



«Моя главная задача постараться снять с заказчика все стрессы...» - такова миссия, суть работы известного современного британского дизайнера Даниеля Хопвуда.

Сейчас каждая уважающая себя компания, настроенная на коммерческий успех, имеет свою миссию. Про это важно думать, это помогает определить мотив, общее направление, образ, тональность и философию, которыми будет руководствоваться бизнес. И если вы дизайнер, важно понимать, с чем вы выходите на рынок дизайнерских услуг, что именно вы можете предложить, в чем именно ваша ценность для заказчика. Необходимо иметь хорошую профессиональную подготовку. Но также важно иметь представление о том, как вести себя с клиентом в сложной стрессовой ситуации строительства или ремонта, когда клиент особенно тревожен, особенно чувствителен к тому, как взаимодействует с ним дизайнер. Именно знания и психологические навыки помогут вам занять свою нишу на рынке дизайнерских услуг.

Попробую проанализировать некоторые условные типы возможных отношений между дизайнером и заказчиком.

«Мне хочется, чтобы гости восхищались моим интерьером»

Красивый эффектный интерьер, над которым поработал специалист – это признак успешности хозяина, его благополучия, стабильности.

Здесь самая большая опасность – перестараться с желанием удивить и восхитить. И забыть при этом об удобстве собственно обитателей этого интерьера. Поэтому в погоне за престижем важно напоминать себе и заказчику, что психологический комфорт интерьера не менее важен. Возможно, стоит разделить репрезентативные и жилые помещения по зонам или же просто не забывать о соображениях практичности и уюта.

«Мне понятно, что я хочу. Мне нужен дизайнер все это нарисовать»

Сейчас очень много книг, журналов, ТВ-передач по дизайну интерьера. Заказчик собрал много идей, ему много чего хочется реализовать и от дизайнера ему требуется только подтверждение собственного мнения. К сожалению, зачастую это набор идей, которые не складываются в хоть сколько-то стройную концепцию.

Здесь важно для дизайнера не скатиться на уровень бездумного выполнения требований заказчика. В противном случае заказчик будет считать, что дизайнер лишь использовал все его идеи и такая работа должна стоить дешевле. Для дизайнера в такой работе также сложно найти удовлетворение. Он чувствует себя лишь исполнителем, обслуживающим персоналом.

В такой ситуации требуется профессионал, который будет внимательно слушать пожелания клиента, пытаться понять, почему та или иная идея представляет ценность для заказчика, чтобы потом объединить наиболее важные из них в гармоничное целое и сделать качественное проектное предложение. Для такого заказчика будет важно увидеть свой проект в 3D исполнении, чтобы оценить, насколько полно все его идеи учтены и как они сочетаются между собой.

«Я не знаю, чего хочу. Сделайте, чтобы было красиво»

Очень распространенный вариант. Обычно это заказчик, который впервые решается на крупный серьезный ремонт или строительство дома. У него существует в голове некий очень абстрактный образ идеального жилья, который в большей степени состоит не из визуальных образов, а из ощущений и эмоций.

В такой ситуации у дизайнера есть большой соблазн сделать все так, как хочет сам дизайнер, исходя из своих предпочтений о комфорте и красоте. Кажется, это самая удобная ситуация для дизайнера. Однако, это не так. Часто, начиная предлагать что-то свое, дизайнер слышит, что это не подходит заказчику. Кажется, что тот просто капризничает. Дело в том, что человек действительно может не знать, а лишь интуитивно чувствовать, что ему нужно.

Здесь особенно необходим дизайнер-психолог. Самое важное – вытащить на поверхность скрытые не только от дизайнера, но и от самого заказчика его глубинные потребности. Важно исследовать, обсудить все подробности жизни заказчика, его представления об удобстве, безопасности, красоте, особенности его времяпровождения ... Но для такой работы необходимо уметь создавать высокий уровень доверия в общении, уметь слушать и чувствовать, какие переживания, какие эмоции скрыты за той или иной фразой.

«Никогда при первой встрече не говорить клиенту, что у вас есть много идей - быть посредником его идеи гораздо важнее» - это опять слова Даниеля Хопвуда. Уверена, что каждый опытный дизайнер подпишется под этими словами.

При таком сотрудничестве есть опасность перейти от деловых отношений к более близким, дружеским. Однако это всегда очень важно – не стирать разницу между работой и личным общением. То, что составляет основу любого профессионального взаимодействия – сроки

МИССИЯ ДИЗАЙНЕРА

Добавил(а) Анжела Зубова
25.02.14 11:41 -

выполнения работы и оплата – всегда должны быть строго обговорены и любое отклонение как с одной, так и с другой стороны должно быть обсуждено.

Кстати, частая опасность для начинающего дизайнера кроется именно в том, что дизайнер берется выполнить свою работу для родственников или друзей. В этом случае очень трудно установить границы между дружбой и работой, возможны манипуляции с соблюдением договоренностей и порой это приводит не только к разочарованиям в работе, но и к потере дружеских отношений.