

Павел Злобин

КУДА ПОДАТЬСЯ МОЛОДОМУ?



**СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ЗАРАБОТКА
НАЧИНАЯ СО ШКОЛЬНОЙ СКАМЬИ**

Павел Злобин

**Куда податься молодому?
Современные методы заработка
начиная со школьной скамьи**

«Издательские решения»

Злобин П.

Куда податься молодому? Современные методы заработка начиная со школьной скамьи / П. Злобин — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-900165-8

Дорогие мои мамы и папы, можно сказать коллеги, не мне вам рассказывать, что нынешнее поколение детей совершенно не похоже на нас с вами в детстве. Да и мир, окружающий нас вокруг, совершенно другой, нежели в нашем детстве. Технологии сменяют одна другую с безумной скоростью, и как тут не запутаться. Специально для Вас и Ваших детишек в этой книге я собрал наиболее перспективные методы заработка без особых затрат. Более того, использовать их дети могут, начиная со школьной скамьи.

ISBN 978-5-44-900165-8

© Злобин П.
© Издательские решения

Содержание

Введение	6
1. Фотостоки	8
1.1 Что это?	9
1.2 Инструменты	10
1.3 Что делать?	11
1.4 Реклама	12
1.5 Успех	13
2. Фотограф	14
2.1 Что это?	15
2.2 Инструменты	16
2.3 Что делать?	17
2.4 Реклама	18
Конец ознакомительного фрагмента.	19

Куда податься молодому? Современные методы заработка начиная со школьной скамьи

Павел Злобин

Автор обложки Павел Алексеевич Злобин

© Павел Злобин, 2017

ISBN 978-5-4490-0165-8

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение

Дорогие мои мамы и папы, можно сказать коллеги, не мне вам рассказывать, что нынешнее поколение детей совершенно не похоже на нас с вами в детстве. В отличие от спокойного размеренного прошлого, современный мир с каждым годом бежит все быстрее и быстрее. Технологии и инновации, опережая одна другую, входят в нашу жизнь, накрепко переплетаясь с обыденностью. Упрощают, автоматизируют, заменяют столь привычные нам профессии и должности, на протяжении веков остающиеся неизменными. Некоторые из них являлись для нас эталонными и заветными, другие приемлемыми и наиболее массовыми, ну а третьи унизительными и незавидными. Но сейчас все смешалось. В этой круговерти тяжело разобраться не то что нам взрослым, но и нашим детям, несмотря на их просвещенность в новых технологиях. Более того, масса информационно развлекательного мусора, доступного в неограниченном количестве через ТВ и интернет, еще более усугубляет ситуацию.

Именно поэтому я, не совсем взрослый и далекий от нынешних трендов и способов заработка, но все же родитель, решил систематизировать и написать для вас, а точнее для ваших детей, данную книгу. Рекомендую ее к прочтению сначала взрослым, чтобы вы сами узрели разнообразие возможных наиболее экономичных вариантов развития вашего чада, а потом и им самим, чтобы уже непосредственно детки выбрали свое по душе. Возможно и то, что вы сами пересмотрите свои ориентиры, это для меня будет самая большая награда. Сразу предупреждаю, обращаться в данной книге я буду по большей части к детям.

Хочу подчеркнуть именно тот факт, что данную книгу я рекомендую к прочтению со школьной скамьи, с 8 или 9 класса, а в некоторых отдельно взятых случаях, и того раньше. В то время, когда ваши детки переживают переходный возраст и в их головках формируются те интересы, которые останутся с ними на всю жизнь. И дай Бог, эти интересы будут из этой книги, нежели с улицы. Ведь представьте, какую базу знаний, интересную им, они будут иметь к совершеннолетию. Эта информация и в сравнение не пойдет с той, которую они будут получать многим позже в ВУЗе на той специальности, к которой подтолкнете их вы. Ну а если же специальность будет однообразна с их выбором в книге, то представьте, насколько они преуспеют в учебе и жизни. То, что им могут рассказывать на лекциях в теории, они познают ранее на практике.

Кроме того, обещаю со своей стороны выбрать три раздела, которые на мой взгляд, являются самыми перспективными в разрезе ближайших лет.

Сама структура каждого раздела будет разбита на несколько основных пунктов, которая за исключением некоторых из них, будет сохраняться почти везде. А именно:

- что это? Пункт, описывающий основную информацию о каждом разделе;
- инструменты. Пункт, рассказывающий посредством каких инструментов, сайтов, программ и устройств вы будете заниматься развитием своего дела в каждом разделе;
- что делать? Пункт описывающий, что непосредственно вы будете делать, выбрав каждый раздел. В основе лежит сегментация, которая разбивает каждый из них на группы, одну или несколько из которых вы возьмете за основу;
- реклама. Основные моменты и направления в продвижении каждого из разделов;
- успех. Истории людей или бизнесов, которые уже достигли больших высот в каждом из разделов. Данный пункт является неким мотивирующим «пинком», заряжающим энергией и побуждающим к действиям. Но ввиду сокрытия информации, к сожалению, не в каждом из разделов получилось привести наиболее открытые и полные примеры. Прошу не судить меня за это строго;
- рекомендации. Согласно моему обещанию о тех разделах, которые я посоветовал бы вам выбрать, я выделю три из них и в конце каждого, вы сможете найти этот шестой пункт.

Итак, с вашего позволения начнем.

1. Фотостоки

В последние годы, техника развивается семимильными шагами. В частности те же фотоаппараты представляют собой сложнейшие устройства, все более стирающие грань между профессионалами фотографами и любителями. Еще более эта грань становится прозрачна при оценке качества фотографий, использующихся для продажи на фотостоках. Более того, смартфоны становятся с каждым днем лучше, и зачастую на стоки принимаются работы с них. А доступность и компактность делает их все более серьезным конкурентом профессиональным фотоаппаратами. Это все дает дорогу тем, кто хотел заниматься фото, но не мог в силу нехватки оборудования или квалификации, теперь все намного проще и путь на стоки открыт.

1.1 Что это?

Давайте разберем, что же такое фотостоки? Грубо говоря более понятным языком, это сайт. Сайт-посредник, на который фотографы выкладывают свои лицензионные и оригинальные работы, а покупатели, заходя на него, покупают их. В данном случае сайт получает большую часть денег от продажи, а фотограф довольствуется остатком. Свою выгоду преследует и покупатель, приобретая оригинальное изображение, что в разы дешевле фотографа в собственном штате или даже подрядчика. Примером такого сайта может быть, например Shutterstock. На мой взгляд, именно он является лидером в этом деле. Еще несколько таких сайтов я приведу далее.

1.2 Инструменты

Как вы думаю, догадались, в данном пункте я предлагаю развиваться посредством фото-съёмки для фотостоков. Что нам понадобится? Конечно без фотоаппарата или смартфона с хорошей камерой, не обойтись и это в данном случае, будет большая, если не единственная статья затрат. Кроме того, потребуется пакет стандартных графических программ. Конечно, для начала хватит и Photoshop, который можно найти бесплатно в интернете, но в дальнейшем, возможно, потребуются редакторы векторной графики. Про ноутбук или компьютер я вообще молчу, подразумевая их наличие за должное. Ну а далее YouTube вам в помощь, сотни уроков и десятки вебинаров бесплатно обучающих этому делу. А также не забудьте свое терпение и упорство, без них можете закрыть книгу и идти расклеивать объявления или играть в компьютер. Отмечу, согласно установленному порядку повествования в каждом разделе, подразумевается использование историй успеха, потому далее в одном из пунктов будет указана ссылка на мотивирующий пример уже успешно работающих фотостокеров.

Помимо самого фотоаппарата и необходимой техники, обязательно стоит указать и те сайты и площадки, на которых вам необходимо будет продавать ваши работы. Не буду вдаваться в тщательное описание каждой из них ввиду огромного количества, приведу лишь основные с краткими комментариями. Первой из них идёт Shutterstock.com. На данный момент общепризнанный мировой лидер. Есть некое подобие экзамена, который придется пройти. А именно отправить туда несколько тестовых фотографий. Завершив который, можно приступать к работе. Следом идут менее популярные, но в совокупности своей приносящие, в том числе хороший доход. Это Fotolia, IStok, Crestock и BigStockPhoto.

На самом деле таких сайтов огромное количество, но пока вы не наберете некую массу своих работ, я советую вам не расплываться и уделить внимание основным.

1.3 Что делать?

Лучше всего ответ на этот вопрос, можно получить, если зайти на один из фотостоков. Ну а если не отвлекаться от чтения, то для понимания напишу и здесь. По сути, выкладывают все, начиная от пейзажей и тематических красивых видов, заканчивая предметной фотосъемкой и съемкой людей. Данные фотографии требуются очень часто для разных нужд, например, какая-то организация проводит рекламную кампанию и приобретает ваши изображения. Таким образом, фотографии могут попасть на рекламные проспекты или какие либо статьи известнейших мировых компаний. Лично я встречал работу своего знакомого стокера в качестве оформления одной из статей Google. И да, для меня ранее это было шоком, поскольку я думал, что у такого гиганта должна быть собственная служба занимающаяся этим. Но как оказалось у них такая большая потребность в аналогичных фотографиях и иллюстрациях, что своими силами ее удовлетворить не получается, да и зачем собственно, когда мир предлагает такие инструменты как фотостоки.

Задаваясь вопросом «что фотографировать?», стоит обратиться к золотому принципу любой деятельности, так называемой сегментации. Кстати очень подробно этот термин описан в моей книге, найти в сети которую вы сможете под названием «Тотальная сегментация», ну или же вкратце прочесть в соответствующем пункте почти в самом конце. Говоря простым языком, выбирая темы для своего фоторужья, стоит понимать рынок, потребности клиентов. Что сейчас в тренде и находится на пике популярности, а что, напротив, в самом низу. На это и направлена сегментация, призванная раздробить на части весь рынок и точно удовлетворять потребности. Касаясь данного пункта фотостоков приведу пример. Возьмем тему бизнеса и фото людей, изображающих деловые встречи и рабочие процессы. Популярно? Да, безумно. Но фотостоки просто трещат от огромного количества такого контента. Стоит ли лезть в эту тематику? Однозначно да, но предварительно сегментируя данную сферу более тщательно. Разбив на части, вы можете увидеть, что например ругающихся людей на работе не так много, но при этом эта тема популярна. Тогда лезем туда и т. д. Ну или пример попроще, поскольку фото людей потребует собственно наличие этих самых людей, да ещё и в рабочей одежде на соответствующем фоне. Выделяя сегменты, можно фотографировать эмоции или жесты, что более просто. Казалось бы чепуха, но вы точно поймёте, что ошибались, когда дойдёте до последнего пункта в этом разделе, а именно истории успеха.

1.4 Реклама

Для тех, кто решит заниматься только фотостоками, данный пункт наверное не совсем актуален. По крайней мере, до тех пор, пока вы не прочтете один важнейший и сногсшибающий секрет или иначе говоря, секретный код, что я описал в конце. В начале же пути вам вполне будет достаточно только стоковых сайтов и в подтверждение моим словам, успешная история одного из представителей сферы далее.

1.5 Успех

В данном пункте, очень мотивирующем, по моему мнению, я рассмотрю историю человека, который уже успешно работает с фотостоками, причем средств вырученных от данной деятельности получается гораздо, гораздо больше, чем при работе на дядю. В сфере фотостокowego бизнеса это самый успешный и самый оплачиваемый фотограф, имя его Юрий Аркус. Начав не так давно, в 2005 году в возрасте 26 лет, студент, журналист и фрилансер достиг поистине ошеломляющих результатов, а именно продаж более 2000 фотографий в сутки на сумму более 80 000 долларов. Описывая его результаты, меня охватывает дрожь. Его специализация, это теплые снимки излучающие восторг и радость. И вначале фотографировал он свою девушку Сесиль. На мой взгляд, это ошеломляющий результат и достойнейший пример. И что восхитительно, большую часть вырученных средств он направляет на благотворительность.

2. Фотограф

Описывая первый пункт данной книги, затрагивающий фотостоки, я еле держался, чтобы не упомянуть параллельную сферу деятельности, а именно услуги фотографа. Зачастую именно она стоит в фундаменте фотодеятельности, ну а стоки используют, как дополнительный заработок. Но я не зря выделил фотостоки в отдельную группу, ибо есть люди занимающиеся только ими.

2.1 Что это?

Далее я опишу подsegmentы и направления в фотографии, которые вы можете выбрать и сделать основными, либо развиваться во всех, являясь универсалом.

Ну, начну, наверное, с самого популярного направления, а именно свадебных фотографов. Те, кто уже прошел на жизненном пути свою свадьбу, не понаслышке знают о хороших заработках фотографов. Есть ли те люди, далекие от фото бизнеса, которые услышав преискуррант, не задавались бы вопросом: «За что??? За что вы берете такие деньги???». Например, в моем городе фотографы берут от 20 000 рублей за рабочий день, при средней заработной плате в районе 30 000. Если просчитать трудозатраты, в совокупности с обработкой, у фотографа уйдет в районе трех полных восьмичасовых рабочих дня, на практике и того меньше, зависит от количества фотографий. И это при условии огромнейшего спроса с реальным дефицитом в моем городе. Одна моя знакомая, обзванивая фотографа лишь на регистрацию, прежде чем найти этого героя, прозвонила и переписалась с порядка 30 мастерами. Более половины из которых просто сливали заказ, либо закручивали стоимость, откровенно не желая поднимать свою задницу ради такой мелочи. Но, не смотря на кажущуюся легкость, я предупрежу, я никоим образом не хочу вас убеждать в легкости заработка в этой сфере, везде своя работа и свой труд. Порой этот труд может быть гораздо большим, чем вы привыкли. Для кого-то покажется легкостью обработка по ночам сотен фотографий, а для кого-то общение с заказчиком и нахождение в окружении множества пьяных людей станет непреодолимым барьером. Выбирать вам.

Вот как раз для тех, у кого есть проблемы в коммуникациях, прекрасно подойдут фотостоки описанные в первом пункте. Но не стоит забывать о других фото направлениях, общение с людьми в которых сводится к минимуму. Рассмотрим далее.

Кроме свадебного направления, со всеми Love story, выездными фотосетами, Загсом и самим торжеством, есть множество других, и выделить их призвана сегментация. Бывает например предметная фотография. Довольно часто, компаниям необходимо прибегать к услугам фотографов для составления портфолио своей продукции и использования результатов в рекламе, на сайтах, прайсах и так далее. В данном случае они либо берут себе в штат такого специалиста, если конечно масштабы позволяют, либо ищут подрядчика, в том числе рассматриваются и частные лица. Большую часть времени в данном случае, фотограф проводит с продукцией. На мой взгляд идеальный вариант. Есть и те, кто специализируется только на фотографировании детей, детских праздников и целых семей, или те, кто трудится на очень многолюдных событиях, будь то концерты, выступления, спортивные мероприятия, выборы, митинги и так далее. Повторюсь, выбирать вам.

2.2 Инструменты

Равно, как и в первом пункте, тут вам не обойтись без фотоаппарата. Но вот далее, если углубляться в более профессиональное познание среды, уже идет множество различных прищечек и приспособлений, как жизненно необходимых, так и просто полезных. Это могут быть различные штативы и держатели, вспышки и фонари, отражатели и огромное количество линз разного назначения. Для предметной съёмки обязательно понадобится световой куб, а быть может и поворотный стол, а для работы в ночных клубах специальные подсветки и вспышки для темных помещений. Вариаций множество, их вам предстоит познать в случае становления на этот путь. И чтобы вы не раскисали, далее можете прочесть мотивирующие примеры уже давно успешных представителей профессии.

2.3 Что делать?

Согласно тем пунктам, которые я привел в начале книги, в этом следует указать то направление фотографий, которыми вы будете заниматься. Конечно, в большинстве случаев это будет свадебный бизнес и свадебная фотосъемка. Несомненно, выделять сегменты бизнеса нужно и тут, это будут различные Love Story, непосредственно сами свадьбы, регистрации в ЗАГСе или выездные, мальчишники и девичники.

Помимо свадебного сегмента и его подсегментов, нельзя забывать и о других возможных путях развития. Как я уже говорил, это могут быть сегменты: детских праздников и праздников вообще, корпоративов, предметной фотосъемки, фотосессий, спортивных событий и т. д.

2.4 Реклама

В отличие от фотостоков, где ваши работы продвигают сами стоковые площадки, здесь вам придется потрудиться. Очень редко, ваши снимки сами собой могут подхватываться СМИ и за счет этого формировать спрос. Но в большинстве своем это только тяжелый труд.

С чего же начать? Рассмотрим менее затратные и почти бесплатные инструменты. Кстати, если вы определились и решили встать на путь фотографа, то подходя к этому пункту в принципе примерно должны понимать, в каком сегменте будете двигаться.

Ну, во-первых, это социальные сети. Тут возможности довольно широки. Начать стоит с ВКонтакте, создав персональную страницу или переоформив свою, и создав сообщество. Некоторые создают десятки сообществ под каждый сегмент, и это очень эффективно, при условии постоянного внимания, обновления и контроля данных групп. Буквально перед этим советую вам просмотреть топовые группы из выдачи поиска по вашему городу на тему фотографий в целом, а также по вашему выбранному сегменту. Это делается для того, чтобы вам было гораздо легче. Вы будете примерно понимать, как сделано у конкурентов, чего у них плохо и неудобно, а что напротив, выделяется в положительную сторону. В дальнейшем используя эти знания при оформлении или создании технического задания дизайнеру. Ну а по сути же, становясь на этот путь, услуги дизайнера вам и не понадобятся, поскольку вы и так начнете осваивать Photoshop. Я настоятельно советую открыть пару уроков в YouTube и сделать аватарку и меню для ВКонтакте и прочим социальным сетям самим. Кстати говоря, про анализ групп конкурентов в вашем городе, обязательно стоит проверить их на предмет неотвеченных на стене или в обсуждениях вопросов людей. Очень часто администраторы групп не успевают проверять их, поэтому клиентов довольно легко проинформировать самостоятельно. По опыту другого бизнеса скажу, что данная работа очень эффективна.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.