

Как (не)работать с дизайнером

Original article
by Daniel Will-Harris

Представьте, что вы - Христофор Колумб.

Высадившись на берегу «Нового Света» вы вдруг обнаруживаете, что здесь нет ни восточных шелков, ни пряностей, в поисках которых вы плыли сюда. Испытывая огромное разочарование, вы поднимаетесь обратно на корабль и плывете домой - даже не взглянув на все чудеса, которые мог вам подарить новый мир...

Именно это и происходит, когда у вас слишком предвзятые понятия о дизайне. Вы могли бы найти нечто намного более ценное, но не замечаете этих «сокровищ», думая только о том, что «это не то, что я искал».

Помните о том, что вы сами, ваше участие – существенная часть процесса создания дизайна. И если вы плохой клиент – вы не можете рассчитывать на хороший результат.

Предвзятое мнение – это только одна из ошибок, которую совершают люди во время работы с дизайнером. Хорошо сделанная дизайнером работа дает вам возможность:

- эффективнее работать
- повысить количество продаж
- произвести впечатление
- взглянуть по-новому на обычные вещи

Проблема в том, что многие люди обращаются к дизайнерам, когда хотят, чтобы «вот эта вот штука «выглядела хорошо» - не понимая, что это понятие ничего в себе не несет и никак не отражает суть работы дизайнера. Заказчик даже не представляет себе творческих возможностей и уровня исполнения того, что он может получить за свои деньги. Ведь, также как писатели – это не просто люди, которые могут печатать текст, так и дизайнеры – это не просто люди, владеющие графическими пакетами. Хороший Дизайн – это намного более глубокое понятие.

Дизайн — это взаимодействие.

Чтобы вдохновить дизайнера на серьезную творческую работу, вы должны донести до него суть, идею, которую вы хотите передать в своем проекте – и дать ему свободу выразить это в новой, необычной форме.

Так как же работать с дизайнером, чтобы он приложил максимум усилий и таланта? Вот некоторые советы:

1. Отнеситесь к выбору дизайнера ответственно.

Взгляните на его портфолио. Лучшие дизайнеры не имеют характерного «почерка» - так же как и их клиенты, их работы отличаются друг от друга. Конкурсные награды никак не говорят о том, насколько дизайн «работал» для клиента. Если вы сами не можете оценить творения дизайнера – свяжитесь с его предыдущими клиентами напрямую и узнайте, насколько эффективной в деле оказалась работа дизайнера

2. Оставьте свои предвзятые понятия о дизайне за порогом.

Не просите, чтобы проект выглядел «вот так же как у фирмы “Х”, только чтобы цвета были другие...». Будьте открыты для неожиданных идей. Не бойтесь чего-либо неординарного – пусть все новые идеи вливаются в ваш проект.

3. Говорите дизайнеру то, какой смысл вы хотели бы передать, а не то, как это должно выглядеть.

Не говорите, какого цвета и формы должна быть та или иная вещь – скажите лучше, какие эмоции и какой смысл она должна нести.

4. Заранее четко определитесь с желаемыми функциями, возможностями вашего проекта.

Во многом дизайнер будет отталкиваться от этого, и если вы захотите добавить что-либо впоследствии – это может разрушить «уже построенное».

5. Проведите анализ и определите конкретную цель и специфику проекта.

Например «я хочу продавать ежедневники, используя метафору, что я создаю костюмы для планов моих клиентов». Здесь четко определены цели и специфика – и по отношению к продукту, и по отношению к потенциальным клиентам. Чем более точны вы в начале, тем проще будет дизайнеру работать с Вашим проектом. Если позже вы захотите добавить что-либо - дизайнеру, скорее всего, придется «втискивать» это в уже существующую структуру, и лучше от этого не станет никому.

6. Приступая к работе, убедитесь, что большая часть материалов и текста для проекта подготовлена.

Часто дизайнер будет использовать их в качестве «скелета». Хороший дизайнер может попробовать сделать «с запасом», зарезервировать место под материалы, которые Вы ему еще не предоставили. Но чем меньше ему придется так поступать – тем лучше для проекта.

7. Дизайн делается для клиентов, а не для Ваших коллег или друзей.

Вы должны сформировать у дизайнера четкое представление - кто Ваши клиенты и чего они хотят. Намного более важно, чтобы ваш проект нравился им, а не вам. Если дизайн радует Ваших клиентов – они будут радовать Вас. Если же вы будете настаивать на дизайне, который нравится только Вам, то ваши посетители вероятнее всего не захотят покупать ваш товар или услугу, и в конце концов проиграете Вы.

8. Будьте обоснованы в своих предпочтениях.

Вы можете показать дизайнеру реализованные проекты, которые вам нравятся, но попробуйте понять - чем и какие ваши чувства они затрагивают. Дизайн пробуждает в Вас чувства – так расскажите дизайнеру, как именно. Не говорите «я люблю желтый» - посмотрите глубже и скажите «Я бы хотел чего-то, оставляющего ощущение теплоты», или «Мне нужно что-нибудь яркое и дружелюбное». Сконцентрировавшись на своих эмоциях и ощущениях, вы дадите дизайнеру больше материала для работы. Вы спросите почему? Да потому что ваши посетители, и вы - можете «любить» разные вещи, а хороший дизайнер сможет передать настроение и эмоции.

9. Не делайте дизайн путем публичных обсуждений и «опросов мнений»

Ни одного проекта с хорошим дизайном не было создано таким путем. Чем больше людей будут иметь голос в процессе создания, тем более «размытым» будет результат. На мнения ваших друзей или коллег по работе зачастую влияют скрытые мотивы – они просто могут завидовать вам, если вы показываете что-либо действительно стоящее, или им может быть просто все равно. Вы должны иметь дело только с одним человеком, принимающим решения. Нельзя бросаться из стороны в сторону или менять направление в середине процесса.

10. Не говорите дизайнеру, как делать дизайн.

Это не то, в чем вы разбираетесь. Рассказывая дизайнеру свои требования и предпочтения, дайте ему, в то же время, свободу создать то, что будет соответствовать им в полной мере. Если вы будете пытаться управлять дизайнером, то он будет делать для вас любой дизайн, который вы попросите – лишь бы получить деньги и избавиться от вашего назойливого руководителя.

11. Вам никогда не удастся угодить всем.

Билл Косби (Bill Cosby) называл такое стремление единственным способом потерпеть неудачу. Если все считают, что ваш проект хорош – то может быть он просто скучный, и поэтому просто ни у кого не вызывает никаких сильных эмоций. Если у вашего проекта нет индивидуальности – никто не станет его критиковать. Но и в восторге от него тоже никто не будет.

12. Доверяйте вашему дизайнеру (вы платите за его профессионализм).

На дальнейшем этапе работы, когда дизайнер начнет показывать вам эскизы – давайте четкие и обоснованные комментарии к каждому из них.

Не говорите дизайнеру «мне не нравится коричневый цвет» - эта информация бесполезна. Если же вы скажете «меня смущает то, что этот цвет выглядит слишком уныло – нам нужно вместо этого каким-то образом передать энергию и динамику» - это намного облегчит дизайнеру понимание того, что вы хотите. В этом случае вы говорите о сути, а не пытаетесь научить его «делать дизайн».

Дизайнер знает намного больше, чем вы, о дизайне и его возможных воплощениях с учетом эмоциональной специфики и культурных традиций. Поэтому, если вы предлагаете какой-нибудь цвет, а дизайнер пытается объяснить вам, что это не самая лучшая идея – поверьте ему.

Да, дизайнеры совершают ошибки и, иногда, они могут двигаться не в ту сторону. И, конечно же, ваша задача – направить их творческую энергию в нужном вам направлении. Но вы должны сообщить дизайнеру то, чего вы хотите достичь, а не то, как это сделать.

Многие великие открытия были сделаны совершенно случайно, а не в результате запланированной экспедиции или организованного эксперимента. Причина этого в том, что если вы попадете не туда, куда стремитесь – вам кажется, что вы промахнулись мимо цели. Вы чувствуете себя потерянными, думая: «я знаю, куда я хотел попасть – но оказался совсем в другом месте». Вы не обращаете внимания на то, что, вполне может быть, в реальности вы достигли чего-либо намного большего.

Так что, работая с дизайнером, вам стоит чаще задумываться о том, а не ведете ли вы себя как Христофор Колумб, не обращающий внимания на чудеса нового мира?..

Если вы будете относиться к дизайнерам просто как к людям, которые владеют графическими пакетами – они превратятся в людей, которые просто хотят денег.