

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

# LA IMPORTANCIA DE LA FOTOGRAFÍA Y EDICIÓN EN LA PUBLICIDAD

Lic. Erick Dario Pech Alvarado  
Diseño Gráfico  
5to cuatrimestre  
Valeria Carolina Torres Kanter

FOTOGRAFÍA II

# ¿Qué es la fotografía con fines mercadológicos?

Es aquella que ayuda a facilitar la identificación de un producto o servicio, sus beneficios, sus usos y/o el público al que se dirige, es una parte de suma importancia en el posicionamiento de una marca



# Yves Saint Laurent

Mejor conocido como YSL, es una casa de moda fundada por Yves Saint Laurent en 1936.



## OBJETIVO DE MARCA

Cambiar la idea de la feminidad, dotando a la mujer con libertad, impulsando el resurgimiento de la alta costura; Además de lo anteriormente mencionado, la marca busca generar conciencia en la sociedad para el empoderamiento de las mujeres.

## SEGMENTO AL QUE VA DIRIGIDO

La marca siempre se ha dirigido a personas jóvenes, aunque es del gusto de múltiples edades, indicado para personas atrevidas, con tendencias andróginas y feministas, desde la clase media hasta la alta.

## OBJETIVO DE ESTILO EDITORIAL

Demostrar la libertad, la sensualidad y el estilo andrógino y sus encantos. Siempre buscando implementar un toque revolucionario dentro de sus piezas.

# YSL

## Publicidad

# PRADA

# PRADA

Es una firma italiana de moda. Fundada por Mario Prada en 1913. Bajo la dirección de Miuccia, lo que era un negocio local de piel y cuero, se convirtió en pocos años en una firma internacional de moda.



# PRADA

## Publicidad

### OBJETIVO DE MARCA

La marca busca que sus diseños siempre estén repletos de sobriedad, elegancia y monocromía, lo que lo ha posicionado en tendencia dentro del mercado; al igual que busca mantener su estatus y brindar productos de calidad a sus clientes.

### SEGMENTO AL QUE VA DIRIGIDO

Hombres y mujeres (adultos) entre 24 y 44 años de edad al igual que generaciones más jóvenes como la generación Z (16 a 24 años), pertenecientes a clases desde media a alta.

### OBJETIVO DE ESTILO EDITORIAL

La marca busca demostrar ciertos puntos dentro de su estilo editorial: Estética, atemporalidad, exclusividad y unicidad. Demostrando por este medio el estatus de la marca.



# COMPARACIÓN



Es una marca enfocada más en la elegancia de las personas, en la clase y el estatus al que pertenecen; lo que claramente se percibe en la imagen  
Tenemos colores en tonalidades pasteles, lo que nos transmite un sentimiento de elegancia, fantasía y feminidad.

## YSL

Es una marca enfocada en la libertad, en acciones revolucionarias y el empoderamiento femenino; como bien podemos observar en la imagen.  
Tenemos colores más fuertes, en tonalidades frías pero saturadas, lo que transmite la sensación de poder.



Podemos conocer o dar a entender muchos aspectos de la marca a través de sus fotografías y colecciones editoriales, además que las marcas siempre van de acuerdo a la situación que se está viviendo en el entorno, es por ello que como equipo del área de fotografía debemos estar muy atentos a las situaciones que se están viviendo, la identidad de la marca y las tendencias de comportamiento del público al que nos dirigimos