútalo y sigue tu intuición.

Cristina Jerez

1.1 ¿Que la hace unica?

1. Describe detalladamente tu negocio, a qué te dedicas

2. ¿Por qué empezaste este negocio?

El inicio del párrafo

3. ¿Por qué la gente usa sus productos o servicios?

1.1 ¿Que la hace unica?

4. Cuál es el beneficio que reciben al utilizar sus productos o servicios.

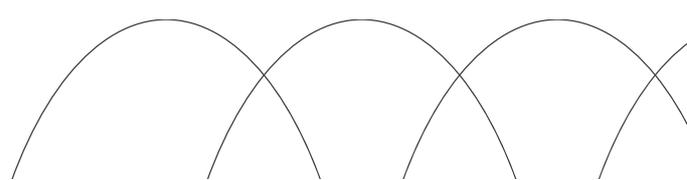
5. ¿Qué cualidades específicas tiene tu marca que te hace diferente de otros en su campo?

6. ¿Cómo crees que se sienten los clientes después de experimentar sus servicios o productos?

1.1 ¿Que la hace unica?

7. ¿Cómo puedo ayudar a mis seguidores?

¿Cuales son las 5 palabras que usarías para describir tu marca?



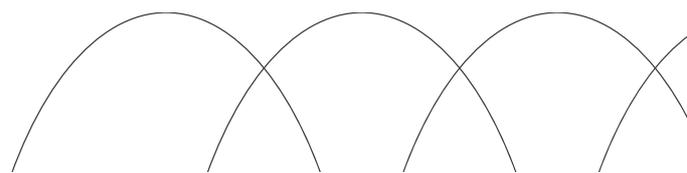
Palabras que describen una marca

Acogedora	Entretenida	Rara
Amable	Exclusiva	Rebelde
Amigable	Excesiva	Relajada
Amorosa	Experimentada	Refinada
Apacible	Extravagante	Retro
Asequible	Feliz	Romántica
Atrevida	Fiable	Robusta
Aventurera	Fresca	Rústica
Bohemia	Geométrica	Sana
Bonita	Glamurosa	Segura
Cálida	Hermosa	Seria
Caprichosa	Hipster	Sexy
Caritativa	Honesta	Simpática
Clásica	Humorística	Simple
Colorida	Ingeniosa	Suave
Confortable	Inteligente	Sureña
Conservadora	Juvenil	Tontorróna
Creativa	Liberal	Tranquila
Delicada	Limpia	Tradicional
Descarada	Minimalista	Tribal
Desenfadada	Moderna	Urbana
Divertida	Natural	Vanguardista
Dramática	Náutica	versatil
Ecléctica	Orgánica	Valiente
Elegante	Peculiar	Vibrante
Energética	Playera	Viva
	Pulida	Zen

1.2 Conoce a tu Cliente Ideal (Buyer Persona)

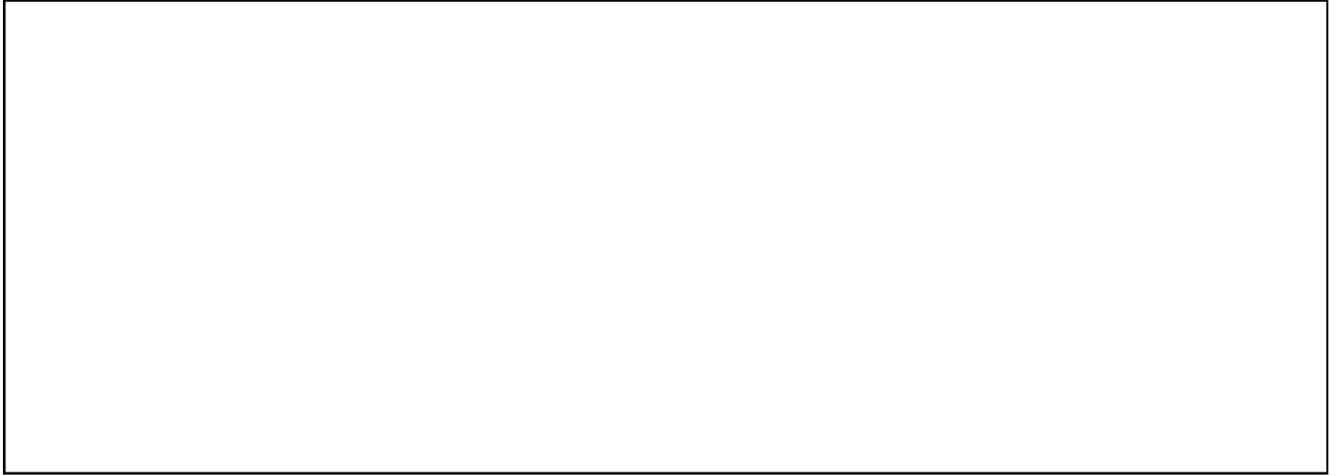
"Un buyer persona es una descripción abstracta de tu consumidor ideal. Se puede basar en datos cualitativos y cuantitativos de una investigación de mercado, competidores y perfiles de clientes existentes."

Definición: Sem Rush

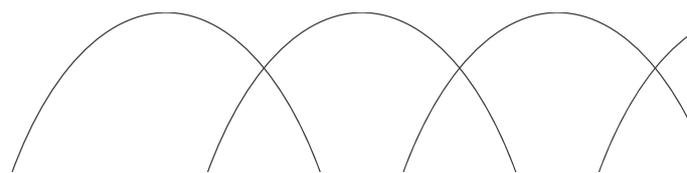


1.2 Conoce a tu Cliente Ideal (Buyer Persona)

¿Quiénes son?

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for taking notes or drawing related to the question above.

¿Que hacen en sus tiempos libres?

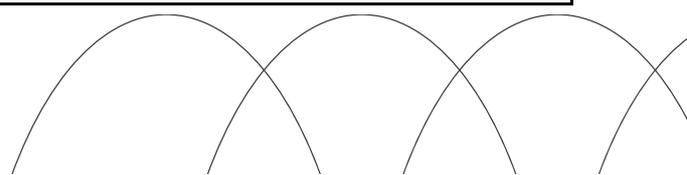
A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for taking notes or drawing related to the question above.

1.2 Conoce a tu Cliente Ideal (Buyer Persona)

¿Estudian, trabajan o ambas?

¿De qué edad/género son?

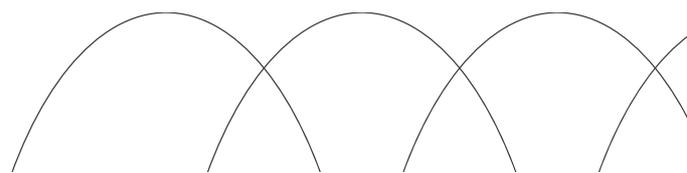
5. ¿Cómo es su situación económica?



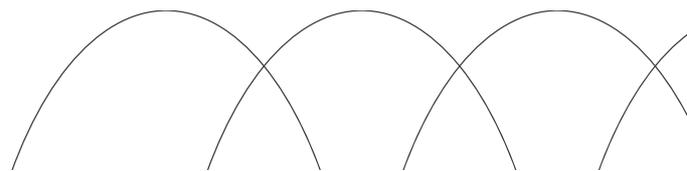
1.2 Conoce a tu Cliente Ideal (Buyer Persona)

6. ¿Cómo es su situación social? Le gusta salir, que lo vean, le gusta más hacer actividades tranquilas, en exteriores, etc

7. ¿Cómo defines su estilo de vida en general?



1.3 Psicología del color.



1.3 Psicología del color.

Deja que tu intuición te guíe, lo que tu sientas que te gusta podemos seguir por ahí

Blanco: limpieza, pureza, claridad, sofisticación, simplicidad e innovación,

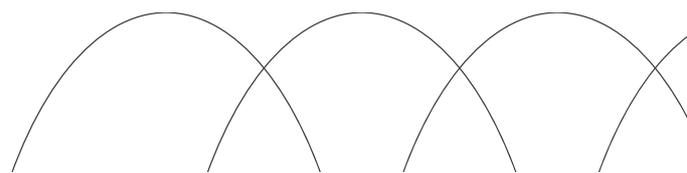
Gris: neutral, elegante, moderno, inteligente,

Negro: sofisticado, seguro, poderoso, elegante, autoritario, fuerte, dramático.

Beige: Transmite, confianza, naturaleza, apoyo, autenticidad, delicadeza.

Rojo: Emoción, juventud, energía, hambre, acción, atracción.

Amarillo: optimismo, calidez, felicidad, creatividad, intelectual, extrovertido,



1.3 Psicología del color.

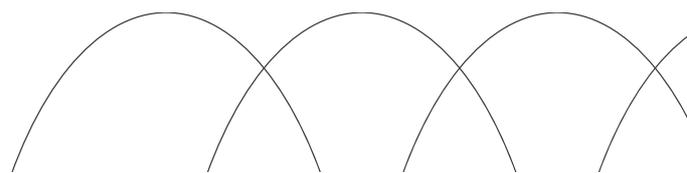
Verde: salud, esperanza, frescura, naturaleza, crecimiento, prosperidad, prestigio.

Azul: Elegante, corporativo, leal, seguridad, serenidad, confianza, ambición, open, fresco, limpio.

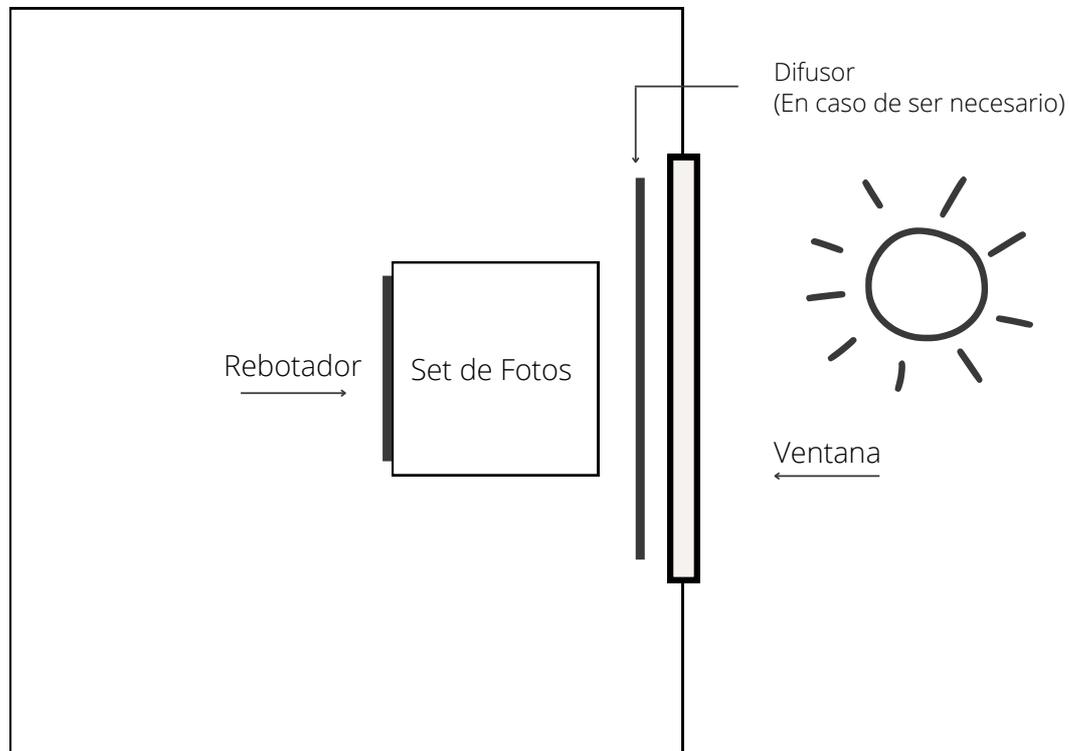
Morado: inteligente, elegante, espiritual, imaginación, creatividad, dinero, sofisticación, lujo, calidad, divertido, femenino, magia, fantasía.

Naranja: sociabilidad, la originalidad, la extroversión, entusiasmo, cercanía

Rosa: en el mundo occidental obviamente está asociado con el género femenino y la feminidad, amor, la crianza, la compasión y la comprensión.



Iluminación Natural



Tips:

- El difusor puede ser una tela delgada, sabana o papel albanene.
- Considera si es necesario usarlo o no, si es un día nublado probablemente no lo necesites.
- Las sombras pueden cambiar todo el estilo de tu fotografía úsalas con estrategia.
- El rebotador tiene que ser blanco, si no no rebotará la luz. (Lo que más te recomiendo si vas empezando en la fotografía.)
- Puedes intentar con algo plateado o dorado pero cambiará el color en tu foto.
- Si usas negro absorberá la luz en lugar de rebotarla, depende de el estilo de tu fotografía y lo que quieras lograr.

Composición & Styling

¿Qué es composición?

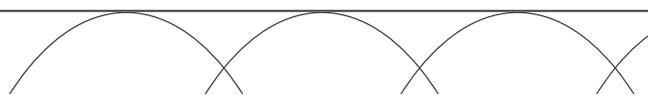
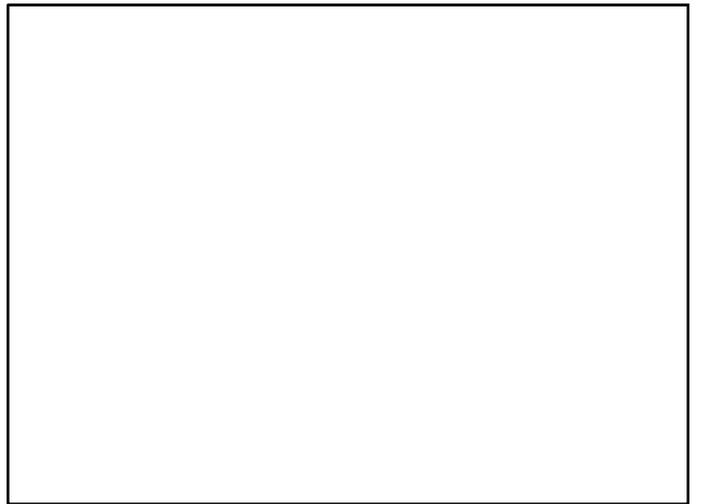
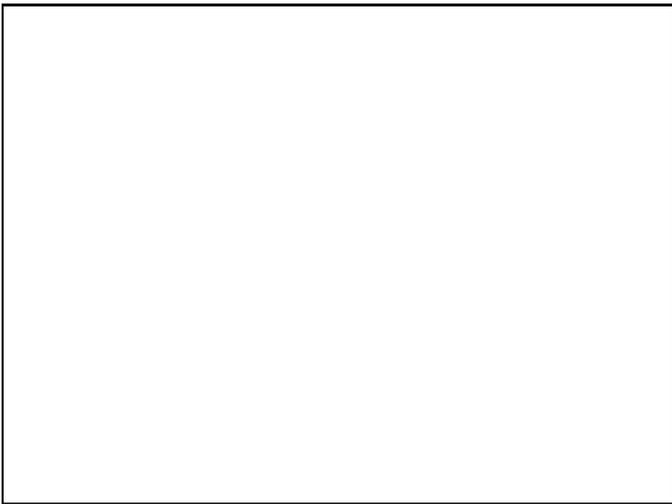
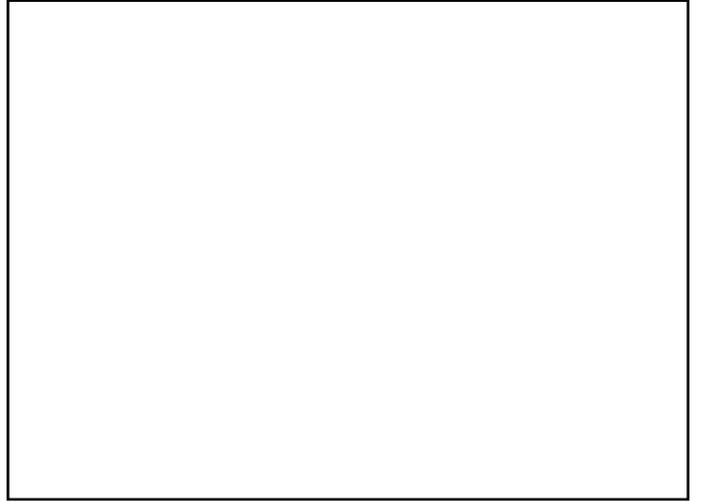
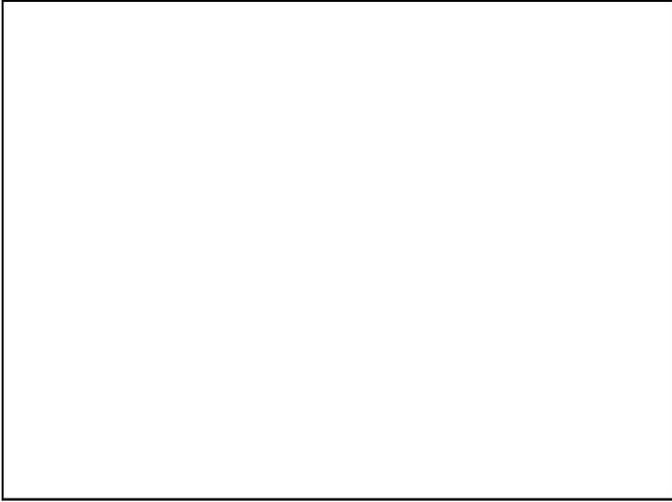
La forma de guiar la mirada del espectador hacia el objeto principal. Consiste en acomodar los objetos de una forma específica que genere una reacción, no es solamente agregar objetos desordenados.

1. Escoge el tipo de composición.
2. Coloca tu producto principal primero, con el mejor lado hacia la cámara.
3. Comienza a agregar los Props siguiendo las líneas imaginarias de la composición que elegiste. (Agrega los más grandes o más llamativos primero.)
4. Toma varias fotos y ve acomodando y agregando hasta que logres la foto deseada.

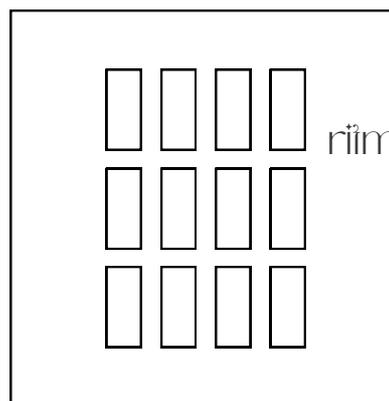
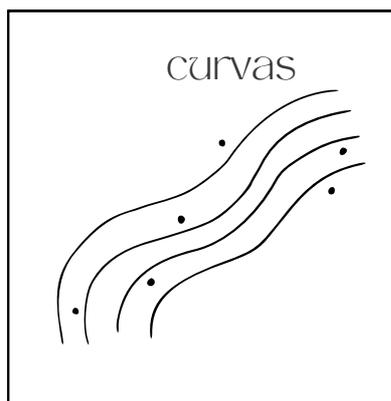
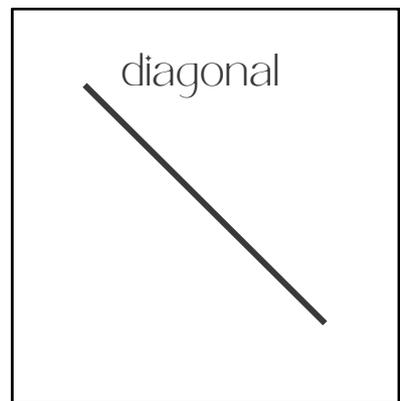
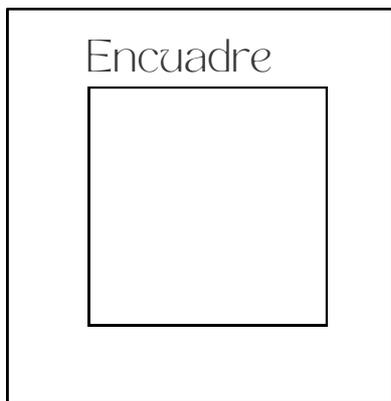
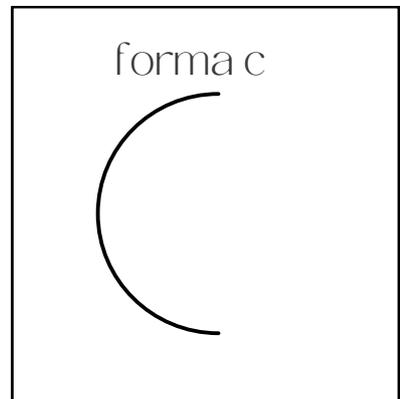
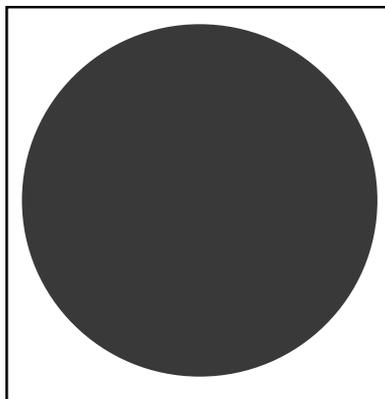
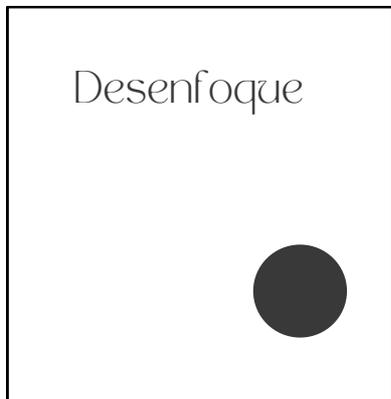
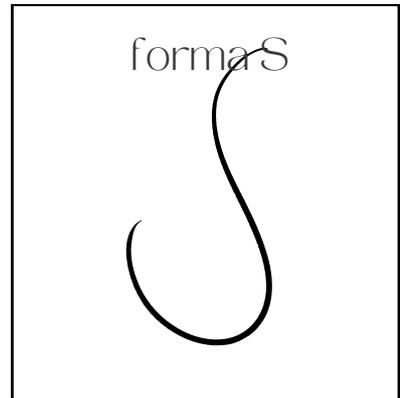
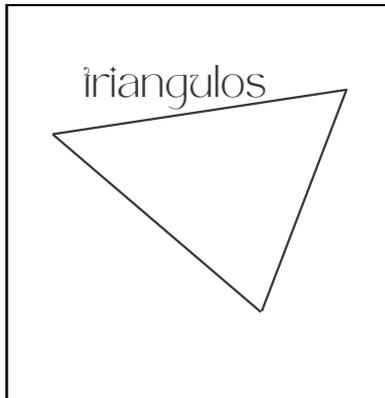
Tips:

- Es normal que una idea no se vea bien en la escena, a veces nos imaginamos algo y al momento de la práctica hay que hacer ajustes.
- Compra o consigue más props de los necesarios, es conveniente tener más opciones.
- Descarga el PDF de apoyo y síguelo para planear tu sesión de fotos.
- Recuerda Crear un Moodboard antes de empezar.
- Considera el formato que necesitaras para las fotos, es mejor tomarlas con espacio de sobra para tener libertad a la hora de hacer ajustes y recortes.
- Dibuja tu idea antes de empezar.

Sketch

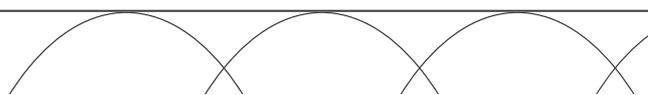


Visualiza y escoge tu composición



Ideas de Props

1. Naturaleza, plantas, flores secas, hojas de arbol
2. Piedras de diferentes tamaños
3. accesorios, lentes, sombreros, bolsas, maquillaje,
4. platos de diferentes tamaños y colores.
5. Cubiertos dorados, cubiertos vintage
6. servilletas, telas (agrega textura)
7. Revistas, libros, hojas de periodico,
8. copas, tazas, vasos,
9. Charolas, tablas de madera,
10. Set de props Fondo Studio



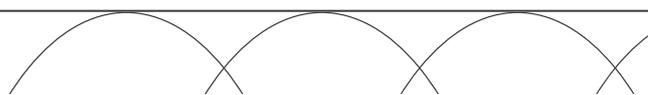
Proyecto Final

1. Escribe aquí el párrafo que describe la personalidad de tu marca (lo que trabajamos en el modulo 1)

2. Escribe tus palabras clave

3. Selecciona tu paleta de color

4. Ve a Pinterest y crea tu Moodboard



Sesión de Fotos proyecto final

Arma tu set como aprendimos en la lección 1.1 del módulo 2

Define que tipo de sombras vas a hacer y consigue tu rebotador y difusor

Empieza a armar tus composiciones agregando y acomodando los elementos para tomar.

3 fotos tipo Flat Lay

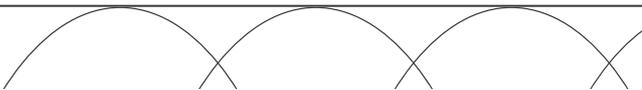
3 Fotos 45°

3 Fotos 0°

humaniza tu marca, 3 Fotos con manos

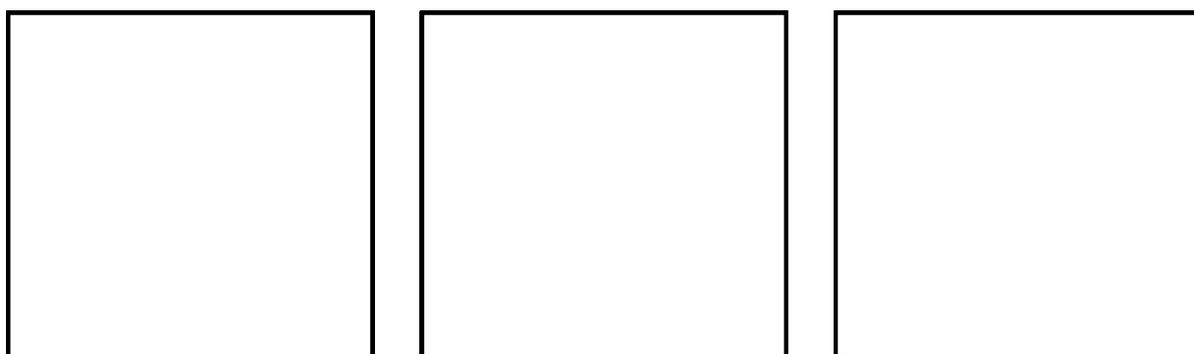
Agrega si quieres una foto tuya contando tu historia en el caption

Agrega si quieres alguna foto de tu tienda.

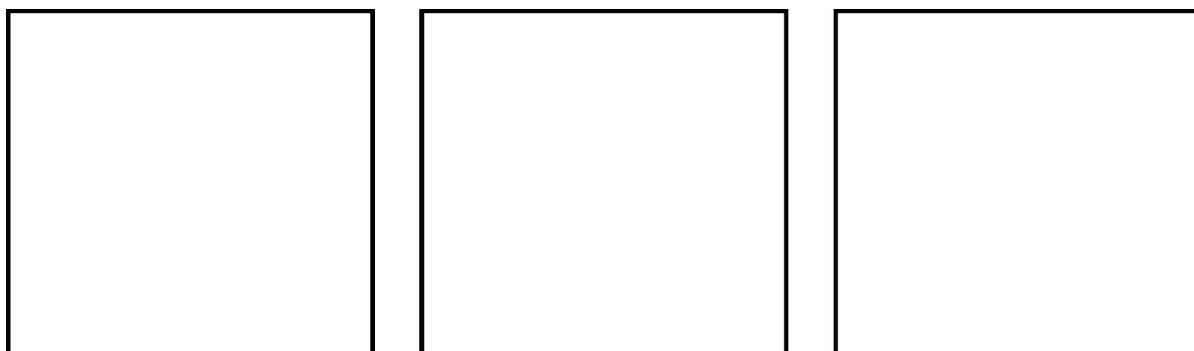


Sesión de Foños proyecto final

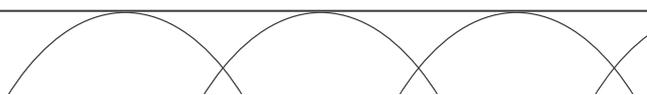
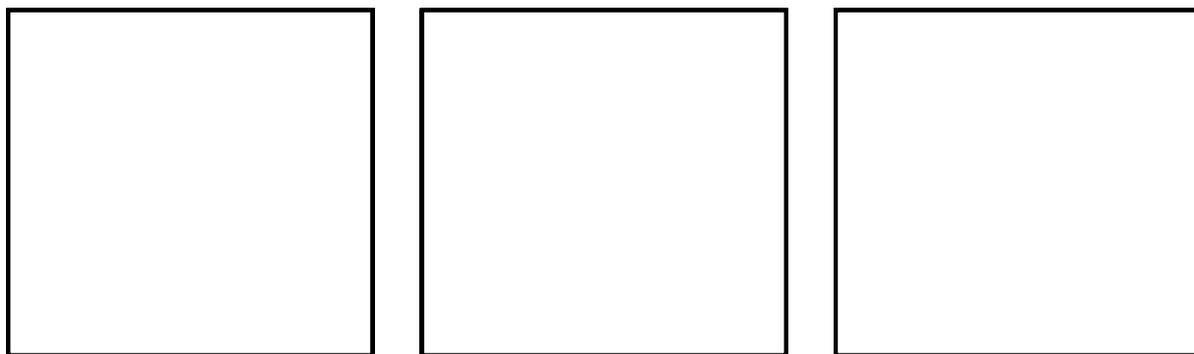
3 foños tipo Flay Lay



3 Foños 45°

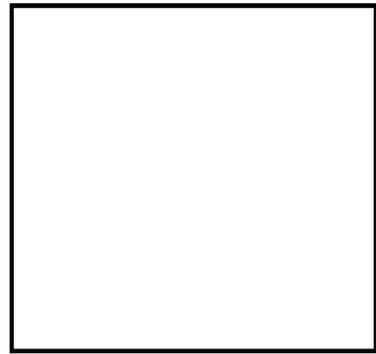
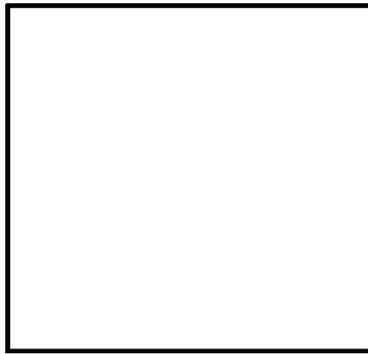
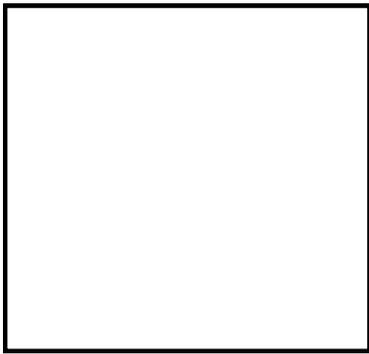


3 Foños 0°

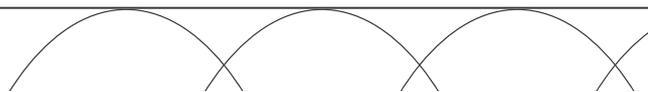
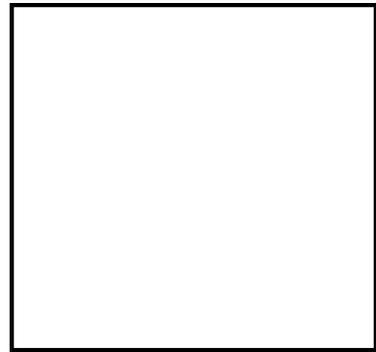
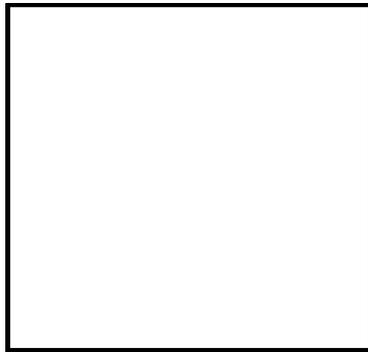
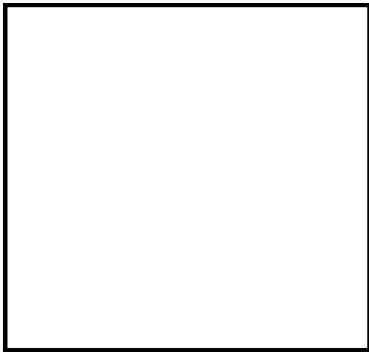


Sesión de Fotos proyecto final

3 Fotos Humanizando la marca



3 Fotos si tienes tienda o oficina



Fotos que no pueden faltar en tu perfil de instagram:

-Packaging

-Tienda si tienes
- Foto de tu producto en uso

-Procesos.
-Sombras interesantes