

Vendere Foto Online

Impara. Fotografa. Guadagna.

Foto  [guadagnare.com](https://www.guadagnare.com)



Paolo Gallo

Grazie!

Non potrò mai ringraziare abbastanza tutti i lettori del blog www.fotog guadagnare.com che con i loro commenti, le loro riflessioni e le domande scomode mi hanno convinto a scrivere questo eBook.

Puoi copiarlo quante volte vuoi e darlo a chi preferisci, purché tu lo faccia gratuitamente.

In questo eBook sono contenuti alcuni link di affiliazione: se li utilizzerai permetterai al blog di continuare a vivere e offrire informazione utili a tutti i lettori.

Ti ringrazio se vorrai usare un minuto del tuo tempo per lasciare un commento sul blog: li leggo tutti, cerco di rispondere a tutti e spesso ci riesco.

Quindi non avere paura di passare a dire *Ciao!*

Paolo di www.fotog guadagnare.com

Contenuti

Da passione a guadagno	4
Cosa trovi in questo eBook?	6
10 immagini che hanno venduto	8
Vendere foto online: le 10 cose da ricordare	35
La cassetta degli attrezzi	38

Da passione a guadagno

Vuoi diventare milionario facilmente lavorando da casa 5 minuti al giorno, se ne hai voglia, facendo quello che ti piace e quando ti piace?

Bene: **E' IMPOSSIBILE!**

Ti posso invece assicurare che è possibile trasformare la tua passione per la fotografia in un secondo stipendio e magari con il tempo farla diventare la tua fonte di reddito principale. Insomma: guadagnare con la propria passione fotografica.

Mi chiamo Paolo Gallo e sono un fotografo specializzato nella vendita di fotografie ad agenzie microstock. **Vendo circa 1300 fotografie al mese** presso le principali agenzie del settore e pubblico con il brand PerseoMedusa.



Puoi trovare le mie fotografie online su [Shutterstock](#), ma anche su [Depositphotos](#) oppure [Dreamstime](#), tutte agenzie di fotografia microstock dove le mie immagini sono acquistabili dai clienti 24 ore su 24, qualsiasi giorno dell'anno, anche mentre dormo. Ho iniziato quest'attività in modo part time nel 2008 contemporaneamente al lavoro d'impiegato e progressivamente (ma anche inaspettatamente) ne è nata un'attività imprenditoriale che si è consolidata portandomi ottime soddisfazioni.

Nel settembre 2013 ho creato **il blog dedicato alla fotografia microstock** www.fotoguardagnare.com dove aiuto altri fotografi a fare il mio stesso percorso.

Questo ebook è gratuito e ripropone parte del materiale della serie di post **Vendere foto online** pubblicata a partire da settembre 2013. Si tratta di una scommessa fatta proprio con il nascere del blog, dove per la prima volta ci si proponeva con una serie di articoli di fare un percorso inconsueto presentando fotografie che avevano venduto nelle agenzie, altre meno, e cercando di capirne assieme i perché. E' un approccio inedito sul web e i risultati in termini di numero di lettori sono andati ben oltre le aspettative.

Ma c'è di più. Quella che hai davanti agli occhi è la seconda edizione di questo eBook e, rispetto alla precedente, contiene:

- **Dati aggiornati sulle vendite e sui guadagni ad aprile 2015.** Questo è importante perché ti permette di capire quanto può rendere una singola immagine sul mercato nel lungo periodo. E' la prima volta che su un blog italiano sono resi pubblici dati con questo livello di dettaglio.
- **Link rivisti e corretti**, inclusi nuovi strumenti online utili alla tua attività di fotografo microstock.
- **Più fotografie analizzate**, soprattutto tra quelle che *non hanno funzionato* e che ci permettono di capire meglio il mercato.

Grazie ancora a tutti coloro che hanno contribuito con i loro commenti a sviluppare gli argomenti di settimana in settimana. Ho imparato da voi sicuramente più di quanto ho insegnato.

Paolo

30 aprile 2015

Cosa trovi in questo eBook?

Vendere foto online è uno degli argomenti più ricercati per chi s'interessa di fotografia online e, per molti, rappresenta una reale speranza di affiancare una seconda entrata economica utilizzando la propria passione a uno stipendio principale. Magari con l'intenzione di avere un hobby che si ripaghi, oppure con l'ambizione di avere un giorno una professione di fotografo a tempo pieno.

Personalmente, qualche anno fa, avevo iniziato a vendere fotografia sui siti microstock [Shutterstock](#), [iStockphoto](#) e [Fotolia](#) per cercare una motivazione a migliorare le mie capacità di fotografo. Non so dire se l'obiettivo sia stato raggiunto e preferisco considerarmi un eterno studente di fotografia, ma di sicuro qualche risultato economico tangibile mi è arrivato assieme alla soddisfazione di sapere che qualcuno, dall'altra parte del mondo, ha scelto di acquistare proprio la mia immagine tra tante altre.

A prescindere dalle ragioni personali, quello che avrei voluto trovare qualche anno fa all'inizio della mia avventura come fotografo online erano indicazioni chiare su quali fotografie vendono e perché vendono. Tutto si riassume in una frase: **fare delle fotografie che funzionano**. Perché vendere online delle fotografie va oltre il concetto di bella fotografia e oltre l'espressione artistica del fotografo. Vendere una fotografia vuole dire soprattutto **sapere proporre un prodotto che risolva il problema a un cliente**, che sia illustrare una brochure di un'agenzia viaggi oppure sintetizzare in un'immagine un concetto.

Da qui nasce l'idea originale (ancora unica nel mondo del web, per il momento) di dedicare una serie di dieci post a immagini che hanno provato con i numeri di avere funzionato.

Essendo piuttosto difficile trovare dati completi a totale disposizione del pubblico, utilizzerò **dieci mie immagini** che nel corso dei precedenti anni hanno venduto (oppure, al contrario, non hanno venduto affatto) presso diverse agenzie online di fotografia microstock.

In questo percorso, ogni singola immagine sarà sottoposta a un esame di cinque punti chiave.

1. **Dati di vendita:** quanto ha venduto, quanto è stata scaricata e in quanto tempo
2. **Dati di scatto** e postproduzione
3. **Il momento creativo:** com'è nata, perché si è accesa la lampadina sopra la testa?
4. **Perché questa immagine?** La selezione: perché non un'altra versione?
5. **Perché funziona?** Ma anche perché non funziona?

E' un percorso nuovo in un blog nuovo, ma di sicuro è un percorso interessante. Tutte le immagini utilizzate in questo percorso sono state da me realizzate negli scorsi anni e saranno illustrate non per vanto personale, ma semplicemente perché questo mi permette di avere l'accesso completo ai cinque punti sopra anticipati.

In particolare, gli aspetti relativi ai **dati di vendita** incutono sempre un certo timore nell'essere resi pubblici da parte del fotografo e un aspetto come quello della **selezione dello scatto** è spesso trascurato. Ritenevo invece che questi punti fossero importanti e pertanto li renderò pubblici.

Credo profondamente nel mettere in condivisione le reciproche esperienze e per non riempire questa pagina di parole senza azioni sarò io per primo a mettere a disposizione di tutti una parte del mio percorso.



Questa è la prima delle dieci fotografie che saranno presentate in questo eBook. Lo scopo è quello di **analizzare cosa funziona** e cosa no in una serie di immagini che hanno dato prova di riuscire a vendere bene on line.

Parlo specificatamente di fotografie che funzionano, non di belle fotografie. Il mercato della fotografia stock, infatti, si nutre di fotografie che abbiano certe caratteristiche utili a risolvere il problema del cliente più ancora che belle fotografie aventi valenza artistica.

Alla ricerca dell'anima della Scozia

Quest'immagine è stata messa online nell'ottobre 2010 su diverse agenzie di fotografia microstock, in primis [Shutterstock](#), [iStockphoto](#) e [Fotolia](#). L'immagine ha venduto fino ad oggi per circa 756 \$ (USD, tutte le cifre presentate in questo eBook saranno riportate in dollari americani per ragioni di praticità). E' stata acquistata 1434 volte e i clienti che l'hanno comprata del 56% delle volte cercavano la keyword Scotland, seguita nel 10% da Scottish.

I dati di scatto sono le mie impostazioni da combattimento, sempre pronto per ogni evenienza: scatto rigorosamente RAW, ISO 100, priorità d'apertura a f/8.

La bella giornata di sole permetteva tempi sufficientemente rapidi per evitare qualsiasi effetto mosso. La macchina è una [Canon 5D MKII](#) con obiettivo tuttofare Canon 24-105 serie L. La postproduzione è per me sempre minima e abbastanza standard. Utilizzo Lightroom 5 e normalmente intervengo aumentando contrasto, chiarezza e saturazione a livelli di buon senso.

Nella fotografia Microstock non servono immagini belle. Servono immagini che funzionano.

A volte ritaglio l'immagine eliminando dai bordi i particolari che distraggono ma avendo cura di non tagliare più del 10% circa dell'immagine. Di fatto, uso Photoshop in rarissime occasioni (quasi mai per il microstock) e non lo ritengo uno strumento indispensabile.

Il **momento creativo** in cui è nata questa fotografia arriva durante un viaggio estivo in Scozia. Assieme alla fidanzata decidiamo di andare a vedere gli Highland Games, una serie di eventi sportivi che in tutto il mese di agosto coinvolge buona parte della Scozia. Durante questi eventi gli sfidanti si confrontano sia in prove sportive, sia in prove di danze tradizionali, sia in prove musicali. Mi aveva colpito il taglio perfetto dell'erba del prato sul quale si svolgevano le sfide delle bande di suonatori di cornamusa e mi piaceva il contrasto con il colore rosso dei gonnellini.



Ho scattato circa una cinquantina di fotografie di gonnellini scozzesi e dettagli di mani/piedi di suonatori.

Tra le tante c'è anche quella che vedi qui sopra. Sebbene questa seconda immagine abbia venduto qualcosa (neanche lontanamente paragonabile alla prima), penso che il taglio della scarpa del primo suonatore a sinistra (errore non voluto) e la scelta di un'inquadratura diagonale un po' eccessiva (scelta compositiva possibile ma secondo me non così efficace in questo contesto) abbia penalizzato la seconda immagine e altre simili rispetto a quella di apertura articolo.

E allora perché ho comunque fatto l'upload dell'immagine che vedi qui sopra anche se non funziona? Perché ai tempi non lo sapevo che non sarebbe funzionata!



Peccato che non abbia venduto...

Anche l'immagine che vedi sopra fa parte della stessa serie delle due precedenti, ma non ha venduto nonostante le mie buone aspettative. Mi piace molto l'aspetto compositivo e lo spazio per l'eventuale testo lasciato sulla sinistra della fotografia (*copyspace*). Tuttavia una serie di elementi sono intervenuti a limare le vendite.

Tra gli altri:

- Immagine scura: uno stop di luminosità in più avrebbe aiutato
- Il bordo in alto avrebbe dovuto essere tagliato, eliminando la linea dell'orizzonte

Perché funziona? Funziona perché racconta una storia (in questo caso un paese) dicendo il minimo indispensabile. Durante questi eventi la tentazione potrebbe essere quella di includere troppi stimoli in una fotografia, mentre in questa immagine è raccontato nel modo più semplice possibile un dettaglio tipico che rimanda allo stereotipo della Scozia. I colori saturi, specialmente i rimandi al rosso, aiutano a vendere. Come dice lo stilista Valentino: se una donna vestita di rosso entra in una stanza tutti si voltano a guardarla. Dico io (dopo alcuni anni di bastonate nel microstock): se in una serie di fotografie mostrate su un monitor ce ne sono alcune rosse, l'occhio dell'acquirente va in quella direzione.

Questo scatto poteva anche essere migliore: se i suonatori in primo piano fossero stati tre anziché quattro probabilmente l'immagine avrebbe funzionato anche meglio. Ho infatti avuto modo di constatare che un numero di elementi dispari in primo piano (tipicamente tre o cinque) rendono la composizione molto più accattivante per l'acquirente.



La maggior parte delle volte non serve avere idee geniali per realizzare uno scatto che vende. E' molto più importante avere un occhio fotografico sviluppato e una sensibilità nel **cogliere il momento**.

E' il caso di questa immagine, realizzate in una situazione del tutto casuale e non in studio.

Insomma: come tante cose nella vita, bastava pensarci!

Una pizza Margherita da 440 euro

Questa immagine è stata messa in vendita a novembre 2011, ha avuto fino a oggi 466 download e ha realizzato complessivamente circa 440 \$. La si trova in vendita su oltre 20 agenzie di microstock e macrostock, ma vende principalmente su [Shutterstock](#) e [Fotolia](#).

Nota a margine: queste due agenzie sono rispettivamente la mia prima e seconda agenzia per numero di vendite sul totale di quelle con cui collaboro. Per chi dovesse iniziare oggi a vendere fotografie online, suggerisco vivamente di prenderle in considerazione come quelle dalle quali cominciare.



Gli scatti totali sono stati una decina. Il soggetto non è interpretabile più di tanto (alla fine è sempre una pizza: la puoi fotografare dall'alto, di lato, poi finisce lì...).

Nella fotografia qui sopra l'inquadratura posiziona la foglia di basilico seguendo la regola dei terzi (ad un terzo dal bordo sinistro ed un terzo dal bordo superiore dell'immagine), è armoniosa ma non ha venduto quanto l'immagine di apertura post.

Il motivo del diverso successo dei due scatti è un fenomeno che ho visto piuttosto spesso nelle fotografie che vendono molto: **su forme rotonde** o su un punto d'interesse piccolo e tondeggiante il **taglio quadrato** dell'immagine risulta più armonioso.

L'immagine naturalmente ha venduto, come era immaginabile, tra chi cercava la parola pizza (34% degli acquirenti cercavano questa parola chiave) e margherita (13% degli acquirenti).

I **dati di scatto** sono leggermente diversi dai miei soliti: l'impostazione a priorità di apertura diaframma e la modalità RAW rimangono le mie preferite. Ho però dovuto alzare gli ISO a 400 (con una [Canon 5D MKII](#) mi permette ancora di avere un disturbo digitale accettabile) e aprire il diaframma a f/5.6. La cosa più importante è stata trovare un tavolo della pizzeria in prossimità di un'area luminosa ma ombreggiata in modo uniforme. Questo vi dice quanto sia paziente la mia fidanzata a sopportare uno che quando va in pizzeria sceglie il tavolo in base alla luce.

Il **Momento creativo** arriva durante le vacanze estive, in una pizzeria sull'Isola di Capri, dove assieme alla suddetta fidanzata decidiamo di mangiarci una pizza anche dopo avere valutato i prezzi dei ristoranti in zona.

Arriva la desiderata pietanza (una pizza margherita nel napoletano: voto in fantasia zero, ma tanto tanto buona) e l'occhio fotografico mi si sofferma sulla foglia di basilico centrale. Un po' ci speravo che la pizza fosse bella da fotografare e la posizione del tavolo era stata scelta per questo, ma la foglia di basilico mi permette di avere un punto su cui focalizzare l'attenzione dell'osservatore.

Macchina fotografica immediatamente fuori dalla borsa e vai con una serie di scatti, tra le espressioni non più di tanto stupite dei camerieri che mi avranno preso per il solito turista tedesco che fa le foto da far vedere al ritorno in patria.

Perché funziona? Il primo motivo è il taglio quadrato su un soggetto circolare. In particolare, il punto di attenzione della foglia di basilico. Un secondo motivo è da ricercare nel contrasto tra i colori: il verde spicca dalla fotografia dicendo all'occhio dell'osservatore "guarda qui!". Ha inoltre aiutato la ridotta profondità di campo, che limita il focus solamente alla foglia di basilico e a qualche pomodorino sulla mozzarella.

Fotografie a taglio quadrato di soggetti circolari. Funziona!

Il concetto di pizza è profondamente diverso tra Italia e resto del mondo. Basta fare un viaggio negli Stati Uniti per rendersi conto di quanto siano distanti queste due pizza-filosofie.

Essendo il mercato microstock degli Stati Uniti molto sviluppato, ritengo decisamente facile per noi italiani riuscire a piazzare fotografie di un prodotto che fa parte del loro immaginario ma che normalmente vedono proposto in modo diverso.



Peccato che non abbia venduto...

Quest'immagine (giustamente) non ha venduto. Il motivo è semplice: l'illuminazione è terribile. Questa fotografia è stata scattata utilizzando la luce ambiente non diretta proveniente da una bella giornata di sole.

Tuttavia, la parete colorata con toni caldi a fianco del tavolo ha fatto un disastro. Non ho avuto la prontezza di allontanare immediatamente il soggetto dalla parete e solo dopo mi sono accorto che buona parte delle fotografie che avevo scattato (fortunatamente non tutte) avevano una doppia illuminazione: toni caldi dalla parete, toni più freddi dalla luce ambiente. Quand'è così c'è veramente poco da fare per recuperare un'immagine...



I dati di scatto di questa fotografia sono quelli per me generici: formato RAW, se la giornata è di sole utilizzo priorità di apertura diaframma con diaframma f/8, ISO 100, senza treppiede. Obiettivo standard: Canon 24-105 serie L montato su macchina full frame Canon 5D MKII.

Per la postproduzione ho utilizzato Lightroom (non utilizzo praticamente mai Photoshop e penso che serva in rarissimi casi). Ho aumentato contrasto e saturazione sempre secondo buon senso.

Andiamo ad Amsterdam. Oppure no?

L'immagine che vedi sopra è stata messa online nell'agosto 2010, fino ad oggi ha realizzato circa 550 \$ ed è stata scaricata poco più che 1000 volte. Come al solito, leader delle vendite è l'agenzia microstock [Shutterstock](#) seguita a breve distanza da [Fotolia](#).

Gli acquirenti di questa immagine cercavano nel 79% dei casi la keyword Amsterdam, seguita nel 10% dei casi da Windmill (mulino a vento). E qui c'è già un primo punto interessante su cui riflettere: questa immagine non è di Amsterdam. Si tratta di un bellissimo paesino situato a 20 minuti di treno da Amsterdam chiamato Zaansche Schans e che sembra uscito da un libro delle fiabe.



L'immagine che vedi qui sopra è ripresa dallo stesso punto di scatto di quella di apertura post, stessa identica postproduzione e con qualche secondo di distanza tra i due scatti. Ma i risultati economici sono stati opposti.

La prima fotografia è stata scaricata oltre mille volte, quella qui sopra è stata accettata dalle varie agenzie poiché non aveva evidenti difetti ma di fatto non ha mai venduto. Penso che la differenza sia semplicemente nel numero dei soggetti principali. Sono convinto che una composizione di tre (o cinque) soggetti dia alla fotografia un'armonia maggiore rispetto a quella a due soggetti.

Questo ci dice una prima cosa importante: **gli stereotipi vendono**. E vendono di più fotografie di posti idealizzati (come ci immaginiamo che Amsterdam sia) rispetto a posti reali (Amsterdam ha mulini molto meno spettacolari di quelli della fotografia). L'acquirente non vuole la realtà, vuole la rappresentazione ideale della realtà perché lo aiuta a comunicare meglio al grande pubblico.

Il **Momento creativo** arriva diversi giorni prima dello scatto in questione: arriva addirittura prima della partenza del viaggio. Mi ero informato dal mio comodo salotto di casa e dalla mia comoda tastiera del pc su quali erano i mulini più belli di Amsterdam. E' una ricerca che faccio sempre prima di partire per un viaggio: guardo quelle che sono le fotografie ed i temi più interessanti di un luogo per poi organizzare la scaletta del mio viaggio anche in base alle esigenze fotografiche. Nello specifico, mi mancava l'immagine da cartolina. Amsterdam aveva diversi mulini, ma io cercavo proprio l'immagine da fiaba...



Peccato che non abbia venduto...

Anche l'immagine che vedi sopra è stata scattata a pochi secondi dalle precedenti e circa nella stessa posizione, tuttavia le vendite sono state scarse.

Ci sono due elementi che concorrono a fare di questa immagine uno scatto meno accattivante di quella di apertura:

- Il **numero pari** di mulini: uno, tre, cinque mulini sarebbero stati più armonici da osservare
- La **prospettiva**. Se osservi l'immagine di apertura i tre mulini sono disposti armonicamente secondo distanza proporzionale. Nell'immagine di sopra la distanza tra il terzo e quarto mulino è troppa: non riempie l'immagine a dovere.

In sintesi: in dieci minuti mi sono reso conto che bastava prendere il treno che parte dalla stazione centrale di Amsterdam, spostarsi di qualche chilometro e avere il soggetto ideale a disposizione.

Perché funziona? L'immagine di apertura post è come ci si immagina Amsterdam (attenzione: non com'è Amsterdam!). La composizione e il gioco prospettico sono buoni, i colori saturi ma non eccessivi. Scurire leggermente il cielo verso un blu più saturo è spesso utile anche quando le condizioni meteo sono buone come in questo caso. Penso che il vero segreto del successo di questa immagine non sia stato né la realizzazione, né la postproduzione. Il segreto è stato spendere 10 minuti prima di partire per un viaggio per cercare cosa volevo fotografare nella comodità di casa mia.

Tre punti da ricordare:

- Soggetti dispari in fotografia sono più armonici all'occhio dell'osservatore.
- Anche in condizioni di buona luce saturare i colori non guasta, in particolare il blu del cielo.
- La parte più importante di una fotografia a volte è lo studio casalingo prima di partire per un viaggio



Dati di scatto.

Formato file RAW, priorità di diaframma a f/8, tuttavia per evitare l'effetto mosso in un interno della cupola buio (a parte il raggio di sole e la sua proiezione) è stato necessario alzare gli ISO a 400.

Alzare gli ISO non è una scelta che consiglio, ma in questo caso è stato essenziale per portare a casa la fotografia. Il vero problema di questo tipo di immagini è la postproduzione: agli ispettori microstock non piace il disturbo digitale (*noise*).

Interno del Pantheon di Roma

Una giornata soleggiata ha aiutato ad avere un bel raggio di sole che entrava in modo netto e diagonale dalla cupola del Pantheon di Roma. Questa fotografia ha realizzato 170 \$ dal marzo 2012 ad oggi ed è stata scaricata 216 volte. Chi l'ha cercata e acquistata ha utilizzato le keywords pantheon nel 38% delle volte e Rome nel 37%.

Qui c'è un elemento interessante: i nomi di città italiani sono utilizzati come keyword prevalentemente nella loro versione inglese. La keyword Roma non è praticamente cercata, mentre Rome risulta essenziale per la vendita. Frutto di una società (e di un mercato fotografico) anglocentrico!

Adobe Lightroom è uno strumento essenziale per il fotografo microstock

Per la postproduzione utilizzo normalmente Adobe Lightroom (in questo caso la sua versione 4) innanzitutto perché mi permette di lavorare facilmente su grandi quantitativi d'immagini contemporaneamente. Penso che Lightroom sia veramente necessario per chi si occupa di microstock in modo serio anche perché uno dei segreti per avere successo in questo settore fotografico è proprio quello di essere in grado di **produrre costantemente grandi quantitativi d'immagini**. In questa immagine è evidente come Lightroom permetta di recuperare i dettagli delle zone scure di una scena ad alto contrasto in modo veramente soddisfacente. Al momento dello scatto non ero sicuro che ne sarebbe risultato qualcosa di utilizzabile per il microstock, ma lo strumento per schiarire le ombre di questo software ha fatto un buon lavoro.

Il **momento creativo** arriva, un po' come per tutti i turisti, all'ingresso del Pantheon di Roma dove in modo naturale ci si ritrova a naso all'insù ad ammirare questa meraviglia. Ci si rende subito conto di essere in un posto speciale (sono un torinese innamorato di Roma), ma da fotografo ci si rende anche conto che magari non si è portato un grandangolo sufficientemente ampio da inquadrare tutto l'interno della cupola. E' il mio caso.



L'immagine delle due colonne del Pantheon che vedi sopra fa parte della medesima serie. E' un'immagine che mi piace molto, ma che non ha trovato il favore del pubblico.

E' probabile che la scelta dell'inquadratura sia sbagliata.

- Non è sufficientemente ampia da descrivere dove siamo e caratterizzare l'ambiente.
- Non è sufficientemente dettagliata da essere utile come uno sfondo, un background, una texture...

Insomma: uno scatto che non si vende.



Perché questa immagine e non un'altra?

La verità è che della serie di circa venti scatti realizzati all'interno del Pantheon avrei scommesso su due. Il primo è quello di apertura articolo, che ha venduto discretamente, il secondo è quello qui di sopra.

Il mistero non è tanto il perché la prima abbia venduto, ma perché la seconda non ci sia riuscita. A prescindere dal fatto che la seconda mi piace di più, mi sembra anche che funzioni meglio da un punto di vista microstock rispetto alla prima.

Qual è la ragione per la quale la prima vende e la seconda no? Mi spiace, ma questa volta non ne ho idea. A volte cerchiamo una spiegazione fotografica quando questa non c'è. Nulla di più facile che la seconda sia andata online in un momento diverso e più sfortunato rispetto alla prima immagine e pertanto sia stata annegata nel mare delle proposte fotografiche relative alla keyword Pantheon.

In questi casi si sceglie il dettaglio più rilevante, che è proprio il raggio di luce della fotografia di apertura articolo.

Perché funziona? Funziona perché racconta il particolare più caratterizzante dell'interno del Pantheon. Sebbene abbia rimpianto di non avere avuto un grandangolo più spinto, la verità è che avrei incluso più cose nello scatto perdendo di incisività. Il secondo motivo per il quale funziona è che in postproduzione è stato fatto il piccolo miracolo digitale di riuscire a recuperare i dettagli scuri.



Dati di scatto

Nulla di particolarmente ricercato: priorità di diaframma e f/8. Essendoci un alto contrasto tra i limoni in primo piano ed il cielo chiaro sullo sfondo, sapevo già al momento dello scatto che avrei dovuto lavorare in postproduzione con Lightroom per recuperare quanto più dettaglio possibile.

Ho ringraziato il sensore full frame della mia Canon 5D MKII che, scattando a ISO 100 e in modalità rigorosamente RAW, ha permesso di recuperare tutto quello che si poteva in termini di definizione.

I Limoni di Amalfi

Ci troviamo in un bel limoneto sulla Costiera Amalfitana. Questo scatto è stato distribuito nelle agenzie di microstock nel gennaio 2012 e ha realizzato complessivamente circa 340 \$ di vendite per un totale di 310 download. Le persone che hanno acquistato questa fotografia nel 48% dei casi cercavano la parola lemon, nel 31% tree e nel 5% citrus (che ci dà lo spunto per ricordare che è importante inserire anche il nome specifico e corretto delle piante e dei fiori che destiniamo al mercato microstock).

Il **momento creativo** arriva alla mattina verso le 07.00.



Perché proprio questa immagine?

L'immagine qui sopra fa parte della stessa serie, è stata azzeccata per la ridotta profondità di campo ma non convince come la prima.

La foglia in primo piano non perfettamente sana ed il limone in basso a cui sono state bruciate le alte luci (zona bianca senza dettaglio) l'hanno penalizzata anche se l'intenzione poteva essere buona.

Stavo riprendendomi dai postumi di una serata un po' movimentata, sdraiato sul sacco a pelo e nella mia tenda igloo. Ad un certo punto sento un botto sulla tenda e mi ricordo che, essendo sotto un limoneto, i limoni cadono. E, soprattutto, i limoni si fotografano! Armato di macchina fotografica, mutande e ciabatte esco dal mio rifugio e inizio il servizio fotografico al limoneto. Sono da ricoverare? Magari sì, ma so anche che molti dei fotografi microstock che stanno leggendo hanno gli stessi miei comportamenti irrazionali quando ti si accende la lampadina sulla testa. I fotografi microstock sono degli animali strani!

Ho scattato una ventina di fotografie del limoneto e circa la metà sono state distribuite (naturalmente, su [Shutterstock](#) e [Fotolia](#) ho avuto i risultati di vendita migliori). Onestamente non sapevo quante immagini avrebbero funzionato e se avrebbero venduto, ma ricordavo un principio letto in qualche libro di fotografia di cui ho perso memoria: se ci sono molti soggetti possibili in una fotografia, semplifica al massimo raggruppando e dando ordine. In questa immagine, la composizione vincente mi è venuta un po' per caso: due gruppi di tre limoni sono gradevoli da vedere e introducono ordine.

Perché funziona? A mio parere funziona per la composizione (due gruppi da tre limoni, introduce un ordine in una situazione che avrebbe potuto essere molto caotica per la marea di scelte possibili), per i colori saturi e complementari, per l'inquadratura della pianta dal basso, che ci permette di uscire dal già visto rispetto ad un limone fotografato still life con inquadratura laterale.



Il **momento creativo** arriva nel secondo pomeriggio, guidando dall'Isola di Skye verso il castello di Eilean Donan. Dovevo ancora trovare un bed and breakfast per la serata, quindi c'era una certa preoccupazione sul fatto che io e la gentile fanciulla che mi accompagnava avremmo dovuto dormire in auto o meno.

E' dura essere legata sentimentalmente ad un fotografo che ferma l'auto ogni 15 minuti, tira fuori il cavalletto e perde mezzora a scattare. Grazie Clara per la pazienza!

Uno dei più bei posti del mondo

Siamo nuovamente in Scozia, più precisamente vicino al famoso Eilean Donan Castle. Quello della fotografia qui a sopra non è il famosissimo castello in questione (avete presente la scena iniziale del film Highlander, l'ultimo immorale? Ecco: quello è l'Eilean Donan Castle!) ma si tratta di un piccolo rudere a circa un chilometro dalla famosa località.

Questa fotografia è stata distribuita nel novembre 2012, **ha realizzato fino ad oggi circa 390\$** e come al solito i campioni di vendita sono stati [Shutterstock](#) e [Fotolia](#). Il totale dei download è di 640 e nel 64% dei casi l'acquirente cercava la keyword Scotland, seguita nell'11% da Scottish.

Imposto gli ISO a 100 e memorizzo in file [RAW](#). Utilizzo la modalità priorità di diaframma e un buon treppiede (se stai viaggiando in auto il trasporto non è un problema). In questi casi chiudo l'obiettivo fino a f/11. Su due cose mi permetto di insistere.

In fotografia e nella vita la pigrizia non paga. Usa il treppiede!

Primo punto: lo so che il treppiede è scomodo, lo so che è una rottura di scatole, ma la differenza di risultato nella fotografia paesaggistica è enorme. Sia perché qualsiasi micromosso è ragione di scarto per chi scatta immagini destinate al mondo del microstock, sia perché ti obbliga a rallentare e ragionare sull'inquadratura che vuoi dare al soggetto.

Spesso questo secondo elemento è il più importante. Le macchine fotografiche digitali ci hanno abituati a sparare a raffica scatti su un soggetto e andare via, quando di fatto basterebbe rallentare (non di tanto: solo un po'), ragionare, riempire l'inquadratura... e avere un'immagine che vende dieci volte di più.

Il **secondo punto** che voglio sottolineare è che sebbene la profondità di campo sia importante nella fotografia paesaggistica, in linea generale sconsiglio di spingere la chiusura del diaframma oltre f/16.



Perché questa immagine e non un'altra?

Il motivo, come quasi sempre, è nell'inquadratura. E qui ritorna l'importanza del treppiede come strumento per rallentare e pensare.

Sebbene l'immagine dello stesso soggetto che vedi qui sopra abbia venduto qualcosa e non sia nel suo complesso malvagia, introduce troppi elementi.

Bello l'effetto prospettiva del sentiero, bello il lago, bello il rudere, bello il monte sullo sfondo... **troppa roba**.

Non funziona. Tanto che nel tentativo di includere tutto ho dovuto includere troppo prato, dando una sensazione di vuoto che con il senno di poi non è così gradevole.



Peccato che non abbia venduto...

L'immagine a fianco non funziona per due motivi. Infatti, non ha venduto.

Posizione del sole

Puoi avere anche un bel soggetto e tutta la potenza software che vuoi, ma se ti metti in controluce la parte dell'immagine in ombra non si riesce più a recuperare. In fotografia, la luce vince sempre.

Non contestualizza

Dov'è stata scattata questa immagine? In Scozia? Oppure in Lombardia? L'immagine di apertura capitolo richiama chiaramente il contesto del nord Europa, e per chi ha un po' di occhi direttamente la Scozia. Quella qui di fianco potrebbe essere stata scattata ovunque.

Andare oltre rischia di introdurre problemi di rifrazione della luce così elevati da perdere i dettagli dell'immagine, vanificando lo sforzo di aumentare la profondità di messa a fuoco.

Perché funziona? L'immagine funziona perché ci sono pochi elementi e chiari. Il riflesso del rudere, sommato all'altezza del rudere stesso, riempie in verticale l'inquadratura semplificando l'immagine e dando un messaggio all'osservatore più chiaro. E da qui, le due regole di composizione che in assoluto mi sono state più utili negli ultimi sette anni:

- 1) **Riempi l'inquadratura:** il soggetto deve quasi sfiorare i bordi della fotografia
- 2) **Regola dei terzi**



I **dati di scatto** sono quelli che utilizzo in situazioni a “rischio” dove sono costretto ad alzare gli ISO a causa della poca luce, pena ottenere uno scatto inutilizzabile.

Nello specifico, modalità RAW, ISO 400, priorità in apertura diaframma f/5,6.

Alzare gli ISO è un qualcosa che cerco di evitare sempre a causa dell'aumento considerevole del disturbo digitale, ma in genere è un fenomeno che (perlomeno sulla mia Canon 5D MKII) diventa percepibile passati gli 800.

Nella metropolitana di Parigi

Una fotografia dell'interno della metropolitana di Parigi. Possibile che un'immagine così semplice sia riuscita a vendere qualcosa?

Questa immagine è stata distribuita a gennaio 2012 e a oggi è stata acquistata 354 volte. Il maggior numero di vendite sono avvenute su [Shutterstock](#), [Fotolia](#), [iStock](#). Ad oggi la fotografia **ha incassato 320\$** e nel 34% dei casi l'acquirente cercava la parola Paris, nel 14% France e, sempre nel 14%, metro.

Al momento dello scatto non ero sicuro che sarei riuscito ad ottenere un'immagine utilizzabile per il microstock a causa della poca luce e degli alti ISO.



Perché questa immagine e non un'altra?

L'immagine che vedi qui sopra fa parte della stessa serie di quella di apertura di post, ma non funziona per due motivi. Il primo è il taglio verticale della fotografia, che non è coerente con la direzione del treno. Se il treno si muove longitudinalmente non ha senso uno scatto verticale, sembra quasi che interrompa il treno in movimento. Il secondo motivo è legato alla diversa stazione metropolitana in cui ho scattato. Nel primo caso ho potuto inserire anche la keyword di Montmartre (scritta sopra l'ingresso del tunnel), sito turistico sicuramente più interessante rispetto a La Chapelle, in cui ho realizzato il secondo scatto.

Quando visito città d'arte a piedi preferisco viaggiare leggero evitando di portarmi il treppiede. Nel caso specifico ho fatto molto affidamento allo stabilizzatore dell'ottica della [Canon 5D MKII](#) sperando che il sensore full frame non mostrasse troppo disturbo nonostante gli ISO a 400.

Ho avuto fortuna e vicino al punto dove volevo fotografare ho trovato un muro: ho appoggiato la spalla destra a muro e tenuto i gomiti attaccati alla cassa toracica, riuscendo ad avere un'immagine non mossa nonostante la poca luce.

Il **momento creativo** arriva, come spesso mi succede, a casa prima di partire per il viaggio, in questo caso Parigi. Come al solito stavo visionando un po' di immagini su [Shutterstock](#) per vedere cosa vendeva e cosa no.

Usando lo strumento [Picworkflow Research](#) (uno degli strumenti online più utili per confrontare domanda ed offerta su un tema fotografico) smanetto un po' per cercare nicchie fotografiche profittevoli. Sembrava veramente impossibile trovare un tema parigino non ancora strafotografato e per il quale esisteva un minimo di domanda. Dopo non poco tempo passato a cercare qualcosa di interessante mi rendo conto che le keyword "Paris underground" avevano su Pickworkflow un coefficiente superiore a 100 che, tradotto, vuole dire alta richiesta di mercato ma bassa offerta. Avevo trovato la nicchia di vendita!



I dati di scatto di questa immagine sono “comodi”, nel senso che la bella giornata di sole non poneva una situazione troppo sfidante al sensore full frame dalla Canon 5D MKII.

Impostazione a priorità di apertura f/11 per riuscire ad includere con una discreta nitidezza sia gli ombrelloni in primo piano, sia le case sullo sfondo. Sensibilità ISO regolata a 100, scatto in modalità RAW.

Tra gli ombrelloni di Positano

Dopo i limoni campani di qualche pagina addietro, ritorniamo in Costiera Amalfitana e andiamo a Positano. Questa fotografia è stata distribuita nell'aprile 2012 ed è stata **acquistata 176 volte** principalmente sulla triade [Shutterstock](#), [Fotolia](#) e [iStock](#). Come sempre, suggerisco a chi si affaccia al mondo della fotografia microstock di iniziare proprio da queste tre agenzie. Qualche tempo fa avrei consigliato un quartetto anziché un terzetto (includendo Dreamstime), ma non ho intenzione di suggerire un'agenzia della quale sono meno convinto che in passato. La fotografia ha incassato ad oggi circa **160 \$** e le keyword utilizzati dagli acquirenti sono state, nell'ordine: Coast 33%, Amalfitana 22%, Italy 11%.

Non basta un bel soggetto. Devi sapere uscire dalla massa.

Ho avuto cura di scattare da una posizione in ombra per aumentare il contrasto dell'immagine ed evitare quello spiacevole effetto slavato negli scatti delle giornate in piano sole. Hai presente quando guardi le foto delle vacanze e riconosci il posto ma i colori ti fanno pena per quanto sono piatti? Ecco, quella situazione lì!

Il **momento creativo** è arrivato dall'obbligo di dover presentare un qualcosa di un po' meno visto. In Costiera Amalfitana ovunque indirizzi la macchina fotografica puoi solo fare belle fotografie e, a meno che proprio non ti inquadri i piedi, tutti, ma proprio tutti, sono bravi fotografi.

Il tema vero è **come uscire dalla massa**. Per farlo sono ricorso a un concetto che ho notato mi ha aiutato a vendere molto negli scorsi anni: quello che del **"guardare attraverso"**. Mi spiego meglio.

Tutto quello che aiuta l'osservatore a sentirsi immerso nella scena aiuta a vendere. Può essere una selva boschiva che si interpone tra noi ed una chiesetta di campagna, oppure una vetrina di un negozio tra noi e il contenuto del negozio stesso, oppure delle gocce d'acqua su un vetro che ci divide da una coppia che si bacia... insomma, se tra noi ed il soggetto c'è un qualcosa che contestualizza ci aiuta a far sentire l'osservatore immerso nella scena.



L'immagine che vedi qui sopra non mi piace. Fa parte della stessa serie di quella che trovi nella pagina precedente e del centinaio di scatti che realizzo ogni volta che decido di fare un servizio fotografico su una località.

E' originale perché anche questa non include il mare ma solamente la collina su cui è arroccata Positano. Tuttavia, è talmente estranea al tema "mare" da escluderlo completamente.

I fiori in primo piano in basso contestualizzano il tema vacanziero, ma introducono più una barriera per l'osservatore che rendere attraente l'immagine.

Risultato: vendite prossime allo zero.



Perché questa immagine e non un'altra?

L'immagine che vedi sopra mi ha stupito. E' un'immagine della stessa serie delle due precedenti e sulla quale non avrei assolutamente scommesso. E' rimasta online per diversi mesi dormiente.

Improvvisamente incomincia a vendere e anche discretamente: è stata comprata 142 volte, per un guadagno totale di 136 \$. Stesse keyword delle precedenti due fotografie, stesso periodo di upload. Perché le vendite di questa fotografia sono partite in ritardo rispetto all'immagine di apertura capitolo?

La verità è che non lo so. So però che **nel lungo periodo conviene mischiare scatti più particolari** (immagine di apertura capitolo) **con immagini generiche** e un po' banali come quella che vedi qui sopra. Con le immagini generiche e *facili* di fatto compriamo un biglietto della lotteria: probabilmente non vinciamo, ma se vinciamo... finiremo per vendere bene.

In questo caso si tratta degli ombrelloni. Invece che riprendere, come di consueto, la graziosa località marina dall'alto e magari includendo un pezzo di mare (visto, rivisto e rivisto ancora) proviamo a metterci esattamente al contrario, con le spalle al mare fotografando la collina. E la spiaggia come la includiamo? Ne facciamo sentire la presenza, anzi, ci siamo dentro!

Riassumendo: perché l'immagine di apertura capitolo ha venduto?

- 1) Località stupenda. Ma non basta.
- 2) Necessità di cercare e creare un prodotto che si distingua.



I **dati di scatto** non sono troppo estremi pur trattandosi di un'area non ben illuminata. Questo grazie al fatto che in prossimità del soggetto sono riuscito a trovare una piccola scaletta sulla quale era presente una ringhiera. Appoggiando la macchina fotografica direttamente sulla ringhiera e utilizzando l'autoscatto per evitare il rischio di mosso sono riuscito ad avere una foto sufficientemente nitida ad apertura f/8, ISO 100, modalità RAW.

Dentro la fabbrica di birra

E adesso facciamo un po' di fotografia industriale. Ci troviamo all'interno di un birrificio storico del nord Europa e in una situazione un po' limite da un punto di vista di liberatoria fotografica (vedremo dopo il perché).

Iniziamo con il dare qualche dato: questa fotografia è stata messa in circolazione sul portfolio delle mie agenzie fotografiche ad agosto 2010, [Shutterstock](#) e [Fotolia](#) come al solito fanno la parte del leone. L'immagine è **stata venduta** complessivamente fino ad oggi **710 volte** ed **ha realizzato 590 \$**. Nel 29% delle volte l'acquirente cercava la keyword Beer, nel 19% Brewery.



Perché questa immagine?

L'immagine qui sopra fa parte della stessa serie ma non funziona.

Innanzitutto la postproduzione non è stata meticolosa come invece avrei dovuto fare (brutto quel pezzettino di muro sulla destra: bastava tagliarlo leggermente per confezionare meglio la fotografia).

Ma a prescindere dalla postproduzione c'è un problema di base: due luci con due temperature diverse. In primo piano abbiamo il riflesso sulla parte metallica di una luce calda dovuta ad una lampadina, sul fondo dell'immagine c'è la luce naturale proveniente dalla finestra più fredda.

Ho dovuto poi fare un po' di postproduzione per rimuovere il marchio di fabbricazione presente sul quadrante dei due manometri al centro dell'immagine. **Si tratta di uno dei rarissimi casi in cui ho utilizzato Photoshop:** normalmente, per chi fa soprattutto microstock, Adobe Lightroom basta ed avanza.

Il **momento creativo** in cui l'immagine è nata è stato piuttosto "a rischio". Quello che intendo è che, trovandomi all'interno di un luogo privato, di norma è necessaria una liberatoria qualora il luogo sia il soggetto dell'immagine e sia facilmente riconoscibile. In questo caso il soggetto dell'immagine non era il luogo, ma il macchinario.

Il vero problema è che il confine tra il consentito e il non consentito in questi casi è estremamente sottile. Se e quanto il soggetto della fotografia sia il macchinario (in questo caso non serve la liberatoria poiché i loghi e marchi erano stati rimossi) oppure l'ambiente in cui il macchinario si trova in realtà è un giudizio che da l'ispettore dell'agenzia di microstock e ci si rimette alla sua clemenza.

Sapevo di essere al limite per un'accettazione senza liberatoria, poteva andare bene oppure l'ispettore poteva bocciarmi la fotografia. Ci ho provato, ed è andata bene.

Questo non vuole dire fregarsene dei diritti di immagine delle proprietà altrui, che è priorità rispettare (anche perché altrimenti ti becchi una bella denuncia). Vuole dire utilizzare il buonsenso e valutare caso per caso.

Riassumendo: perché la prima immagine ha venduto?

1) **Prospettiva di tre elementi.** Il numero dispari rende più armonica una fotografia. Tre oppure cinque elementi compongono meglio un'immagine di due o quattro.

2) **Luce uniforme** in un contesto difficile (ho cercato di escludere la contemporanea presenza di luce naturale + luce artificiale calda)

3) **Semplicità.** Inquadrare poche cose premia sempre.

Prospettiva, luce, semplicità: tre elementi di sicuro successo

Un'ultima annotazione per quanto riguarda la cosa più importante in fotografia: la luce. E' veramente indispensabile partire da un'immagine che presenti fonti luminose tutte della stessa temperatura colore. Mischiare luce naturale con lampadine a incandescenza, magari mischiate a dominanti di colore derivanti dal colore delle pareti, ti porterà in un vicolo cieco.

Photoshop e Lightroom fanno quasi dei miracoli, ma non ancora quello di ricostruire una fotografia nata sbagliata in partenza.



Qui sopra puoi vedere un mio errore di gioventù. Per riuscire a ridurre i tempi di esposizione ed evitare il mosso, mi sono posizionato dove avevo maggiore luminosità introducendo delle finestre sullo sfondo.

Peccato che così facendo mi sono ritrovato con un conflitto tra le temperature dell'illuminazione naturale dietro le finestre e quella artificiale interna alla birreria.

Quando ti trovi in questa situazione diventa veramente difficile raddrizzare un'immagine che zoppica per motivi di temperatura colore non uniforme.

Insomma: ho fatto una brutta fotografia pasticciata.



La buona luce permetteva di non dovere utilizzare il cavalletto. Come puoi vedere il blu del cielo è molto profondo e la cosa è dovuta a:

1) Fortuna: il sole si trovava alle mie spalle e la parte più blu del cielo mi era di fronte

2) Ho leggermente saturato i colori, ma soprattutto ho abbassato selettivamente la luminosità sul canale blu mediante Lightroom. Non si tratta di interventi troppo invasivi (il rumore digitale nel cielo è rimasto quasi inesistente), ma la differenza sul risultato finale è enorme.

Colosseo con cielo blu

E siamo arrivati all'ultima delle 10 immagini che abbiamo esaminato assieme. Siamo a Roma (guardando la foto pensavi Tokyo, non è vero?) in una splendida giornata di sole, con una luce non troppo dura e in posizione giusta. Questa immagine è stata inviata alle agenzie a settembre 2011, ad oggi ha realizzato **380 \$** distribuiti in **352 download**. Se vogliamo fare una media grossolana tra tutte le agenzie e tutte le fotografie esaminate in questa serie, vediamo che nel lungo periodo il valore medio per singolo download si attesta a circa 1\$.

Nel 29% dei casi l'acquirente cercava la keyword Rome e nel 14% Colosseum. La cosa interessante è che la terza keyword per frequenza di ricerca è Roma (13%), scritto in italiano.

Nel dubbio: inserisci sempre il doppio nome delle città, in italiano e inglese

Come già avevamo accennato in precedenza, il mondo microstock è prevalentemente anglosassone e i nomi di città italiane nella versione inglese sono ricercati più del doppio rispetto a quelli italiani (e corretti). Può non piacere ai più patriotici, ma ricordiamocene quando inseriamo le keyword.

Il **momento creativo** arriva nel secondo pomeriggio di una calda giornata di agosto, quando il sole ha la gentilezza di posizionarsi più basso sull'orizzonte scurendo il cielo e ammorbidendo le ombre. Il problema vero era limitare l'effetto disturbo delle centinaia di persone e carrettini di souvenir che si trovavano in prossimità del monumento. La moltitudine di elementi da correggere era veramente eccessiva sia per pensare una lunghissima esposizione (per tentare di eliminare nella fotografia i passanti che si muovevano), sia per procedere in postproduzione mediante eliminazione di tutto ciò che disturbava (da impazzire!). Insomma: bisognava tagliare mediante l'inquadratura la parte più bassa del Colosseo, anche se la soluzione non mi convinceva troppo.

Perché l'immagine ha venduto? Penso che la ragione sia soprattutto legata al bel blu profondo del cielo (e qui molto ha fatto la fortuna). Insomma: come fotografi microstock riceviamo un mazzo di carte da gioco ogni volta che usciamo con la nostra fotocamera in borsa. E a volte siamo fortunati! Non ha senso lamentarsi del perché quel giorno le carte che ci sono state date non siano buone. Penso abbia molto più senso giocare al meglio.



La scelta di tagliare la base del monumento nella fotografia d'apertura non era per niente elegante, ma era il male minore.

Dovendo procedere in tal senso si può vedere come l'immagine qui sopra, facente parte della stessa serie, sia risultata veramente penalizzata da questo taglio.

L'immagine con inquadratura orizzontale presenta un Colosseo "basso e chiatto", mentre quella in apertura di capitolo limita i danni grazie al taglio verticale. Attenzione: non è l'immagine perfetta e ne sono consapevole, ma sicuramente funziona meglio di quella che vedi qui sopra visto che vende enormemente di più. E il mercato ha sempre ragione.

Vendere foto online: le 10 cose da ricordare

Dopo avere analizzato assieme 10 fotografie che hanno ottenuto buoni risultati di vendita nel mondo della fotografia microstock, siamo arrivati alla fine del nostro percorso. Prima di riassumere cosa abbiamo imparato in queste pagine, permettimi di consigliarti il blog www.fotoguardagnare.com che è la fonte principale di questo eBook.

In questo blog settimanalmente metto a disposizione tutta l'esperienza che ho maturato nel corso di sette anni dedicati alla fotografia microstock ma non solo. Racconto la storia dei miei successi ma soprattutto i miei fallimenti. Sono quest'ultimi, infatti, che possono esserti più utili per accorciare la tua strada nell'ottenere successo come fotografo.

E adesso riassumiamo cosa abbiamo imparato in questo eBook, magari aggiungendo qualcosa che mi sono dimenticato lungo la strada.

1. **Nel microstock le fotografie devono funzionare.** Il fatto che una fotografia sia bella o meno è una nostra opinione come fotografi e interessa a noi, ma al cliente finale interessa poco. Una fotografia per vendere deve risolvere un problema al cliente: rappresentare un concetto utile a una presentazione aziendale, descrivere un luogo per una rivista di viaggi, essere utilizzata su un sito internet di cucina...
2. **La formula che fa vendere nel mondo microstock**

**QUANTITA' + QUALITA' + NICCHIA DI MERCATO
=
TANTE VENDITE**

3. **Una buona fotocamera e un buon treppiede si ripagano in un anno di lavoro serio.**
4. **Il servizio fotografico microstock inizia a casa davanti al pc** quando si analizza il tema che si andrà a fotografare, in particolare cosa *tira* sul mercato e cosa no. Lo si può fare sia cercando le keyword giuste, sia andando a vedere i best seller delle vendite sui siti microstock più importanti.
5. **Scatta in RAW**, meglio a priorità di apertura, quando puoi a ISO 100
6. **Crea immagini ad alto impatto visivo:** colori saturi, immagini leggermente sovraesposte, il colore rosso aiuta a vendere.
7. **Divertiti.** Se non riesci a divertirti mentre fotografi, prepari le tue immagini, fai upload, scegli agenzie fotografiche... finirai per abbandonare.

8. Gli stereotipi vendono. Per illustrare Amsterdam, vendono di più le immagini dei mulini fuori Amsterdam che quelle della città stessa

9. Scegli le giuste agenzie di microstock su cui puntare: [Shutterstock](#), [Fotolia](#) e [123RF](#).

10. Le tre regole fondamentali per l'inquadratura:

- **Riempi l'immagine:** il bordo del soggetto deve quasi toccare il bordo della fotografia
- **Regola dei terzi**
- **Gli elementi dispari vendono,** soprattutto tre o cinque elementi simili nell'inquadratura

Il microstock è una maratona, non una gara sui 100 metri. I risultati concreti arrivano entro l'anno. Lavorando seriamente si può arrivare a pagarsi i viaggi e l'attrezzatura fotografica entro i due anni ma è solo dal terzo anno in poi che si può accarezzare l'idea di farlo diventare una professione.

Buona luce!

Paolo

La cassetta degli attrezzi

Clicca sul logo

Agenzie microstock consigliate

(in ordine di priorità)



Per inserire keyword



Per ricercare nicchie di mercato



Il migliore blog di fotografia microstock dell'Universo!



Vuoi diventare milionario facilmente lavorando da casa 5 minuti al giorno, solo se ne hai voglia, facendo quello che ti piace e quando ti piace?

Bene: **E' IMPOSSIBILE!**

Però ti posso assicurare che è possibile trasformare la tua passione per la fotografia in un secondo stipendio e con il tempo farla diventare la tua fonte di reddito principale.

Mi chiamo Paolo Gallo e sono un fotografo specializzato nella vendita di fotografie ad agenzie microstock. Vendo circa **1300 fotografie al mese** presso le principali agenzie del settore, pubblico con il brand PerseoMedusa e le mie fotografie sono acquistabili online dai clienti 24 ore su 24, qualsiasi giorno dell'anno, anche mentre dormo. Ho iniziato quest'attività in modo part time nel 2008 contemporaneamente al lavoro d'impiegato e progressivamente ne è nata un'attività imprenditoriale che si è consolidata portandomi ottime soddisfazioni.

Questo eBook nasce per aiutarti a trasformare la tua passione per la fotografia in guadagno, facendo cose che funzionano.

Foto  guadagnare.com

Impara. Fotografa. Guadagna.