

AKADEMIE MÚZICKÝCH UMĚNÍ V PRAZE

FILMOVÁ A TELEVIZNÍ FAKULTA

Filmová, televizní a fotografická média

Produkce

DIPLOMOVÁ PRÁCE

**FILMOVÁ APLIKACE: FILMOVÁ POHOTOVOST
CASE STUDY**

Oliver Reitler

Vedoucí práce: Tomáš Flisník

Oponent: doc. RNDr. Ivan Tomek, CSc.

Datum obhajoby: 22.9.2020

Přidělovaný titul: MgA.

Praha, 2020

ACADEMY OF PERFORMING ARTS IN PRAGUE

FILM AND TV SCHOOL

Film, Television and Photographic Media

Production

MASTER'S THESIS

**FILM APPLICATION: FILM EMERGENCY
CASE STUDY**

Oliver Reitler

Supervisor: Tomáš Flisník

Opponent: doc. RNDr. Ivan Tomek, CSc.

Date of thesis defense: 22.9.2020

Degree granted: MgA.

Prague, 2020

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem magisterskou práci na téma

FILMOVÁ APLIKACE: FILMOVÁ POHOTOVOST

CASE STUDY

vypracoval samostatně pod odborným vedením vedoucího práce a s použitím uvedené literatury a pramenů.

Praha, dne

.....

podpis diplomanta

Upozornění

Využití a společenské uplatnění výsledků diplomové práce, nebo jakékoliv nakládání s nimi je možné pouze na základě licenční smlouvy, tj. souhlasu autora a AMU v Praze.

Evidenční list

Uživatel stvrzuje svým podpisem, že tuto práci použil pouze ke studijním účelům a prohlašuje, že jí vždy řádně uvede mezi použitými prameny.

Jméno	Instituce	Datum	Podpis

Abstrakt

Doba se mění a to znamená, že se mění i způsob komunikace mezi lidmi. Denodenně používáme různé aplikace k určitým činnostem, kdy buď pomáhají anebo pouze slouží jako kratochvíle. Je otázka, zdali jsou aplikace pomocníkem či nepřítelem uživatelů. Ve filmovém průmyslu produkce stále hledají lidi a bere jim to čas, který by mohli věnovat kreativní části práce.

Proto je obsahem mé práce case study k vytvoření filmové aplikace s pracovním názvem Filmová Pohotovost, která by měla být užitečnou a měla by šetřit potenciálním uživatelům čas. Chci zjistit, zdali by filmovým profesionálům taková aplikace byla přínosem. Case study se týká filmových produkcí z různých prostředí (reklamy, televize, film). Dle výsledků a poznatků z case study upravujeme aplikaci tak, aby splňovala ideální parametry a odpovídala tak naší vizi aplikace, která lidem pomáhá a šetří jejich čas.

Abstract

Time's changing and it means the communication is changing as well. We are using different apps to a certain activity everyday. It is helpful or it just serves as an amusement. It's a question whether apps are users' assistant or enemy. In film industry production companies are looking for filmmakers and it takes time, they could put into a creative part of work.

It is the reason why I'm going to do case study of film app development called Film Emergency, which should be useful and should save the time to potential users. I want to find out whether app like this would be beneficial. Case study will be part of film productions from a different environment (commercials, tv, film). According to the results of case study, we will edit the app, so it matches ideal parameters of our vision, where it helps people and saves their time.

Poděkování

Tomáši Flisníkovi za vedení této práce
Pavlu Borovanovi, Karle Stojákové, Štěpánu Kleníkovi, Jiřímu Konečnému,
Františku Vyskočilovi a Janu Laštůvkovi za ochotu a poskytnutí informací při
tvorbě této práce

Obsah

1. Úvod.....	8
2. Teoretická rešerše.....	9
2.1. Obyvatelé v ČR, kteří disponují internetem v telefonu.....	9
2.2. Aplikace usnadňují práci.....	11
2.3. Průzkum konkurence na trhu.....	14
2.3.1. Cinando.....	15
2.3.2. Slated.....	16
2.3.3. ProductionHUB.....	21
2.3.4. Mandy.....	23
2.3.5. CopyThat.....	25
2.3.6. Sumarizace.....	26
2.4. Generace Z jako cílová skupina.....	27
3. Praktická rešerše.....	29
3.1. Osobní prezentace.....	29
3.2. Dotazníky.....	29
3.2.1. První verze dotazníku.....	29
3.2.2. Finální verze dotazníku.....	33
3.3. Výsledky dotazníků.....	34
4. SWOT Analýza.....	37
5. Představení aplikace – Filmová Pohotovost.....	38
6. Marketing.....	41
7. Partnerství a finanční plán.....	46
8. Závěr.....	47
9. Přílohy – Dotazníky.....	49
9.1. Respondent 1.....	49
9.2. Respondent 2.....	51
9.3. Respondent 3.....	55
9.4. Respondent 4.....	57
9.5. Respondent 5.....	59
9.6. Respondent 6.....	61
9.7. Respondent 7.....	63
9.8. Respondent 8.....	65
9.9. Sumarizace dotazníků.....	69
10. Zdroje.....	77
11. Obrazové materiály.....	78

1. Úvod

Žijeme ve světě aplikací, které usnadňují práci. Stále jsem se potýkal v mém okolí s neustálým sháněním filmových profesí, ať už z mé strany či ze strany mých známých a přátel. Napadlo mě tedy, kdyby existovala aplikace, která umožní zprostředkování žádaných kontaktů, mohla by ušetřit spoustu práce. Taková aplikace by neušetřila pouze práci produkcím, ale mohla by se stát zdrojem nabídky práce pro mnoho filmových profesí.

Čerpal jsem ze své zkušenosti, ale také ze zkušenosti kolegů, kteří v branži pracovali. Ptal jsem se, co jim vadí a co by zlepšili. Zjišťoval jsem postupně od kolegů a známých, že shánění filmových profesí je denní náplní jejich práce.

Taková aplikace může fungovat pouze v případě, kdy u vývoje bude přítomen filmař, který rozumí potřebám filmového štábu. Znamená to, že v rámci takové aplikace by dennodenně docházelo k interakci mezi filmovými profesionály. V dlouhodobém horizontu se rozšiřuje cílová skupina, protože každý filmový projekt je svým způsobem specifický a potřebuje tak i specifické profese, které za normálních okolností nemusí přijít do kontaktu s filmem.

V této diplomové práci bych se rád věnoval vývoji tohoto projektu. Chci zjistit, zdali je šance, aby lidé takovou aplikaci přijali a zda by ji vnímali jako přínos.

2. Teoretická rešerše

Na začátku celého projektu byla nutná důkladná příprava a jistota, zda se ubíráme správným směrem. Začali jsme teoretickou přípravou, kdy bylo nutné zjistit, zdali se nacházíme ve vhodném prostředí pro vytvoření takového projektu.

V průběhu rešerše jsme si vždy stanovili téma, kterým se budeme zabývat. Následně jsme na dané téma vytvořili otázky, které jsme se snažili zodpovědět sami, zjistit na základě podložené studie, či od konkrétních profesionálů v oboru. Podle stejného vzorce jsme pokračovali dál dokud jsme si neodpověděli na všechny kladené otázky.

2.1 Obyvatelé v ČR, kteří disponují internetem v telefonu

Ačkoliv dnes vidíme na každém rohu člověka, který tráví čas na telefonu, potřebovali jsme pro účely aplikace ověřit, jak velké procento lidí využívá internet v telefonu.

S příchodem nové generace se rozšiřuje množství technologií, které užíváme ať už v domácnosti nebo v pracovním životě.

Když se podíváme například na vývoj jednotlivců v české republice, kteří používají internet na mobilním telefonu, zjistíme tak, že se telefon včetně internetu stává velmi rychle nedílnou součástí každého obyvatele země.

Věková skupina

Příkladem je věková skupina 16-24 let, dnes známá jako Generace Z. Je stávající a zároveň budoucí cílovou skupinou naší aplikace. Výzkum je datován od roku 2009, kdy podíl lidí používajících internet v telefonu ve věkové skupině 16-24 let činil 2,5 %. V roce 2014 už podíl dosahuje na 64,8 % z této věkové skupiny. V minulém roce se podíl vyšplhal na 96,8 %. Znamená to tedy skutečnost, že prakticky téměř neexistuje uživatel, který by v této skupině neměl na telefonu přístup k internetu.¹

Vzdělání

Zaměřím se zde na naši cílovou skupinu, kterou bude kategorie *střední škola s maturitou* + *VOŠ* a kategorie *vysokoškolské vzdělání*. V roce 2009 u kategorie

¹ Internet v telefonu -

<https://www.czso.cz/documents/10180/90577057/062004190503.pdf/fec81fe8-58a8-4737-88d9-73a843dc4f12?version=1.1>

střední škola s maturitou + VOŠ byl podíl užívání internetu na mobilním telefonu 1,2 % a u vysokoškolské kategorie 3,6 %. Do roku 2019 obě kategorie dramaticky vzrostly a první kategorie střední s maturitou + VOŠ dosáhla podílu 69,6 % a vysokoškolská kategorie uvádí 83,6 % uživatelů, kteří používají internet v mobilním telefonu.²

Díky výsledkům výzkumu můžeme předpokládat, že by mohla proběhnout interakce mezi potenciálními uživateli a naší aplikací.

Pro získání přehledu v zastoupení pohlaví, jiných věkových skupin, vzdělání a ekonomické aktivity přikládám statistickou tabulku.

Česká republika - vývoj v čase

Tabulka 5.3: Jednotlivci v ČR používající internet na mobilním telefonu

	2009	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Celkem 16+	1,3	28,5	37,0	41,2	50,4	58,4	64,5
Celkem 16–74	1,4	30,9	40,1	44,8	54,9	63,7	70,6
Pohlaví							
Muži 16+	2,0	34,3	41,7	45,0	54,9	60,7	66,8
Ženy 16+	0,6	23,0	32,5	37,6	46,1	56,3	62,3
Věková skupina							
16–24 let	2,5	64,8	77,1	81,1	86,7	93,7	96,8
25–34 let	1,7	52,9	68,0	73,6	81,3	90,0	92,7
35–44 let	1,5	34,0	48,6	54,7	71,4	81,6	87,1
45–54 let	1,1	22,6	28,1	36,7	53,1	66,6	73,9
55–64 let	0,8	9,9	14,2	17,6	28,6	35,9	52,6
65+	0,2	2,5	3,1	5,5	5,8	9,9	13,9
Vzdělání (25+)							
Základní	0,5	3,9	9,2	12,1	15,0	21,3	25,9
Střední bez maturity	0,3	14,4	20,5	24,8	34,5	43,1	48,9
Střední s maturitou + VOŠ	1,2	29,5	35,8	43,8	53,1	62,8	69,6
Vysokoškolské	3,6	45,4	59,7	63,2	71,3	77,6	83,6
Ekonomická aktivita (16+)							
Zaměstnaní	1,7	36,3	47,1	51,9	65,4	74,8	81,6
Ženy v domácnosti*	0,6	32,8	51,2	64,2	73,8	82,8	90,1
Studenti	2,7	69,0	80,1	82,2	87,0	94,6	98,1
Starobní důchodci	0,1	2,5	3,3	5,6	6,7	10,0	15,0
Invalidní důchodci	-	6,1	7,3	14,8	19,7	32,1	36,6

¹⁾ Podíl z celkového počtu jednotlivců v dané socio-demografické skupině

* Zahrnuje i ženy (popř. muže) na rodičovské či mateřské dovolené

Zdroj: Český statistický úřad, 2019

Obr. č. 1 – Jednotlivci v ČR používající internet na mobilním telefonu

² Internet v telefonu -

<https://www.czso.cz/documents/10180/90577057/062004190503.pdf/fec81fe8-58a8-4737-88d9-73a843dc4f12?version=1.1>

2.2 Aplikace usnadňují práci

Dle výše zmíněného výzkumu o užívání mobilních telefonů si lidé postupně zvykají mít telefon stále u sebe. Vývojáři s tímto faktem počítají, a proto nahrazují veškerou elektroniku v okolí uživatelů aplikacemi.

Vzniká tak mnoho aplikací, které žádají lidi o pozornost, ale nenabízí nic nazpět. Rád bych rozšířil pole aplikací, které jsou k životu užitečné a pomáhají nám ulehčit práci a být lepší ve svém oboru.

Abych nezůstal jen u domněnky, že se nacházíme ve světě aplikací a zjednodušovačů, rozhodl jsem se najít aplikace, které lidem pomáhají **stát se lepšími ve svém oboru.**

Contributr.io

„Aplikace Contributr.io využívá technologii umělé inteligence na automatické vygenerování klíčových slov a kategorií ke snímkům nahrávaným do fotobank. Umělá inteligence umí rovněž rozpoznat tváře modelek a modelů na snímcích a spárovat zjištěné údaje s uzavřenými smlouvami. „Odesílání snímků do fotobank je zdoluhavá manuální práce, kterou jsem chtěl zjednodušit a co nejvíce automatizovat. Existující řešení pro generování klíčových slov jsou založena na hledání podobných snímků a přebírání jejich klíčových slov, což ale není automatický proces. Proto jsem se rozhodl vyvinout vlastní aplikaci využívající technologii umělé inteligence,“ říká Michal Doubek, autor aplikace Contributr.io“³

Aplikace APSTR

„Dokáže automaticky sestavit text soudního rozhodnutí tak, že je k nerozeznání od textu psaného člověkem. Letos už takto vzniklo přes 400.000 soudních dokumentů. Ministerstvo spravedlnosti nakoupilo APSTR prozatím na pět let za 30 milionů korun. Podle tvůrce aplikace, asistenta soudce u mosteckého okresního soudu Pavla Pihery, program ušetřil soudům jen od začátku letošního roku 15 milionů.“⁴

³ Contributor.io - <https://www.chip.cz/novinky/umela-inteligence-zrychluje-nahravani-fotek-do-fotobank/>

⁴ Aplikace APSTR - https://www.denik.cz/z_domova/soudcum-setri-praci-aplikace-kterou-vymyslel-asistent-20150817.html

Trello

Uspadňuje týmovou kooperaci a umožňuje tak být více efektivní. Uživatelé mají k dispozici sdílené tabulky, seznamy a záložky, které si navzájem mohou organizovat s možností nahlédnutí do historie úprav jednotlivých uživatelů⁵

Todoist

Magdalena Čevelová, marketingová poradkyně a mentorka popsala, jak jí pomáhají aplikace:

„Nevím, jak vy. Ale já, čím jsem starší, tím víc jsem vděčná za každou věc, kterou nemusím nosit v hlavě. Takže když mě napadne nějaká myšlenka nebo věc, kterou chci udělat, potřebuji ji rychle někam vysypat. Jednoduchý a intuitivní úkolovník Todoist je na to ideální nástroj“⁶

Fakturoid

Aplikace umožňující rychlejší úpravu faktur s předdefinovanými volbami.

„Na začátku podnikání jsem vyráběla faktury ve Wordu. Vypadaly hezky, ale byly pracné. Že jsou zaplacené, jsem musela evidovat vedle v tabulce. Nemluvě o tom, jak často jsem zapomněla upravit číslo dokladu nebo datum vystavení.

Fakturoid umí vystavit fakturu bleskurychle. Stačí napsat IČO odběratele, ostatní údaje už si doplní sám, a na jednotlivé produkty a služby má praktické šablony. Podle bankovního účtu eviduje zaplacené faktury, a když objeví nějakou neuhrazenou, sám pošle zdvořilou upomínku. Prostě vystavuje faktury, které je podle jedné mé klientky radost dostávat.“⁷

Mimo takové aplikace existuje i nespočet praktických aplikací, které fyzicky nahrazují předměty a aktivity, které stále vykonáváme.

⁵ Trello - <https://trello.com/>

⁶ Nástroje, které šetří práci - <https://www.cevelova.cz/5-nastroju-ktere-mi-setri-praci/>

⁷ Nástroje, které šetří práci - <https://www.cevelova.cz/5-nastroju-ktere-mi-setri-praci/>

Vývojáři aplikací se spoléhají na skutečnost, že lidé nosí telefon stále u sebe, a tak jim chtějí nabídnout veškerý komfort skrze telefon a udržet je tak v tomto přesvědčení.

Dle výzkumu v roce 2017 se na Google Play vyskytovalo skoro 4 miliony aplikací a na App Store 2 miliony aplikací. Pouze 450 tisíc aplikací je dostupných pro oba operační systémy. V procentuálním vyjádření se jedná o pouhých 8,5 %.⁸ Rovnou jsou tak uživatelé segmentováni dle operačních systémů a mnohdy může i samotný výběr telefonu ovlivnit dostupnost preferovaných aplikací na konkrétním zařízení.

Z rozsáhlého seznamu aplikací jsem vybral příklady **aplikací, které nám pomáhají při našich aktivitách či substituují naše každodenní návyky.**

Runtastic

Aplikace určená k běhání. Zaznamená průměrnou rychlost, převýšení, spálené kalorie, trasu běhu podle gps lokace a další.

Home workout

Místo objednání fitness trenéra, zaplacení členství a vstupů ve fitness centru, je k dispozici aplikace, která dle váhy, věku a určeného cíle sestaví týdenní plán cvičení.

Measure

nahrazuje fyzický metr. Aplikace je schopna změřit potřebnou vzdálenost spolehlivě na milimetry.

AndroidTV

nahradí ovladač od televize. Uživatel může na svém telefonu přepínat kanály a užívat ostatní funkce televizního ovladače.

Bolt/Uber a další podobné aplikace

Nabízí rychlejší a levnější objednání taxislužby

⁸ Výskyt aplikací Google Play + App store - <https://dotekomanie.cz/2018/04/appfigures-zanalYZovali-rozvoj-aplikaci-na-app-store-a-google-play/>

Dáme jídlo/Uber eats a další

Dovoz jídla na určené místo. Není třeba vyhledávat a zjišťovat, zdali je dostupný dovoz. Stačí se podívat na aplikaci, kde jsou k dispozici všechny restaurace a fastfoody, ze kterých služba dováží jídlo.

Stále přibývá lidí, kteří vlastní smartphone a svět aplikací se též rozšiřuje. Existuje mnoho aplikací, které lidem pomáhají být lepší ve svém oboru. Ve filmovém průmyslu mi chybí aplikace, která by ušetřila značnou část produkční práce a zároveň zajistila větší nabídku práce na trhu České republiky.

2.3 Průzkum konkurence na trhu

Konkurence na trhu je pro projekt velkou hrozbou, a proto bylo nutné zpracovat rešerši potenciálních konkurenčních aplikací, firem a jiných platforem, které se svojí funkcí nejvíce podobají našemu záměru.

Hledanými výrazy, které jsem použil byly: *Film hiring app, film jobs, filmmaker app, film hire, film jobs app, looking for job filmmakers, jobs for filmmakers app, movie jobs.*

2.3.1 Cinando

Prvním výsledkem hledání byla webová a mobilní aplikace Cinando

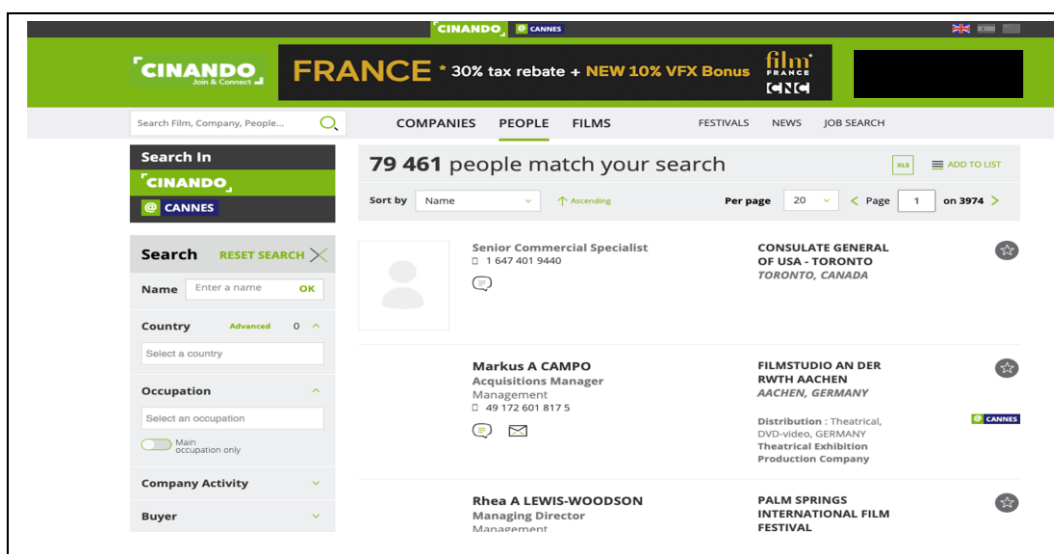
Dostupnost: Google Play + App store + web (Android + iOS + web)

Hodnocení Google Play: 3.5 / 5

Hodnocení App store: není z důvodu nedostatečného počtu hodnocení

Na první pohled aplikace nepůsobí kvalitně a spolehlivě z důvodu nízkého hodnocení u Google play. App store hodnocení neukazuje z důvodu nedostatečného množství uživatelské skupiny aplikace.

Obě platformy zobrazují historii posledně aktualizovaných verzí aplikace. Na zařízeních a softwarech probíhají stále nové aktualizace. Je tedy nezbytné, aby probíhaly i aktualizace samotných aplikací. V opačném případě bude funkčnost aplikací řádně omezena. U této aplikace je v historii poslední aktualizovaná verze stará 2 měsíce (21.6.2020).



Obr. č. 2 – Cinando, vyhledávání profesionálů

Do aplikace není možné nahlédnout bez zpoplatněné registrace. V případě registrování a zaplacení ročního příspěvku má stránka 72 hodin na ověření registračních informací uživatele. V případě, že daný uživatel nevyhovuje požadavkům, refunduje platbu a nepotvrdí tak registraci do platformy.⁹

⁹ Cinando - <https://cinando.com/>

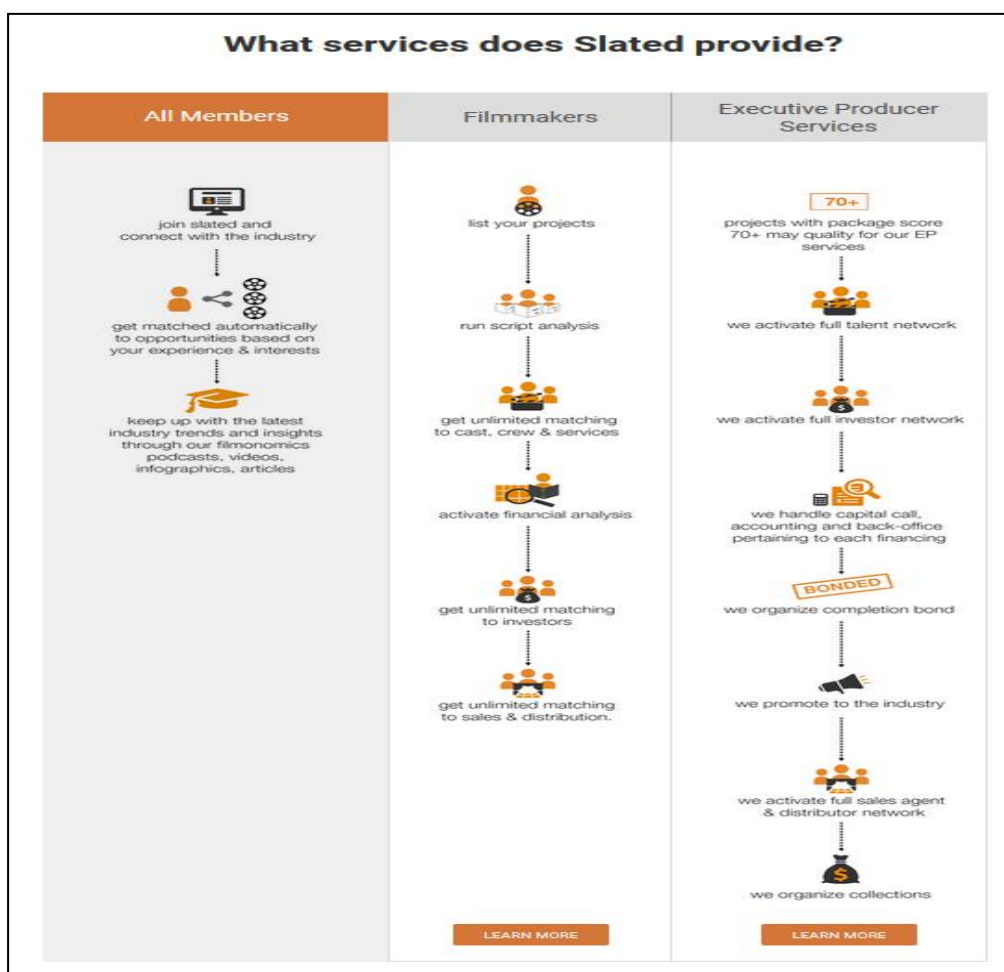
2.3.2 Slated



Obr. č. 3 – Slated, menu

Dostupnost: webová aplikace

Aplikace je přehledná a uživatelsky vstřícná. Slated nabízí databázi projektů, které jsou ve vývoji, výrobě, natočené a odpremiérované anebo zvlášť projekty, které si uživatel zařadil do kategorie „sleduji“ – automaticky informuje uživatele o veškerém obsahu v této kategorii. Aplikace umožňuje vyhledávání uživatelů s možností filtrace: *všichni uživatelé, noví uživatelé, uživatelé, které sleduji, uživatelé, které sleduji*¹⁰

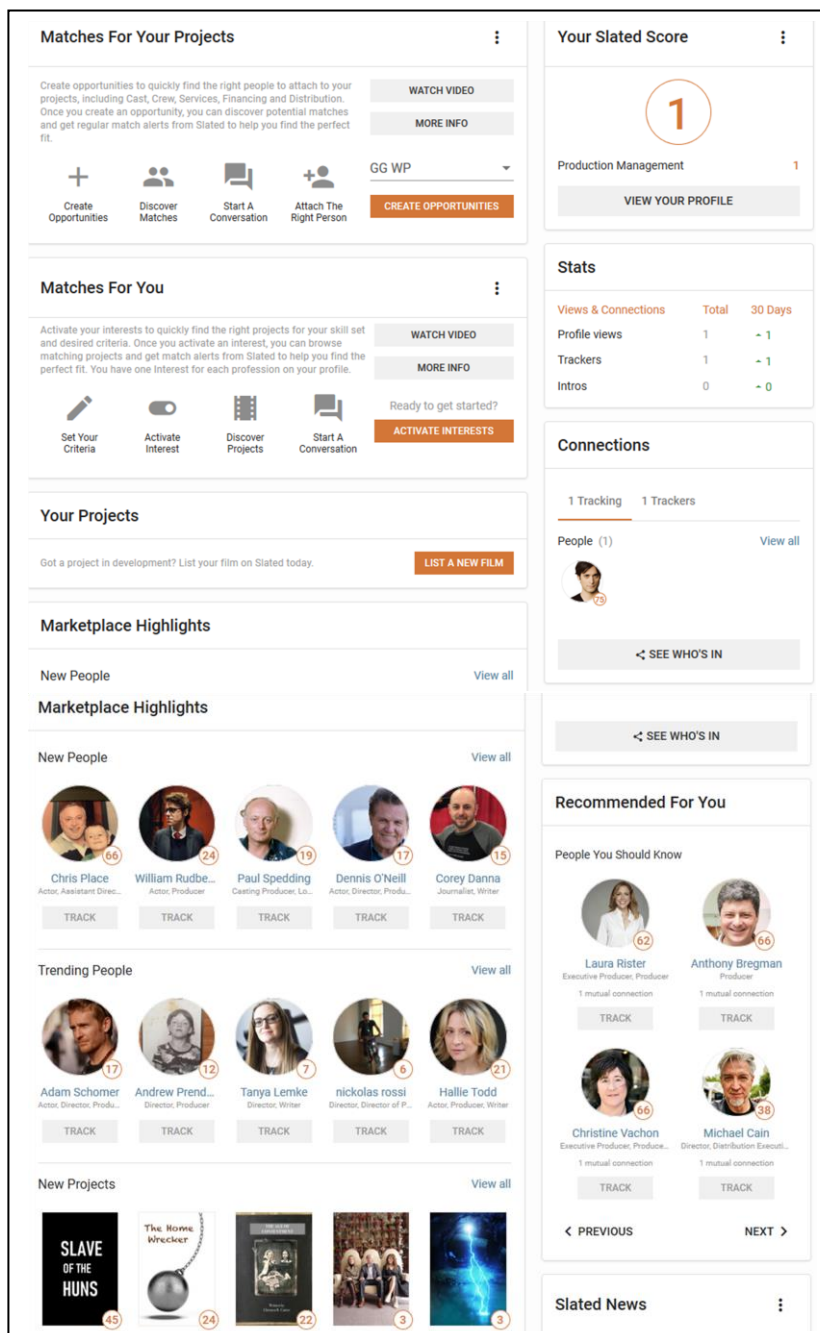


Obr. č. 4 – Slated, služby

¹⁰ Slated - <https://www.slated.com/>

Funkce

- Vytvoření filmařského seznamu přátel
- „tracking“ – funguje jako funkce follow na Instagramu
- Project / people matches – nabízí propojení uživatelů/projektů, kteří mají shodu dle zadaných parametrů
- Market Highlights – nástěnka/reklamní plocha, kde se mohou zviditelnit uživatelé

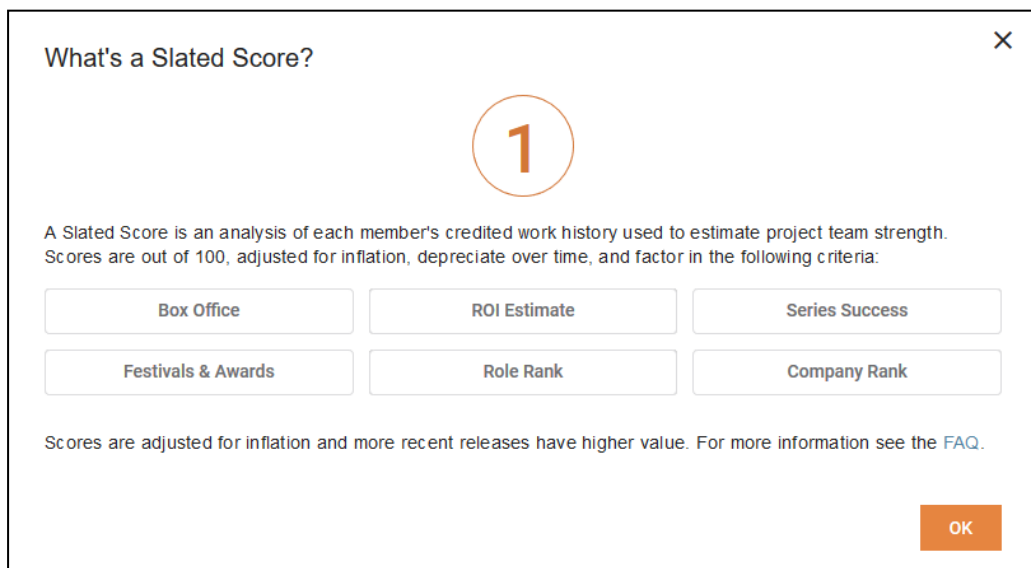


Obr. č. 5 – Slated, funkce

- Propojení s Gmail, Facebook, LinkedIn
- Žebříček nejlepších filmařů ve své profesi (skóre na základě kvality odvedených projektů)
- Možnost oboustranné interakce mezi producentem a potenciálním investorem
- Možnost oboustranné interakce Sales and Distribution (přes 1000 sales agentů a distributorů v aplikaci)

Každý projekt je bodován filmovými experty dle kritérií – Box office, ROI investment (předpokládaná návratnost investice), Series Success, Festival & Awards, Role Rank (úroveň profesní pozice na projektu), Company Rank (prestiž produkce). Zároveň platí, čím je projekt aktuálnější, tím větší bodovou hodnotu může dostat.

Skóre se pohybuje v rozmezí 0-100.¹¹



Obr. č. 6 – Slated, skóre

Území

Aplikace je používána převážně ve Spojených Státech. Celkový počet uživatelů je 52 815.

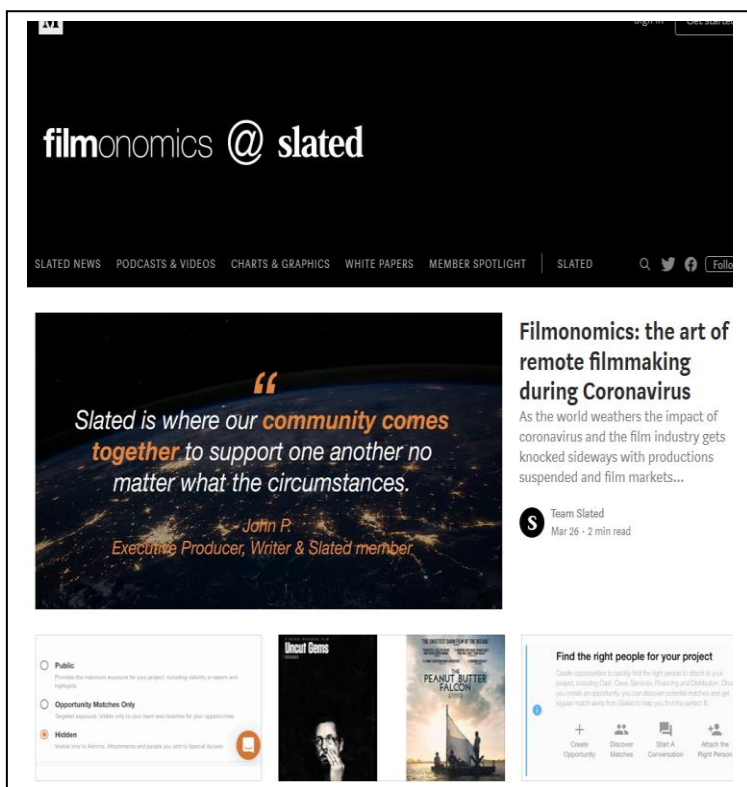
V Evropě je pouhých 52 uživatelů z České republiky (jedním z členů mezi producenty je Tomáš Hoffman, producent divácky úspěšného filmu Ženy v běhu).

Mimo Českou republiku vypadá pořadí v počtu registrovaných uživatelů následovně:

- 1) Francie – 390 uživatelů
- 2) Španělsko – 270 uživatelů
- 3) Německo – 223 uživatelů
- 4) Velká Británie – 200 uživatelů
- 5) Itálie – 160 uživatelů
- 6) Irsko – 128 uživatelů

¹¹ Slated, uživatelské skóre - <https://help.slated.com/en/articles/31123-what-is-a-slated-member-score>

Dále pod 100 uživatelů – Holandsko, Řecko, Turecko, Švédsko, Belgie, Maďarsko, Ukrajina¹²



Obr. č. 7 – Slated, FILMonomics

FILMonomics

Slated využívá přesměrování na podstránku s názvem FILMonomics. Jedná se o News letter, který poskytuje uživatelům novinky ze samotné aplikace. Nabízí také kategorie: Podcast and Videos, Charts and Graphics, White Papers, Member Spotlight.¹³

Business Plan

Zero risk success fee

- V případě návratnosti filmu nad 120% slated získá 1% - 5% z rozpočtu.
- Součástí je označení v titulcích „In Association With Slated“
- Fee platí pouze za předpokladu, že jde projekt do výroby nebo distribuce

Ostatní poplatky

- 1% výrobního rozpočtu+ 1% čistého zisku za jednoho nebo více herců
- 1% výrobního rozpočtu+ 1% čistého zisku za jednoho nebo více členů štábu

¹² Slated, uživatelé -

https://www.slated.com/n/people?connection=Slated%20member&sort_by=credits-score-total

¹³ Slated, FILMonomics - <https://filmonomics.slated.com/>

- 3% výrobního rozpočtu za investora
- 2% výrobního rozpočtu za Sales agenta / distributora

Produkce platí Slated pouze v případě úspěšného nalezení členů štábu skrze aplikaci a v případě, že jde film do výroby nebo distribuce.¹⁴

¹⁴ Slated, Business plan - <https://services.slated.com/matching/>

2.3.3 ProductionHUB

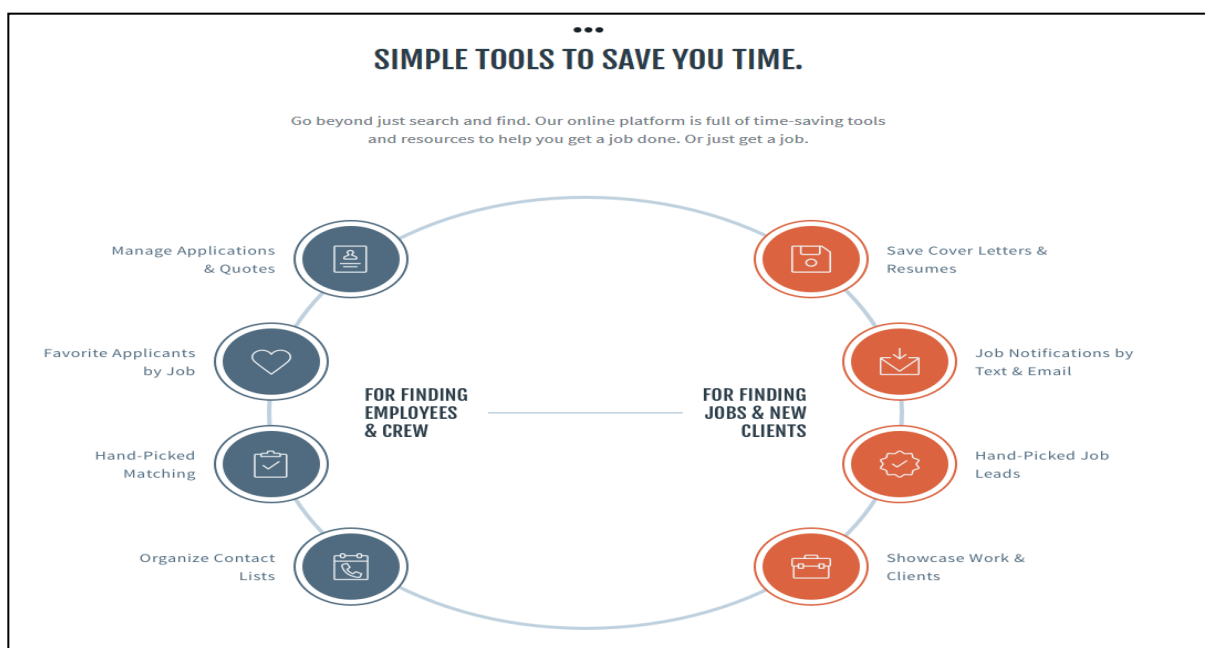


Obr. č. 8 – ProductionHUB, menu

Dostupnost: webová aplikace

Uživatelské rozhraní webové aplikace je nepřehledné. Odkazy a nadpisy v hlavní nabídce jsou nejednoznačné. Uživatelsky je náročná orientace v aplikaci. Lidé chtějí trávit co nejméně času učením se novým aplikacím. Aplikace se stává chaotickou zejména z důvodu nadměrného množství služeb.

V případě, kdy produkci zajímají všechny dostupné profese z jedné země, není možné takový parametr zadat, protože productionhub nabízí možné vyhledání za předpokladu, že je zadána jak země, tak profese.¹⁵



Obr. č. 9 – ProductionHUB, služby

Funkce

Umožňuje vyhledávání členů štábu třemi způsoby.

- „browse“ – prohledat databázi dle filtrů a oslovit konkrétního uživatele (*search and connect*)
- Zveřejnit poptávku po konkrétní profesi (*post a request*)
- Zveřejnit nabídku práce – možnost více profesí najednou (*post a job*)

¹⁵ ProductionHUB - <https://www.productionhub.com/>

Jednotlivci mají možnost nalezení práce následujícími způsoby.

- Uživatel má možnost vytvořit osobní profil s veřejným CV (*showcase your work*)
- V databázi projektů si uživatel může podat přihlášku (*Apply to jobs*)
- Možnost komunikace s novými klienty a dalšími uživateli (*Pursue New Opportunities*)

Území

Soustředí se převážně na USA a Kanadu. Filtrace jiných zemí mimo zmíněné země není možná a spadá tak pouze do kategorie „International Only“.

Při pokusu o dohledání registrovaných producentů v České republice jsme v databázi nenalezli žádného existujícího uživatele.

Business Plan

Funguje na principu měsíčního „odběratelství“. Cena je nadstandardní a výše storno poplatku je vysoká. V rámci subscriptionu nabízí productionhub tři varianty, kdy volba předplatného ovlivní v kolika kategoriích může být uživatel zobrazen:

Zviditelnění profilu v 6 kategoriích

- Měsíčně 69 dolarů (1.500 Kč) nebo ročně 699 dolarů (15.400 Kč)

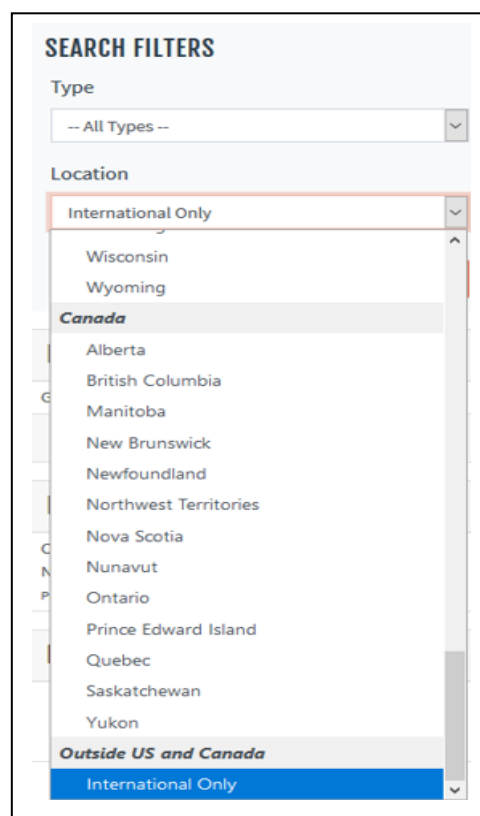
Zviditelnění profilu ve 12 kategoriích

- Měsíčně 89 dolarů (1.900 Kč) nebo ročně 899 dolarů (20.000 Kč)

Zviditelnění profilu v 18 kategoriích

- Měsíčně 109 dolarů (2.400 Kč) nebo ročně 1099 dolarů (24.000 Kč)

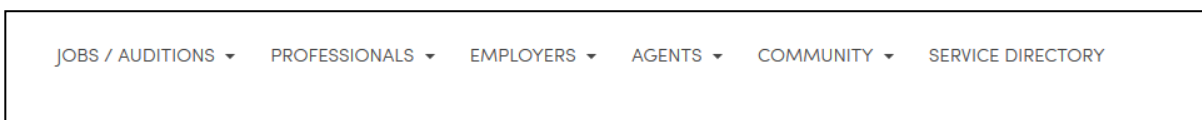
Při předčasném zrušení předplatného je storno poplatek 150 dolarů (3.300 Kč)¹⁶



Obr. č. 10 – ProductionHUB, území

¹⁶ ProductionHUB, subscription - <https://www.productionhub.com/get-listed>

2.3.4 Mandy



Obr. č. 11 – Mandy, menu

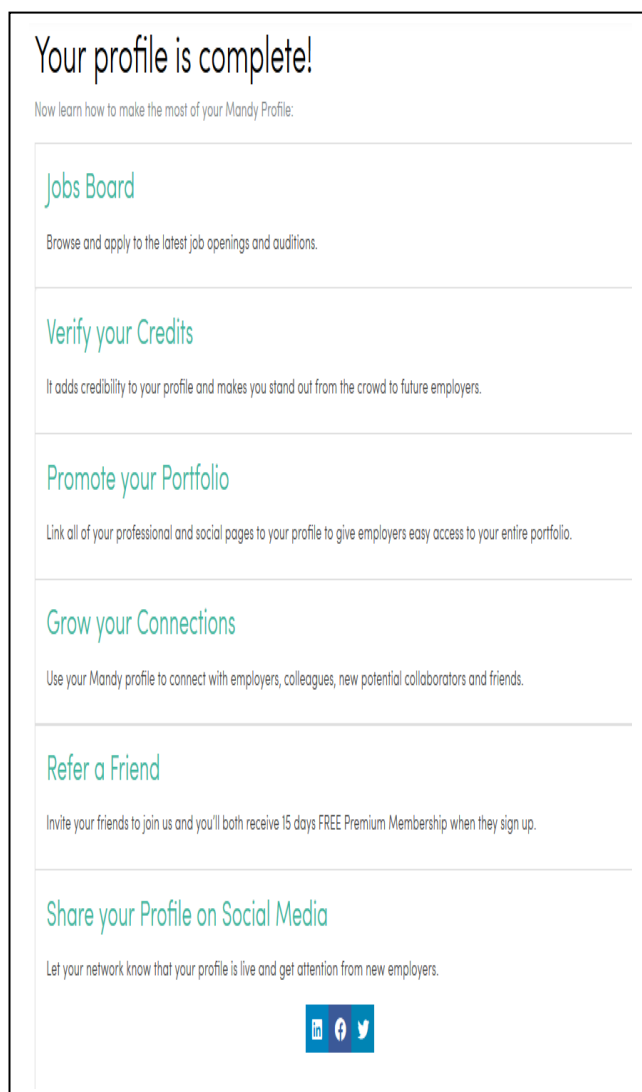
Dostupnost: webová aplikace

Webová aplikace Mandy patří mezi projekty, které se blízce podobají našemu záměru s rozdílem, že jsou populární pouze v zahraničí.

Funkce

Skrze aplikaci je možné hledat práci, ale také práci nabídnout. Pro uživatele je v tomto případě k dispozici filtrace potřebných parametrů, které jsou nezbytné pro nalezení požadované profese. Stejně tak to funguje i na druhé straně, kdy je práce nabízena. Inzerent má možnost volby parametrů, které odpovídají jeho potřebě. Zvolí si typy profesí, které poptává, případně další pro projekt specifické parametry.¹⁷

Pro zajištění reference a poskytnutí informací o své osobě, ve vztahu k potenciálnímu zaměstnavateli, má uživatel možnost vytvoření vlastního portfolia, čímž rovnou ušetří jeden krok v interakci se možnými zájemci.



Obr. č. 12 – Mandy, služby

¹⁷ Mandy - <https://www.mandy.com/>

Oproti každodenní zkušenosti ve filmovém průmyslu je to nadstandard. V dnešní době většinou formování štábu funguje na základě zkušenosti, kontaktů a referencí od ověřených profesionálů či přátel.

Aplikace mají velmi blízko k videohernímu průmyslu. Kvalitní hry a aplikace si získají svého uživatele na základě kvalitního zpracování vizuálu, ale zároveň i díky atraktivnímu interaktivnímu uživatelskému rozhraní.

Chytrou funkcí, která velmi dobře funguje ve videoherním průmyslu, a *Mandy* jí využívá, je *refer-a-friend*. Pobízí uživatele, aby rozšiřovali uživatelskou základnu aplikace výměnou za poskytnutí určitých benefitů. Doporučí svého známého, který se do aplikace registruje na základě pozvánky, kterou od referujícího obdrží. V případě, že dokončí registraci a začne používat aplikaci, původní uživatel má možnost dosažení zmíněných benefitů.

Mezi takové benefity může patřit dočasná nebo někdy i permanentní sleva na předplatném či poskytnutí privilegovaného balíčku funkcí (speciální sada emotikonů, možnost změny barvy fontu apod.)

Poskytnuté funkce musí být pouze estetické a nesmí znevýhodňovat ostatní uživatele.

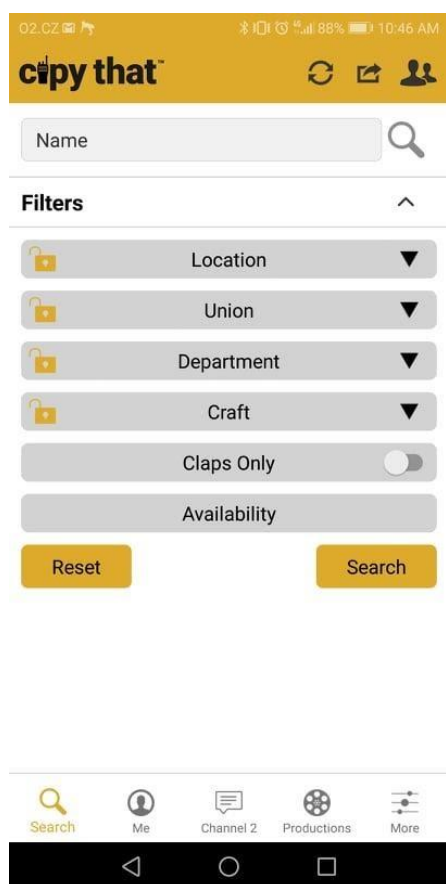
Příkladem modelu „refer-a-friend“ je nejhranější online videohra na světě (7 milionů aktivních hráčů), kdy dosahují benefitu oba hráči, jak ve zkušební době (14 dní zdarma), tak i po uplynutí této doby a následném zaplacení předplatného. Referující uživatel čerpá benefity každý další měsíc, kdy pozvaný uživatel platí předplatné. Po třech měsících již uživatel nedostává žádné další odměny a je pobízen k referování dalším známým, kteří se mohou stát potenciálními uživateli. Aplikace *Mandy* tak chytře docílí rozšíření uživatelské základny.

Území

Registrovaných uživatelů je nejvíce v USA (69 985). Oproti ostatním aplikacím funguje i v Evropě, a to ve Velké Británii, kde počet registrovaných uživatelů je 47 839.

V České republice je 61 registrovaných uživatelů. *Mandy* nelokalizuje upozornění pro ostatní uživatele a posílá upozornění o vzniku nových projektů ve všech zemích. „Pro českého uživatele se tak oznámení o nových projektech mění na spam, protože projekty neodpovídají požadavkům uživatelů“ – filmový profesionál (10 let u filmu).

2.3.5 CopyThat



Obr. č. 13 – CopyThat, menu

Dostupnost: Google Play + App store + web (Android + iOS + web)

Hodnocení Google Play: 4/5 (15 uživatelských hodnocení)

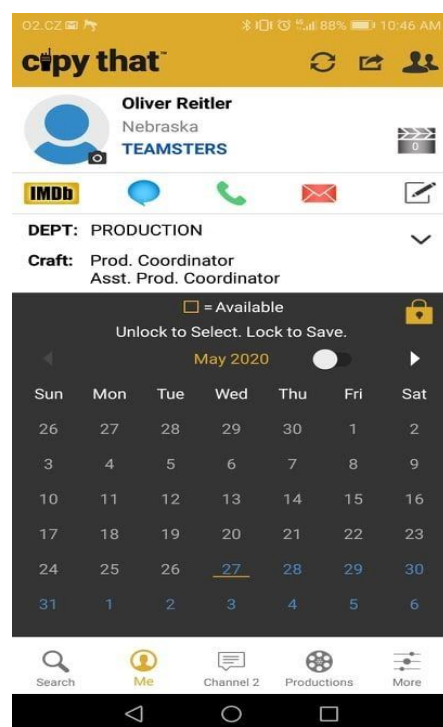
Hodnocení App store: 3.9/5 (11 uživatelských hodnocení)

Nevhodně zvolený název. Je komplikované aplikaci vyhledat na všech třech platformách. Webová verze aplikace slouží pouze jako stručná deskripce aplikace a jako platforma pro přesměrování na odkaz ke stažení Google Play a App Store.

Funkce

Uživatel se musí do aplikace registrovat a vytvořit si následně svůj osobní profil. Každý uživatel má zároveň možnost využít kalendáře termínů, který ukáže potenciálním zaměstnavatelům volné termíny, kdy je uživatel připraven na práci. Mezi další funkce patří diskuzní fóra, které lze vyfiltrovat dle požadovaných filmových profesí.

Pro zjednodušení stálého vyhledávání uživatelů, se kterými byla navázána spolupráce je přítomna funkce „Quick contacts“, která tvoří v aplikaci osobní list oblíbených kontaktů, specificky vytvořený uživatelem.



Obr. č. 14 – CopyThat, menu

Aplikace informuje pod záložkou *coming soon* o budoucím vzniku aplikace *Copy That for productions*. Verze pro produkce by měla obsahovat interaktivní digitální štábovou listinu, lokační management (přidání lokací včetně propojení s gps), možnost komunikace hromadně i s jednotlivci skrze zprávy, management souborů – přípravy, obhlídky, dispozice, časový harmonogram projektu.

Nutno poznamenat, že poslední aktualizace aplikace proběhla v roce 2018, a proto informace o budoucích změnách nepůsobí věrohodně a samotnou aplikaci tak shazuje.

Území

Seznam zemí, ve kterých je možno aplikaci využívat, byl vytvořen pouze pro území Spojených Států.

2.3.6 Sumarizace

Udělalí jsme sumarizaci pozitiv a negativ, kterých jsme si v průběhu rešerše všímali. Je zapotřebí se vyvarovat chybám, které tyto aplikace činí. Naše aplikace musí být jednoduchá a intuitivní. Musí mít příjemné uživatelské rozhraní a chytlavý design. Uživatele nebudeme učit novým funkcím a znakům. Budeme využívat již zaběhnutých metod a pozičního umístění konkrétních funkcí.

Chceme využít funkce „tracking“, pro značné množství uživatelů známé jako tlačítko „follow“ ze sociálních sítí *Instagram a Facebook*.

Naming (názvy kategorií a odkazů) aplikace musí být výstižný a jednoznačný – *Hlavní stránka, Hledám práci atd.*

K zaručení kvality uživatelů je nutno zprovoznit vzájemné hodnocení uživatelů.

Podle klíčových slov musí být aplikace jednoduše vyhledatelná, ideálně na prvním místě na webu, Google Play a App Store. Nesmí uživatele na aplikaci ztrácet čas. Funkce Filtrace, každý department má specifika své filtrace. Kalendář termínů.

Nejvíce nás inspirovaly aplikace *Mandy, Slated a CopyThat*. U *Mandy* nás inspirovala funkce *refer-a-friend*, která funguje jako engagement dalších možných uživatelů, kteří tak následně přispějí k *word of mouth*. *Slated* nastavilo chytrý systém bodování, ze kterého budeme vycházet ve fázi přidávání nových funkcí.

CopyThat vneslo do naší aplikace uživatelsky jednoduché a příjemné zpracování kalendáře volných termínů.

Díky zapracování kvalit řešených aplikací vytvoříme novou, uživatelsky přístupnou aplikaci, která změní dosavadní pracovní metody a zjednoduší tak práci budoucím generacím.

2.4 Generace Z jako cílová skupina

Prvotním nápadem při určení hlavní cílové skupiny bylo cílení na Generaci Z. Je právě tou generací, která má ve zvyku všechny zaběhlé postupy měnit, zjednodušovat, urychlovat.

Pew research center, specialista na studium postojů různých demografických skupin, definovalo narození generace Z v letech 1997 – 2012. Těm nejmladším je v tuto chvíli 8 let a nejstarším 23 let. To znamená, že jsme nyní v době, kdy se generace Z postupně zapojuje do profesního života. Oproti generacím X a Y se tato generace již narodila do světa technologií, které se zároveň staly jejich nedílnou součástí.¹⁸

V očích této generace, existuje vždy aplikace, která danou práci usnadní, či substituuje. Marc Prensky, autor článku *Digital Natives, Digital Immigrants*, označuje tuto generaci za „*Digital Natives*“, což v překladu znamená digitální domorodci. „*Today's students think and process information fundamentally differently from their predecessors*“ znamená v překladu: „*dnešní studenti myslí a zpracovávají informace podstatně jinak než jejich předchůdci.*“¹⁹

Generace Z se již narodila do světa technologií. Je tedy schopna stávající i nové technologie přijímat snáze a využít jejich potenciál naplno. Narození v generaci Z mají lepší znalosti ve světě technologií než jejich rodiče. V oblasti technologií

¹⁸ Generace Z - <https://medium.com/edtech-kisk/generace-z-kdo-vlastn%C4%9B-jsou-ad8f433a794c>

¹⁹ Marc Prensky, *Digital Natives, Digital Immigrants*, 2001
<https://marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>

dochází tak k paradoxu, kdy se znalosti nepředávají chronologicky od starších k mladším, ale je to naopak.²⁰

Dle portálu *medium.com*, v článku *Generace Z: Kdo vlastně jsou?* je pro tuto generaci základem jejich obživy digitální práce, kterou mohou vykonávat odkudkoliv. Jsou zvyklí využívat variace digitálních platforem a produktů. Dochází ke změnám typů práce, kterou chtějí dělat nebo se teprve na to připravují.²¹

Agentura Behavio uskutečnila průzkum 600 lidí ve věku 16-23 let (Generace Z). Zaznamenala odpovědi z oblasti sociálních sítí, politiky, práce, bydlení, hodnot, ekologie a stáří. Jsou to užitečné statistiky, které určitě budou hrát velkou roli v rozhodování dalšího směřování aplikace.²²



Obr. č. 15 – Behavio – výzkum užívání sociálních sítí, 16-23 let

Nalezli jsme aplikace, které se nejvíce podobají našemu záměru a sledovali jejich kvality. Rešeršované aplikace nám přinesly užitečné poznatky, díky kterým jsme si utvářeli konkrétnější představu o naší budoucí aplikaci. Při studiu zmíněných aplikací jsme pozorovali složitost uživatelského provedení a došli jsme k závěru, kdy je nutno aplikaci tvořit uživatelsky co nejjednodušeji. Pojmenování funkcí zároveň musí být jednoznačné, abychom docílili co nejkratšího času, který bude muset potenciální uživatel věnovat zorientování se v naší aplikaci.

Generace Z je právě tou generací, která inovativní technologie považuje za svůj přirozený svět. Je tak otevřena a připravena se adaptovat novým metodám.

²⁰ Generace Z - <https://medium.com/edtech-kisk/generace-z-kdo-vlastn%C4%9B-jsou-ad8f433a794c>

²¹ Generace Z - <https://medium.com/edtech-kisk/generace-z-kdo-vlastn%C4%9B-jsou-ad8f433a794c>

²² Výzkum Behavio – používání sociálních sítí <https://magazin.aktualne.cz/zatracena-generace-z/r~d1f1da48debd11e9926e0cc47ab5f122/>

3. Praktická řešerše

Před realizací nápadu bylo tedy důležité nejdříve ověřit, že jsou mé domněnky správné. Musel jsem tak zjistit od profesionálů z branže, jestli by byl zájem o takovou funkci.

3.1 Osobní prezentace

V průběhu natáčení, kterých jsem byl součástí, jsem si dělal průzkum a zjišťoval jsem od kolegů, zdali si dokáží představit aplikaci, která by jim dokázala nabídnout práci. Stručně jsem jim popsal funkce aplikace. Ve většině případů jsem se setkal s pozitivní reakcí. Pozitivní reakce respondentů byly odlišné, obecné a neurčité. Stejně tomu bylo i u negativních reakcí. Nedokázal jsem ve stručnosti popsat záměr a funkce aplikace tak, aby respondent byl na stejné vlně.

Došel jsem k názoru, že pojem aplikace je velmi široký a je potřeba takovou aplikaci specifikovat, jak jen to půjde. Je zapotřebí respondentům předložit konkrétní otázky.

3.2 Dotazníky

K vytvoření stabilní a funkční aplikace je zapotřebí sběr informací, které upozorňují na rizika aplikace, aby se jim dalo předejít. Hledali jsme tedy potenciální rizika našeho projektu a podle toho jsme sestavili první verzi dotazníku, jehož bylo potřeba otestovat a určit, zdali jsme na správné cestě.

3.2.1 První verze dotazníku

Dotazník je určen pro vedoucí profese, které hledají, najímají jiné filmové profese. Je tedy nastaven pro stranu, kterou je zadavatel/poptávající.

Dotazník je rozdělen na 4 části, které kladou otázky nezbytné pro potenciální realizaci projektu:

- 1) *Úvod*
- 2) *Jak funguje trh?*
- 3) *Jak fungují uživatelé na trhu?*
- 4) *Jaký mají uživatelé vztah k aplikaci?*

Úvod dotazníku

V úvodu dotazníku bylo nutné popsat stručně ideu filmové aplikace, protože je nutné si uvědomit, že dotazník vyplňuje člověk, který si aplikaci může vyložit jinak, než je zamýšleno. Respondenta by tak mohl navést jiným směrem, než potřebujeme. Prezентujeme zde náš záměr, účel a cíl filmové aplikace.

Jak funguje trh?

V první otázkové části dotazníku si chceme potvrdit, že víme, jak funguje trh filmového průmyslu a neubírali se tak špatným směrem. Potřebujeme zjistit jaká je nabídka, jaká poptávka. Kdy a proč nastávají produkční komplikace.

Zde chceme zajistit poskytnutí správných a vyžadovaných potřeb.

Jak fungují uživatelé na trhu?

Sledujeme zde, jak bychom mohli aplikací pomoci potenciálním uživatelům. Jak můžeme ušetřit jejich čas. Zajímá nás, jaké informace si o najímaných vyhledávají a ty jim pak v rámci aplikace poskytnout.

Jaký mají uživatelé vztah k aplikaci?

Zajímá nás, jaké aplikace respondenti rádi používají. Zjistíme tak náročnost daných aplikací, jejich podobu a pokusíme se tak naši aplikaci do jisté míry tomu přiblížit.

Dle této části lze i odhadnout přijatelnou odběratelskou cenu aplikace na základě placených aplikací, které respondenti používají.

Dotazník – první verze:

Filmová pohotovost – aplikace

Shánění a nahrazování filmových profesí má často za následek snížené soustředění na výsledek umělecké tvorby, ztrátu času, tahu na branku. Aplikace

by měla být asistentem, na kterého je možné delegovat část práce shánění filmových profesí.

Záměrem projektu je odstranění neustálého náhodného hledání profesních náhrad, v krátkém čase.

Cílem projektu je vytvoření jednoduché interaktivní databáze, která umožní pracovníkům v audiovizi nalézt nebo nabídnout kvalifikovanou aktuálně volnou profesi.

Účelem projektu je nabídnout úsporu času profesím, které svou energii, čas a talent mají věnovat tvorbě nebo servisu tvorby, a ne ze dne na den trávit čas hledáním lidí, co mají zrovna čas. Smyslem projektu je poskytnutí ulehčení práce a pomoci v nouzi.

Měřítko kvality musí být zajištěno formou referencí a hodnocení.

Prostřednictvím aplikace chceme v rámci beta verze aplikace propojit všechny studenty uměleckých škol na území České a Slovenské republiky, kdy je možné rychleji navázat kontakty na větší množinu lidí než při osobním setkání.

Propojujeme profesionály, eventy, časopisy, články, ocenění.

Dotazník

1. Které filmové profese jsou nedostatkové?
2. Jaké filmové profese nejběžněji potřebujete sehnat? S jakým předstihem začínáte shánět štáb před realizací?
3. Když dojde k selhání kvality najatých filmařů, co je toho příčinou? Jaké jsou časté důvody, které vedou k nutnosti výměny člověka

4. Máte zájem o čerstvé absolventy nebo studující na filmových školách?
 5. Co je pro Vás nejsložitější/nejotravnější na shánění filmových profesí?
 6. Kolik hodin přibližně strávíte sháněním filmových profesí? Hledáte kvalitu nebo pouze zaplnění daného pracovního místa?
 7. Delegujete práci shánění lidí nebo je sháníte sami? Jestliže delegujete, jak?
 8. Jak postupujete, když Vám selže daná filmová profese a hledáte náhradu?
 9. Jak zjišťujete více informací o potenciálně najmutých filmových profesích? Kde zjišťujete?
 10. Za jakých okolností byste byli ochotni aplikaci používat?
 11. Jaké aplikace rádi používáte?
 12. Jaké placené aplikace používáte?
 13. Jaké aplikace používáte k práci?
-

V rámci studia na škole jsem po dohodě s vedoucími producentských dílen uspořádal spojení těchto předmětů v jednu hodinu, kde jsem přednesl dotazník. Sledoval jsem, zdali sestavený dotazník vede studenty a pedagogy tak, jak jsme zamýšleli. Diskuzi jsem si nahrával, abych i já měl čas na debatu a vzniklé dotazy a nejasnosti mohl zapracovat do projektu později.

3.2.2 Finální verze dotazníku

Po uspořádání prezentace projektu Filmová pohotovost produkčním a producentům v budově FAMU jsme se rozhodli do dotazníku přidat informace k vyplnění o typu profese, věku, době působení u filmu, typu tvorby, kterému se respondent věnuje. Rozhodli jsme se na základě faktu, že k zavedení takové aplikace bude potřeba být precizní, protože ve filmovém průmyslu mají filmaři zavedené určité metody, které jsou ověřeny dlouhodobou praxí a nemusí se jim chtít přecházet na novou platformu, aby tak marnili svůj čas opakováním chyb, které podstoupili již v minulosti.

Po prezentaci dotazníku na akademické půdě jsme dospěli k závěru, kdy je potřeba přeformulovat otázky tak, aby došlo ke zvýšení srozumitelnosti dotazu a docílení jednoznačného výstupu.

V poslední kapitole *Přílohy* jsou výsledky dotazníků zaslaných od respondentů, kteří od nás obdrželi finální verze dotazníků.

3.3 Výsledky dotazníků

Provedl jsem kvalitativní výzkum. Dotazníky jsem rozeslal do zaměřením rozmanitých produkcí zabývajících se výrobou audiovizuálních děl (televize, filmové produkce, reklamní agentury). Rozeslal jsem dohromady 15 dotazníků, z nichž jsem obdržel 8 vyplněných.

Rozhodl jsem se, že respondenty ponechám v anonymitě, protože pro účely výzkumu není důležité uvádět jejich jméno.

Pět respondentů je ve věkové skupině 25-30 let, kdy dosahují maximálně 10leté praxe u filmu, což je zcela dostačující pro směrodatné odpovědi. Zbylí 3 respondenti jsou ve věku 39–49 let, kdy dosahují dvacetileté až třicetileté praxe v oboru.

Podařilo se mi získat sběr odpovědí od produkčních/producentů různého zaměření. Respondenti mají zkušenosti a v profesním životě se pohybují v seriálové tvorbě, dokumentu, hrané tvorbě, reklamě, zahraničních projektech, televizi – seriál, film, zábava.

Na první otázku dotazníku, kdy jsme se snažili zjistit, které profese v oboru jsou řídce zastoupeny, většina respondentů sdělila, že postrádají architekty, dále asistenty režie. Vyplnili další řadu profesí, jako je například maskérka, dramaturg, sales agent, scénáristé, lokační, odborníci na určitou tematiku, mikrofonisté.²³

Ptali jsme se respondentů, zdali mají zájem o čerstvé absolventy nebo studující na filmových školách a jaké s nimi mají zkušenosti. Sedm z osmi respondentů odpovědělo, že zájem o studenty mají a někteří z nich měli již i dobrou zkušenost s takovými studenty. Jen jediný respondent odpověděl, že o studenty zájem nemá, ačkoliv je sám stále studentem.²⁴

Starší respondenti, kteří u filmu pracují přes 20 let se shodli, že není nic složitějšího na shánění filmových profesí, z důvodu vytvoření své vlastní databáze, která vznikla za řadu let profesního života. Ničím podobným respondenti do 30 let nedisponují, a proto by měla vzniknout taková aplikace, aby mohli tyto produkční rychleji dosáhnout své databáze kontaktů rychleji. Respondenti do 30 let včetně televizního producenta (respondent 7, 49 let) chtějí mít jistotu kvalitní spolupráce

²³ Příloha – Sumarizace dotazníků – otázka č.1

²⁴ Příloha – Sumarizace dotazníků – otázka č.5

a rádi by měli k dispozici portfolio dané profese jako záruku kvality odborné a lidské.²⁵

Hlavními parametry výběru pracovníka pro naše respondenty jsou: spolehlivost, profesionalita, zkušenosti, zodpovědnost, reference, příjemné vystupování, odborná a lidská kvalita, délka praxe.²⁶

V případě potenciálního najmutí filmové profese potřebují naši respondenti znát cenu, termíny, přesčasy, předchozí zkušenosti, reference, případně určité omezení (fobie, alergie), jazyky.

Dotazovaní od aplikace očekávají v největší shodě usnadnění práce, ušetření času a energie. Předpokládají, že jim aplikace nabídne rychlé informace.²⁷ Respondent 5 vidí v aplikaci usnadnění práce v podobě situace, kdy se samotné profese budou skrze aplikaci produkcím nabízet, zároveň i on sám bude mít možnost nabídnout se jako produkční na projekty jiných produkcí.²⁸

Aby potenciální uživatelé nebyli odrazeni od užívání aplikace, nesmí aplikace být složitá. Musí být funkční a přehledná. Uživatelská základna aplikace musí být početná, včetně již ověřených profesionálů, kteří s produkcemi spolupracují.

Respondent 2 upozorňuje na nebezpečí systému hodnocení, kdy by například neobjektivní slovní hodnocení mohlo jinému uživateli pošpinit jméno a ničit profesní život.²⁹

„Nejdůležitější je, abyste v první řadě měli 20-50 opinion leaderů – nositelů Českého Lva za každou odbornou profesi – režie, kamera, zvuk, střih, hudba, architekt, masky, kostýmy, hudba, kteří vám poskytnou každý za svou profesi 5-10 jmen u každé z (pod)profese, které pro svou práci považují za klíčovou, a za kterou se mohou zaručit. Těchto 5-10 lidí (krát počet profesí a odborností) jednak vytvoří základní síť typových profesí a jednak byste je měli osobně oslovit a nabídnout jim, zda chtějí v databázi být: uvádět se v nabídce, aktualizovat své volné termíny. A zároveň požádat jejich reference, zda je můžete uvést“ – dodal respondent 7.³⁰

²⁵ Příloha – Sumarizace dotazníků – otázka č.6

²⁶ Příloha – Sumarizace dotazníků – otázka č.7

²⁷ Příloha – Sumarizace dotazníků – otázka č.10

²⁸ Příloha – Respondent 5, produkční, 25 let, 3 roky u filmu - tvorba: dokument, hraná tvorba

²⁹ Příloha – Respondent 2, produkční, 27 let, 6 let u filmu – tvorba: dokument, hraná tvorba

³⁰ Příloha – Respondent 7, TV producent, 49 let, 30 let u filmu – tvorba: seriál, film, zábava, dokument

Z vyplněných dotazníků jsme obdrželi relevantní nápady, které jsme po zvážení začali zpracovávat do projektu. Z velké části nás odpovědi povzbudily, že jdeme správnou cestou. Jiné odpovědi nám zase poskytly nápady a rozšíření aplikace do budoucna. Respondenti nás varovali i před hrozbami ze strany uživatelů.

4. SWOT Analýza

<u>S – Strengths</u> <ul style="list-style-type: none">• znalost filmového prostředí• unikátní služba, která neexistuje ve střední Evropě• řeší každodenní problém• propojujeme filmaře už na školách• jednoduchost a přehlednost• webové i mobilní rozhraní	<u>W – Weaknesses</u> <ul style="list-style-type: none">• malá cílová skupina• nákladný vývoj• závislost na manuálních aktualizacích ze strany uživatelů
<u>O – Opportunities</u> <ul style="list-style-type: none">• pandemie mění návyky• financování přes filmové investory a fondy• intuitivní aplikace• adaptabilita aplikace• WoM• od roku 2006/7 se dramaticky změnila komunikace a vzrostl počet aplikací (narůstá poptávka i průmysl) - změnilo cílení	<u>T – Threats</u> <ul style="list-style-type: none">• konkurence• nepochopení cílové skupiny• přírůstek nového druhu technologií

5. Představení aplikace – Filmová Pohotovost

Po praktické a teoretické rešerši jsme si stanovili priority pro základní strukturu aplikace. Měli jsme spoustu nápadů, ale abychom nedělali stejnou chybu jako ostatní aplikace z kapitoly *průzkum trhu konkurence*, bylo potřeba veškeré funkce aplikace zredukovat na minimum, aby aplikace byla uživatelsky jednoduchá a srozumitelná. Pro naši cílovou skupinu vzniká nová aplikace a samotní uživatelé musí nabýt dojmu, že jim aplikace skutečně šetří práci a čas.

Základní verze nabídne uživatelům možnost najmutí štábových profesí, kde budeme další potenciální poptávané profese doplňovat na základě vzniklých požadavků ze strany uživatelů skrze komentové sekce na *Google Play a App store*. Filmová pohotovost bude obsahovat pouze základní funkce: *nabídnout práci, najít si práci, osobní profil*.

Login

První strana, kterou uživatel uvidí po spuštění aplikace. Má k dispozici volbu pozice – zastupuji produkci / jsem filmař. Pro mezinárodní uživatele nabízí tato strana možnost změny jazyka na anglickou verzi.

Produkce/Filmař – registrace

Průvodce registrací osobního profilu. Uživatel poskytne o sobě nezbytné údaje pro ověření registrace. Musí zároveň souhlasit s licenčními podmínkami a má možnost volby zasílání novinek a upozornění na email.

V dalším kroku si uživatel zvolí způsob předplatného, které mu vyhovuje nejvíce.

Hlavní strana

Po úspěšné registraci je uživatel přesměrován na hlavní stranu, kde jsou zobrazeny nejnovější nabídky včetně aktivních a nových uživatelů.

Hlavní strana je rozcestníkem pro ostatní funkce a odkazy aplikace (osobní profil, filmařská databáze, nabídka práce, notifikace, zprávy, o aplikaci, licenční podmínky, help centrum)

Osobní profil

Uživatel o sobě poskytne základní a rozšířené informace včetně kalendáře termínů, kdy je k dispozici.

V osobním profilu je možnost propojení s odkazy své vlastní tvorby (čsfd, imdb, fdb). K dispozici je nahrání vlastního showreelu na osobní profil.

Pro každou profesi, kterou daný profesionál vykonává je možnost vytvoření vlastního seznamu projektů, na kterých dotyčný participoval.

Filmařská databáze

Databáze všech registrovaných v aplikaci s možností filtrace dle požadovaných parametrů. Filtrace je rozdělena na základní a rozšířenou.

V zobrazení základní filtrace dochází pouze ke zveřejnění základních údajů jako je věk, území, typ profese, hodnocení, volné termíny.

U možnosti rozšířené filtrace obsahuje každá profese odlišené parametry. Například u kameramanské profese je možné si zvolit, s jakou konkrétní kamerou má filmový profesionál zkušenosti, greenscreen, steadicam, filmová surovina (16mm, 35mm) apod.

Nabídka práce

Poptávající si zvolí dle požadovaných parametrů konkrétní profese, které vyhledává na svůj projekt. Vybere si tak i termín a čas, kdy potřebuje filmového profesionála k dispozici.

Notifikace

Upozornění o změnách: *přijetí nabídky práce, žádost o vstup do projektu, sledování uživatelů, změna hodnocení.*

Zprávy

Vzájemná interakce uživatelů a inzerujících v podobě zpráv.

Potenciální rozšíření aplikace do budoucna


Chceme, aby aplikace měla přidanou hodnotu a uživatelé tak do budoucna měli motivaci aplikaci používat i mimo nabídku/hledání práce. Rádi bychom do budoucna poskytli uživatelům v aplikaci newsletter. Bude informovat o událostech, natáčení a ocenění ze světa filmu. Vyselektujeme informace pro uživatele tak, aby měli k dispozici vše na jednom místě.

Při rozšíření uživatelské základny do jiných zemí bude zapotřebí lokalizovat aplikaci do dalších evropských jazyků. Dle uživatelských požadavků vznikne poptávka po nových profesích, které bude potřeba doplnit do databáze.

Chceme zavést funkci *tracking*, kdy uživatelé mají možnost sledovat jejich oblíbené tvůrce a kolegy. Mají tak přehled nad jejich tvorbou a jsou informováni o aktuálních činnostech sledujících. Díky této funkci mohou zjistit, že jejich kolegové pracují na projektu, kde je poptávka konkrétně po jejich profesi a umožní jim tak společnou práci.

Do budoucna rozšíříme možnosti personifikace profilů a samotné aplikace pro uživatele. Budou si tak moci graficky zpracovat profil dle své představy.

Součástí aplikace se stane i soukromá funkce *blacklist*, která uživatelům umožní segmentovat uživatele, se kterými neproběhla práce podle jejich představ.

Filmová pohotovost šetří uživatelům čas, proto využíváme již funkčních metod a postupů. Aplikace by měla připomínat potenciálním uživatelům ostatní aplikace, které denně používají. Ikony, označení a odkazy přebíráme od nejpoužívanějších aplikací. Uživatelé se tak nemusí učit novým postupům a aplikace tím pro ně bude srozumitelná. Nejedná se pouze o vzhled, ale také umístění interaktivních tlačítek a ikon. Například u stránky *facebook.com* lidé vyhledávají upozornění, zprávy a osobní profil v pravém horním rohu. U dalších hojně používaných aplikací uživatelé vyhledávají jim již známé symboly, které představují konkrétní funkce – například hlavní nabídka: .

6. Marketing

Kdy aplikace pomůže?

- V půlce natáčení ze zdravotních důvodů končí hlavní kameraman. Je nutné ho v krátkém čase spolehlivě nahradit...
 - o Aktuální situace bez existence databáze:
 - budu obvolávat pouze lidi, které znám na základě doporučení
 - budu zjišťovat, zdali mají možnost a čas práci přijmout
 - o Ideální situace s funkční databází:
 - otevřu databázi, kde uvidím, kdo je v danou dobu volný
 - V rámci databáze se dozvídám další věcné informací (např.: reference, CV, popřípadě dodatečné zkušenosti: greenscreen, steadicam, atd.)
- V ČR je dramaticky nízký počet kvalitních mikrofonistů. Ti speciálně mají několik vlastních skupin, kde si komplikovaně dohazují práci.
 - o V situaci s databází: vytváříme jednotnou platformu, kam optimálně dostáváme např. kvalitní mikrofonisty, architekty, maskéry, řidiče, catering a také další filmařské profese.
 - o Ambicí databáze je oboustranná výhodnost pro zadavatele a dodavatele:
 - rychlejší a přímější komunikace
 - větší výběr profesionálů (např. mikrofonistů, odborníků, architektů apod.)

Pavouk vlivných profesí – garance kvality

Aplikace bude garantovat svým uživatelům možnost najmutí kvalitních filmových profesionálů skrze vytvoření *pavouka vlivných profesí*.

Během beta verze vytvoříme síť profesí s garanty. Po *proof of concept* fázi projektu naplníme doporučenými profesionály s tím, že budeme naplňovat databázi dle doporučení od uznávaných profesionálů.

Docílíme tak vytvoření kvalitní databáze, kdy potenciální uživatelé z oboru budou mít chuť se stát novými členy a dostat se tak do profesionálního kolektivu.

V každém odvětví audiovizuální tvorby (nezávislý film, reklama, tv) se pohybuje jiná skupina lidí, má tedy i své specifické profese.

Na stejné pozice budeme oslovovat jiné lidi tak, aby uživatelé našli přesně toho, kdo odpovídá jejich požadavkům.

Optimálně:

Během tvorby audiovizuálního projektu není potřeba pouze filmových profesí. Každý projekt je svým způsobem unikátní, a proto bude do budoucna v databázi prostor i pro profese, které nejsou vyloženě filmové, ale s filmem mohou přijít úzce do styku.

Území

Po spuštění beta verze upravíme aplikaci na základě zpětné vazby uživatelů tak, aby byla připravená na oficiální uvedení na trh.

Podle osvědčeného vzorce budeme postupovat v rozšiřování teritorií aplikace.

- Primárně:
 - o území ČR + Slovensko
- Sekundárně:
 - o území Střední Evropy, resp. spolupráce se sousedními zeměmi
- Optimálně:
 - o dokázat působit časem na území celé Evropy

Vymezení cílové skupiny

- 1. fáze
 - o Testovací
 - Fokus na filmaře do 30 let
- 2. fáze
 - o Po implementaci požadavků z testovací fáze
 - Doplnění databáze o filmaře 30+

Key selling points

Nabízíme řešení situace, které čelí filmaři dennodenně. Komplikovaně hledají práci a druhá strana ztrácí čas hledáním profesí místo soustředění času na důležitější kreativní činnost. V případě nečekané absence profese na natáčení nabízí rychlou a kvalitní náhradu v kontextu dostupnosti a odbornosti.

Umožníme amatérům vstoupit do světa profesionálů bez nutnosti titulu a konexí. Kromě talentu rozhoduje spolehlivost, příjemné vystupování, profesionalita, odborná a lidská kvalita. Uplatníme koncept CSR (Corporate Social Responsibility) - chceme zlepšit kvalitu na trhu.

Navržený mediální mix

V rámci šíření povědomí o aplikaci budeme především pracovat online.

Sociální sítě

Skrze skupiny sociálních sítí, které se oborově shodují s naší cílovou skupinou, představíme potenciálním uživatelům filmovou aplikaci formou grafického, poutavého zpracování.

Stejná situace platí pro Instagram, kde se zaměříme na vlivné osobnosti, které mají velký počet sledujících ve filmové branži (herci, režiséři, atd.). Prostřednictvím instastories a dalších příspěvků budeme šířit variace poutačů.

Word of mouth

Budeme precizní v prvním oficiálním vypuštění aplikace na trh (Google play + App store). Nejdříve vytvoříme beta verzi, která bude fungovat na akademické půdě a studenti budou mít možnost, prostřednictvím GooglePlay/Appstore, nám dát zpětnou vazbu. Tu po analýze implementujeme a vytvoříme tak aplikaci, která odpovídá požadavkům svých potenciálních uživatelů – první oficiální verze na trhu.

Budeme pracovat s těmi, co mají ambici aplikaci vylepšit a poskytnout nám užitečné tipy. Takovým lidem poskytneme v rámci aplikace tzv. kredity, které mohou uplatnit jako slevu k měsíčnímu předplatnému.

Osobní prezentace projektu

Aplikace prezentuje sama sebe. Je to brand, který má svůj život, věk a vyvíjí se. Proto jsme připraveni aplikaci měnit adekvátně situaci, která je na trhu aktuální.

Při prezentování projektu ostatním produkcím a jednotlivcům se zaměříme na vytvoření zájmu o členství v aplikaci. První uživatelé v aplikaci budou moci dosáhnout na benefity.

ČSFD – Jeden z možných partnerů, jehož databázi bychom použili jako výchozí a optimalizovali jí ve prospěch naší databáze.

Eventival – Jsme dohodnuti s Eventivalem (festivalovou aplikací), na propojení našich databází. Hodláme propagovat naši aplikaci skrze jejich platformu a naopak.

Harmonogram kampaně

1. ZAČÍNÁME VYVÍJET PRODUKT TAK, ŽE ZAPOJUJEME AUTHORITY A PROFESIONÁLY V OBORU
 - a. 1 semestr před dokončením beta verze začneme informovat studenty o vzniku aplikace
 - b. mimo studenty zapojujeme i nadšence, kteří projeví zájem
2. BETA VERZE + ŠKOLY
 - a. implementace na základě zpětné vazby
3. ANALÝZA PROOF OF CONCEPT
 - a. optimalizace a designování aplikace na základě zpracování podnětů zpětné vazby
4. ZAČÁTEK KAMPANĚ A UVEDENÍ OFICIÁLNÍ VERZE NA TRH
 - a. kampaň poběží nonstop (zakomponování uživatelů, na základě jejich zpětné vazby, do vývoje aplikace formou výzkumu, evaluací a aktualizací samotné aplikace)

- b. Budeme podporovat dvousměrnou komunikaci, z níž se můžeme v čase poučit, eventuálně inspirovat (např. Google play, App store)
- c. neexistuje finální produkt – jsme adaptabilní, programujeme aplikaci jako otevřenou věc – je potřeba mít možnost kdykoliv měnit, abychom byli stále aktuální

Potenciální hrozby a jak se jim vyhnout?

- 1) Konkurence, která vytvoří aplikaci lépe
 - a) stále provozujeme dvousměrnou komunikaci směřující k lepšímu naplnění potřeb uživatelů
- 2) Přírůstek nové technologie
 - a) sledujeme trendy
- 3) Nepochopení cílové skupiny
 - a) oboustranná komunikace a sledování chování a návyků cílové skupiny, sledujeme běžný život

7. Partnerství a finanční plán

Pro vývoj aplikace jsme se rozhodli jít nevšední cestou a začali jsme oslovovat a zaměřovat se na filmové partnery a investory. Aplikace má být sama o sobě brandem a ve spojení s filmovým prestižním partnerem by se tak jednalo o kredibilní spolehlivou aplikaci. Z naší strany tak nabízíme potenciálním partnerům ambasadorství jediné takové aplikace, která spojuje filmaře napříč celou zemí. Oslovili jsme vývojářskou firmu Brainz, která spolupracuje s filmovými profesionály a znají tak filmové prostředí. Nejsou pouhým investorem a vývojářem, ale díky znalosti filmového průmyslu mohou do aplikace vnést své postřehy a zkušenosti, které jsou cenné.

Aplikace nabízí podporu filmovým studentům i nefilmovým studentům se zájmem o film. Skrze aplikaci nabízíme tak studentům možnost nabytí praktických zkušeností, jejichž obstarání může být za normálních okolností složité. Snažíme se tak podpořit vzdělávací systém filmových studentů a propojit střední a vysoké filmové školy napříč celou republikou.

Jedná se o technický rozvoj a modernizaci filmového průmyslu díky nastavení nového pracovního systému, který zjednoduší práci produkčním a umožní dlouhodobé plánování práce ostatních profesí.

Věřím, že výše zmíněné dva odstavce jsou jedním z důvodů, proč by Státní fond kinematografie mohl mít zájem o spolupráci na takovém projektu, který přispívá a rozvíjí úroveň české kinematografie.

Aplikace zasahuje celý filmový trh, a tak věříme, že kooperace na projektu může být zajímavá pro všechny partnery, kteří přichází do kontaktu se sháněním filmových profesí. Jedním z takových partnerů, se kterým chceme navázat spolupráci je Asociace producentů v audiovizí.

Aby aplikace měla zástupce z každého audiovizuálního odvětví, chceme oslovit Asociaci reklamních agentur a také nabídnout spolupráci vybraným regionálním televizím.

8. Závěr

Čeho jsme dosáhli?

Sestavili jsme podklady pro vývoj aplikace. Máme rozpočet, *wireframing* aplikace, což znamená ucelenou představu o reálné podobě aplikace, materiály určené k prezentaci pro potenciální investory a partnery.

Vytvořili jsme dotazník, který jsme poslali produkcím a jednotlivým produkčním k vyplnění. Lidé ve většině případů reagovali pozitivně a obratem. Obdrželi jsme mnoho tipů a někteří projevíli zájem o spolupráci v zapojení do beta verze.

Vypracoval jsem řešerši trhu filmových aplikací, určených k podobnému účelu. Porovnával jsem několik podobných aplikací, z nichž některé ve světě již fungují. Inspirovali jsme se tak a vyvarovali některým chybám, které jsme díky řešerši odhalili.

Aplikace má za úkol šetřit čas uživatelům. Je tedy nezbytné, aby bylo precizně provedené jak zpracování grafické, tak programátorské. Z důvodu četného výskytu různých platforem, zařízení a softwarů je zapotřebí kompatibilní zpracování aplikace.

Po řešerších a schůzích jsme si nakonec vybrali vývojářskou firmu Brainz. Jsme s nimi domluveni na spolupráci a vývoji aplikace. Tuto firmu jsme si vybrali z důvodu zkušenosti působení na mezinárodním trhu a zkušenosti ve filmovém průmyslu.

Prolnutí těchto zkušeností je nezbytné pro správný chod právě naší aplikace. Firma Brainz má smysl pro detail a kompatibilitu aplikace, která je vysoko na žebříčku priorit.

Co nás čeká?

Projekt má nyní ucelenou podobu a je připraven na prezentování potenciálním partnerům – Státní Fond Kinematografie, Innogy, APA, Asociace reklamních agentur, regionální tv.

S designerem a architektem už probíhá proces vývoje.

Proof of concept

Různé typy profesí mají různá očekávání, proto do beta verze dostaneme několik zástupců(profesionálů), kteří mají chuť s námi spolupracovat a udělat aplikaci lepší.

Projekt se do půl roku dostane do *proof of concept* fáze. Na základě užívání funkční beta verze obdržíme od uživatelů zpětnou vazbu a následně implikujeme.

V důsledku koronavirové krize se objevily regulace a nové potenciální hrozby. Natáčení může být ohroženo onemocněním jednoho ze členů štábu, kdy je potřeba ihned jednat a najít rychlou náhradu v krátkém čase. Vymysleli jsme funkci, která nabízí pomoc a jistotu produkcím při přípravách dnešního natáčení. Funkce se jmenuje *Standby režim*, kdy má produkce k dispozici dvě profese. Jeden filmový profesionál je najatý na natáčení a druhý je v *standby režimu* připravený kdykoliv v průběhu trvání projektu vystřídat svého kolegu. V případě onemocnění není potřeba shánět novou profesi, ale pouze vyměnit profesionála za již rezervovaného. Produkce může tak být jistěna a mít rezervovaný druhý štáb ve *standby režimu*.

Projekt se od prvotní představy značně posunul díky krokům, které jsme podnikly. Díky uskutečnění pečlivých kroků jsme snižovali počet potenciálních hrozeb. Zjistili jsme, že o aplikaci je veliký zájem jak ze strany nabízejících, tak hledajících. Budeme dále pokračovat ve vývoji a uděláme vše pro to, abychom naše potenciální partnery a uživatele bavili, zkvalitňovali jim život i práci a byli stále přítomní a kompetentní.

9. Přílohy – dotazníky

9.1 Respondent 1

Dotazník

Vyplňte prosím

Profese: Produkční, Vedoucí natáčení

Věk: 39

Jak dlouho pracujete u filmu: dlouho (cca 20 let)

Jakému druhu tvorby se věnujete (reklama, dokument, seriál atd.): Seriál

Jak funguje trh

- 1) V každém oboru jsou profese, které jsou řídce zastoupeny. Které to podle vás jsou ve filmu?

Nemyslím si, že je zde profese, která by byla řídce zastoupena, maximálně né tak kvalitní osobou, například střih, švenk, ale stejně tak je to s hlavní kamerou, či režii

- 2) Jaké filmové profese nejběžněji potřebujete sehnat? S jakým předstihem začínáte shánět štáb před realizací?

Dle projektu a množství požadovaného štábu, zpravidla u seriálu měsíc až měsíc a půl, u filmu dva až tři měsíce dopředu.

- 3) Když dojde k selhání kvality najatých filmařů, co je toho příčinou?

Nesetkal jsem se

- 4) Jak postupujete, když Vám selže daná filmová profese a hledáte náhradu?

Nesetkal jsem se, to by bylo pochybení produkce pokud by k tomuto došlo, pokud by se nejednalo o selhání fyzického rázu, profesně jsem se s pochybením nesetkal.

- 5) Máte zájem o čerstvé absolventy nebo studující na filmových školách?

Popřípadě jaké s nimi máte zkušenosti?

O studenty je zájem veliký, avšak praxe je zrovna v tomto oboru dost často výhodou.

Jak fungují uživatelé na trhu

- 6) Co je pro Vás nejsložitější na shánění filmových profesí? Co by Vám nejvíc pomohlo?

Toto je jen o komunikaci a kontaktech, každý má svou databázi, kterou si léta tvořil.

- 7) Co je pro Vás hlavním parametrem výběru pracovníka?

Spolehlivost, profesionalita, dobrá nálada, zkušenosti.

- 8) Delegujete práci shánění lidí nebo je sháníte sami? Jestliže delegujete, jak? Sháním sám

- 9) Co a jak zjišťujete o potenciálně najmutých filmových profesích?

Zkušenosti, lidské hledisko,

Jaký máte vztah k aplikaci

- 10) Co od aplikace očekáváte?

Nemyslím, že potřebuji aplikaci, abych mohl svou práci vykonávat, pokud však nějaká aplikace bude, rád se s ní seznámím, třeba bude přínosem.

- 11) Co by Vás od aplikace odradilo?

Složitost, nekomfortní ovládání, nevydařený grafický design

- 12) Jaké aplikace nejčastěji používáte?

Meteoradar, Klára, windguru, atd.

- 13) Jaké placené aplikace nebo služby používáte?

žádné

- 14) Jaké aplikace používáte k práci?

Viz bod 12.

- 15) Pracujete s Eventivalem?

Ne

Chcete něco dodat?

9.2 Respondent 2

Dotazník

Vyplňte prosím

Profese: Vedoucí produkce

Věk: 27

Jak dlouho pracujete u filmu: 6 let

Jakému druhu tvorby se věnujete (reklama, dokument, seriál atd.): Dokument,
Hraná tvorba

Jak funguje trh

1) V každém oboru jsou profese, které jsou řídce zastoupeny. Které to podle vás jsou ve filmu?

- asistent režie
- maskérka
- scénograf

2) Jaké filmové profese nejběžněji potřebujete sehnat? S jakým předstihem začínáte shánět štáb před realizací?

- mikrofonista
- asistent kamery
- scénograf

Předstih podle potřeby a podle velikosti projektu, U menších projektů někdy i pár dní dopředu.

3) Když dojde k selhání kvality najatých filmařů, co je toho příčinou?

- nezodpovědnost
- špatná komunikace
- lhaní

- špatně nastavený systém odpovědnosti
- 4) Jak postupujete, když Vám selže daná filmová profese a hledáte náhradu?
 - obracím se na vedoucího daného departmentu s prosbou, koho by doporučil a s kým by chtěl pracovat, potom sesbírám kontakty a obvolávám je (u většího natáčení toto zastane asistent produkce, kterému posílám kontakty a veškeré potřebné informace)
- 5) Máte zájem o čerstvé absolventy nebo studující na filmových školách? Popřípadě jaké s nimi máte zkušenosti?
 - ano, vzhledem k tomu, že stále aktivně studuji jsou absolventi či studenti na mých placech hojně zastoupeni, mám také výhodu v to, že je znám a vím, kým se mi dobře pracuje
 - zkušenosti mám dobré, protože se navzájem známe, ovšem pokud oslovuji někoho, s kým jsem ještě nepracovala žádám reference

Jak fungují uživatelé na trhu

- 6) Co je pro Vás nejsložitější na shánění filmových profesí? Co by Vám nejvíc pomohlo?
 - sehnat kontakty takový problém není, ovšem sehnat kontakty na někoho, kdo je ve svém oboru dobrý a který má zároveň čas je náročné – většinu energie tak v produkci věnujeme poptávání lidí, kteří například rovnou odmítnou, protože jsou na natáčení/v cizině atp.
 - nejvíce by mi pomohl seznam profesí, kteří mají v daných termínech volno + reference, s kým dělali, abych věděla, že ten, koho poptám, bude ve štábu k užítku
 - párkrát jsem již měla na place někoho, koho nikdo neznal a místo, aby nám pomohl dělal spíš větší zmatek, tomu se již potřebuju vyhnout
- 7) Co je pro Vás hlavním parametrem výběru pracovníka?
 - profesní znalost, zodpovědnost, komunikace, osobní přístup k práci a samozřejmě cena
- 8) Delegujete práci shánění lidí nebo je sháníte sami? Jestliže delegujete, jak?
 - podle potřeby, pokud se jedná o menší štáb např. FAMU natáčení, kdy kontakty mám a zná, tak volám sama, protože vím, že s některými studenty

si pomáháme a tak kývnou na mou nabídku spíše, než od někoho, koho neznají

- u většího natáčení spíše deleguji, většinou sama oslovím vedoucího departmentu a poprosím o tipy na cca 5 spolupracovníků, které by doporučil i s kontakty, následně toto předám asistentovi produkce s informacemi, na kdy, za kolik a co poptáváme

9) Co a jak zjišťujete o potenciálně najmutých filmových profesích?

- předchozí zkušenosti, cenu, projekty, na kterých spolupracovali – nejdůležitější je pro mě reference od někoho, koho znám a koho respektuji

Jaký máte vztah k aplikaci

10) Co od aplikace očekáváte?

- usnadnění práce a ušetření času a energie do poptávání štábu
- že nezklame důvěru, kterou jako profesionál do aplikace vložím a že ve chvíli, kdy je potřeba rychle někoho nahradit/sehnat bude k dispozici
- příjemné uživatelské prostředí, ve kterém nebude prostor na negativní kritiky, které by mohli lidi poškodit (přece jen filmové prostředí je na osobní kontakt dost specifické ☺)

11) Co by Vás od aplikace odradilo?

- systém hvězdiček či hodnocení, kterého by se dalo zneužívat
- pokud by nebylo v aplikaci dostatečné množství lidí a profesí, které potřebuji
- chybovost a to, že bych se nemohla na aplikaci zcela spolehnout
- velká datová náročnost
- nemožnost pracovat s aplikací offline
- nepříjemné a nepřehledné uživatelské prostředí

12) Jaké aplikace nejčastěji používáte?

- messenger, spotify, youtube, audioteka, trello, idos, waze

13) Jaké placené aplikace nebo služby používáte?

- spotify, audioteka

14) Jaké aplikace používáte k práci?

- gmail, trello, waze, idos, kalendář, google disk, MM budgeting+scheduling

Chcete něco dodat?

Držím palce a ráda ozkouším v beta verzi 😊

PS: Prosím, myslete na přehlednost a atraktivitu obalu aplikace!

9.3 Respondent 3

Dotazník

Vyplňte prosím

Profese: producent

Věk: 25

Jak dlouho pracujete u filmu: 5

Jakému druhu tvorby se věnujete (reklama, dokument, seriál atd.): reklama

Jak funguje trh

- 1) V každém oboru jsou profese, které jsou řídce zastoupeny. Které to podle vás jsou ve filmu?

Architekt

- 2) Jaké filmové profese nejběžněji potřebujete sehnat? S jakým předstihem začínáte shánět štáb před realizací?

Kompletny stab

2-3 tyzdne

- 3) Když dojde k selhání kvality najatých filmařů, co je toho příčinou?

To sa mi nestava

- 4) Jak postupujete, když Vám selže daná filmová profese a hledáte náhradu?

Nemam skusenosti s nejakym selhanim, ale postupovala by som bezne tak jako vždy, zavolam dalsim ludom v danom obore ktorych poznám

- 5) Máte zájem o čerstvé absolventy nebo studující na filmových školách? Popřípadě jaké s nimi máte zkušenosti?

Spis ne,

Jak fungují uživatelé na trhu

- 6) Co je pro Vás nejsložitější na shánění filmových profesí? Co by Vám nejvíc pomohlo?

Osobne nepocitujem ziadnu zlozitost, vacsinou volam ludom ktorych poznam a mam rada, ak tito nemozu, tak zadavam hladanie stabu produkcnym na nizsich poziciach

- 7) Co je pro Vás hlavním parametrem výběru pracovníka?

Osobne skusenosti s danym clovekom, pripadne referencie

- 8) Delegujete práci shánění lidí nebo je sháníte sami? Jestliže delegujete, jak?

Vacsinou delegujem na produkcnych ktori so mnou pracuju...

- 9) Co a jak zjišťujete o potenciálně najmutých filmových profesích?

Nestava sa, ze by sme mali v stabe niekoho o kom som nikdy nepocula a nemam o nich ziadne informacie

Jaký máte vztah k aplikaci

- 10) Co od aplikace očekáváte?

Jednotne nastavenie cien pre vsetky produkcie, jednoduchsie zhananie profesii typu runner, karavany, base, nebo i profesii ktore bezne nezhaname napr kid chaperone, kaskaderi, eco konzultanti, atd...

- 11) Co by Vás od aplikace odradilo?

Keby tam nebolo dostatočne zastupenie ludi s ktorymi uz spolupracujem

- 12) Jaké aplikace nejčastěji používáte?

Co sa praci tyka tak v mobile len mail, messeges, nic specialne...

- 13) Jaké placené aplikace nebo služby používáte?

Dropbox, Netflix, HBO, icloud, ...

- 14) Jaké aplikace používáte k práci?

Na telefone vlastne ziadny

- 15) Pracujete s Eventivalem?

Nie

9.4 Respondent 4

Dotazník

Vyplňte prosím

Profese: producent

Věk: 30let

Jak dlouho pracujete u filmu: 10let

Jakému druhu tvorby se věnujete (reklama, dokument, seriál atd.): reklama

Jak funguje trh

- 1) V každém oboru jsou profese, které jsou řídce zastoupeny. Které to podle vás jsou ve filmu?

Set design

- 2) Jaké filmové profese nejběžněji potřebujete sehnat? S jakým předstihem začínáte shánět štáb před realizací?

Set design, střih, grading, catering

14dní před shootingem

- 3) Když dojde k selhání kvality najatých filmařů, co je toho příčinou?

Malý honorář

- 4) Jak postupujete, když Vám selže daná filmová profese a hledáte náhradu?

Hledáme v dalších kontaktech nebo se rovnou zeptáme na jiný kontakt toho, který musel z nějakého důvodu směnu zrušit

- 5) Máte zájem o čerstvé absolventy nebo studující na filmových školách?

Popřípadě jaké s nimi máte zkušenosti?

Určitě ano. Velmi dobré

Jak fungují uživatelé na trhu

- 6) Co je pro Vás nejsložitější na shánění filmových profesí? Co by Vám nejvíc pomohlo?

Portfolia jednotlivých profesí, podle kterých zjistíme zda je na ten či onen projekt vhodný

- 7) Co je pro Vás hlavním parametrem výběru pracovníka?
kvalita odvedené práce a hned potom příjemné vystupování, dobrá komunikace
- 8) Delegujete práci shánění lidí nebo je sháníte sami? Jestliže delegujete, jak?
Sháníme sami / produkční
- 9) Co a jak zjišťujete o potenciálně najmutých filmových profesích?
S kým pracovali na jakých projektech pracovali. Celkově jaké mají ostatní produkce / režiséři/ kameramani s daným člověkem zkušenosti.

Jaký máte vztah k aplikaci

- 10) Co od aplikace očekáváte?
Přehlednost jednoduchá možnost spojení s danou profesí.
- 11) Co by Vás od aplikace odradilo?
Nepřehlednost, složitost v tom, že rychleji si seženu kontakt a reference osobně
- 12) Jaké aplikace nejčastěji používáte?
Nepoužíváme žádné speciální aplikace pracujeme s Mac poznámkami, seznamy úkolů
- 13) Jaké placené aplikace nebo služby používáte?
Google drive, dropbox
- 14) Jaké aplikace používáte k práci?
Žádné specifické. vlastní vyrobené tabulky
- 15) Pracujete s Eventivalem?
ne

Chcete něco dodat?

9.5 Respondent 5

Dotazník

Vyplňte prosím

Profese: produkční

Věk: 25

Jak dlouho pracujete u filmu: 3

Jakému druhu tvorby se věnujete (reklama, dokument, seriál atd.): reklama, seriál, film – zahraniční projekty

Jak funguje trh

- 1) V každém oboru jsou profese, které jsou řídce zastoupeny. Které to podle vás jsou ve filmu?

art director, architekt, catering

- 2) Jaké filmové profese nejběžněji potřebujete sehnat? S jakým předstihem začínáte shánět štáb před realizací?

Podle délky projektu, například na seriál (2-3 měsíce natáčení) je třeba shánět minimálně půl roku dopředu, ideálně myslím klidně rok dopředu, je-li projekt potvrzený

Na reklamu stačí měsíc – 2 týdny dopředu

- 3) Když dojde k selhání kvality najatých filmařů, co je toho příčinou?

Málo zkušeností v oboru, produkce má málo peněz a šetří na amatérech a levné technice

- 4) Jak postupujete, když Vám selže daná filmová profese a hledáte náhradu?

Rychle volám všem ☺

- 5) Máte zájem o čerstvé absolventy nebo studující na filmových školách? Popřípadě jaké s nimi máte zkušenosti?

Ano určitě, jsou nadšení a mají chuť se práci věnovat naplno (sama jsem příklad haha)

Jak fungují uživatelé na trhu

- 6) Co je pro Vás nejsložitější na shánění filmových profesí? Co by Vám nejvíc pomohlo?
Obvolávání lidí trvá minimálně 1 den, při těch delších projektech trvá klidně měsíc, než se podaří najít štáb
- 7) Co je pro Vás hlavním parametrem výběru pracovníka?
Jeho přístup k práci, jednání a samozřejmě cena
- 8) Delegujete práci shánění lidí nebo je sháníte sami? Jestliže delegujete, jak?
Záleží, v jaké jsem pozici, když deleguju, tak doporučuju lidi, se kterými ráda dělám sama – záleží na domluvě produkčních
- 9) Co a jak zjišťujete o potenciálně najmutých filmových profesích?
U nich samotných zjišťuju cenu, rozpočet, u kolegů produkčních pak zjišťuju, jestli je znají, mají dobré zkušenosti apod

Jaký máte vztah k aplikaci

- 10) Co od aplikace očekáváte?
Usnadnění práce, lidi se sami budou nabízet a nebudu je muset hledat, naopak i pro mě je to další možnost, jak si najít práci
- 11) Co by Vás od aplikace odradilo?
Složitý systém, aplikace musí být user friendly
- 12) Jaké aplikace nejčastěji používáte?
Instagram, facebook, youtube
- 13) Jaké placené aplikace nebo služby používáte?
Spotify, netflix, hbo go
- 14) Jaké aplikace používáte k práci?
Google maps :D
- 15) Pracujete s Eventivalem?
Ne, ale znám

Chcete něco dodat?

9.6 Respondent 6

Dotazník

Vyplňte prosím

Profese: produkce

Věk: 25

Jak dlouho pracujete u filmu: 6let

Jakému druhu tvorby se věnujete (reklama, dokument, seriál atd.): film

Jak funguje trh

- 1) V každém oboru jsou profese, které jsou řídce zastoupeny. Které to podle vás jsou ve filmu?
dramaturg, asistent režie, sales/ festivals agent
- 2) Jaké filmové profese nejběžněji potřebujete sehnat? S jakým předstihem začínáte shánět štáb před realizací?
střihač, zvukař — několik měsíců/ týdnů předem
- 3) Když dojde k selhání kvality najatých filmařů, co je toho příčinou?
nedostatečné reference, nezkušenost
- 4) Jak postupujete, když Vám selže daná filmová profese a hledáte náhradu?
sháním náhradu dle doporučení
- 5) Máte zájem o čerstvé absolventy nebo studující na filmových školách? Popřípadě jaké s nimi máte zkušenosti?
Ano a mám dobré zkušenosti do asistentských pozic - je dobré předem zjistit co daný student/ absolvent opravdu umí a jaké jsou jeho zkušenosti z praxe

Jak fungují uživatelé na trhu

- 6) Co je pro Vás nejsložitější na shánění filmových profesí? Co by Vám nejvíc pomohlo?
časová náročnost obvolávání a ověřování termínů, nespolehlivost, odlišné finanční ohodnocení
- 7) Co je pro Vás hlavním parametrem výběru pracovníka?
doporučení, osobní dojem, spolehlivost

- 8) Delegujete práci shánění lidí nebo je sháníte sami? Jestliže delegujete, jak?
sháním sama, asistentské pozice si shání vedoucí departmentů
- 9) Co a jak zjišťujete o potenciálně najmutých filmových profesích?
Jak jsou spolehliví, jaké za sebou mají projekty, jak dlouho svou profesi dělají

Jaký máte vztah k aplikaci

- 10) Co od aplikace očekáváte?
úsporu času, přehlednost kontaktů
- 11) Co by Vás od aplikace odradilo?
nefunkčnost, neaktuální informace
- 12) Jaké aplikace nejčastěji používáte?
Apple – kalendář, notes,
- 13) Jaké placené aplikace nebo služby používáte?
dropbox
- 14) Jaké aplikace používáte k práci?
Eventival, Cinando, Filmfreeway
- 15) Pracujete s Eventivalem?
ano – nejsem s ním spokojená, uživatelsky je přehledný, ale není absolně vůbec úsporou času a synchronizace se Cinandem není stoprocentně funkční

Chcete něco dodat?

9.7 Respondent 7

Dotazník

Vyplňte prosím

Profese: TV producent

Věk: 49

Jak dlouho pracujete u filmu: 30let

Jakému druhu tvorby se věnujete (reklama, dokument, seriál atd.): seriál, film, zábava, dokument

Jak funguje trh

- 1) V každém oboru jsou profese, které jsou řídce zastoupeny. Které to podle vás jsou ve filmu?

Scenáristé, dramaturgové, as. architekta, lokační

- 2) Jaké filmové profese nejběžněji potřebujete sehnat? S jakým předstihem začínáte shánět štáb před realizací?

As.zvuku, švenkr, grip, as.architekta(!), lokační

- 3) Když dojde k selhání kvality najatých filmařů, co je toho příčinou?

Lidský faktor

- 4) Jak postupujete, když Vám selže daná filmová profese a hledáte náhradu?

Přes referenci hledám

- 5) Máte zájem o čerstvé absolventy nebo studující na filmových školách? Popřípadě jaké s nimi máte zkušenosti?

Jak na kterou pozici. Asistentské nejsou problém. A záleží, zda si absolventa přivádí do svého týmu nadřazená pozice. Pak s tím nemám vůbec problém. David Ondříček si převedl Marka Dvořáka. Marika Pecháčková Elšíka...

Jak fungují uživatelé na trhu

- 6) Co je pro Vás nejsložitější na shánění filmových profesí? Co by Vám nejvíc pomohlo?
Chybí záruka kvality odborné a lidské
- 7) Co je pro Vás hlavním parametrem výběru pracovníka?
Odborná a lidská kvalita
- 8) Delegujete práci shánění lidí nebo je sháníte sami? Jestliže delegujete, jak?
Zásadně deleguji na hlavy profesí: režisér, kameraman, hl.osvětlovač, ved.výpravy, masek, kostýmů, produkce...
- 9) Co a jak zjišťujete o potenciálně najmutých filmových profesích?
Reference – projekty, pozice, garance

Jaký máte vztah k aplikaci

- 10) Co od aplikace očekáváte?
Rychlost, spolehlivost kvality, referencí a termínů
- 11) Co by Vás od aplikace odradilo?
Ztráta času – termíny neplatí, reference nejsou aktuální, osobní
- 12) Jaké aplikace nejčastěji používáte?
Waze, FB, Uber, Spotify
- 13) Jaké placené aplikace nebo služby používáte?
Netflix, HBO
- 14) Jaké aplikace používáte k práci?
žádné

Chcete něco dodat?

Nejdůležitější je, abyste v prvé řadě měli 20-50 opinionleaderů – nositelů Českého Lva za každou odbornou profesi – režie, kamera, zvuk, střih, hudba, architekt, masky, kostýmy, hudba(?) kteří vám poskytnou každý za svou profesi 5-10 jmen u každé z (pod)profese, které pro svou práci považují za klíčovou, a za která se mohou zaručit. Těchto 5-10 lidí (krát počet profesí a odborností) jednak vytvoří základní síť typových profesí a jednak byste je měli osobně oslovit a nabídnout jim, zda chtějí v databázi být: uvádět se v nabídce, aktualizovat své volné termíny. A zároveň požádat jejich reference, zda je můžete uvést.

9.8 Respondent 8

Dotazník

Vyplňte prosím

Profese: Producentka

Věk: 48

Jak dlouho pracujete u filmu: 20 let

Jakému druhu tvorby se věnujete (reklama, dokument, seriál atd.): reklama, dokument, různé....

Jak funguje trh

- 1) V každém oboru jsou profese, které jsou řídce zastoupeny. Které to podle vás jsou ve filmu?

Speciální odborníci na učitou tematiku

- 2) Jaké filmové profese nejběžněji potřebujete sehnat? S jakým předstihem začínáte shánět štáb před realizací?

Režiser, kameraman, asistenti ke kamerám, DIT, video, grip, světla, lokace, asistent režie, asistenti produkce, runner, skript, zvuk, architekt, rekvi, kostýmy, masky, catering, doprava, kamerová + gripová + osvětlovací techniky, agregát, steady, lowloader, ježáby, plošiny, lock up, ochranka, zdravotní dozor, vysílačky, wifi, střihač, on line pracoviště (zvuk + obraz)

Profese se shání podle zakázky – někdy je na to měsíc jindy jen pár dní před natáčením a někdy je to v případě krize i ze dne na den

- 3) Když dojde k selhání kvality najatých filmařů, co je toho příčinou?

To se v podstatě nemůže stát a nestává – pokud ano, tak jde o selhání jedince nebo jeho nezkušenost a musí se okamžitě vyměnit. Když se to stane, tak si myslím, že hlavní problém je v tom, že nezná svoji profesi – neprojde přes asistentské profese (přes známe se hned dostane na hlavní pozice) a to pak může být problém (především pro něj samého)

- 4) Jak postupujete, když Vám selže daná filmová profese a hledáte náhradu?
Myslím, že se mi to nikdy nestalo – vždy, když to jen trochu jde, tak se s nažím s daným člověkem dotočit (to mluvím o krátkodobých projektech, u dlouhodobých je naopak dobré vyměnit nefungující profesi okamžitě).

Může se ale stát, že člověk během natáčení onemocní, a to v dnešní době koronavirové může nastávat častěji, a pak se musí volat a volat a sehnat náhrada.

- 5) Máte zájem o čerstvé absolventy nebo studující na filmových školách? Popřípadě jaké s nimi máte zkušenosti?

Na asistenských pozicích určitě – zkušenosti mám dobré, ale je to různé člověk od člověka. Pokud jsou na asistenstkých pozicích, zodpovědnost za ně přebírá hlavní v dané profesi.

Jak fungují uživatelé na trhu

- 6) Co je pro Vás nejsložitější na shánění filmových profesí? Co by Vám nejvíc pomohlo?

Složitě to není – za léta si člověk vybuduje vlastní databázi a pak musí volat a volat a volat. Problém je v době, kdy je hodně práce (hodně se točí) a lidí je pak málo. To je pak potřeba trpělivost, pevné nervy a obvolávat a obvolávat. V dnešní pokoronavirové době mi naopak denně chodí nabídky od lidí, kteří práci potřebují.

- 7) Co je pro Vás hlavním parametrem výběru pracovníka?

Vždy preferuji pracovníky, s kterými mám vlastní zkušenost. Když takoví nejsou k mání, tak pak do hlavních pozic hledám pracovníky, kteří jsou zkušení a mají za sebou již pár let odpracovaných. Do asistentských pozic pak bereme lidi na doporučení.

- 8) Delegujete práci shánění lidí nebo je sháníte sami? Jestliže delegujete, jak?

Režiséry, kameramany, architektky si zajistím sama. Shánění ostatních lidí do štábu delegujeme na asistenty produkce – dostanou informace, komu mají volat, když nějakou profesi z této první nabídky neseženou, doplníme

dalšími jmény a když je období práce a lidi nejsou, tak pak už se volá komukoliv... (opět připomínám, nemůže jít o hlavního v daném departmentu – tam vždy musí být někdo zkušený a ověřený).

9) Co a jak zjišťujete o potenciálně najmutých filmových profesích?

- a) Termíny – kdy má volno
- b) Denní honorář
- c) Honoráře za přesčasy a vyrovnávky, cestovné, atp.
- d) Jeho asistenty – lidi, se kterými je zvyklý pracovat a chce je do týmu
- e) Jestli chce na natáčení vozit nebo jezdí vlastním autem (pokud chce vozit, tak adresu, na které se nabírá) – to se může měnit podle toho, kde se natáčí v Praze nebo mimo
- f) Jeho požadavky – pokud nějaké speciální má

Jaký máte vztah k aplikaci

10) Co od aplikace očekáváte?

Rychlé informace o volných profesích v daný čas (nebudou se muset obvolávat lidi, kteří jsou v daný termín na jiném projektu) – což ušetří čas.

Informace o profesích – ideální by bylo, kdyby u hlavních profesí bylo i jejich aktuální CV (na což by je aplikace třeba jednou ročně mohla upozorňovat), odkaz na jejich web, vimeo atd, kde mají uloženy showreely atp.

Aktualizace profesí – tzn., že někdo třeba z runnera přejde na asistenta produkce a v aplikaci si to může hned přenastavit...

Dohledání i méně používaných kontaktů – např. lokační standardně zařizuje base camp. Ale může být malý projekt, kde nebude lokační, ale v aplikaci si najdu kontakt na base camp, který standardně nezajišťuji.

Bylo by dobré, kdyby si každý mohl nastavit sám v aplikaci jeho TOP 10 (třeba TOP 10 kameramanů) – vždy, když oboláváme danou profesi, máme svojí TOP, kterou začínáme. Samozřejmě každá produkce, každý producent má svojí TOP jinou.

Také by bylo dobré, kdybych u poptávaných lidí našla rovnou jejich omezení – nechtějí cestovat, bojí se výšek atp.

V aplikace by také měla mít u každého informace, jak je na tom s jazyky.

Pak by se mi líbilo, kdybych si tam mohla dávat i vlastní poznámky – někdy má člověk s někým zkušenost a pak ho potká třeba až za 10 let a zapomene, že tenkrát už přeci měl s něčím problém nebo naopak byl neproblematicky a ochotný nad rámec svých povinností.... Tyto poznámky si u kontaktů běžně ukládám.

11) Co by Vás od aplikace odradilo?

Komplikovanost

12) Jaké aplikace nejčastěji používáte?

Banky, Platební karty, Uber, Počasí, Idos, Sport, Navigace,

13) Jaké placené aplikace nebo služby používáte?

žádné

14) Jaké aplikace používáte k práci?

Totožné s otázkou 12

15) Pracujete s Eventivalem?

NE

Chcete něco dodat?

PŘEJI HODNĚ ŠTĚSTÍ A ÚSPĚCHŮ S NOVOU APLIKACÍ

9.9 Přehled sumarizace dotazníků

Dotazník (respondent 1-8)

1) V každém oboru jsou profese, které jsou řídce zastoupeny. Které to podle vás jsou

ve filmu?

- 1 – nemyslí si, že tomu tak je
- 2 – Asistent režie, maskérka, Architekt
- 3 – Architekt
- 4 – Architekt/set design
- 5 – art director, architekt, catering
- 6 – dramaturg, Asistent režie, sales/festival agent
- 7 – scénáristé, dramaturgové, as. architekta, lokační
- 8 – odborníci na určitou tematiku

2) Jaké filmové profese nejběžněji potřebujete sehnat? S jakým předstihem začínáte shánět štáb před realizací?

- 1 – měsíc až měsíc a půl předem
- 2 – mikrofonista, Asistent kamery, Architekt
- 3 – kompletní štáb, 2-3 týdny
- 4 – architekt, střih, grading, catering – 14 dní předem
- 5 – seriál – půl rok, na reklamu – 2 týdny
- 6 – střihač, zvukař (několik měsíců/týdnů předem)
- 7 – as zvuku, švenkr, grip, as architekta, lokační
- 8 – celý štáb – někdy měsíc, někdy pár dní, někdy ze dne na den

3) Když dojde k selhání kvality najatých filmařů, co je toho příčinou?

- 1 - Nestává se mi, že by docházelo k selhání
- 2 - nezodpovědnost, špatná komunikace, lhaní, špatně nastavený systém odpovědnosti
- 3 - Nestává se mi, že by docházelo k selhání
- 4 - malý honorář
- 5 - málo zkušeností v oboru, produkce šetří na amatérech a levné technice
- 6 - nedostatečné reference, nezkušenost
- 7 - lidský faktor
- 8 - neznalost profese, projde přes známé

4) Jak postupujete, když Vám selže daná filmová profese a hledáte náhradu?

- 1 - Neděje se mi
- 2 - obrát na vedoucího departmentu
- 3 - Neděje se mi
- 4 - hledáme další kontakty
- 5 - rychle volám všem
- 6 - náhradu dle doporučení
- 7 - přes reference
- 8 - okamžitá výměna, volat a sehnat náhrada

5) Máte zájem o čerstvé absolventy nebo studující na filmových školách? Popřípadě jaké s nimi máte zkušenosti?

1 – ANO

2 – ANO

3 – NE

4 – ANO, dobré zkušenosti

5 – Ano, jsou nadšení a mají chuť se práci věnovat naplno (sama jsem příkladem)

6 – ANO, mám dobré zkušenosti do as. pozic (dobré předem zjistit, co daný student umí)

7 – ANO pokud as pozice, nebo si studenta přivede nadřízená pozice

8 – ANO – asistentské pozice určitě, odpovědnost přebírá nadřízený

6) Co je pro Vás nejsložitější na shánění filmových profesí? Co by Vám nejvíc pomohlo?

1 – pouze o kontaktech, databáze, kterou si léta tvořil

2 – sehnat kontakt na někoho, kdo je zkušený a má čas. Nejvíce času trávíme poptáváním lidí, kteří odmítají. Nejvíce by pomohl seznam profesí, které mají v daný termín volno + referencem s kým dělali – abych věděla, že bude k užitku. Chci se vyvarovat neschopnosti

3 – nemám pocit složitosti

4 – portfolia jednotlivých profesí

5 – obvolávání trvá minimálně 1 den, u větších projektů klidně měsíc

6 – časová náročnost obvolávání a ověřování termínů, nespolehlivost, odlišné finanční ohodnocení

7 – chybí záruka kvality odborné a lidské

8 – za léta si člověk vybuduje databázi. Když je hodně práce, lidí je málo

7) Co je pro Vás hlavním parametrem výběru pracovníka?

- 1 – spolehlivost, profesionalita, dobrá nálada, zkušenosti
- 2 – profesní znalost, zodpovědnost, komunikace, osobní přístup k práci a cena
- 3 – osobní zkušenosti s daným člověkem, případně reference
- 4 – kvalita odvedené práce, příjemné vystupování, dobrá komunikace
- 5 – přístup k práci, jednání a cena
- 6 – doporučení, osobní dojem, spolehlivost
- 7 – odborná a lidská kvalita
- 8 – preferuji toho, s kým mám vlastní zkušenost. Když není vlastní zkušenost, tak hledám do hlavních pozic zkušené s letitou praxí. Do asistentských pozic na doporučení

8) Delegujete práci shánění lidí nebo je sháníte sami? Jestliže delegujete, jak?

- 1 – sháním sám
- 2 – u malého natáčení sama, u většího deleguji
- 3 – deleguji na produkční
- 4 – sháníme sami / produkční
- 5 – když deleguju, doporučuji lidi, se kterými sama ráda dělám
- 6 – sháním sama, as pozice si shání vedoucí departmentů
- 7 – zásadně deleguji na hlavy profesí: režie, kamera atd.
- 8 – hlavní profese sama, zbytek as produkce (dostanou info komu volat, když nejsou lidi, volá se komukoliv)

9) Co a jak zjišťujete o potenciálně najmutých filmových profesích?

- 1 – zkušenosti, lidské hledisko
- 2 – předchozí zkušenosti, cenu, projekty, na kterých pracovali, reference od někoho, koho znám a respektuji
- 3 – nestává se

- 4 – s kým pracovali, jaké s nimi mají zkušenosti ostatní produkce
- 5 – cenu, rozpočet, reference od známých
- 6 – jak jsou spolehliví, jaké mají za sebou projekty, jak dlouho svou profesi dělají
- 7 – reference – projekty, pozice, garance
- 8 – termíny, denní honorář, přesčasy, vyrovnávky, cestovné, s kým spolupracuje, jezdí na plac autem nebo chce svozy, speciální požadavky

10) Co od aplikace očekáváte?

- 1 – nemyslím, že potřebuji, ale rád se s ní seznámím, když bude
- 2 – usnadnění práce, ušetření času a energie do poptávání štábu, nezklame důvěru, když bude potřeba někoho nahradit/sehnat bude k dispozici. Příjemné uživatelské prostředí, ve kterém nebude prostor na negativní kritiky, které by mohly lidi poškodit
- 3 – jednotně nastavené ceny pro všechny produkce, zjednoduší shánění profesí (runner, karavany, base, kid chaperone, kaskadéři, eco, konzultanti)
- 4 – přehlednost, jednoduchá možnost spojení
- 5 – usnadnění práce, lidi se sami budou nabízet a nebudu je muset hledat, naopak i pro mě možnost, jak si najít práci
- 6 – úsporu času, přehlednost kontaktů
- 7 – rychlost, spolehlivost kvality, referencí a termínů
- 8 – rychlé informace o volných profesích (není potřeba obvolávat)
 - Aktuální CV
 - Odkaz na web/vimeo, kde jsou showreely
 - Aktualizace různých profesí
 - Možnost nastavit si TOP 10 (pro každý department) – vždy začínáme svojí top 10
 - Omezení (nechci cestovat, bojím se výšek atp.)
 - Jakými jazyky mluví
 - Možnost přidání vlastních poznámek

11) Co by Vás od aplikace odradilo?

- 1 – složitost, nekomfortní ovládání, nevydařený grafický design
- 2 – systém hodnocení, kterého by se dalo zneužívat
 - Málo lidí a profesí, které nepotřebují
 - Nedalo by se spolehnout na aplikaci
 - Datová náročnost
 - Nemožnost pracovat s aplikací offline
 - Nepříjemné a nepřehledné uživatelské prostředí
- 3 – Kdyby tam nebylo dostatečné množství lidí, se kterými již spolupracuji
- 4 – nepřehlednost, složitost v tom, že rychleji si seženu kontakt a reference osobně
- 5 – složitý systém, aplikace musí být user friendly
- 6 – nefunkčnost, neaktuální informace
- 7 – ztráta času, termíny neplatí, reference nejsou aktuální, osobní
- 8 – komplikovanost

12) Jaké aplikace nejčastěji používáte?

- 1 – meteoradar, klára, windguru, atd.
- 2 – messenger, spotify, youtube, audioteka, trello, idos, waze
- 3 – mail, messages
- 4 – mac poznámky, seznamy úkolů
- 5 – Instagram, facebook, youtube
- 6 – kalendář, notes
- 7 – waze, fb, uber, spotify
- 8 – banky, platební karty, uber, počasí, idos, sport, navigace

13) Jaké placené aplikace nebo služby používáte?

- 1 – žádné
- 2 – spotify, audioteka
- 3 – dropbox, netflix, hbo, icloud
- 4 – gdrive, dropbox
- 5 – spotify, netflix, hbogo
- 6 – dropbox
- 7 – netflix, hbo
- 8 – žádné

14) Jaké aplikace používáte k práci?

- 1 – viz bod 12
- 2 – gmail, trello, waze, idos, kalendář, gdrive, mm budgeting + schedulling
- 3 – mail, messages
- 4 – vlastní tabulky
- 5 – google maps
- 6 – eventival, cinando, filmfreeway
- 7 – žádné
- 8 – viz 12

15) Pracujete s Eventivalem?

- 1 - NE
- 2 – NE
- 3 – NE
- 4 – NE
- 5 – NE, ale znám

6 – ANO – nejsem spokojená, uživatelsky přehledný, ale není vůbec úsporou času a synchronizace se cinandem není stoprocentně funkční

7 – -----

8 – NE

Chcete něco dodat?

2 – ráda ozkouším v beta verzi, myslete na přehlednost a atraktivitu obalu aplikace

7 – Nejdůležitější je, abyste v první řadě měli 20-50 opinionleaderů – nositelů Českého Lva za každou odbornou profesi – režie, kamera, zvuk, střih, hudba, architekt, masky, kostýmy, hudba(?) kteří vám poskytnou každý za svou profesi 5-10 jmen u každé z (pod)profese, které pro svou práci považují za klíčovou, a za která se mohou zaručit. Těchto 5-10 lidí (krát počet profesí a odborností) jednak vytvoří základní síť typových profesí a jednak byste je měli osobně oslovit a nabídnout jim, zda chtějí v databázi být: uvádět se v nabídce, aktualizovat své volné termíny. A zároveň požádat jejich reference, zda je můžete uvést.

8 – PŘEJI HODNĚ ŠTĚSTÍ A ÚSPĚCHŮ S NOVOU APLIKACÍ

10. Zdroje

- 1) Internet v telefonu – <https://www.czso.cz/documents/10180/90577057/062004190503.pdf/fec81fe8-58a8-4737-88d9-73a843dc4f12?version=1.1>
- 2) Contributor.io - <https://www.chip.cz/novinky/umela-intelligence-zrychluje-nahravani-fotek-do-fotobank/>
- 3) Aplikace APSTR - https://www.denik.cz/z_domova/soudcum-setri-praci-aplikace-ktou-vymyslel-asistent-20150817.html
- 4) Trello - <https://trello.com/>
- 5) Nástroje, které šetří práci - <https://www.cevelova.cz/5-nastroju-ktre-mi-setri-praci/>
- 6) Výskyt aplikací Google Play + App store - <https://dotekomanie.cz/2018/04/appfigures-zanalyzovali-rozvoj-aplikaci-na-app-store-a-google-play/>
- 7) Cinando - <https://cinando.com/>
- 8) Slated - <https://www.slated.com/>
- 9) Slated, uživatelské skóre - <https://help.slated.com/en/articles/31123-what-is-a-slated-member-score>
- 10) Slated, uživatelé - https://www.slated.com/n/people?connection=Slated%20member&sort_by=credits-score-total
- 11) Slated, FILMonomics - <https://filmonomics.slated.com/>
- 12) Slated, Business plan - <https://services.slated.com/matching/>
- 13) ProductionHUB - <https://www.productionhub.com/>
- 14) ProductionHUB, subscription - <https://www.productionhub.com/get-listed>
- 15) Mandy - <https://www.mandy.com/>
- 16) Generace Z - <https://medium.com/edtech-kisk/generace-z-kdo-vlastn%C4%9B-jsou-ad8f433a794c>
- 17) Marc Prensky, *Digital Natives, Digital Immigrants*, 2001
<https://marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>
- 18) Výzkum Behavio – používání sociálních sítí
<https://magazin.aktualne.cz/zatracena-generace-z/r~d1f1da48debd11e9926e0cc47ab5f122/>

11. Obrazové materiály

- 1) Obrázek č. 1 (Jednotlivci v ČR používající internet na mobilním telefonu) <https://www.czso.cz/documents/10180/90577057/062004190503.pdf/fec81fe8-58a8-4737-88d9-73a843dc4f12?version=1.1>
- 2) Obr. č. 2 (Cinando, vyhledávání profesionálů) <https://cinando.com/> - náhled osobní profil
- 3) Obr. č. 3 (Slated, menu) <https://welcome.slated.com/> - náhled osobní profil
- 4) Obr. č. 4 (Slated, služby) <https://welcome.slated.com/> - náhled osobní profil
- 5) Obr. č. 5 (Slated, funkce) <https://welcome.slated.com/> - náhled osobní profil
- 6) Obr. č. 6 (Slated, skóre) <https://welcome.slated.com/> - náhled osobní profil
- 7) Obr. č. 7 (Slated, FILMonomics) <https://filmonomics.slated.com/>
- 8) Obr. č. 8 (ProductionHUB, menu) <https://www.productionhub.com/> - náhled osobní profil
- 9) Obr. č. 9 – ProductionHUB, služby <https://www.productionhub.com/> - náhled osobní profil
- 10) Obr. č. 10 – ProductionHUB, území <https://www.productionhub.com/> - náhled osobní profil
- 11) Obr. č. 11 (Mandy, menu) <https://www.mandy.com/> - náhled osobní profil
- 12) Obr. č. 12 (Mandy, služby) <https://www.mandy.com/> - náhled osobní profil
- 13) Obr. č. 13 (CopyThat, menu) <https://www.copythatapp.com/> - mobilní aplikace
- 14) Obr. č. 14 (CopyThat, menu) <https://www.copythatapp.com/> - mobilní aplikace
- 15) Obr. č. 15 (Behavio – výzkum užívání sociálních sítí, 16 - 23let) <https://magazin.aktualne.cz/zatracena-generace-z/r~d1f1da48debd11e9926e0cc47ab5f122/>