

# Úspěšná cesta osmi let

Novou českou pobočku mezinárodní fotobanky 123RF jsme již představili v minulém čísle. Podívejme se nyní podrobněji, jaké má fotobanka vize a jak se daří rozjezd její lokalizované verze.



Abychom vám mohli mezinárodní fotobanku 123RF a především její lokalizovanou verzi blíže představit, připravili jsme rozhovor s panem Petrem Bílým, jednatelem společnosti Whitesoft, s.r.o., která je provozovatelem regionálního zastoupení pro Českou republiku a Slovensko.

Na úvod si shrňme základní fakta: fotobanka 123RF aktuálně disponuje více než devatenácti milióny fotografií, toto číslo navíc denně vzrůstá. Ale kvantita dozajista není to, co by fotobanku 123RF vystihovalo nebo ji odlišovalo od ostatních. Zajímavý je totiž až poměr kvality, užití snímku a ceny. Fotobanka 123RF přináší perfektní servis, komunikaci a podporu v češtině, přehledné licenční podmínky, české faktury atd. To vše za zlomkové ceny oproti konkurenci. 123RF již za 8 let působení na trhu dokázala expandovat do téměř 20 zemí. Tolik tedy stručně shrnutí a nyní slíbený rozhovor s Petrem Bílým o tématech, která zajímají odbornou veřejnost.

## Čím si vysvětlujete obří expanzi fotobanky, v podstatě „teprve“ osm let staré?

Bude asi dobré úvodem říci, že 123RF nijak neexpandovala sama, její rozvoj či expanzi má na svědomí především poptávka po fotografiích v rozumné kvalitě s možností použití pro tvorbu designu, ať již v printu, nebo online prostředí. To vše za vstřícné ceny. Od roku 2008 je často ve firmách pohlíženo na výdaje na reklamu poněkud jinou optikou. Budgety jsou silně ořezávány a často se skutečně šetří, kde se dá. My chceme nabídnout českým a slovenským designérům možnost alternativy za naprosto jiných finančních podmínek.

## Většina z nás má podobné zkušenosti, přesto by cena asi neměla být jediným... faktorem...

Přesně tak, je potřeba přiznat, že fotobanky 123RF ještě začátkem r. 2011 nebyl dostatek lokálních fotografií. Ono je fajn, že si můžete koupit fotografii za velice příznivou cenu, ale pokud jsou objekty na ní vysloveně „neevropské“, je její vyu-

žití dosti omezené. Proto bylo nutné zjednodušit a zoptimalizovat výkupní podmínky snímků, aby se mohlo zapojit více místních fotografů a byly spokojené všechny strany. Fotograf, který fotku vytvoří a designér, který ji může lépe použít.

Proto další fází této, jak jste řekl, expanze, bylo zaměřit se na lokální oblasti a nabízet obsah jim blízký a právě pro ně. Nikdo by si například v Polsku na zeď nechal kalendář s fotografiemi malajských Velikon. Proto bylo nutné tvořit regionální obsah a spolu s ním i regionální podporu. 123RF to dělá, působí v ČR, ve Francii, Itálii, Polsku a dalších zemích. Klienti tak vždy mluví vlastním jazykem, fakturace je lokalizovaná, licenční podmínky zcela transparentní a tudíž snadno čitelné. To u jiných fotobank často chybí.

## Když mluvíte o fotografiích z ČR – kolik máte fotografů, aktivně přispívajících do fotobanky?

Odpovím zcela přesně a použiji k tomu jednu cimrmanovskou parafrázi: „Je jich nepočítaně“. To číslo skutečně z hlavy nevím. V každém případě jejich počet stále roste, což se projevuje pozitivně na obsahu.

## Tak z opačné strany, kdo je typický uživatel, jak vypadá typický zákazník vaší fotobanky?

Není to tak jednoznačné. My jsme fotobanka otevřená všem skupinám uživatelů a naším primárním cílem je praktičnost s ohledem na realitu na trhu. Nakupují u nás webdesignéři na volné noze, a ti dobře vědí, že dobrý snímek je polovina úspěchu. Další skupinou jsou grafická studia a reklamní agentury. Tam ani tak nezáleží na velikosti společnosti, jako na velikosti realizovaného projektu. Množství zákazníků jsou designéři nebo grafici velkých firem, kteří u nás jednoduše najdou fotografie, které jinde nejsou.

Specifickou skupinu tvoří řada korporátních klientů, kteří nakupují stovky fotografií a ti samozřejmě potřebují obrovskou podporu a kvalitu – v dobách úspor pochopitelně i konkurenceschopnou cenu – což je přesně to, co u nás nacházejí. Daří se klientům nabízet vlastní řešení Corpora. Jde o speciální rozhraní foto-

banky, které je možné upravit dle potřeb klienta a jeho vizuálního stylu a také zde lze administrovat jednotlivé účty, delegovat možnosti stahování na jednotlivá oddělení ve společnosti, atd.

## Záběr se zdá být široký, čím myslíte, že dokážete oslovit všechny cílové skupiny vašich zákazníků?

Vlastně jsem to už naznačil v průběhu našeho povídání. Jsme české zastoupení, nabízíme český obsah, komunikaci v češtině a konkurenceschopnou cenovou politiku. Asi bych to více nerozváděl, aby to nevznělo jako reklama na práci prášek :). Ostatně, každý si to může vyzkoušet například s naší Starter Card, kdy ho to vůbec nic nestojí.

## Pojďme nyní k blízké budoucnosti – na co se mohou vaši noví nebo již stálí zákazníci těšit?

Možná se budu trochu opakovat, ale my nemáme ambice být největší, nejlepší, nejlevnější. To fakt nejsme a nebudeme. Proto veškeré kroky důkladně zvažujeme a plánujeme spíše v dlouhodobém horizontu. Můžu říci, že v blízké budoucnosti se zúčastním českého veletrhu Reklama Polygraf 2013 a abyste nás snáze našli, hledejte ty nejhezčí dívky v tričku s logem 123RF.

Co se týká dlouhodobého časového plánu, určitě chceme neustále rozšiřovat a ještě více zákazníkům přiblížit originální český obsah – tedy české fotografie. Se stejnou péčí se budeme věnovat novým sekcím s krátkými zvukovými a obrazovými klipy a v neposlední řadě také naší největší sekci, ve které nabízíme originální logotypy.

## Poradíte na závěr našim čtenářům, proč by měli 123RF vyzkoušet?

S těmi, kdo se zúčastní veletrhu Reklama Polygraf 2013, se pravděpodobně potkáme na výstavišti v Letňanech. Každý zájemce od nás dostane praktický dárek. Ti z vás, kteří se této akce nezúčastníte, nezoufejte a jednoduše navštivte webovou stránku [www.123RF.cz](http://www.123RF.cz) – tam se dozvíte vše podstatné a velmi jednoduše můžete zdarma získat Starter Card s deseti kredity na nákup fotografií.

JOSEF BLOVSKÝ



- Prácheňská brána, Českosaské Švýcarsko
- Karlův most, Praha
- Alegorie ctností a neřestí, Hospital Kuks