

## LE REGARD EXPERT



**Renaud Wailliez**

Photographe publicitaire

**Renaud Wailliez Photographe**



*Si un dirigeant souhaite former son équipe, il faut bien déterminer son niveau d'attentes, et ne pas hésiter à le conseiller pour obtenir le meilleur.*



**Bonjour Renaud Wailliez, pour vous qu'est-ce qu'une bonne photo et quelle est l'image qu'elle doit renvoyer ?**

Une bonne photo doit transmettre un message clair. Il faut qu'elle soit esthétique et efficace, comme un bon slogan publicitaire. La photo doit faire « mouche ». Si elle est mauvaise, le message l'est également.

Lorsqu'un client souhaite transmettre un message de professionnalisme, de sérieux, de confiance, pour un portrait de lui par exemple, si cette personne est mal coiffée, que sa chemise est mal ajustée, ou que son nœud de cravate est de travers, le message sera bien différent de celui qui aura été envisagé : celui-ci sera très moyen. Je n'hésite jamais à corriger ces petits détails. Il faut réussir à donner l'envie, susciter la sympathie ou le besoin à travers la photo.

**Comment se déroule cette rencontre avec le client pour bien comprendre sa demande ?**

La première chose est d'identifier le message que le client souhaite véhiculer.

En fonction de la réponse, j'explique alors comment nous pourrions procéder. Je m'efforce de le conseiller pour arriver à ce qu'il souhaitait au départ, j'échange et je délimite ses envies, la démarche et ma vision de son projet.

Si le message est bien passé, c'est que nous avons bien travaillé. Il faut vraiment éviter que le brief soit mal présenté, car le « feeling » est également important. Privilégier l'empathie pour un portrait est essentiel, la sympathie également. Ces deux notions améliorent considérablement l'approche avec la personne que vous photographiez.

En étant clair dès les premiers échanges, pour tout travail photographique à effectuer, nous arrivons la plupart du temps à un bon résultat.

**Comment arrivez-vous à vous imposer auprès de vos clients ?**

Je ne dirais pas s'imposer. Quoi que je fasse, je me mets à la disposition du client qui me fait confiance. J'écoute sa demande, la reformule : « Voilà ce que j'ai compris, est-ce que cela vous convient ? » Par contre, je suis le professionnel qui conseille tout en étant à l'écoute.

**Aujourd'hui, un large choix s'ouvre à nous avec la possibilité d'acquérir nos photos à l'aide de banques d'images. Que pensez-vous de ce moyen ?**

Nous avons cette diffusion astronomique de photographies de banques d'images, souvent Nord-Américaines. Attention au message que l'on risque de véhiculer en utilisant ce service. Si vous avez besoin de la photo d'un bûcheron et que votre choix se tourne vers la photo d'un homme en chemise à carreaux dans une forêt de séquoia, il peut vite y avoir une confusion dans le message, avec une image qui ne correspond pas du tout à la vôtre... Ce qui est

d'ailleurs arrivé à un organisme des Vosges avec une photo de bûcheron canadien.

**Comme vous nous l'avez expliqué ci-dessus, de nombreux éléments rentrent en compte pour obtenir le résultat souhaité en photographie. La formation est-elle un bon moyen pour y arriver ?**

Oui, tout à fait. D'ailleurs, les cinq modules que nous avons mis en place avec Amigraf, adaptés aux différents publics (novices ou aguerris à l'image), doivent conduire les participants à devenir autonomes et réaliser de bonnes images. Qu'ils soient photographes novices, amateurs ou professionnels, les participants peuvent trouver les informations et connaissances des outils qu'ils recherchent pour s'autoriser à prendre la photo, même si nous avons l'impression de déranger, créer une photo d'ambiance, obtenir ce qu'ils attendent avec ou sans matériel d'éclairage, être capable de raconter une histoire à travers des photos, ou optimiser ses images avec Lightroom...

Si un dirigeant souhaite former son équipe, nous l'aidons à déterminer son niveau d'attentes, et n'hésitons pas à le conseiller pour obtenir le meilleur.

Afin de réaliser la bonne image, ou couvrir un événement, le plus important est donc de bien connaître le sujet photographié. Déterminer les moyens à mettre en œuvre est également important, pour correctement couvrir ce sujet ou photographier une personne ou un produit. L'important est de toucher le public qui va être amené à les découvrir.



Plusieurs modules vous intéressent ?

Personnalisez votre formation sur [amigraf.com](http://amigraf.com)

Devis et financement, consultez-nous