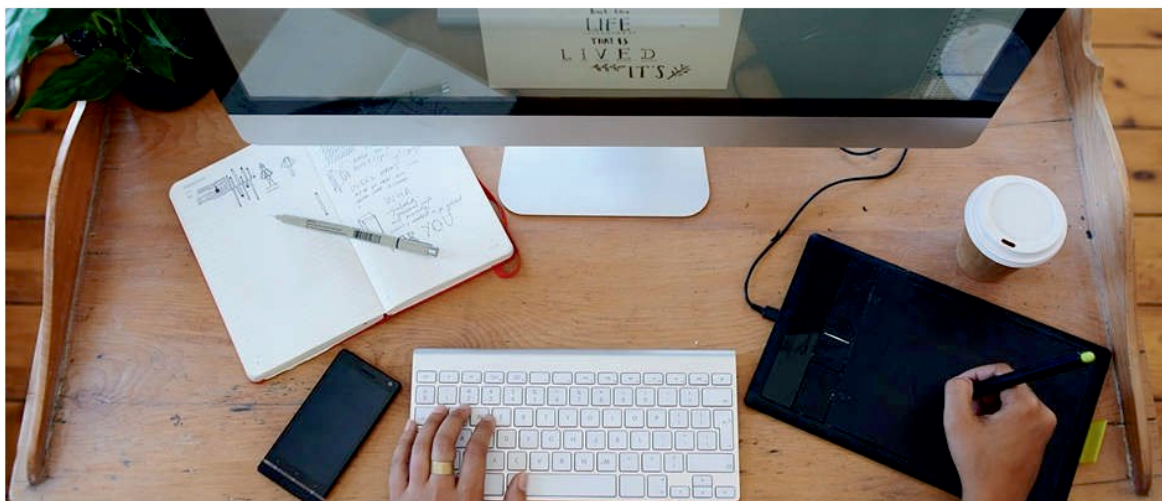


5 советов для получения лучшего дизайна наружной рекламы и вывески



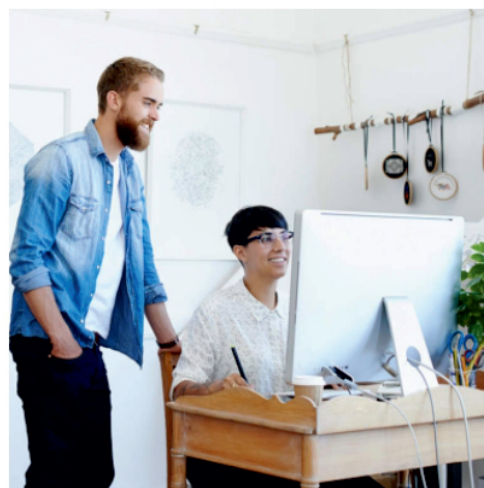
Работа с дизайнером может помочь вам создать красивую вывеску, сделать эффективную наружную рекламу точки продаж или оформить офис. Но вы можете обнаружить, что вы и ваш дизайнер используете разную терминологию или что у вас разные взгляды на важность определенных задач.

Итак, каковы реальные преимущества работы с дизайнером? Наши эксперты говорят, что хороший дизайнер - это решение визуальных проблем. Они могут расставлять приоритеты по важности в оптической иерархии, будь то вывеска, наружная реклама, презентация или логотип.

Работа с талантливым дизайнером обогатит вас отличным опытом, если вы знаете, что надо делать. Чтобы убедиться, что ваш проект будет сделан вовремя и уложится в бюджет, вот некоторые моменты, которые вам нужно продумать, когда вы работаете с дизайнером.

1. Тщательно выбирайте дизайнера для своего дизайн проекта

Прежде чем выбирать дизайнера для своего проекта, важно понять и сформулировать, что вам от него нужно для вашего бизнеса. Когда у вас есть хорошая творческая идея и примеры работ, пришло время поговорить с дизайнером, который может помочь вам создать дизайн рекламы для вашего бизнеса. Возможно, вы делаете ребрендинг и просто хотите внести изменения в существующий дизайн рекламы. Или, возможно, вы хотите, чтобы кто-то скопировал и оцифровал дизайн на основе фотографии, которая вам нравится. Независимо от ваших потребностей дизайнер сможет помочь вам реализовать свои творческие амбиции.



Вам нравится внешний вид чужого дизайн проекта? вывески или наружной рекламы? Создайте папку вдохновения, которой вы можете потом поделиться с дизайнером. Возможно, вам нравится шрифт здесь, вывеска там, цвет этого, как выглядит этот логотип, дизайн той рекламы.

По нашему опыту, нанять дизайнера, который действительно думает о цели и результатах того, что вы пытаетесь сделать с дизайном, является ключевой задачей. Спросите себя, какие цели должны быть достигнуты дизайном. *Дизайн, который не достигает цели, бесполезен.*

2. Четко информируйте

Вы должны подготовиться к встрече или звонку, чтобы поделиться своими идеями с вашим дизайнером. В идеале вы сначала отправите свои идеи в письменной форме, чтобы он успел подумать о проекте до звонка.

Дизайнер может попросить вас заполнить творческий бриф. Это краткий или более полный список вопросов к клиенту. Некоторые типичные вопросы, которые он может задать:

- Какова ваша цель?
- Кто ваша аудитория?
- Какое действие должен совершить потенциальный покупатель?
- Каковы временные рамки для этого проекта?
- Кто ваши конкуренты?

Важно быть постоянно в контакте с дизайнером. Постарайтесь быть максимально конкретным. Сказать: «Просто мне это не нравится» будет неправильно. Уточняйте, что линии кажутся слишком толстыми или тяжелыми, что вам не нравится этот красный цвет, и вы другой оттенок.

Дизайнеры думают образами и эмоциями. Не бойтесь сказать: «Я хочу, чтобы он выглядел теплее». Или «Я хочу элегантный и современный дизайн. Мне нравится дизайн у Apple».

3. Знай свою историю

Что делает ваша компания? Почему это кому-то нужно? Почему они должны покупать ваш продукт или услугу? Кто ваши покупатели и что вы знаете о них? Дизайнеру важно знать историю, которую вы хотите рассказать клиенту.

Постарайтесь подумать о своем бренде / компании, как будто это личность. Вы современны или традиционны? Казуальные или сложные?

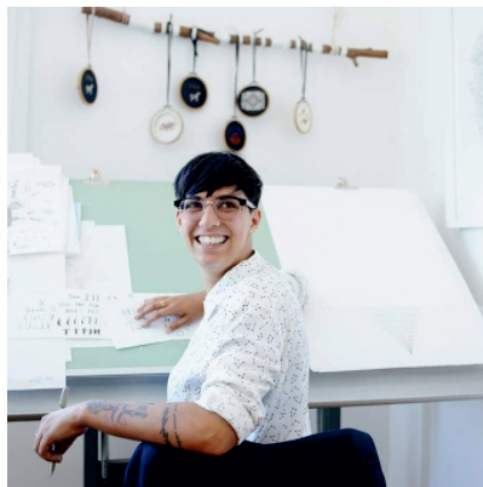
Если у вас магазин подарков, вы можете выбрать более игривую индивидуальность для бренда. Возможно консалтинговая фирма должна быть более формальной и строгой. Это поможет дизайнеру определить, может ли он использовать смелые цвета и шрифты или более строгие чистые линии.

Мы в "Заметно" видим это так: У клиента есть история, и дизайнер рассказывает эту историю визуально. Например, если мы делаем вывеску, то попросим клиента показать вывески, которые ему нравятся. И укажем моменты, которые могут или не могут быть использованы для этой задачи. Также приведем примеры и стили, которые более подойдут клиенту.

4. Вызывайте эмоцию наружной рекламой

Что клиент должен почувствовать, когда видит вашу наружную рекламу или читает ваше сообщение? Не стоит недооценивать силу эмоций. Часто люди совершают эмоциональные покупки, а затем обосновывают свое решение логикой.

Не верите? Подумайте об одном из ваших любимых брендов джинсов. Теперь подумайте об одном из конкурентов, который делает практически такие же джинсы. Почему вы предпочли один бренд другому? Скорее всего, потому, что бренд заставил вас почувствовать что-то. Или он вам просто понравился, и вы не можете точно объяснить почему. Дизайнерам (или творческой команде) понадобилось много времени, чтобы вы сделали такой выбор.



5. Делегируйте, но сотрудничайте

К нам часто приходят люди без какого-либо понимания должного конечного результата. Им может понадобиться дизайн наружной рекламы или таблички, оформление магазина или вывеска. Они хотят, чтобы мы придумывали идеи оформления, слоганы, цвета, изображения и т. д. Они хотят, чтобы мы предоставили им доказательства того, что то что мы сделали- это лучшее решение их задач. Это не проблема для нас, если у вас есть много времени и денег.

Не ожидайте, что ваш дизайнер просто возьмет ваши глаза и увидит то, что видите вы. Вы должны активно участвовать в процессе. Попросите взглянуть на идеи и концепции. Скажите, что вы хотите иметь возможность делать комментарии на протяжении всего процесса, чтобы минимизировать объем доработок. Доработки невероятно расстраивают всех, кто участвует в процессе. Чтобы добраться до того, что, по вашему мнению, является концом, дизайнерам приходится раз за разом возвращаться за «чертежную доску». Ненужные доработки могут привести к увеличению вашего бюджета и времени на дизайн проект. Такие типы проектов всегда занимают больше времени, чем думают клиент или дизайнер.

Советы от нашего дизайнера

Вот четыре совета от нашего дизайнера о том, как вы должны с ним работать:

- Удостоверьтесь, что у дизайнера есть аналогичные по эстетике работы.
- Четко сформулируйте, чего вы пытаетесь добиться.
- Будьте более разговорчивым при описании проекта. Вы никогда не знаете, какие слова повлияют на дизайнера и могут оказаться отправной точкой для удивительного открытия.
- Не бойтесь сказать дизайнеру, чего вы не хотите, в дополнение к тому, что вам нужно.

Если учесть все эти моменты, вы получите отличные результаты от работы с дизайнером. И вы оба сможете наслаждаться процессом по дизайну наружной рекламы или вывески.