

Конспект к уроку

02 подготовка к концептам

ВАЖНО, ЧТОБЫ КЛИЕНТ ОПРЕДЕЛИЛ ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ПРОЕКТА, А НЕ СТАРАЛСЯ ВЫБИРАТЬ СТИЛЬ КОТОРЫЙ ЕМУ НРАВИТСЯ СРЕДИ ГОТОВЫХ

ГОТОВЫЕ ДИЗАЙН-РЕШЕНИЯ И ОПИСАНИЕ ЖЕЛАЕМОГО НАСТРОЕНИЯ — ЭТО РАЗНЫЕ ВЕЩИ

примеры готовых решений:

- светлый градиент
- минимализм
- красный цвет,
«т.к. он привлекает
внимание»

примеры образов, которые помогут нам:

- ощущение уюта
- чувство уверенности
- эстетика Звёздных войн

«ТОЧНО ЛИ ВАШЕ КОНКРЕТНОЕ РЕШЕНИЕ НУЖНО НАМ В СТИЛЕ, ИЛИ МЫ БУДЕМ ОТТАЛКИВАТЬСЯ ОТ ЦЕЛЕЙ И ЗАДАЧ ПРОЕКТА? ПОТОМУ ЧТО ЕСЛИ МЫ В УСЛОВИЯ ЗАДАЧИ ВПИШЕМ ВАШЕ РЕШЕНИЕ (ХОТЕЛКУ) ТО ЭТО СИЛЬНО СУЗИТ КОРИДОР РЕШЕНИЙ, КОТОРЫЕ Я СМОГУ ВАМ ПРЕДЛОЖИТЬ.

МОЖЕМ ОСТАВИТЬ ВАШУ ХОТЕЛКУ КАК ВАРИАНТ, А ПРЕДЛОЖИТЬ Я МОГУ ЕЩЁ ЧТО-ТО ДРУГОЕ?»

Вопросы:

➤ **зачем клиенту нужен лого/стиль?**

например: повысить узнаваемость, привлечь внимание определённого круга людей, привлечение внимания к бренду или проблеме, ребрендинг в связи с расширением или расслоением фирмы, смена позицион-я, выделиться среди конкурентов;

➤ **зачем его клиенты обращаются к нему?**

➤ **откуда ваши клиенты о вас узнают? сарафанка? соц.сети?**

➤ **есть ли то, на чём важно сделать акцент?**

➤ **с какой периодичностью нужно использовать ваш продукт/услугу ?**

➤ **что удобного в этой услуге, в продукте?**

➤ **есть ли то, на чём лучше не акцентировать внимание?**

➤ **как создаётся продукт/услуга?**

➤ **если это товар, то как он будет выглядеть: стоять, лежать...**

➤ **какова история ниши, сферы, и самой компании?**

- важно ли то, в каком окружении или контексте, настроении, будет использоваться услуга или товар?
- откуда такое название, что символизирует, что значит?
- где чаще всего будет использоваться лого, на каких носителях, какие ограничения по печати?

крупных клиентов
и интересных задач!

@borboris_design