सङ्गीत र प्रविधि

Presented by: Rajendra Aryal
Research and Design by: Pawan Simkhada

मुख्य उद्देश्य: सिर्जनात्मक स्वतन्त्रता, अकाउन्ट सुरक्षा र डिजिटल माध्यमबाट पूर्ण व्यावसायिक सफलता।

Rajendra Aryal

Today’s presenter, Research and development

- *Microsoft Certified Professional*
- *Chief Technical Officer: Riddhi Binayak Computers*
  IT Advisor: Cultural Corporation Nepal, Oscar International College (College of Film Studies)
- *Content and distribution Manager for more than 600+ renowned Nepali Artists*

Pawan Simkhada

Research and Design

- *Freelancer Graphics Designer*
- *Video professional in Nepali Music Industry*
- *Cyber security Analyst*
- *Content, curator and distribution Manager for renowned Nepali Artists*
- *www.pyaro.studio*

सङ्गीत बजारको इतिहास र प्रविधिको विकास

परम्परागत युग (विगत)

सीमित दायरा: पहिले पहिले म्युजिक कम्पनीहरुले ठुलो लगानी गरेर विभिन्न कलाकारहरुसँग गीत सङ्गीत लिएर बजारीकरण गर्ने चलन थियो।

भौतिक वितरण: दर्शक-स्रोताले क्यासेट, सी.डी. (CD), वा डी.भी.डी. (DVD) किनेर वा रेडियो/टिभी मार्फत मात्र संगीत सुन्न पाउने चलन थियो।

आधुनिक युग (वर्तमान)

डिजिटल स्वतन्त्रता: हातहातमा Smart Phone र Internet को पहुँच पुगेपछि संगीत क्षेत्र पूर्ण रुपमा लोकतान्त्रीकरण भएको छ।

स्वतन्त्र प्रकाशन: अब YouTube, Spotify र Apple Music मार्फत सिधै स्रोतासम्म पुग्न सकिन्छ। कलाकार आफैँ लगानीकर्ता, प्रकाशक र वितरक बन्न सक्छन्।

कार्यशालाको मर्म र मूल उद्देश्यहरू

01
Security Foundation
गुगल, फेसबुक, युट्युब च्यानल र वित्तीय खाताहरूलाई ह्याकर र स्क्यामरहरूबाट सधैँ सुरक्षित राख्ने विधि।

02
Digital Distribution
आफ्नो गीतलाई संसारभरिका अडियो स्टोरहरूमा रिलिज गर्ने र अन्तर्राष्ट्रिय रोयल्टी सुरक्षित रूपमा संकलन गर्ने सुत्र।

03
Marketing
कम खर्चमा सही नेपाली स्रोता लक्षित गरी फेसबुक र गुगल एड्स म्यानेजर मार्फत सही प्रवर्द्धन गर्ने उपाय।

सामाजिक सञ्जाल र यसको व्यावसायिक महत्त्व

सामाजिक सञ्जाल भनेको के हो?

इन्टरनेट र डिजिटल प्रविधिको प्रयोग गरेर मानिसहरुले एकापसमा कुराकानी गर्ने, विचार, भावना, संगीत र भिडियो आदानप्रदान गर्ने मञ्च नै सामाजिक सञ्जाल हो। फेसबुक, युट्युब, इन्स्टाग्राम र टिकटक यसका प्रमुख उदाहरण हुन्।

कलाकारका लागि व्यावसायिक च्यानल

आजभोलि सामाजिक सञ्जाल केवल साथीभाइ वा फ्यानसँग गफगाफ गर्ने माध्यम मात्र होइन। यो कलाकारका लागि आफ्नो संगीत ब्रान्ड प्रवर्द्धन गर्ने, फ्यान बेस निर्माण गर्ने र ठूलो आम्दानी गर्ने एउटा बलियो डिजिटल व्यवसायिक च्यानल बनिसकेको छ।

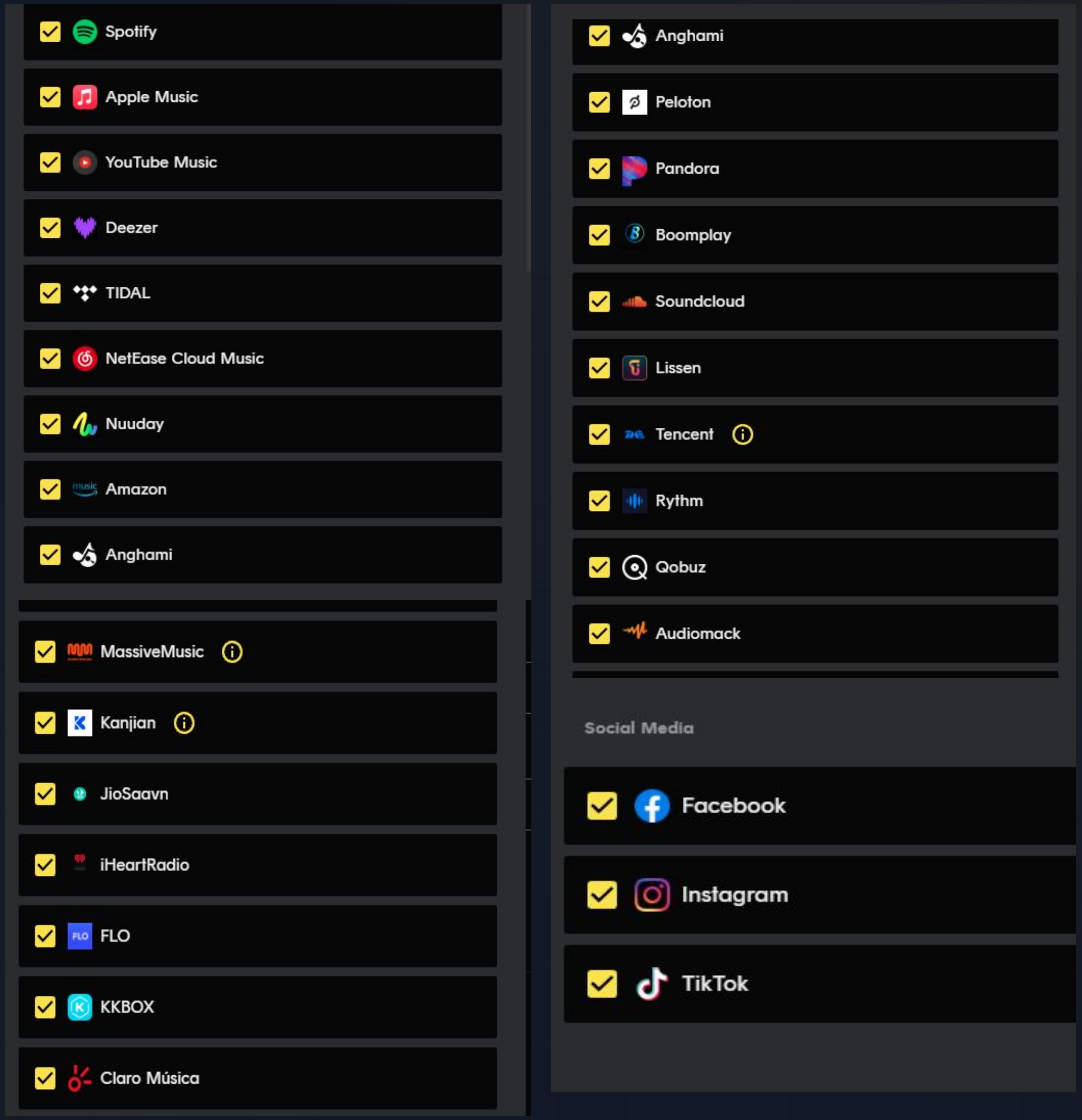
खण्ड

२

संगीत वितरण र बौद्धिक सम्पत्ति दर्ता

विश्वव्यापी डिजिटल प्लेटफर्महरुमा आफ्नो गीत पठाउने सही विधि, प्राविधिक मापदण्ड र कानुनी सुरक्षा

Music Stores हरु कुन कुन छन त? हाम्रो गीतहरु कहाँ कहाँ पठाउने?



Independent Artist हरुले धैरै प्रयोग गर्ने केही Music Distributors

डिजिटल वितरकमा गीत अपलोड गर्ने ५ चरणहरु

१

रिलिज जानकारी

'Single' वा 'Album' ढाँचा छान्ने र आफ्नो आधिकारिक आर्टिस्ट प्रोफाइल डिष्ट्रिब्युटरमा लिङ्क गर्ने।

२

स्टोर छनोट

विश्वभरका सबै मुख्य डिजिटल स्टोरहरु (Spotify, Apple, TikTok, YouTube) मा डेलिभरी गर्न टिक लगाउने।

३

कभर र अडियो

कभर ३००० x ३००० पिक्सेल स्क्वायर हुनुपर्छ। अडियो फाइल उच्च गुणस्तरको फर्म्याटमा हुनुपर्छ (.WAV)।

४

मेटाडाटा र कपीराइट

गीतकार, संगीतकारको वास्तविक कानुनी नाम लेख्ने र 'Content ID' र 'Copyright' बक्समा टिक लगाउने।

मेटाडाटा : तपाईंको गीत बिकाउने डिजिटल औजार

- **गीतको डिजिटल जानकारी :** मेटाडाटा भनेको तपाईंको गीतको बारेमा सम्पूर्ण विस्तृत डिजिटल विवरण हो (जस्तै: शीर्षक, सर्जकको नाम, भाषा)।
- **पुस्तकालयको क्याटलग कार्डः** यसले स्ट्रिमिङ प्लेटफर्मका एल्गोरिदमहरुलाई तपाइको संगीत र यसका योगदानकर्ताहरूको बारेमा बुझाउँछ।
- **Searchable बनाउने :** सही मेटाडाटा नभएमा दर्शक, श्रोताले सर्च गर्दा तपाईंको गीत फेला पार्न सक्दैनन् र गीत सङ्गीत धेरै सामु पुग्न सक्दैन।
- **समय छान्ने :** मेटाडाटामा प्रविष्ट गरिएको समय र वास्तविक अडियो फाइलको अवधि दुरुस्त हुनुपर्छ, अन्यथा स्टोरहरूले गीत अस्वीकृत गर्छन्।

⚠ अनिवार्य मेटाडाटा : कलाकारहरुको नाम र गीतको शीर्षक

मुख्य कलाकारको नाम

यो तपाईंको आधिकारिक व्यावसायिक र कानुनी पहिचान नाम हो।

सही ढाँचा: "Rajendra Aryal" वा "Rajendra Music"

गलत ढाँचा: "Me", "Unknown", वा प्रत्येक रिलिजमा हिज्जे फेर्ने।

महा-नियम: आफ्नो कलात्मक प्रोफाइल नाम बजारमा कहिल्यै पनि परिवर्तन नगर्नुहोस्, नत्र Spotify मा फरक प्रोफाइल बन्छ।

H गीतको शीर्षक (Song Title)

शीर्षक सधैं छोटो, स्पष्ट, त्रुटिरहित र सजिलै सर्च गर्न मिल्ने हुनुपर्छ।

सही तरीका: "सङ्गीतमा सफलता"

गलत तरीका: "sangit ma safalta" (रोमन हिज्जे) वा "सङ्गीतमा सफलता (prod. xyz)"।

म्युजिक प्रोड्युसरको क्रेडिट यहाँ थप्न मिल्दैन, यसलाई छुट्टै क्रू सेक्सनमा राख्नुपर्छ।

प्रोजेक्ट, विधा, रिलिज मिति र भाषा सेटिङ

१

प्रोजेक्टको नाम

सिंगलका लागि गीतकै नाम र एल्बमका लागि साझा प्रोजेक्ट नाम (उदाः "सफलताको नयाँ यात्रा") राख्नुपर्छ।

२

विधा (Genre)

सहि विधा (जस्तै: "Folk") रोज्नुपर्छ। यसले गीतलाई सही लक्षित स्रोतामाझ पुऱ्याउन मद्दत गर्छ।

३

रिलिज मिति र भाषा

YYYY-MM-DD ढाँचामा मिति राख्ने। ५०% भन्दा बढी भाग जुन भाषाको बोलिएको छ, त्यही प्राथमिक भाषा रोज्नुपर्छ।

अन्तर्राष्ट्रिय डिजिटल परिचयपत्रहरु (Codes)

कोडको प्रकार (Code Type)	विवरण र महत्त्व	ढाँचा र उदाहरण (Example Format)
ISRC (अडियो पहिचान)	प्रत्येक ध्वनि रेकर्डिङ (Master Track) को अद्वितीय अन्तर्राष्ट्रिय डिजिटल पहिचान। यो बिना रोयल्टी संकलन असम्भव छ।	NP-MR3-26-00001 (देश-प्रकाशक-वर्ष-ट्र्याक)
UPC (एल्बम कोड)	सिंगो एल्बम वा ईपी (EP) रिलिज गर्दा सम्पूर्ण उत्पादनलाई जनाउने बारकोड।	१२ अंकको विश्वव्यापी बारकोड (डिष्ट्रिब्युटरले स्वतः दिन्छ)
ISWC (रचना कोड)	गीतको मूल कम्पोजिसन (शब्द र संगीत धुन) लाई दिइने कोड। कभर गीत जति बने पनि यो एउटै रहन्छ।	T-123456789-0 (रचनाकारको कोड)

🔁 ISRC र ISWC बीचको मुख्य फरक

🎵ISRC (अडियो फाइलको साँचो)

यो निश्चित ध्वनि रेकर्डिङ (Master Track) को लागि मात्र जारी गरिन्छ।

उदाहरण: Rajendra Aryal ले "सङ्गीतमा सफलता" गीत रेकर्ड गर्नुभयो। त्यस अडियो फाइलका लागि एउटा ISRC कोड जारी हुन्छ। कभर गाउने अरुले छुट्टै अडियो रेकर्ड गर्ने हुनाले नयाँ ISRC पाउँछन्।

✒️ISWC (मूल सिर्जनाको साँचो)

यो गीतको मूल कम्पोजिसन (शब्द र लय) को लागि मात्र हो।

उदाहरण: "सङ्गीतमा सफलता" गीतको जतिसुकै कभर वा रिमिक्स संस्करण बने पनि यसको ISWC कोड सधैं एउटै रहन्छ, किनकि मूल रचनाकार र संगीतकार Rajendra Aryal नै हुनुहुन्छ।

'Split Sheet' सम्झौता र डिजिटल बाँडफाँड

म्युजिशियन बीचको लिखित सम्झौता

विवाद अन्त्यको कडी: धेरै नेपाली संगीतकर्मीहरु गीत हिट भएपछि प्रतिशत बाँडफाँडमा आपसी विवादमा फस्छन्।

समाधान: गीत रिलिज हुनु अगावै गायक, गीतकार र संगीतकार बीच लिखित स्प्लिट शीट (Split Sheet) सम्झौता गर्नुहोस्।

वितरकमा स्वचालित प्रविष्टि

डिजिटल रोयल्टी बाँडफाँड: वितरकमा गीत अपलोड गर्दा नै सम्झौता अनुसारको रोयल्टी प्रतिशत प्रविष्ट गर्नुहोस् (उदा: ४०% गायक, ३०% गीतकार, ३०% संगीतकार)।

यसले गर्दा आम्दानी आफैं विभाजित भएर आ-आफ्नो बैंक खातामा जान्छ र झगडाको सम्भावना समाप्त हुन्छ।

प्रमुख संगीत वितरकहरूको प्राविधिक तुलना

मोडल र वितरक	शुल्क (Fees)	कमिसन (Commission)	सुझाव र उपयुक्तता
DistroKid (असीमित)	$१९.९९ देखि $३९.९९ / वर्ष	(१००% रोयल्टी तपाईंको)	नियमित र धेरै गीत रिलिज गर्नेहरूका लागि सर्वोत्तम।
Amuse (प्रिमियम)	निःशुल्क वा $२४.९९ / वर्ष	१०% (निःशुल्क) वा	सुरुवाती र मोबाइल एपबाट व्यवस्थापन गर्न रुचाउनेलाई।
CD Baby (एकमुष्ट)	प्रति रिलिज एकमुष्ट सुरुवाती शुल्क	९% कमिसन	वार्षिक शुल्क बिना आजीवन गीत स्टोरमा राख्न चाहनेलाई।
AWAL / Symphonic	आवेदन स्वीकृत हुनुपर्ने	सम्झौता अनुसार (१५% - २०%)	ठूलो स्थापित स्रोता समूह भएका प्रिमियम कलाकारका लागि।

खण्ड

३

प्रतिलिपि अधिकार र कानुनी सुरक्षा

कपीराइट र स्वामित्वको कानुनी सुरक्षा

⚖️ कपीराइट र स्वामित्वको कानुनी सुरक्षा

कपीराइटको प्रकार	यसले के समेट्छ ?	तपाईं मालिक बन्नुहुन्छ यदिः	कुन रोयल्टी संकलन हुन्छ ?
मास्टर कपीराइट (Master)	निश्चित रेकर्डिङ (तपाईंको आवाज, विशिष्ट साउन्ड प्रोडक्सन)	तपाईं आफैंले रेकर्डिङको खर्च व्यहोर्नु भएको हो वा प्रोड्युसर हो।	स्ट्रिमिङ, डिजिटल डाउनलोड राजस्व
पब्लिशिङ कपीराइट (Publishing)	गीतको मूल कम्पोजिसन (शब्द र संगीतको लय)	तपाईं आफैंले गीत लेख्नुभएको वा धुन कम्पोज गर्नुभएको हो।	रेडियो/टिभी प्रसारण, सार्वजनिक प्रदर्शन, कन्सर्ट

🏛️ नेपाल सरकार र आधिकारिक CMO संयन्त्र

🏛️ प्रतिलिपि अधिकार रजिष्ट्रारको कार्यालय

दर्ता प्रक्रिया nepalcopyright.gov.np मार्फत अनलाइन हुन्छ। यसको लागत मात्र रु. १०० हो, जसले सिर्जनाकर्तालाई बलियो कानुनी सुरक्षा प्रदान गर्दछ।

🛡️ MRCSN नेपाल (स्थापना २००७)

गीतकार, संगीतकार र पब्लिशरहरुका लागि नेपालको एकमात्र आधिकारिक रोयल्टी संकलन गर्ने संस्था हो।

CISAC र WIPO सँग आबद्धता: दर्ता हुनासाथ MRCSN ले गीतलाई विश्वव्यापी CIS-Net Repertoire मा सुरक्षित गर्छ र विदेशबाट रोयल्टी संकलन गर्छ।

सिर्जनादेखि बैंक खातासम्म : रोयल्टीको पूर्ण यात्रा

१

दर्ता

सर्जकले गीत MRCSN मा दर्ता गर्छन् र WIPO Connect मार्फत ISWC कोड प्राप्त हुन्छ।

२

लाइसेन्स

MRCSN ले एफएम, टीभी र डिजिटल माध्यमलाई संगीत बजाउन ब्ल्याङ्केट लाइसेन्स दिन्छ।

३

डाटा मिलान

रेडियोको लग-सिट र डिजिटल फिंगरप्रिन्ट संकलन गरी गीत बजेको संख्या ट्र्याक गरिन्छ।

४

वितरण

वर्षको ४ पटक त्रैमासिक रुपमा सिधै सर्जकको नेपाली बैंक खातामा रोयल्टी पठाइन्छ।

खण्ड

४

युट्युब प्रवर्द्धन र शर्ट्स रणनीति

युट्युबमा भिडियो अपलोड गर्ने सही तरिका

युट्युब एल्गोरिदम अनुकूल बनाउने प्रमुख चेकलिस्ट

सधैं 'Unlisted' मा अपलोड

भिडियो सिधै Public नगर्नुहोस्। अनलिस्टेड राख्दा युट्युब प्रणालीले कपीराइट र HD क्वालिटी प्रोसेस गर्ने समय पाउँछ।

सर्च अनुकूल शीर्षक (Title)

नेपाली र अंग्रेजी मिसाएर आकर्षक शीर्षक लेख्नुहोस् (उदाः सङ्गीतमा सफलता - Rajendra Aryal | New Nepali Song) ।

आकर्षक थम्बनेल

भिडियोभित्रकै सिन आफैं बस्न नदिनुहोस्। छुट्टै आकर्षक, कन्ट्रास्ट र उच्च गुणस्तरको (१२८०x७२०) थम्बनेल हाल्नुहोस्।

अडियन्स सेटिङ

"No, it's not made for kids" छान्नुहोस्, अन्यथा कमेन्ट बक्स बन्द हुन्छ र युट्युब रिच घट्छ।

⚡ युट्युब शर्ट्स (Shorts) को प्रवर्द्धन शक्ति

मापदण्ड र ह्यासट्याग

साइज अनुपात : शर्ट्स भिडियो सधैं ९:१६ ठाडो (Vertical) साइजको र ६० सेकेन्ड भन्दा कमको हुनुपर्छ।

ह्यासट्याग सुत्रः शर्ट्स फिडमा पर्नका लागि टाइटलको अन्तमा अनिवार्य रूपमा ह्यासट्याग #Shorts थप्नुहोस्।

🔗 साउन्ड लिङ्किङ सुत्र (Sound Attribution)

फाइल अडियो नहाल्नुहोस् : शर्ट्स बनाउँदा आफ्नो गीत सिधै भिडियो फाइलबाट नहाल्नुहोस्।

युट्युबको 'Add Sound' मा गएर आफ्नै मूल आधिकारिक ट्र्याक सर्च गरी लिङ्क गर्नुहोस्। यसले स्रोतालाई मुख्य भिडियोमा डोर्‍याउँछ।

खण्ड ५

डिजिटल बजारको वास्तविक गणित र बजारीकरण

देशहरुको वर्गीकरण (Tiers), Meta/Google Ads को सुत्र, राजस्व बाँधफाँड र आम्दानीको यथार्थ

नेपाली कन्टेन्टको आम्दानी र भौगोलिक यथार्थ

देशको वर्गीकरण (Tiers)	प्रतिनिधि देशहरू	१० लाख स्ट्रिम्सको आम्दानी
Tier 1 (उच्चतम CPM)	अमेरिका, अस्ट्रेलिया, बेलायत, क्यानडा	$३,००० देखि $५,०००+
Tier 2 (मध्यम CPM)	कतार, दुबई (UAE), मलेसिया, जापान	$८०० देखि $१,५००
Tier 3 (न्यूनतम CPM)	नेपाल, भारत, बंगलादेश	$२०० देखि $५००

डिजिटल विज्ञापन राजस्व गणना सुत्र:

$$\text{Revenue} = \frac{\text{Streams} \times \text{CPM}}{1000} \times \text{GeoFactor}$$

* कारकहरू: १. वाच टाइम (Watch Time), २. रिलिज सिजन (चाडबाड), ३. प्रिमियम प्ले र Skip नगरिएका विज्ञापन।

💰 संगीत उद्योगका ५ मुख्य रोयल्टीहरु

रोयल्टीको प्रकार	यो कतिखेर सिर्जना हुन्छ?	भुक्तानी कसले गर्छ?	प्राप्तकर्ता (Recipient)
१. स्ट्रिमिङ (Streaming)	Spotify, Apple Music मा गीत बज्दा	स्ट्रिमिङ प्लेटफर्महरु	मास्टर मालिक (कलाकार / लेबल)
२. मेकानिकल (Mechanical)	गीत डाउनलोड वा कपी हुँदा ($0.091 प्रति कपी)	डिजिटल स्टोर / डिष्ट्रिब्युटर	पब्लिशर / गीतकार
३. पर्फर्मेन्स (Performance)	रेडियो, टीभी, होटल वा लाइभ कन्सर्टमा बज्दा	रेडियो, रेस्टुरेन्ट, MRCSN नेपाल	गीतकार र संगीतकार
४. सिङ्क (Sync Royalty)	चलचित्र, सिरिज वा ब्रान्ड विज्ञापनमा राख्दा	निर्माण कम्पनी वा विज्ञापन एजेन्सी	मास्टर मालिक + पब्लिशर
५. डिजिटल पर्फर्मेन्स	स्याटेलाइट वा इन्टरनेट रेडियो (Pandora) मा बज्दा	MRCSN	मास्टर मालिक र मुख्य गायक

❗ स्ट्रिमिङ्को तीतो यथार्थ र विविधीकरण रणनीति

💔तीतो डिजिटल यथार्थ

केवल स्ट्रिमिङ्को भर नपर्नुहोस् : स्ट्रिमिङ्को मात्र भर पर्दा घरखर्च चलाउन र नयाँ गीत उत्पादन गर्न गाह्रो हुन्छ।

नेपाली गीतहरुमा १० लाख (1M) स्ट्रिम्सबाट करिब २०० देखि $५०० डलर मात्र आम्दानी हुन्छ। वितरकको कमिसन र टिम बाँडफाँडपछि पर्याप्त हुन्न।

🌱आम्दानी विविधीकरणको महत्त्व

सृजनात्मक व्यवसाय : संगीतलाई केवल स्ट्रिमिङ अडियोमा मात्र सीमित नराखी यसलाई एउटा विविधीकृत व्यवसायको रूपमा विकास गर्नुहोस्।

यसका लागि युट्युब भिडियो एड्स, कन्सर्ट, स्पन्सरसिप, मर्चन्डाइज बिक्री र सिधै फ्यान फन्डिङ जस्ता वैकल्पिक आम्दानीका बाटाहरू चलाउनुपर्छ।

💰 संगीत र सञ्जालबाट डिजिटल कमाइ गर्ने ५ पाटाहरु

०१
मोनेटाइजेसन

YPP र फेसबुक इन-स्ट्रीम एड्स मार्फत भिडियोहरूमा विज्ञापन बजाएर सीधा गुगल/मेटाबाट कमाइ।

०२
स्पन्सरसिप

ब्रान्डहरुसँग व्यावसायिक साझेदारी गरी म्युजिक भिडियो वा रिल्समा प्रोडक्ट प्लेसमेन्ट गर्ने।

०३
एफिलिएसन

दराज वा एमेजन जस्ता साइटका सामग्री (उदा: गिटार, माइक) लिङ्क सेयर गरी कमिसन लिने।

०४
उपहार / क्लब

टिकटक/युट्युब लाइभ बसेर गिफ्ट लिने र फ्यान मेम्बरसिप (YouTube Join) सुचारु गर्ने।

स्ट्रिमिङ बाहिरका ४ बलिया आम्दानीका माध्यमहरू

१

YouTube Ads

आधिकारिक च्यानल मनिटाइज गरी ८ मिनेट भन्दा लामो भिडियो हाल्दा मध्य-रोल (Mid-Roll) एड्स सेट गर्ने, जसले आम्दानी ३ गुणा बढाउँछ।

२

फ्यान सब्सक्रिप्सन

Patreon वा FB Subscriptions मार्फत फ्यानले मासिक $५ सहयोग गर्छन्। बदलेमा विशेष अन-रिलिज सामग्री दिनुहोस्।

३

सिधै बिक्री

८५% कमाई कलाकारकै हुन्छ (उदा: Bandcamp)। १,००० सुपरफ्यानले मात्र सिधै $५ मा गीत किन्दा पनि $४,२५० भन्दा बढी संकलन हुन्छ।

४

लाइभ कन्सर्ट

गीत डिजिटल रूपमा जति धेरै भाइरल हुन्छ, तपाईंको ब्राण्ड भ्यालु बढ्छ र कन्सर्ट मार्फत एकमुष्ट मोटो रकम संकलन हुन्छ।

डिजिटल पहरेदार : Content ID र TikTok Sounds

YouTube Content ID प्रणाली

स्वचालित स्क्यानिङ रोबोटः यो यस्तो स्वचालित डिजिटल प्रणाली हो जसले इन्टरनेटभरि तपाईंको संगीतको कपी वा चोरी भएको छ कि भनी स्वतः खोजी गर्छ।

राजस्व सङ्कलनः यदि कसैले तपाईंको गीत आफ्नो भिडियोमा प्रयोग गर्यो भने, प्रणालीले दाबी (Claim) गर्छ र आउने विज्ञापनको ४५% कपीराइट हिस्सा तपाईंको खातामा पठाउँछ।

TikTok Branded Sounds

प्रयोगको आधारमा भुक्तानीः टिकटकमा फ्यानहरुले भिडियो बनाउँदा प्रयोग हुने तपाईंको साउन्डको कुल भ्यूजको आधारमा स्वतः रोयल्टी संकलन हुन्छ।

कमाईको उदाहरण : "सङ्गीतमा सफलता" गीतमा १ लाख क्रिएटरले भिडियो बनाए र कुल भ्यूज ५ करोड पुग्यो भने तपाईंले $१,००० देखि $२,००० सम्म कमाउन सक्नुहुन्छ।

🔄 टिकटक मनिटाइजेसन र रोयल्टीको बहाव

१

साउन्ड ट्र्याक डेलिभरी

आफ्नो नयाँ गीतलाई वितरकमार्फत टिकटकको आधिकारिक लाइब्रेरीमा 'Branded Sound' को रुपमा पठाउने।

२

ट्रेन्डिङ साउन्ड प्रवर्द्धन

फ्यानहरुलाई त्यो साउन्डमा रिल्स् वा टिकटक भिडियो बनाउन प्रेरित गर्ने र टिकटक क्रिएटर फन्ड मनिटाइजेसन सुचारु गर्ने।

३

रोयल्टी सङ्कलन

कसैले युट्युब वा टिकटकमा भिडियो हाल्दा एल्गोरिदमले स्क्यान गरी ISRC कोडसँग मिलाउँछ र विज्ञापन संकलन गरी ४५% हिस्सा ३0 दिनभित्र दिन्छ ।

❗ कपीराइट क्लेम (Claim) र स्ट्राइक (Strike) को फरक

विशेषता (Feature)	कपीराइट क्लेम (Content ID Claim)	कपीराइट स्ट्राइक (Copyright Strike)
प्रक्रिया	युट्युबको प्रणालीले स्वचालित (Automatic) स्क्यान गरेर कपीराइट दाबी गर्छ।	कपीराइट धनीले म्यानुअल (Manual) रूपमा भिडियो हटाउन रिक्वेस्ट हाल्छ।
च्यानललाई असर	च्यानललाई कुनै पनि असर हुँदैन, भिडियो निर्बाध चलिरहन्छ।	भिडियो हट्छ र च्यानलमा कानुनी कारबाहीको रेकर्ड (Strike) बस्छ।
कमाई	भिडियोको विज्ञापन आम्दानी सिधै मूल संगीतकार (तपाईं) को खातामा आउँछ।	भिडियो नै बन्द हुने हुनाले कसैले पनि आम्दानी पाउँदैनन्।
रणनीति	**ब्लक नगर्नुहोस् :** कभर भिडियो चल्न दिएर रोयल्टी संकलन गर्नुहोस्।	कसैले तपाईंको गीत वा भिडियो पूरा चोरेर दुरुपयोग गरेमा मात्र यो चलाउनुहोस्।

UGC कभर भिडियो रणनीति : ब्लक नगर्नुहोस् !

🚫साझा गल्ती र ठूलो नोक्सान

फ्यानहरूलाई ब्लक नगर्नुहोस् : धेरैजसो स्वतन्त्र कलाकारहरु आफ्नो गीतको कभर भिडियो वा डान्स कभर अरुले हाल्ने बित्तिकै कपीराइट स्ट्राइक हानेर ब्लक गरिदिन्छन्।

यसले गर्दा निःशुल्क प्रचारप्रसार र डिजिटल रोयल्टी आम्दानी दुवैको अवसर कलाकारले सधैंका लागि गुमाउँछन्।

📈व्यावसायिक फाइदा र स्टेज शो

चल्न दिनुहोस् : कभर भिडियोलाई चल्न दिनुहोस्। कपीराइट क्लेम ड्यासबोर्ड र Content ID अन गरेर विज्ञापनको पैसा स्वतः आफ्नो खातामा सङ्कलन गर्नुहोस्।

गीत जति धेरै मानिस माझ पुग्छ र भाइरल हुन्छ, लोकप्रियता बढ्छ र देश-विदेशका स्टेज कन्सर्टहरुबाट ठूलो आम्दानीको ढोका खुल्छ।

विभिन्न प्लेटफर्ममा UGC सेटिङ गर्ने तरिका

YouTube Studio

यसमा गई आफ्नो गीत सेलेक्ट गर्ने र Monetization: ON गर्ने। प्रणालीले विश्वभरका च्यानलहरूमा रहेका कभरहरू स्वतः ट्र्याक गर्छ।

TikTok Creator

टिकटक क्रिएटर प्लेटफर्ममा गीत डेलिभर गरी "Trending Sound" र Audio Monetization विकल्प सधैं सक्रिय राख्ने।

Meta Rights Manager

फेसबुक र इन्स्टाग्रामका लागि मेटा राइट्स म्यानेजरमा दर्ता भई आफ्नो अडियो स्वामित्व दाबी गर्ने र मनिटाइजेसन अन गर्ने।

💎 सदावहार स्वर्णखानी : दैनिक उपयोगी संगीत विधा

🧎बिहानको भजन र जन्मदिनका गीतहरू

१. भजन र प्रार्थना : बिहानको पूजाआजा र भजन दैनिक रुपमा बज्ने हुनाले यसको Repeat Value सबैभन्दा बढी हुन्छ। यो अफ-सिजन नहुने विधा हो।

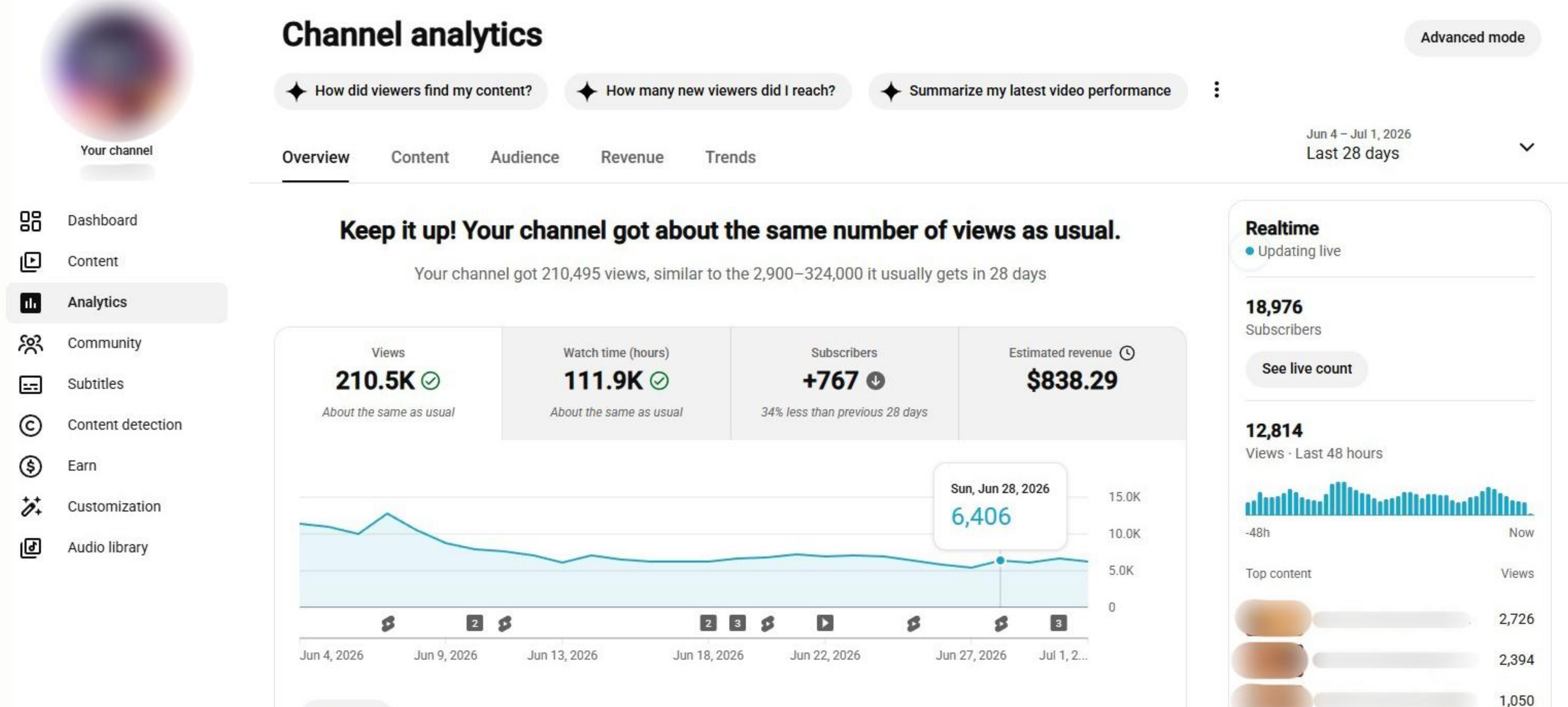
२. जन्मदिनका गीतहरु : जन्मदिन हरेक दिन पर्ने भएकाले यस्ता गीतहरु मानिसले सधैं खोज्छन्। यसको माग वर्षको ३६५ दिन उत्तिकै रहन्छ।

🪷लोरी, ध्यान र योग संगीत

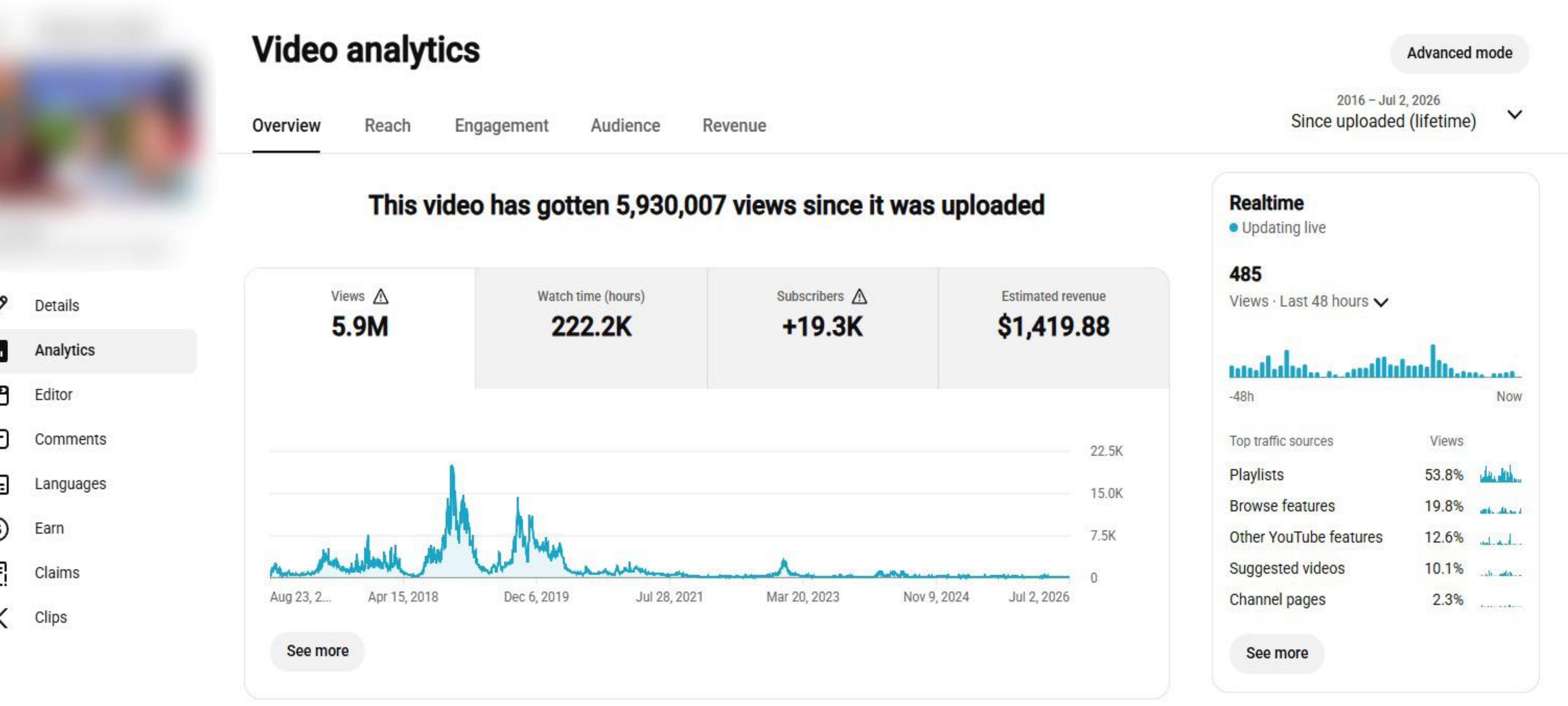
३. लोरी र योग संगीत : बच्चा सुताउने लोरी, ध्यान-योग संगीत वा अध्ययनका लागि लो-फाइ (Lofi) धुनहरु स्रोताले घण्टौं लगातार बजाइरहन्छन्।

यस्ता उपयोगी गीतहरू बढी बज्दा र लामो वाच टाइम पाउँदा रोयल्टी आम्दानी दीर्घकालीन र स्थिर हुन्छ।

नेपाली सर्जकले Meditative Music मा आधारित भिडियोहरु बनाएर गरेको Earning Source, साधारणतया चलनचल्तीका गीत भन्दा केही फरक सङ्गीतले धैरै कमाउँछ भन्ने प्रमाण



नेपाली सर्जकले Meditative Music मा आधारित भिडियोहरु बनाएर गरेको Earning Source, साधारणतया चलनचल्तीका गीत भन्दा केही फरक सङ्गीतले धैरै कमाउँछ भन्ने प्रमाण



Ad Meta Ads र Google Ads विज्ञापन सुत्र

Meta Ads (फेसबुक / इन्स्टाग्राम)

'Boost Post' बटन छोड्नुहोस्: सिधै मोबाइलको नीलो बटन नथिच्नुहोस्। सधैं Meta Ads Manager एप वा ल्यापटप ब्राउजर प्रयोग गर्नुहोस्।

प्रवासी नेपाली लक्षित : स्थानमा Australia, USA, UK, UAE रोज्नुहोस् र Languages मा अनिवार्य रूपमा **"Nepali"** मात्र रोज्नुहोस्। यसले केवल नेपाली भाषीलाई मात्र विज्ञापन देखाउँछ।

G Google Ads (युट्युब विज्ञापन)

In-Feed Video Ad उत्कृष्ट : युट्युबमा भ्युज बढाउन सधैं 'In-Feed Video Ad' ढाँचा छान्नुहोस्। यसले सर्च र सजेस्टेड फिडमा मात्र थम्बनेल देखाउँछ।

यसले दर्शक आफैले क्लिक गरेर हेर्ने हुनाले वास्तविक वाच टाइम (High Retention) आउँछ। गीतको सबैभन्दा आकर्षक १५ सेकेन्डको 'हुक लाइन' (Hook Line) मात्र रिल्स् र स्टोरिजमा बुस्ट गर्नुहोस्।

💳 नेपालमै प्रिपेड डलर कार्ड सेटअप गर्ने तरिका

१

कागजात

आफ्नो स्थायी लेखा नम्बर (PAN Card) र सक्कल नागरिकता लिनुहोस्।

२

बैंक भ्रमण

नेपालको जुनसुकै प्रतिष्ठित क श्रेणीको वाणिज्य बैंक (Commercial Bank) मा जानुहोस्।

३

अनुरोध

नेपाली खातासँग जोडेर वार्षिक ५०० डलरसम्म चल्ने Prepaid Dollar Card तत्कालै लिनुहोस्।

४

विज्ञापन

यस कार्डबाट सिधै Meta र Google Ads मा अनलाइन भुक्तानी गर्नुहोस्, कुनै अतिरिक्त कमिसन बिना।

🤖 नयाँ युगको गुरुः कलाकारहरूका लागि AI

१. भाषा र अनुवाद

अंग्रेजी नजानेर डराउनु पर्दैन। आफ्नो कुरा नेपालीमा लेखेर AI लाई भन्नुहोस् - "यसलाई व्यावसायिक र शिष्ट अंग्रेजीमा अनुवाद गरिदेऊ।"

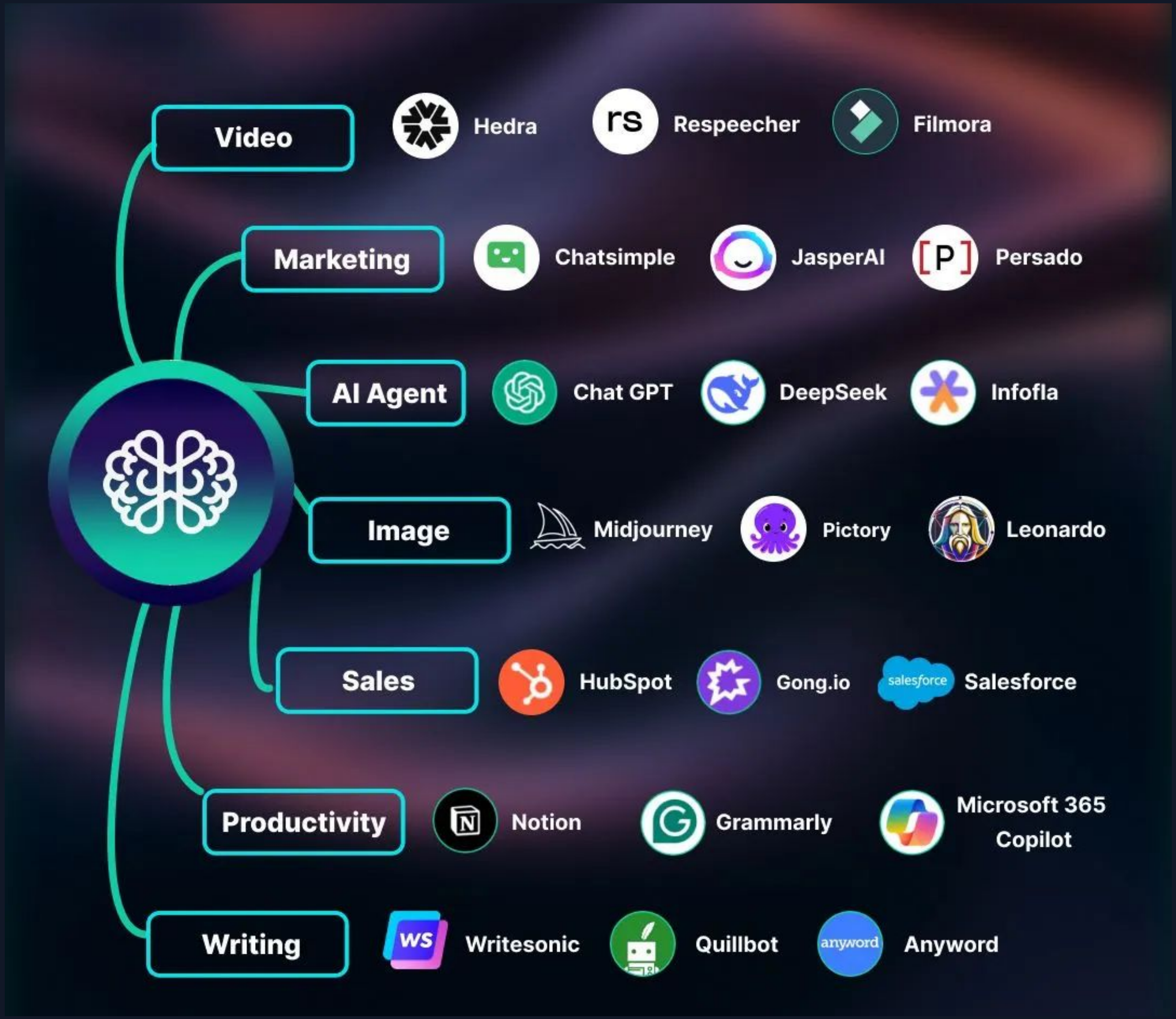
२. लाज नमानी सिक्नुहोस्

साना-साना प्राविधिक कुराहरु अरुलाई सोध्न हिचकिचाउनु पर्दैन। AI लाई जतिसुकै प्रश्न सोध्नुहोस्, यसले झर्को नमानी २४ घण्टा सिकाइदिन्छ।

३. सिर्जनात्मक सहयोगी

लिरिक्स परिमार्जन गर्न, सामाजिक सञ्जालको क्याप्सन बनाउन र कभर गाउनका लागि जस्ता टुलबाट संगीत र स्वर अलग गर्न AI प्रयोग गर्नुहोस्।

आफ्ना आफ्ना विधामा लोकप्रिय केही AI Tool हरु



गीत रिलिज पूर्व र पछिको पूर्ण चेकलिस्ट

१

२

३

४

६-८ हप्ता अगाडि

अडियो मास्टरिङ (WAV २४-बिट)। nepalcopyright.gov.np मा कपीराइट र MRCSN मा गीत दर्ता।

२-३ हप्ता अगाडि

टिकटक/रिल्समा टिजर बुस्टिङ। कोलाबरेटरसँग स्प्लिट शीट सम्झौता र डिजिटल वितरण।

रिलिजको दिन

सञ्जालमा लिङ्क प्रवर्द्धन गर्ने। युट्युब कपीराइट क्लेम र Content ID ड्यासबोर्ड सक्रिय गर्ने।

२-४ हप्ता पछी

म्युजिक र कभर भिडियोहरूको प्रवर्द्धन जारी राख्ने, र अर्को मौलिक गीतको योजना बनाउने।

जिज्ञासा र अन्तर्क्रिया ?

Rajendra Aryal
Research, Development and Presentation
Microsoft Certified Professional

Pawan Simkhada
Research and Development, pawan@pyaro.studio