

shutterstock

Průvodce k úspěchu příspěvatelů





Tohle je Shutterstock

Jsme hrdí, že můžeme podporovat celosvětovou komunitu talentovaných přispěvatelů vytvářejících obsah, na který spoléhají naši zákazníci.

- + 550 000 přispěvatelů
- + 800 milionů dolarů vyplaceno přispěvatelům
- + 245 miliónů snímků
- + 13 milionů videoklipů

A čísla rostou. Každý týden přibývá přes 1,5 milionu nových položek.





Kdo jsou naši přispěvatelé

“Trh našich přispěvatelů tvoří fotografové, tvůrci videí, ilustrátoři a skladatelé z celého světa.”

Ať jste začínající fotograf, který si právě koupil první fotoaparát, nebo agentura specializující se na tvorbu obsahu pro stock weby, ve službě Shutterstock je pro vás místo.

Rychlé výdělký

Vysoce kvalitní standardy s rychlým a jednoduchým procesem nahrávání, odesílání a schvalování.

Zůstane vám svoboda

Obsah, který vytvoříte, je váš. Užijte si svobodu neexkluzivního partnerství.

Inovativní technologie

Neustále hledáme způsoby, jak zkušenosti našich přispěvatelů vylepšovat. To zahrnuje naše aplikace pro iOS a Android.

Cenné nástroje pro úspěch

Informujeme o tom, co naši zákazníci hledají, takže můžete mít náskok před nejnovějšími trendy. Podívejte se na náš nástroj pro tvorbu klíčových slov a seznam Co fotit.



**Co je
stock?**



Co je stock?

Stock je jakýkoli typ obsahu, včetně fotek, videí, zvukových klipů nebo ilustrací, který zákazníci mohou koupit a používat.

Ať tvoříte obsah speciálně pro stock nebo se rozhodnete nahrát do služby archivovaný obsah, představuje stock příležitost, jak obsah licencovat.

Co je na tom nejlepší?

Obsah se může prodávat stále dokola, takže vytvořený stock vám může vydělávat dlouhá léta.





Co zákazníci vyhledávají

Díky datům z vyhledávání a naslouchání zpětné vazbě víme, co zákazníci hledají. Hledají stock obsah, který má tyto vlastnosti.



Autentičnost

Snímky, které ilustrují každodennost.

Snímky, které ilustrují každodenní situace ze života. Zachycené reálné okamžiky.



Rozmanitost

Rozmanitý obsah, který zahrnuje lidi různého věku, pohlaví, sexuální orientace, etnika a různých schopností.



Lokálnost

Obchodní schůzka v Londýně může vypadat jinak než v Japonsku. Zobrazujte místní kulturu.



Varianty

Zachycujte odlišné a jedinečné varianty stejné scény, abyste zákazníkům poskytli možnosti na výběr.



Kreativita

Snímky, které se nedají najít nikde jinde. Váš jedinečný obsah zde má svou hodnotu.



Hledání inspirace

Tady je šest příležitostí, jak nastartovat své kreativní nápady.

1. Sociální média

Skvělým výchozím bodem jsou témata, která zrovna frčí. Najděte si nás na Instagramu na @ShutterstockContributors.

2. Zpravodajství

Co je tématem hlavních zpráv? Místa, události i lidé, o kterých se nejvíc píše.

3. Módní trendy

Jaké barvy jsou oblíbené? Jaké oblečení se nosí?

4. Technologie

Stále hledáme nové snímky toho nejnovějšího a nejlepšího v technologiích.

5. Svátky a oslavy

Jaké oblíbené události se odehrávají v místě, kde žijete nebo kam právě cestujete?

6. Umění a kultura

Sledujte, co se děje v galeriích a muzeích. Inspirujte se starým i novým.

Tvorba snímků, které se skutečně

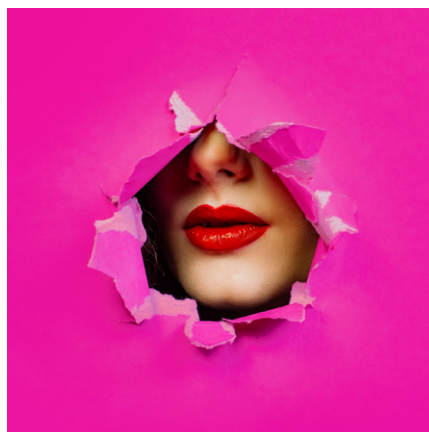
Boříme konvence tradičního stocku. Shutterstock má zájem o snímky, které vyprávějí a prodávají příběhy.

Obsah, který vydělává, má následující vlastnosti.

Kvalita: Váš snímek je ostrý a ve vysokém rozlišení.

Univerzálnost: Obsah se dá použít pro širokou škálu účelů.

Jedinečnost: Vytvořili jste a do služby nahráli jedinečnou scénu, která se nepochybá ničemu jinému.



Tvorba ilustrací, které se prodávají

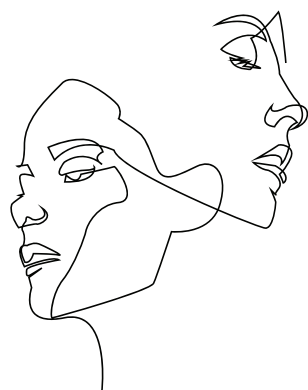
Naši zákazníci hledají ilustrace, které se dají použít pro širokou škálu obchodních a tvůrčích účelů.

Ty, které se prodávají, vytvoříte takto.

Přizpůsobitelnost: Obsah se dá použít v různých návrzích k vyprávění nejrůznějších příběhů.

Stylizované prvky: Zkuste do služby nahrát textury, pozadí, text a rámečky.

Udávejte trendy: S trochou talentu a inspirace můžete udávat trendy.



Tvorba videí, která se skutečně prodávají

Tvorba stock videa sice vyžaduje investice, ale videa se prodávají za vyšší ceny, takže vám mohou vydělat více. Tady je pár tipů, jak tvořit videa, která se dobře prodávají.

Kvalitní vybavení: Digitální zrcadlovky vám dávají větší kontrolu a více možností pro natáčení. Zákazníci chtějí mít možnost nakoupit obsah ve 4K a vyšším rozlišení.

Nevšední všednost: Natáčejte všední situace. Ranní kávu. Procházku se psem. Vyprávějte krásný příběh.

Využijte, co máte: Žijete na jedinečném místě? Natočte ho. Jedinečné situace a místa jsou pro tvůrce výhodou."





Ingredience nejlépe se prodávajícího stocku

1. Komerční hodnota

Čím použitelnější je snímek pro nejrůznější zákazníky, tím větší komerční hodnotu má.

2. Rozmanitost míst

Snímky, které ukazují rozmanitost konkrétních míst. Například japonský farmář těžící sůl na pobřeží u města Suzu.

3. Místo pro text

Zákazníci často nakupují obsah pro reklamní účely. Tvořte snímky s volným místem, na které může zákazník přidat text.

4. Emoce

Snímky zobrazující emoce. Radost, smutek a vše mezi tím v reálných okamžicích.

5. Vytoužené reálné okamžiky

Životní styl, po kterém mohou lidé toužit, ale vyvážený v autentických snímcích a videích z reálného života. Tvořte obsah, který působí realisticky a dosažitelně.



Odesílání do Shutterstocku





Jak nahrát svůj první obsah

1. Přečtěte si pokyny Shutterstocku pro odesílání obsahu

Tyto pokyny vysvětlují, jaký obsah je vhodné do služby nahrávat a jaká jsou zákonná práva a povinnosti. submit.shutterstock.com/guidelines

2. Vyhodnoťte svůj obsah

Má váš snímek komerční hodnotu? Dal by se použít pro reklamní nebo redakční účely? Pokud váš obsah tomuto popisu odpovídá, nahrajte jej!

3. Před nahráním zkontrolujte kvalitu

Zobrazte si své snímky zvětšené. Před nahráním se ujistěte, že neobsahují žádný šum ani vady.

4. Přidejte správná metadata a klíčová slova

Lepší klíčová slova = lepší prodej. Ujistěte se, že vaše klíčová slova jsou pro každý jednotlivý snímek správná.

5. Odešlete obsah

Jakmile budete spokojeni, obsah odešlete. Svůj obsah odešlete na adresu submit.shutterstock.com

Po dokončení nahrávání vyčkejte na e-mail s potvrzením o přijetí. V případě odmítnutí obsahu se nenechte odradit. Zlepšujte se a zkoušejte do služby Shutterstock odesílat další obsah.





Klíčová slova

Klíčová slova jsou slova, která mohou zákazníci používat k vyhledání vašich snímků. Tady je pár tipů, jak psát úspěšná klíčová slova.

25–45 přesných klíčových slov

Pro každý snímek. Používejte víceslovná klíčová slova jako „sandy beach“ nebo „organic lettuce“

Myslete jako zákazník

Představte si člověka, který si váš snímek nejpravděpodobněji stáhne. Co hledá?

Jedinečné názvy a popisy

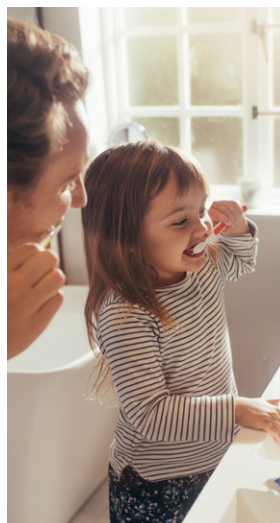
Budte výstižní a popisní. Názvy a popisy by měly být co nejpresnější. Nepoužívejte názvy hromadně.

Nespamujte

Irelevantní klíčová slova váš obsah dostanou k nesprávnému zákazníkovi, takže přijdete o potenciální tržby.

Přesně popisujte lidi

Nepoužívejte k popisu lidí obecné výrazy. Budte popisní, pokud jde o etnikum, pohlaví a věk modelů a modelek.





Jak pracovat se smlouvami s modelem a majitelem objektu

Smlouva s modelem je dokument, který modelovi či modelce poskytnete, abyste získali souhlas a práva k licencování obsahu službě Shutterstock. Smlouvy s majitelem objektu jsou vyžadovány pro všechny lokality a objekty, které jsou v soukromém vlastnictví. Smlouvy ke stažení najdete ve svém profilu Shutterstock.”

Práce s modely

Nespoléhejte jen na přátele. Využívejte agentury, castingy, sociální média i přátele, abyste našli správné lidi na spolupráci. Vždy mějte připravenou smlouvu s modelem, kdyby se naskytla příležitost.

Práce v terénu

Pokud pracujete v terénu, mějte připravené smlouvy s majitelem objektu. Dávejte pozor na místa, kde se fotografovat nesmí, abyste neplýtvali časem a penězi na obsah, který nebude přijat.

Obsah bez smluv s rozpoznatelnými lidmi nelze přijmout.



5 důvodů odmítnutí snímků

Naši kontrolori zodpovídají za kontrolu kvality a uplatňování zákonných požadavků a redakčních standardů. Tady jsou nejčastější důvody odmítnutí obsahu a řešení, která byste si měli zapamatovat.

1. **Smlouvy: Nesprávné nebo chybějící smlouvy s modelem a majitelem objektu**

Řešení: Vždy mějte připravené smlouvy s modelem a před odesláním si ověřte fakta.

Kvalita: Obsah se špatným zaostřením, kompozicí, nasvícením nebo s šumem.

Řešení: Před pořízením snímku si na našem blogu přečtěte rady a tipy a před jeho odesláním jej zvětšete a zkontrolujete, zda neobsahuje vady.

Kvalita videí: Klipy obsahují viditelný šum, pixelaci nebo kompresní artefakty.

Řešení: Podívejte se na výukové materiály na našem kanále YouTube. Před odesláním zkontrolujte kvalitu na mobilu a počítači.

2. **Metadata: Irelevantní klíčová slova a metadata v jiném jazyce než angličtině.**

Řešení: Před odesláním použijte náš nástroj pro klíčová slova a zkontrolujte, jestli jsou všechna klíčová slova přesná.

3. **Autorská práva a duševní vlastnictví: Snímky a klipy obsahující duševní vlastnictví nebo materiály chráněné autorskými právy**

Řešení: Přečtěte si informace v článku Známa omezení snímků. Zkontrolujte, že snímky a klipy neobsahují žádné rozpoznatelné stopy odkazující na existující objekty komerčního vlastnictví.

Ochranné známky a autorská práva

Obsah nahrávaný pro stock nemůže obsahovat žádné rozpoznatelné stopy odkazující na existující značku, firmu nebo slavný design. Takový obsah by mohl představovat porušení práv a bude proto odmítnut.

- Přečtěte si informace v článku Známa omezení snímků.
- Neodesílejte snímky izolovaných objektů, které mohou odkazovat na konkrétní produkt nebo službu.
- Pokud snímek obsahuje sporné prvky nebo postavy chráněné autorskými právy, při postprodukci je odstraňte. Tipy, jak to udělat, najdete na našem blogu.



Vysvětlení autorských

Technicky vzato si zákazníci vaše snímky „nekupují“. „Licencují“ si je. Stále vlastníte práva na distribuci a zobrazování vašeho obsahu, ale licence dává zákazníkovi svolení vaše dílo použít.

Pokaždé, když si zákazník snímek ze služby Shutterstock licencuje, dostanete autorský poplatek.

Všechny typy licencí a související částky autorských poplatků najdete v našem přehledu příjmů na submit.shutterstock.com/earnings_schedule





Slovníček

Přispěvatel

To jste vy. Přispěvatel je fotograf, tvůrce videí, skladatel nebo ilustrátor, který tvoří a přispívá do služby Shutterstock.

Bez autorských poplatků

Když si zákazník licencuje váš snímek, může ho použít vícekrát bez dalších poplatků.

Předplatné

Zákazníci se mohou zaregistrovat k měsíčnímu předplatnému, které jim umožňuje stahovat obsah denně. Každé stažení vám přináší příjem.

Stock

Výraz, který se v oboru používá pro obsah určený k licencování. Snímky mohou pocházet od kohokoli, od špičkových profesionálů po širokou veřejnost.

Komerční použití

Označuje snímky používané v reklamách, na obalech výrobků a v dalších marketingových kanálech k propagaci zboží nebo služby. Jsou vyžadovány smlouvy.

Redakční použití

Označuje téma nebo událost pro zpravodajství a nesmí se používat pro komerční účely bez svolení subjektu.

Autorská práva

Forma právní ochrany, která autorům tvůrčího díla dává exkluzivní právo na zobrazování, reprodukci, distribuci a finanční prospěch z díla, které vytvořili.

Metadata

Informace o snímku. Za metadata se považují například klíčová slova použitá k popisu snímku.



Jste připraveni začít přispívat do služby Shutterstock?

Připojte se k naší komunitě přispěvatelů a během pár minut můžete začít vydělávat jako kreativní umělec.

Přejděte na submit.shutterstock.com a začněte vydělávat na své tvůrčí práci.

Potřebujete další tipy?

- Zaregistrujte se nebo se přihlaste submit.shutterstock.com
- Centrum podpory pro přispěvatele shutterstock.com/contributorsupport
- Blog pro přispěvatele shutterstock.com/blog/contributors
- Výuková videa Shutterstock youtube.com/channel/UCKyVN7fBTaQ3np4W007IK9A
- Seznam Co fotit shutterstock.com/explore/the-shot-list
- Stáhněte si aplikaci pro přispěvatele shutterstock.com/explore/contributor-mobile-app

