



Na pewno każdy grafik spotkał się kiedyś z sytuacją, w której nerwy wysiadają. Zebrałam te kilka najczęstszych w poniższym zestawieniu. Dlaczego? No cóż. Te podstawowe błędy w relacji klient-grafik powstają w wyniku wzajemnego niezrozumienia. Nieświadomość ludzi o tym, co robi grafik, jest rzeczą całkowicie normalną. Można przełożyć to na każdą inną profesję. Ot np. taki dentysta. Każdy wie, że dentysta leczy zęby – ale jak to robi, jak się nazywają narzędzia, których używa, ile czasu to trwa i ile szkoleń trzeba było przejść, żeby można było to zrobić – to jest ta część, której nie wiemy. W przypadku grafika sytuacja ma się bardzo podobnie. Grafik robi projekty – ale jak to robi, jak się nazywają narzędzia, których używa, ile czasu to trwa i ile trzeba było się uczyć i szkolić, żeby można było to zrobić – z tego nikt nie zdaje sobie sprawy. Na początek więc drobna rada: Tak samo jak ufasz dentyście – tak samo zaufaj grafikowi – on naprawdę wie, co robi!

Przejdźmy do poradnika:

1. Projekt na wczoraj

- A na kiedy to pan potrzebuje?
- Jak najszybciej, bo powinno być na wczoraj.

Nie ma naprawdę nic gorszego dla grafika niż zlecenie typu: „na wczoraj”. Jest dla mnie rzeczą niepojętą, jak ktoś kto dobrze wie, co i na kiedy potrzebuje, zgłasza się w panice po terminie i prosi o jak najszybszą pomoc. Co gorsze – zdarza się nawet, że wybrzydza!

Jest pewna sprawa, którą należy zrozumieć. Zrobienie dobrego projektu to zadanie, które wymaga nieco czasu. Wracając do porównania z dentystą – lekarz nie tknie twojego zniszczonego zęba, póki nie upewni się jak sprawa wygląda – obejrzy go dokładnie, oczyści, w razie potrzeby zrobi prześwietlenie. Jednak w przypadku, gdy już ząb boleśnie dokucza, zrobi coś na szybko i zapisze na następne spotkanie, aby go zrobić porządnie. Oczywiście grafik

może zrobić projekt „na wczoraj”. Będzie to jednak wymagało od niego wiele poświęcenia – być może przełoży pozostałe zlecenia na później, odmówi komuś, może zarwie kilka nocy.

Projektowanie wymaga bardzo wzmożonej pracy umysłowej – to nie jest tak, że się po prostu klika myszką (no on coś tam dłubie tylko w tym zębie...). Projekt trzeba przemyśleć, bo każdy błąd może później się odbić na końcowym efekcie.

Rada: Nigdy, przenigdy nie dopuszczaj do sytuacji, w której grafik będzie miał bardzo mało czasu na wykonanie projektu. Ale jeśli już się taka zdarzy, to nie marudź, że za drogo – trzy tygodnie pracy skondensowane do 2 dni będzie tyle kosztować.

2. Śpieszy mi się, ale nie mam czasu gadać

Krótko i na temat: Jeśli zamawiasz projekt z bardzo krótkim terminem realizacji i raptem przestajesz odpowiadać na maile czy telefony, to wiedz, że grafik właśnie w tej chwili z nerwów pije ósmą kawę czy wypala dziesiątego papierosa pod rząd (*w zależności co go uspokaja). To normalne, że grafik będzie zadawał pytania do projektu, aby dowiedzieć się dokładniej czego klient oczekuje. W szczególności, jeśli otrzymawszy zamówienie nie uzyskał wszystkich potrzebnych danych.

Rada: Odbieraj telefony i maile! To naprawdę nic strasznego.

Kolejna rada: Brief to podstawa. Briefem nazywamy opis zadania powierzonego grafikowi, czyli wszystkie wytyczne, których ma się trzymać. W dobrym briefie powinny się znaleźć takie informacje jak termin oddania projektu, wymagania co do formatu/zawartości/preferowanych kolorów itp. oraz opis oczekiwań (np. oczekuję projektu nowoczesnego, prostego i bardzo eleganckiego). Grafik sam go sobie napisze na podstawie rozmów z klientem, aby mieć wszystko pod ręką. Miło jest jednak dostać „gotowca”
:)

3. To zdjęcie jest przecież dobre!

Nie. To zdjęcie nie jest dobre. Dobre zdjęcie to zdjęcie w wysokiej rozdzielczości, ostre i bez znaku wodnego. Zdjęcia z telefonu nie nadają się do druku. Nie nadają się też zdjęcia małe, nieostre - czy co gorsza – sztucznie powiększone w Paint'cie. Pikseloza to zgroza! Znak wodny na środku też odpada. Zdjęcie trzeba kupić, a nie ukraść.

Rada: Przygotowując materiały dla grafika zadbaj o to, aby były jak najlepsze. To co na ekranie monitora wydaje się duże, w druku wyjdzie 2-3 razy mniejsze. Możesz też poprosić grafika o wykupienie zdjęć, które będą potrzebne do projektu – tylko w takim wypadku cena wzrośnie o ich wartość.

4. Zaliczka? A to podziękuję.

Ten problem jest mi szczególnie bliski. Mam wrażenie, że w ten sposób tracę za dużo zleceń. Jest to sytuacja, w której już absolutnie wszystko zostało omówione – co to ma być za projekt, na kiedy oraz jego cena. Wszystko pasuje! W tym momencie wypowiadam magiczne zdanie:

„Zanim rozpocznę pracę nad Pana projektem, poproszę o wysłanie zaliczki na moje konto.” i cały czar idealnego zlecenia pryska. Cisza jak makiem zasiał, zero kontaktu, klient uciekł. Dlaczego? Nie wiem.

Rada: Nie bój się zaliczki. Jest to część kwoty za cały projekt. Wpłacając tą drobną sumę pieniędzy potwierdzisz, że jesteś zainteresowany dobrym wykonaniem projektu. Grafik natomiast będzie miał pewność, że jesteś zdecydowany i nie zrezygnujesz w ostatniej chwili, bo znajdziesz tańszą opcję. Grafik będzie też pracował rzetelniej i chętniej! Klient, który ufa od samego początku, to najlepszy klient.

5. Znam takiego co mi to zrobi za 50zł.

Nie znam grafika, który na tego typu stwierdzenie nie zzielenieje ze złości. Bardziej nerwowi od razu krzykną „to niech Pan tam idzie!”, ci mniej podejmą próby wyjaśnienia dlaczego za taką cenę nic dobrego nie będzie – dodam, że próby skutkujące zwykle stratą zlecenia. Wiadomo, zawsze zdarzy się lepsza lub gorsza oferta cenowa. Wybór należy do Ciebie, drogi kliencie. Przypomnę jednak kilka sytuacji:

Ile to razy zdarzyło się, że kupujesz coś prawie za bezcen, i po jakimś czasie okazuje się, że to coś nie nadaje się do niczego? Kup najtańszy odkurzacz, a okaże się, że ledwo sprząta. Kup najtańszą kielbasę, a okaże się, że prawie nie ma w niej mięsa. Kup najtańszy mebel, a rozwali się po miesiącu. Wymieniać dalej?

Kwota którą podaje grafik nie jest wygórowana – to przeciętna cena. Lepszy, bardziej znany i doświadczony grafik poda wyższą, gorszy niższą. Zaufaj grafikowi tak jak ufasz dobrym markom – grafik za 50zł to jak „chińszczyzna” wśród produktów, które kupujesz.

Rada: Ceny da się negocjować. Nie szalej jednak za bardzo. Logo za 300zł czy katalog za 200zł – na takie ceny nikt się nie zgodzi.

6. Jak się spodoba to zapłacę

Wyobraźmy sobie sytuację: klient przychodzi do restauracji, zamawia kilka wykwintnych dań, zjada je, po czym wychodzi nie płacąc rachunku. Łapie go kelner i zaczyna wypytywać:

- Zaraz zaraz! Ale trzeba za to zapłacić!
- Nie, ja nie zapłacę, nie smakowało mi.
- Ale przecież zjadł Pan wszystko!
- Ale było niedobre, więc nie zapłacę. Poza tym, ten wasz wystrój w środku był do kitu. I te sztucce takie jakieś brzydkie. No i ten zapach, odurzający.
- Ale musi Pan zapłacić! Przecież kucharz to wszystko przygotował, ja podałem! A dostawca żywności, a opłaty za lokal, media! Kto za to zapłaci?
- Ja nie zapłacę. Powinien być Pan wdzięczny, że w ogóle wybrałem Pana lokal. Będzie mógł się Pan pochwalić, że ja, Jan Kowalski, jadłem tutaj u Pana.
- No Pan chyba żartuje!
- Nie, nie żartuję, żegnam Pana.

Zabrzmi to nieco absurdalnie, ale graficy naprawdę mają takie sytuacje! Żadnej zapłaty za całą pracę oraz wielkie oburzenie w przypadku domagania się jakiejkolwiek kwoty. Nie do

pomyślenia.

Rada: Zapłać za wykonaną pracę. Nawet jeśli nie wszystko się podoba. Grafik nie robot – musi mieć za co żyć. Poświęcił Ci czas i pracował nad projektem. Docień to. Też byś był zdenerwowany, gdyby ktoś Ci nie zapłacił.

7. W sumie to sam nie wiem czego chcę

„A może jednak logo niech będzie na dole... Ten kolor mi nie pasuje... Wiem, że na początku chciałem, żeby było tak, ale teraz myślę, że lepiej by było to inaczej zrobić...”

Pytanie: Czy zmieniając wystrój swojego mieszkania przemałowywałbyś ściany 10 razy, przestawiał meble w każdy możliwy kąt, przewieszał obrazy i dekoracje między salonem a łazienką, czy zmieniał zasłonki i firany, aż uznałbyś, że jest ok? Odpowiedź jest prosta: Nie. Tak samo też grafik nie będzie zadowolony zmieniając w kółko elementy projektu. Oczywiście wygląd to rzecz gustu, jednak ciągłe zmiany doprowadzą w końcu grafika do szału. Jeśli raz uznasz, że coś wygląda dobrze, to to zostaw i pozwól grafikowi skończyć. Jeśli zadanie miało trwać tydzień, a ciągnie się już przez 3, to problem zarówno dla Ciebie (Twój termin) jak i grafika (terminy jego innych zleceń).

Rada: Zanim zlecisz grafikowi projekt, przemyśl go. To tak jak z założeniem firmy – bez dobrego biznesplanu ani rusz.

8. Zobaczę, co powie na to pani Jadzia!

Jeśli projekt podoba się Tobie, ale aby upewnić się, że jest ok, pytasz o opinię postronne osoby, tworzysz sobie oraz grafikowi dodatkowy kłopot. Jeśli opinia będzie negatywna, zaczniesz wątpić. Grafik natomiast otrzyma od Ciebie garść kolejnych poprawek i wkurzy się o to, dlaczego nie pojawiły się zanim stwierdziłeś, że już wszystko Ci pasuje. To naprawdę nieprzyjemne.

Rada: To Ty zlecasz projekt, więc to Ty decyduj! Ty wiesz czego chcesz, a grafik wie jak to wykonać. Małżonek, koleżanka czy pan ochroniarz Zdzisiek nie pomogą Ci w decyzji.

9. Projekt wszystko w jednym

W tym przypadku bardzo krótko przedstawię sytuację:

- Poproszę o wycenę projektu wizytówki.
- Ok, to będzie taka cena.
- To proszę zrobić do tego jakieś logo, żeby było profesjonalnie.
- Ale wtedy będzie inna cena.
- A to nie jest w cenie wizytówki? To dziękuję, do widzenia.

Rada: Prosząc o wycenę napisz dokładnie, co będzie musiał zrobić grafik. Tego typu niedomówienia to niestety przykry standard.

10. Sam zrobię lepiej!

ŁOMATKO! Nigdy nie mów takich rzeczy! Nie tylko w stosunku do grafików, do jakiegokolwiek profesjonalisty! Gwarantuje to natychmiastowy wkurw (mówiąc wulgarnie). Jeśli uważasz, że zrobisz coś lepiej, to po co w ogóle zgłaszasz się do grafika? Zrób po swojemu. Tylko nie żałuj, jeśli pojawią się potem jakieś problemy.

Rada: Jak uważasz, że zrobisz coś lepiej to to zrób. Nie zawracaj przy tym głowy grafikowi.

11. Czcionkę Comic Sans poproszę

Nie wiadomo co gorsze – użycie słowa „czcionka” czy „Comic Sans”. Oj, graficy mają na to uczulenie. Uczulenie na używanie fachowych słów w nieodpowiednim znaczeniu i uczulenie na Comic Sans.

Rada: Nie używaj słów, których nie rozumiesz. Nie musisz opisywać projektu fachowym słownictwem, żeby grafik zrozumiał o co Tobie chodzi. Wyraz „czcionka” zastąp wyrazem „font” lub „krój pisma”. Grafik od razu poczuje się lepiej!

Kolejna Rada: Comic Sans może pasuje do projektu baneru dla przedszkola, ale na pewno nie do sklepu sportowego dla profesjonalistów. Zaufaj grafikowi w doborze kroju pisma – on zna tego tyle, ile jest kanałów w najdroższym pakiecie telewizyjnym.

12. Proszę wkleić coś tam, gdzie to białe pole

Jeśli jest coś trudniejszego do wyjaśnienia klientowi niż udowodnienie, że ten skrawek wolnej przestrzeni jest potrzebny, to proszę dajcie mi znać. Zasada „upchaj jak najwięcej” ma się nijak do projektowania – no chyba, że chaos i niezliczona liczba elementów są założeniem zadania. Z reguły jednak takie „białe pole” to sposób na odpoczynek dla oczu i umieszczanie na siłę dodatkowych elementów w to miejsce może spowodować uczucie ścisku. Jest to nieco trudne do wyjaśnienia, dlatego spróbuję prostym przykładem: Wyobraźmy sobie książkę, w której tekst został wyrównany od brzegu do brzegu strony oraz pomniejszony tak, aby całość zajęła jak najmniej kartek. Efekt mamy taki: niski koszt wydruku (oszczędziliśmy!), ale nikt nie chce książki kupić, bo nie da rady jej czytać (czyli jednak jesteśmy do tyłu z kasą...).

Patrząc czasami na ulotki wciskane mi na ulicy dostaję oczopląsu. Jest tam tyle informacji, tekstów o różnych wielkościach, obrazków, kolorów itd., że w końcu nie widzę nic. Jestem pewna, że nie jestem w tym jedyna.

Rada: Co za dużo to niezdrowo!

13. Jednak wcześniejsza wersja była lepsza

Och nie, to ja przez 4 dni nanosiłam te wszystkie poprawki, a Pan mi teraz mówi, że wracamy do poprzedniej wersji? (w myślach: Hmm.... A ile dostaje się w Polsce za zabójstwo?) Że chciał Pan tylko zobaczyć jak to będzie wyglądało? Ale był Pan za poprzednią wersją? Pan wybaczy, ale muszę kończyć, idę do sklepu z bronią.

Rada: Nie każ grafikowi robić rzeczy „na próbę”. To tak jakbyś kazał majstrowi na próbę położyć nowe płytki w kuchni, po czym stwierdzić, że lepiej było bez. Wyobrażasz to sobie?

14. Drukarnia kazała mi się z tym zgłosić do grafika, bo nie mogą tego wydrukować

Poprawianie projektów po kimś. Coś strasznego. Koszmar każdego grafika. A już szczególnie jeśli ten ktoś nie był grafikiem. Projekt książki zrobiony w Wordzie? Plakat w Exelu? BANER REKLAMOWY W POWER POINT'CIE? Nie, to nie żart. Takie rzeczy się zdarzają. I przychodzi taki biedny klient z opuszczoną głową, a grafik z dobroci swojego serca mu pomaga. To nie lepiej było od razu się z tym zgłosić tutaj, zamiast zlecać projekt panu Zbysiowi, co jest dobrym sąsiadem i prowadzi plastykę w podstawówce? Wiem, trochę za bardzo to przerysowuję....

Rada: Nie szukaj oszczędności pieniężnych na siłę. Znajdź odpowiednią osobę do wykonania zadania i zaoszczędź lepiej sobie późniejszych nerwów i straconego czasu.

I na koniec uber-hit, czyli:

15. Grafik komputerowy



Jest to określenie tak powszechne i tak nagminnie stosowane, że absolutnie każdego ceniącego się grafika doprowadza do szewskiej pasji. Doszliśmy do momentu, w którym graficy w celu uniknięcia określenia słowem „komputerowi” zaczynają się przedstawiać „jestem projektantem/ilustratorem/plakacistą itd.”. Nieco szerzej na ten temat pisała też [moja koleżanka Martyna na swoim blogu](#).

Dlaczego to tak bardzo wkurza? Z prostej przyczyny – grafika komputerowa to znajomość i obsługa programów graficznych, systemów kolorów itp., jednak w tym określeniu nie znajdzie się takiego słowa jak „projektowanie”. Projektowanie graficzne to umiejętność stworzenia czegoś naprawdę dobrego. Tego grafik uczy się latami. To - bycie twórczym – wyróżnia osobę potrafiącą obsłużyć komputer od tej, która z jego pomocą zrobi coś wspaniałego. Komputer to tylko narzędzie do pracy – tak samo jak łopata jest narzędziem pracy ogrodnika.

No i nie zapominajmy że jest jeszcze jeden rodzaj grafików – graficy warsztatowi. To ci, którzy zajmują się tradycyjnymi metodami druku tworząc grafikę artystyczną. Linoryty, akwaforty czy litografie – to tylko niektóre z cudownych rzeczy, które powstają dzięki tym utalentowanym ludziom. Sama też zajmuję się wklęsłodrukiem. I nie zdziwię się jeśli nigdy o czymś takim nie słyszałeś – takich rzeczy nie uczy się w szkołach. A to dziwne, bo historia grafiki sięga bardzo, bardzo daleko.

Rada: Grafik komputerowy to jak ogrodnik łopatowy – prawda, że brzmi bez sensu?

Napisała **Marzena Mikołowska**

Źródło: <http://theycallmemagenta.blogspot.com/2013/02/jak-wkurzyc-grafika-poradnik-w-15.html>