

Передмова

Таку книжку я б хотів прочитати, коли вирішив працювати на себе як графічний дизайнер. Саме такі поради я б дав собі на початку самонавчання. Вони б допомогли мені досягти те, що я маю зараз, ще багато років тому.

Спочатку була ідея розповісти все, що я знаю про дизайнерську справу, але для вас буде краще, якщо я зосереджуся на найважливіших темах, які окреслилися завдяки сотням запитань від відвідувачів моїх сайтів.

Проте в книжці даю поради не лише я. Тут вміщено чимало знань, якими поділилися досвідчені дизайнери з усього світу, дизайнери, що в сукупності мають сотні років успішної підприємницької діяльності.

Працювати на себе було найкращим бізнес-рішенням, яке я колись ухвалював, і ця книжка покликана допомогти вам знайти так само вигравне рішення. Тож піднесімо чарку за успіх, якого ви досягнете, і за фантастичні відкриття, що чекають на цьому шляху.

Радий знайомству.

Частина I.

З ЧОГО ПОЧАТИ?

Купити книгу на сайті kniga.biz.ua >>>

У дитинстві я мріяв стати військовим. Потім були поліціант, вогнеборець, футболіст, електрик, архітектор, поки нарешті в середині підліткового віку я не вирішив, що хочу бути дизайнером.

Можливо, ви йшли схожим шляхом, а може, обрали довшу чи коротшу дорогу до професії дизайнера. Хай там як, однак стежка привела вас сюди, до цієї книжки, і ви вже готові очолити власну фірму й прагнете зробити її якомога кращою.

У цій частині я розповім про те, яка вона, людина, що присвячує своє життя дизайнерській справі, а також про те, на чому варто зосередитися, щоб досягти успіху, якого, я знаю, ви можете досягти. І хоча я абсолютно не шкодую, що моя фірма складається з однієї особи, розповім, чому іноді досягнення успіху — це не легка прогулянка парком.

Розділ 1.

НЕОБХІДНІ НАВИЧКИ

Купити книгу на сайті kniga.biz.ua >>>

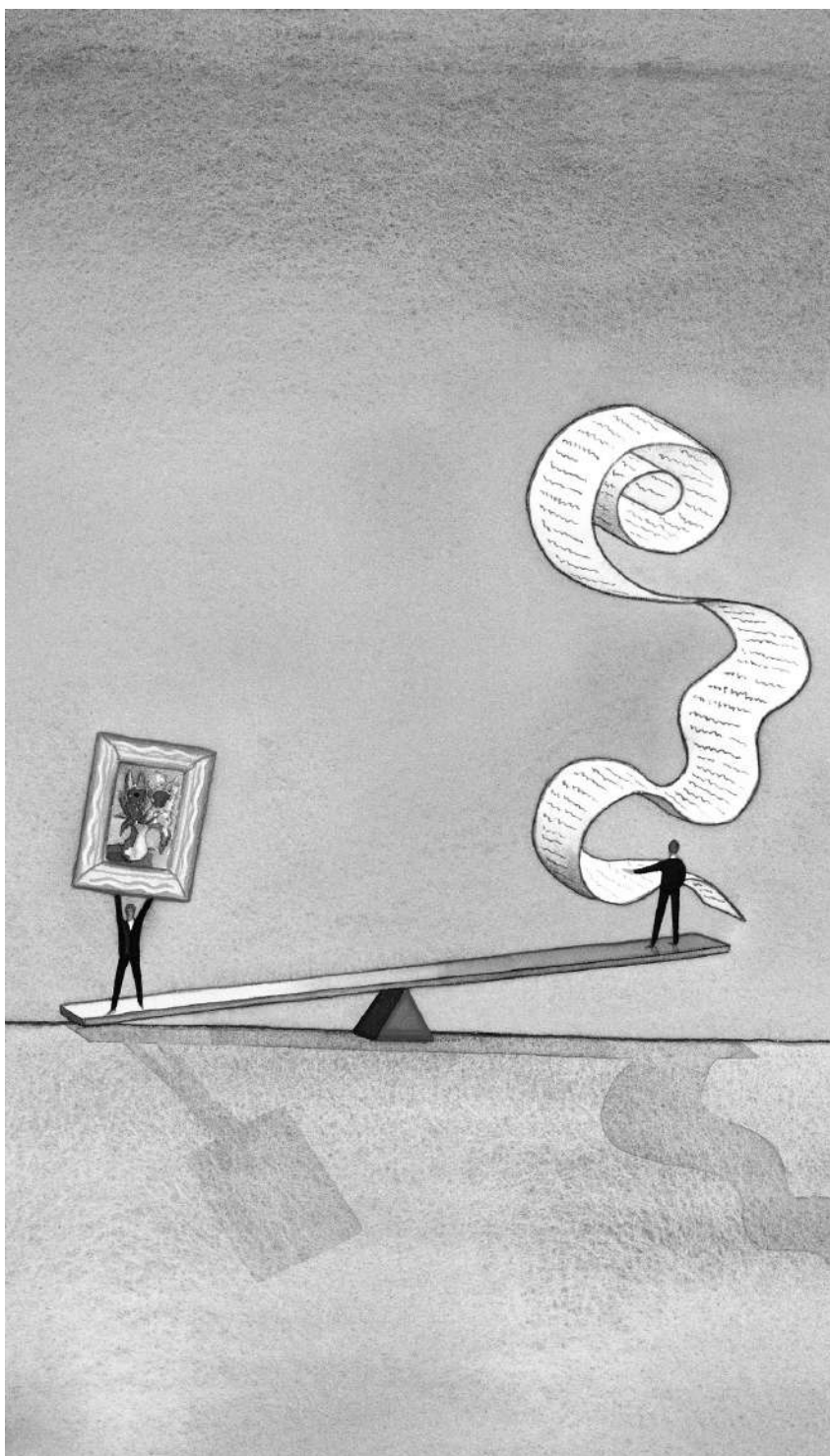
Усім власникам успішного дизайнерського бізнесу притаманні риси, про які важливо час від часу собі нагадувати.

Будьте допитливі

Одна з найбільших чеснот людства — бажання ставити запитання. Як це працює? Звідки взялося? Чому працює саме так? Коли це винайшли? Запитуючи, ми підтримуємо свою розумову активність. Думайте про це, як про тренування: наш розум схожий на м'язи, і що активніше вони працюють, то міцнішими стають. Що дужчі вони, то більша ваша перевага над іншими власниками дизайнерського бізнесу. Найкраще усі ми ставили запитання, коли були дітьми. Але подорослішавши, ми навчилися дбати про власні справи й втратили інтерес до того, що відбувається навколо нас.

Треба пробудити цей інтерес, розвивати його, адже бажання ставити запитання життєво важливе в роботі з клієнтами. Гарний дизайн відповідатиме вимогам замовника, але без правильних запитань (про них йтиметься в розділі 15) його не затвердять. Проєкт зазнає невдачі. Ви будете розчаровані.

В одному з перших проєктів як самозайнятий дизайнер я розробляв айдентику для нових бару й ресторану в англійському стилі під назвою «Карамель». Якби я поставив більше запитань до початку роботи над дизайном, я б звузив фокус до однієї-двох блискучих ідей. Але я не виявив достатньо допитливості, щоб дізнатися про конкретні запити моєї клієнтки щодо дизайну й аудиторію, на яку вона орієнтувалася, отже, ми не погодив напрямку, куди треба рухатися. Через мою недостатню допитливість клієнтка залишилася з величезною кількістю варіантів дизайну, які їй не підійшли, а я — без другої половини гонорару.



Допитливість збереже вам час і нерви й іншими способами. Зазвичай, я намагаюся не приймати нічого за правду, доки не переконаюся, що це правильно. Я можу бути впевненим у своїх знаннях на 99 %, але завжди зважаю на той 1 %, особливо в розмові з тими, хто має іншу думку.

Показова історія: 2009 року молодий дизайнер на ім'я Джон Енгл на своєму вебсайті поширив новину про те, що стокове агентство подало на нього позов на 18 тисяч доларів США за «крадіжку його власної роботи». Ця новина спровокувала у твітері¹ кампанію з хештегом #savejon, яка ширилася, наче лісова пожежа. Сайт Джона припинив працювати, коли його історія потрапила на головну сторінку новинного вебпорталу «Digg», а дизайнери з усього світу пожертвували гроші до створеного фонду юридичної допомоги. Коли історія набула розголосу, з'явилися докази, що він справді порушив авторські права компанії. Зрештою, Джон перепросив перед усіма у твітері, сподіваючись почати все з білого аркуша, але спочатку тисячі дизайнерів по всьому світу прийшли йому на допомогу, не спитавши спершу версії обох сторін. Завжди є два погляди: дізнайтеся їх.

Будьте чуйні

Коли хтось поводить себе грубо, недобррозичливо або неетично, на це може бути причина. Перш ніж засуджувати, поставте себе на місце іншої людини. Існують тисячі раціональних пояснень, чому хтось почувається наче не у своїй тарілці.

Те саме стосується роботи з клієнтами. Ваші проєкти не завжди йтимуть гладко. Ваші клієнти не завжди ставитимуться до вас з повагою, на яку ви заслуговуєте. Це частина бізнесу, і це треба прийняти.

1 З 2023 року соціальну мережу «Твіттер» перейменовано на «X».

Яскравий приклад: після місяця роботи з клієнтом зі США його електронні листи стали короткими, різкими і, можна сказати, грубими. Лише за кілька тижнів я дізнався, що його дружина важко хвора, а він сам у стані сильного стресу. Це пояснило раптову зміну його ставлення до мене. Пам'ятайте, є велика ймовірність, що в тому, що відбувається, немає вашої вини, тож не бійтеся запитати клієнта, чи все гаразд.

Будьте впевнені

Бути впевненим у собі не означає бути товариським. Це нормально — бути інтровертом. Впевненість означає віру в себе. Якщо ви самі не вірите в те, що ваша пропозиція має якусь цінність, ніхто за це не заплатить.

Вам варто розвивати впевненість, це необхідно для того, щоб продавати свої навички. Без цього у вас не буде роботи. Доки ви не сформуєте стабільну клієнтську базу, найкращий продавець — це *ви*. Ніхто інший за вас цього не зробить.

Свого часу я працював у відділі продажу по телефону в *The Scotsman*, національній газеті Шотландії, продавав оголошення в її туристичних додатках. Я швидко зрозумів: якщо не побачу вигоди в тому, що продаю, я нічого не продам. Під час навчання і пробних телефонних дзвінків я не наголошував на вигоді для клієнта, а саме на збільшенні заповненості готелю. Я мав бути впевненим у тому, що люди, плануючи відпустку, звертаються до туристичних додатків, і в тому, що я телефоную власникам готелів зі щирим бажанням допомогти. Щойно я повірив у це й зміг передати цю віру іншим, мій коефіцієнт продажу зріс приблизно до 25 %, і я закінчив перший день із двозначним числом успішних дзвінків.

Не дозволяйте десяти, ста чи тисячі «ні» зупинити вас, бо я зрозумів ще таке: що більше ви продаєте, то вправніше це робите, а без відмов ви ніколи не знайдете своїх найцінніших клієнтів. Повірте, у вас буде багато «ні». Найчастіше запити від потенційних клієнтів на розроблення дизайну не закінчуються угодою про співпрацю. Чому? Ми не завжди добре підходимо одне одному. Клієнт каже мені про обмежений бюджет, або хоче взяти на себе провідну роль у створенні дизайну, або дедлайн проєкту не відповідає часу, який мені потрібен, або ще з десятків інших причин. Іноді я помічаю «червоний прапорець», який відштовхує мене від співпраці (більше про «червоні прапорці» в розділі 14). Але щоразу, коли хтось каже мені «ні», я краще розуміюся на висунутих запереченнях і вчуся їх долати. Якщо вартість надто висока, акцент зміщується на те, наскільки моя робота допоможе збільшити прибутки клієнта. Якщо для завершення проєкту необхідно більше часу, ніж очікувалося, я ще раз наголошую на тому, як довго триває ґрунтовна дизайнерська робота, і на тому, що краще зробити все правильно з першого разу.

Ви менеджер

Ми набуваємо управлінських навичок в доволі ранньому віці. Ви розпоряджаєтесь своїм часом, грошима, повсякденним життям. Але коли справа доходить до управління бізнесом, варто вийти на новий рівень. Тепер ви маєте справу з клієнтами, їхніми бюджетами, дедлайнами й очікуваннями. І кожен клієнт особливий. Помилишся — програєш.

Я працював над дизайном фірмового стилю для нігерійського клієнта і після створення фірмового знака погодився без додаткової оплати розробити та надати зображення для фірмових

бланків. Коли я надіслав готові до друку файли, мене двічі просили змінити контактні дані (адресу, номери телефонів тощо) — дані, які одразу мали бути правильними. Кілька тижнів по тому мене попросили зробити візитні картки для двох нових працівників. Коли у відповідь я виставив рахунок на абсолютно мінімальну оплату, клієнт запропонував чи не вдвічі менше. Я відмовився, пояснивши, що це нерентабельно, але зрозумів, що сам поставив себе в цю незручну ситуацію, бо надав роботу задарма.

Цей клієнт більше не звертався до мене.

Який урок? Коли ви даєте клієнту щось безплатно, ви надсилаєте сигнал, що все буде безплатно (або принаймні з величезною знижкою). А це поганий менеджмент.

Мотивуйте себе

Зазвичай у вихідний моя дружина весь ранок проводить у ліжку. У короткі зимові дні, коли не розвиднюється до дев'ятої, а в будинку значно холодніше, ніж зазвичай, та коли на мене не чекає керівник в офісі на визначений час, треба бути надзвичайно дисциплінованим, щоб витягти себе з теплого ліжка.

Що допомагає, так це чудові електронні листи від дизайнерів-початківців з усього світу. Не минає й дня, щоб я не отримав хоча б одного листа, в якому йдеться про те, як мої блоги або моя книжка «Лого. Дизайн. Любов» допомогли їм у навчанні або додали впевненості, аби працювати над тим, що вони люблять. Я розповідаю вам про таке, бо для мене це потужне джерело мотивації. Треба шукати те, що вас постійно надихатиме. (Детальніше розглянемо створення блогу в розділі 10, а написання книжки — в розділі 20).

Ще одним мотиваційним інструментом для мене є середовище, в якому я народився. У мене люблячі батьки, які залишалися разом понад 30 років, щоб забезпечити мені, братові й сестрі стабільну родинну підтримку. У мене завжди був дах над головою. Я ніколи не голодував. Мені забезпечили чудову освіту в початковій та середній школі, у коледжі та університеті. Моя сім'я завжди підтримувала мене в тому, чим я хочу займатися.

Дуже мало дітей мають таку розкіш. Тож мій обов'язок перед родиною — максимально ефективно використати відведений час, а перед моїми майбутніми дітьми, якщо мені пощастить їх мати, — дати їм можливості, які мав я сам.

Професіоналізм

Дизайн називають *професією*, бо дизайном займаються багато *професіоналів*. Тож очевидно, що варто діяти професійно. Однак я бачу знов і знов як колеги-професіонали діють непрофесійно: маскують свої роботи з портфоліо новітніми технологічними витребеньками або демонструють зображення без жодного контексту чи опису.

Подивіться, як презентують себе найвідоміші, найповажніші дизайн-студії. «Chermayeff & Geismar», «Moving Brands», «Pentagram», «Wolff Olins», «Landor», «Turner Duckworth», «venturethree», «SomeOne», «johnson banks». На їхніх сайтах зручна система навігації, з ними легко зв'язатися, а основну увагу приділено роботі з клієнтами, що й подано в контексті.

Текст на вашому сайті; те, як ви відповідаєте на дзвінки; те, як швидко відповідаєте на електронні листи; те, як ви одягаєтесь, навіть якщо працюєте самі вдома, — ці та сотні інших дрібних деталей разом і є тим, що змінює все. Думайте про

це як про здоровий шлюб : наповнюйте роки нескінченними маленькими проявами любові, а не однією великою драматичною подією, за якою стоять роки розчарувань.

Дублінському дизайнерові Кону Кеннеді несподівано зателефонував потенційний клієнт і попросив «начеркати кілька ідей». Кон відповів, що він не черкає ідеї, натомість надасть письмовий документ з описом пропонованого рішення з розподілом витрат. Уже наступного дня йому зателефонували та повідомили, що його пропозиція була абсолютно професійною. Тепер цей клієнт найлояльніший для Кона, він надає роботу з розкадрування його першої телевізійної реклами, регулярні замовлення на дизайн інтерфейсу користувача для сайтів, дизайн для виставок і ярмарків, а також розроблення застосунків для iPhone. Професійне ставлення до роботи дає свої плоди.

Баланс

Ваш робочий день стане довшим, але рівень зацікавленості стрімко зросте. Коли починаєш працювати на себе, ідеш на такий компроміс.

Воно того варте.

Запевняю.

На слові «робота» лежить якесь тавро. Але дизайнерам пощастило більше. Ми любимо те, що робимо. Нам здається, що наша робота на голову вища за довгі зміни на задушливій кухні або нічні патрулювання небезпечних вулиць для забезпечення громадського порядку. Але й серед кухарів і поліціантів є ті, хто любить свою професію. Коли ви любите те, що робите, це не схоже на роботу.

Неймовірно, але коли ми щасливі, сон сприймається як перерва, а рідні й близькі відходять на задній план у нашому житті.

Саме в такій ситуації життєво важливим є баланс.

Хороший компроміс для вас може бути поганим для когось іншого. За словами президента Род-Айлендської школи дизайну Джона Маеди: «Баланс — це не про те, щоб досягти співвідношення 50/50. Це коливання близько бажаної норми, коли результати можуть варіюватись».

Дизайнер Штефан Загмайстер застосовує баланс на практиці. Що сім років він закриває свою нью-йоркську студію й бере річну творчу відпустку. Уявіть, він перемикає своє життя із передбаченими пенсійними роками, от тільки зараз він молодший і мобільніший, а набутий у відпустці досвід дає насагу для майбутньої роботи.

Для мене немає нічого кращого за гру у футбол з друзями щотижня. Свіже повітря. Фізичні навантаження. Змагання. Жарти. Забиті м'ячі.

Не довіряйте своєму досвіду безоглядно

Досвід домінує в процесі нашого мислення. Саме тому в дітей така яскрава уява — вони недосвідчені. Якщо вдається відкинути те, що робив раніше, відкривається безліч можливостей.

Під час конференції «Design Indaba» 2011 у Кейптаунському міжнародному конференц-центрі співзасновник «Wolff Olins» Майкл Вольфф розповідав про те, як підвищити здатність продукувати ідеї, спершу позбувшись своїх ідей. «Вмикаючи уяву, я не довіряю своєму досвіду, бо він спотворює її, прагне домінувати над нею».

Прочитую ще американського графічного дизайнера Боба Гілла: «Дизайнер, що знає, яким буде рішення, ще до того, як зрозумів проблему, сміховинний, як і математик, який знає ще до того, як йому поставили запитання, що відповідь 112».

Кожен новий проєкт я сприймаю як новий пізнавальний досвід і спочатку досліджую основи бізнесу мого клієнта. Я вивчаю найпростіші способи отримання прибутку й найпростіші цілі цього бізнесу. Чого я точно не роблю, не розглядаю можливість втілити невикористані ідеї дизайну з проєктів попередніх клієнтів. З'являється дедалі більше сайтів, де дизайнери продають свої невикористані ідеї. Це випадок, коли дизайнери хочуть отримати гроші двічі (спершу від початкового замовника, а потім від невідомого клієнта, який обирає неперсоналізований дизайн), а клієнт шукає попередньо відкинуті ідеї. Не надто надихає.

Не забувайте...

... всміхатися. Важко сперечатися з мудрістю давніх китайців. Можете прикріпити до стіни це: «Людині без усмішки на обличчі не варто відкривати крамницю».

Гарна порада.

Клієнти, прочитавши мій блог або переглянувши онлайн-портфоліо, звертаються до мене зазвичай електронною поштою. Переважно більшість замовників я ніколи не бачив наживо. Вони ніколи не розмовляли зі мною телефоном. Клієнти надсилають повідомлення невідомо куди, щоб найняти мене і витратити значну суму грошей. Поставте себе на їхнє місце. Певно, ви б трохи нервували, побоювались, сумнівались, особливо якщо працюєте з дизайнером уперше.

Зазвичай новий клієнт спершу переписується зі мною електронною поштою, щоб зрозуміти, чи ми підходимо одне одному, а наступним кроком зазвичай є телефонна розмова. Коли ви напружуєте м'язи для усміху, м'яке піднебіння в задній частині ротової порожнини піднімається, від чого звукові хвилі стають плавнішими. У результаті ваш голос звучить тепліше й привітніше. Саме таке враження ви хочете справити на потенційного клієнта. Натомість, коли ви насуплені, ваш голос звучить холодно і різко. Усмішка допомагає, і вона нічого не коштує: я укладав угоди на тисячі доларів після телефонних розмов з усмішкою, яку клієнт не бачив, але міг почути.