

shutterstock®

**Slik lykkes du  
som bidragsyter**





## Om Shutterstock

Vi er stolte over å støtte et globalt samfunn av talentfulle bidragsytere som skaper innhold kundene våre kan stole på.

- + 550 000 bidragsytere
- + USD 800 millioner betalt til bidragsytere
- + 245 millioner bilder
- + 13 millioner videoklipp

Og i stadig vekst. Mer enn 1,5 millioner unikt nytt materiale legges til ukentlig.





## Bidragsterne våre

På bidragstermarkedsplassen vår legges det ut materiale av fotografer, videografer, illustratører og komponister fra hele verden.

Shutterstock har plass til alle – Derfor spiller det ingen rolle om du er nybegynner eller har bred erfaring.

### **Du starter raskt å tjene penger**

Vi legger bare ut materiale med høy kvalitet, og tilbyr en rask og enkel behandling av opplastinger, innsendelser og godkjenning.

### **Behold friheten din**

Du eier innholdet du lager. Nyt friheten et ikke-eksklusivt partnerskap gir deg.

### **Nyskapende teknologi**

Vi forsøker alltid å finne nye måter vi kan forbedre opplevelsen til bidragsterne våre på. Dette inkluderer appene våre for iOS og Android.

### **Viktige verktøy som hjelper deg med å lykkes**

Vi deler det kundene våre søker etter, slik at du kan ligge i forkant av de nyeste trendene. Sjekk nøkkelordverktøyet og topplisten vår





# Hva er «Stock»?





## Hva er «Stock»?

«Stock» (varelager) henviser til alt innholdet som er klart for brukere til å kjøpe og bruke. Dette inkluderer bilder, videoer, lydklipp eller illustrasjoner.

Når du lager stock-innhold, eller velger å laste opp arkivert innhold, gir dette deg en mulighet til å lisensiere innholdet ditt.

### Det beste?

Innholdet kan selges om og om igjen, sånn at du kan tjene penger på stock-innholdet ditt i mange år framover.





## Dette søker kundene etter

Søkedata og tilbakemeldinger gjør at vi vet hva kundene leter etter. De søker etter stock-innhold som inneholder disse kvalitetene.



### Autentisitet

Bilder som illustrerer hverdagslivet. Bilder som illustrerer hverdagslivet, akkurat som det skjer. Bilder og videoer av ekte øyeblikk.



### Mangfold

Variert innhold som inkluderer mennesker fra forskjellige aldersgrupper, kjønn, seksuelle legninger og etniske opprinnelser.



### Sted

Forretningsmøter i London og Tokyo kan være forskjellige. Vis lokal kultur.



### Variasjon

Vis forskjellige og unike variasjoner av den samme scenen, sånn at kundene har mange alternativer.



### Kreativitet

Unike bilder. Det unike innholdet ditt har verdi hos oss.





## Finn inspirasjon

Her er seks ting som kan få gang på de kreative ideene dine.

### 1. Sosiale medier

Populære emner er et flott sted å starte.  
Finn oss på @ShutterstockContributors på Instagram.

### 2. Nyhetene

Hva fokuserer mediene på? Populære destinasjoner, arrangementer eller mennesker.

### 3. Motetrender

Hvilke farger er populære? Hvilke klær har folk på seg?

### 4. Teknologi

Vi er alltid på jakt etter nye bilder av det nyeste og flotteste innen teknologi.

### 5. Høytider og feiringer

Hvilke populære arrangementer finner sted i området ditt eller dit du reiser?

### 6. Kunst og kultur

Følg med på det som skjer i gallerier og museer. Oppdag både nye og gamle ting.

## Lag bilder som faktisk selger

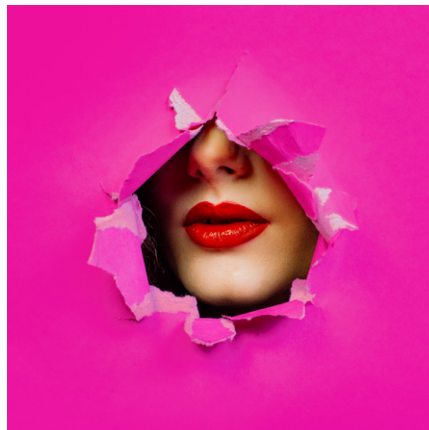
Vi skiller oss ut fra tradisjonelle varelagre. Shutterstock er interessert i bilder som forteller og selger historier.

Innhold som tjener penger har følgende kjennetegn.

**Kvalitet:** Bildet ditt er tydelig og i høy oppløsning.

**Fleksibilitet:** Innholdet kan brukes i mange hensikter.

**Unikhet:** Du har laget og lastet opp en helt unik scene.





## Lag illustrasjoner som selger

Kundene våre søker etter illustrasjoner som brukes til mange forskjellige forretninger og kreative hensikter.

Slik lager du ting som selger.

**Tilpassingsevne:** Innholdet kan brukes i forskjellige design, hvor det forteller forskjellige historier.

**Stiliserte elementer:** Vurder å laste opp teksturer, bevegelser, bakgrunner, tekst og rammer.

**Vær en trendsetter:** Med litt talent og inspirasjon kan du bli en trendsetter.



## Lag videoer som faktisk selger

Det kan ta noe lenger tid å lage stock-videoer, men du får bedre betalt for disse. Slik lager du en video som selger.

### Kvalitetsutstyr:

DSLR gir deg mer kontroll og filmalternativer. Kundene foretrekker å kjøpe materiale som minst er i 4K-kvalitet.

### Ambisiøs hverdag:

Film hverdagen. Morgenkaffen. Tur med hunden. Fortell en vakker historie.

### Bruk det du har:

Bor du på et unikt sted? Film det. Unike situasjoner og steder gir skaperne en fordel.







## Tenk på dette for å selge mest mulig

### 1. Kommersiell verdi

Jo mer bruk forskjellige brukere har for bildet, desto større kommersiell verdi har det.

### 2. Forskjellige steder

Bilder som viser bestemte steder fra forskjellige synsvinkler. Det kan bl.a. være en japansk bonde som samler inn salt langs Suzu-kystlinjen.

### 3. Plass til tekst

Kunder kjøper ofte innhold for annonsebruk. Prøv å lage bilder med nok plass for kjøperen til å legge inn tekst.

### 4. Følelser

Bilder som viser følelser. Glade, triste og hverdagslige øyeblikk..

### 5. Ekte øyeblikk

En livsstil som kan være ettertraktet, men balansert i autentiske bilder og videoer som viser hvordan livet egentlig er. Lag innhold som føles realistisk og oppnåelig.



**Slik sender du inn  
til Shutterstock**





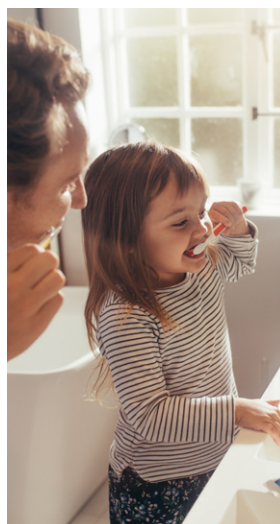


## Slik sender du inn første gangen

- 1. Les Shutterstocks retningslinjer for innsendelse**  
Disse retningslinjene forklarer hvilket innhold som er passende å laste opp samt juridiske rettigheter og ansvarsområder.  
[submit.shutterstock.com/guidelines](https://submit.shutterstock.com/guidelines)
- 2. Evaluer innholdet ditt**  
Har bildet ditt kommersiell verdi?  
Kan det bli brukt til annonser eller i en redaksjonell sammenheng?  
Da bør du laste opp innholdet!
- 3. Sjekk kvaliteten før du laster opp**  
Se en forstørret versjon av bildene dine. Se til at bildene ikke har støy eller mangler før du laster dem opp.
- 4. Inkluder passende metadata og nøkkelord**  
Bedre nøkkelord = bedre salg. Se til at nøkkelordene dine beskriver hvert bilde nøyaktig.
- 5. Send inn**  
Send inn når du er fornøyd. Last opp innholdet ditt på [submit.shutterstock.com](https://submit.shutterstock.com)

Når opplastingen er ferdig bør du følge med i innboksen din for å se om innholdet er godtatt. Du må ikke miste motet hvis noe av innholdet ditt blir avvist. Bruk dette som noe konstruktivt, slik at du kan sende inn bedre bilder neste gang!





## Bruk av nøkkelord

Nøkkelord er ord kundene kan bruke når de søker etter bildene dine. Her er noen tips om hvordan du kan skrive gode nøkkelord.

### 25-45 nøyaktige nøkkelord

Per bilde. Inkluder flere nøkkelord, som «sandstrand» eller «organisk salat».

### Tenk som en kunde

Forestill deg en person som kan tenke seg å laste ned bildet ditt. Hva søker vedkommende etter?

### Unike overskrifter og beskrivelser

Vær konkret og beskrivende. De bør være så nøyaktige som mulig. Ikke lag en generell overskrift!

### Ikke spam

Irrelevante nøkkelord sender innholdet ditt til feil kunde, noe som resulterer i færre potensielle salg.

### Beskriv mennesker på en nøyaktig måte

Ikke beskriv mennesker generisk. Vær beskrivende om modellene dine og angi etnisitet, kjønn og alder.





## Slik jobber du med modell- og eiendomsklareringer

En modellklarering er et dokument du legger ved en modell, og denne gir deg tillatelse og rettigheter til å lisensiere innholdet til Shutterstock. Eiendomsklareringer kreves for alle privateide steder. Klareringene kan lastes ned på Shutterstock-profilen din.

### Slik jobber du med modeller

Ikke nøy deg med venner. Kontakt byråer og spør folk du treffer på gaten, på sosiale medier samt venner og familie for å finne de rette personene. Ha alltid en modell-klarering klar hvis det oppstår en mulighet.

### Slik arbeider du på stedet

Hvis du lager materiale på steder er det viktig at du har eiendomsklareringer tilgjengelige. Finn ut om steder godtar fotografering før du kaster bort tid og penger på innhold som ikke godtas.

Innhold kan ikke godtas hvis du ikke har innhentet passende klareringer for mennesker som kan gjenkjennes.



## 5 grunner til at bilder avvises

Innholdsvurderingsmedarbeiderne våre er ansvarlige for kvalitetskontroll og at de juridiske og redaksjonelle standardene opprettholdes. Her er noen av de viktigste grunnene til at innhold avvises, og hva du kan gjøre for å løse problemet.

**1. Klareringer: Feilutfylte eller manglende modell- og eiendomsklareringer**

Løsning: Ha alltid modellklareringer klare og sjekk disse raskt før du sender inn.

**2. Kvalitet: Innhold med fokus-, komposisjon-, lys- eller støyp problemer.**

Løsning: I bloggen vår kan du lese forskjellige tips om ting du bør tenke på før du tar et bilde eller lager en video. Her finner du også info om hvordan du kan forstørre bildet ditt og sjekke det for feil før innsendelse.

**3. Videokvalitet: Klipp som inneholder synlig støy, pikselering eller kompresjonsartefakter.**

Løsning: Vi har lagt ut flere veiledningsvideoer på YouTube som kan hjelpe deg. Sjekk kvaliteten på mobilen og datamaskinen før du sender inn.

**4. Metadata: Irrelevante nøkkelord og metadata som ikke er på engelsk.**

Løsning: Bruk nøkkelordverktøyet vårt før du sender inn, og se til at alle nøkkelordene er nøyaktige.

**5. Opphavsrett og intellektuell eiendom: Bilder og klipp som inneholder intellektuell eiendom er materiale med opphavsrett**

Solution: Sett deg inn i de kjente bildebegrensningene. Se til at det ikke er noen referanser til nåværende kommersielle eiendommer.



## Varemerker og opphavsrett

Ved opplasting til «stock» kan du ikke inkludere noen henvisninger til en eksisterende merkevare, selskap, bedrift eller berømt design. Dette kan føre til rettighetsbrudd og avvising av innholdet ditt.

- Les listen vår over kjente bildebegrensninger
- Ikke send inn bilder av isolerte gjenstander som kan henvise til et bestemt produkt eller en tjeneste.
- Hvis bildet ditt har tvilsomme elementer eller tegn med opphavsrett kan du fjerne disse i etterproduksjonen. I bloggen vår finner du mange tips om hvordan du kan gjøre dette.





## Slik fungerer royalties

Teknisk sett «kjøper» ikke kundene bildene dine. De «lisensierer» dem. Du eier fortsatt rettighetene til å distribuere og vise frem innholdet ditt, men en lisens gir kunden tillatelse til å bruke arbeidet ditt.

Du mottar derfor en royalty-avgift hver gang en kunde lisensierer et av dine Shutterstock-bilde.

Du kan se alle lisenstypene våre og tilknyttede royalty-beløp på inntektsoversikten vår: [submit.shutterstock.com/earnings\\_schedule](https://submit.shutterstock.com/earnings_schedule)







## Ordliste

### **Bidragster**

Dette er deg! En bidragster er en fotograf, videograf, komponist eller illustratør som lager ting for og bidrar til Shutterstock.

### **Royalty-fritt (RF)**

Når en kunde lisensierer et bilde fra deg kan vedkommende bruke dette bildet mange ganger uten å måtte betale mer.

### **Abonnement**

Kundene våre kan registrere seg for et månedlig abonnement som gir dem tillatelse til å laste ned innhold daglig. Hver nedlasting genererer inntekter for deg.

### **Stock**

Bransjebegrepet for stock-samlinger. Bilder kan komme fra alle – fra fagfolk til hobbyfotografer.

### **Kommersiell bruk**

Henviser til bilder som brukes i annonser, produktemballasje og andre markedsføringskanaler for å reklamere for en vare eller tjeneste. Klareringer er nødvendig.

### **Redaksjonell bruk**

Viser et nyhetsverdig emne eller arrangement og kan ikke brukes i kommersielle formål hvis emnet ikke godtar dette.

### **Opphavsrett**

En form for juridisk beskyttelse som gir forfatterne av et kreativt arbeid en eksklusiv rettighet til å vise, reproducere, distribuere og tjene penger på arbeidet sitt.

### **Metadata**

Informasjon om et bilde. Nøkkelord som beskriver et bilde er f.eks. metadata.



## Er du klar for å sende inn til Shutterstock?

Bli med i bidragsytersamfunnet vårt, sånn at du raskt kan begynne å tjene penger som en kreativ kunstner.

På [submit.shutterstock.com](https://submit.shutterstock.com) kan du begynne å tjene penger på det kreative arbeidet ditt.

### Trenger du flere råd?

- Registrer deg eller logg på [submit.shutterstock.com](https://submit.shutterstock.com)
- Bidragsyterstøttesenteret [shutterstock.com/contributorsupport](https://shutterstock.com/contributorsupport)
- Blogg for bidragsytere [shutterstock.com/blog/contributors](https://shutterstock.com/blog/contributors)
- Shutterstock-veiledninger [youtube.com/channel/UCKyVN7fBTaQ3np4W007IK9A](https://youtube.com/channel/UCKyVN7fBTaQ3np4W007IK9A)
- Topplisten [shutterstock.com/explore/the-shot-list](https://shutterstock.com/explore/the-shot-list)
- Last ned bidragsyter-appen [shutterstock.com/explore/contributor-mobile-app](https://shutterstock.com/explore/contributor-mobile-app)