

# 004

# KOGO ZATRUDNIĆ DO RÓŻNYCH PRAC GRAFICZNYCH

TRANASKRYPT DO PODKASTU **ANETA DUK: INTERAKTYWNIE**

Cześć nazywam się Aneta Duk. To jest podcast „Interaktywnie. A Ja witam Cię w czwartym odcinku. Dzisiaj opowiadam o Tym czy grafik to po prostu grafik? A fotograf to po prostu fotograf i Tyle? Czy każdy projektant zrobi jednocześnie doskonałe logo, dokona świetnego składu tekstu w broszurze, zrobi responsywny projekt strony internetowej, wykona ilustrację i zaprojektuje opakowanie produktów? Czy fotograf, który na co dzień pracuje przede wszystkim w plenerze przygotowując świetne fotografie reklamowe z udziałem modelek wykona świetne zdjęcia flakonów perfum do Twojego sklepu internetowego? A co jeśli gotowy projekt jest w Twojej głowie i Ty chcesz go tylko otrzymać w wersji cyfrowej? A może chcesz zmniejszyć zdjęcie i wrzucić na nie napis na potrzeby facebooka kogo wtedy zatrudniasz? Odpowiedzi na te pytania znajdziesz w tym odcinku.

00:01:20

Witam Cię bardzo serdecznie. Cieszę się, że to jest już czwarty odcinek. Ostatnio udaje mi się utrzymać systematyczność. Także zapraszam do subskrypcji ponieważ, w każdy wtorek pojawia się nowy. Dzisiaj troszeczkę o tym, kogo powinieneś zatrudnić do konkretnych prac graficznych. Temat projektowania i kompleksowej obsługi jest bardzo złożony. Nie tylko pod kątem stricte związanym z projektowaniem, ale także pod kątem odbiorcy usługi czyli właśnie Ciebie. I chociaż wszędzie się mówi i kładzie mocny nacisk na kompleksową obsługę nie uważam, że dla każdego odbiorcy i dla każdego zamówienia jest ona najlepszym rozwiązaniem. Małe przedsiębiorstwa wyjątkowo rzadko za jednym zamachem zamawiają zaprojektowanie kompleksowego wizerunku graficznego swojej firmy. Bardzo często, projektowane są pojedyncze elementy mocno rozłożone w czasie. Nie jest to komfortowa sytuacja dla projektanta, ale takie są fakty. I ciężko jest wymagać od przedsiębiorcy, który stawia pierwsze kroki żeby zainwest-



**BLOG:** [ANETADUK.COM](https://anetaduk.com) | **PODCAST:** [ANETADUK.COM/PODCAST](https://anetaduk.com/podcast)

ował większą sumę pieniędzy w kompleksowy projekt wizerunku marki. Dodatkowo raczej trudno mu przewidzieć na samym początku wszystkie materiały wchodzące w skład identyfikacji wizualnej jakie będą mu potrzebne. Np. może nie mieć nawet pewności, czy będzie mu potrzebny papier firmowy, niby jeden z najbardziej podstawowych elementów branding, a jednak w dzisiejszych czasach jest wiele przedsiębiorców, którzy go nigdy nie używali. Bowiernie praktycznie nie wysyłają korespondencji pocztą tradycyjną. Najczęściej interesuje ich nagłówek i stopka do programu MS WORD oraz stopka do korespondencji e-mail. Nawet wizytówki tracą na wadze przy biznesach internetowych. Nowy biznes może też nie mieć jeszcze w 100% wyklarowanej strategii sprzedawania produktu lub usługi co wiąże się z tym, że zapotrzebowanie na różnego rodzaju projekty rośnie wraz z rozwojem firmy. A co za tym idzie. Możliwość zaprojektowania pełnego i spójnego wizerunku marki za jednym zamachem wykreuje się dopiero za jakiś czas. Duże przedsiębiorstwa - korporacje również dokonują czasami bardziej wybiórcze zamówienia. Wyobraźmy sobie bowiem sytuację, że firma postanawia uruchomić program lojalnościowy dla swoich klientów. Wiąże się to z koniecznością zaprojektowania plastikowych kart oraz być może ulotek informacyjnych. Jest to jednak trochę odmienna sytuacja ponieważ gdy firma ma kompleksowo zaprojektowany Pełny System Identyfikacji Wizualnej (SIW) marki, którego tylko wierzchołkiem góry lodowej jest logo. Kolejne materiały tworzone są na podstawie już istniejącego dorobku, często przez agencję lub projektanta, który wykonał wcześniejszą pracę.

Ok skoro już wiemy, że zwłaszcza w małych i początkujących biznesach wizerunek graficznych powstaje w bólach. Poprzez mocne rozkładanie tego procesu w czasie, zamawianie z doskoku wg zaistniałych potrzeb i częstych zmian, które pojawiają się w dynamicznie rozwijającej się firmie. Zastanówmy się jak możliwie najlepiej podolać temu trochę karkołomnemu zadaniu.

00:04:27 

Jest jedno rozwiązanie, któremu nie poświęcę w tym odcinku wiele czasu, a mianowicie możesz iść do agencji lub projektanta, który świadczy kompleksową obsługę. Możesz z którymś z tych wykonawców zostać na dłużej i kolejno domawiać u niego potrzebne Ci materiały. Teoretycznie powinno to dać wspaniały efekt spójnego wizerunku marki. Zauważyłam jednak, że w praktyce niekoniecznie tak jest. Już wyjaśniam dlaczego!

**Po pierwsze.** Kompleksową usługę bardzo często świadczą początkujący projektanci, którzy nie nabyli jeszcze dużego doświadczenia. (Co nie wyklucza, że doświadczeni też takową mogą świadczyć, ale o tym później). Zaczynają oni swoją przygodę z projektowaniem, nie mają w niczym dużego doświadczenia. Właśnie tydzień temu pierwszy raz projektował logo. To dlaczego w tym tygodniu nie może pierwszy raz zaprojektować opakowania Twojego produktu. Nie znalazł on jeszcze swojego konika. Nie zgłębił tajników konkretnej dziedziny i nie wie ile pułapek na niego czeka.



A chce wziąć każde zlecenie, no bo wiadomo - właśnie zaczyna. Fajnie jest zarobić pieniądze i fajnie jest uzupełnić jakoś swoje portfolio. Niestety wiem to z własnego doświadczenia (Mea Culpa). Ale chyba każdy projektant przeszedł przez początkowy szal „zrobię wszystko”. W tym przypadku naprawdę nie ma znaczenia, czy to jest agencja czy freelancer. Małe/początkujące agencje lub takie, które na zawsze ugrzęzły na pewnym poziomie usług to właśnie te firmy, które są najczęściej w dostępnej półce cenowej dla początkującego biznesu bez startupowego sponsoringu. A ja Ci mówię - nie chcesz nie doświadczonego projektanta do zaprojektowania np. logo. Sama nie poleciłabym siebie sprzed 10 lat. (Serio). Chociaż wykonałam wówczas całkiem dobry projekt logotypu dla pewnej fundacji. Ale... Robiłam go kilka miesięcy i doświadczony grafik, który nade mną wówczas czuwał skreślił z 40 moich projektów, a docelowy pomysł, który trafił pod młotek Zarządu dopracowywałam conajmniej w 10-15 seriach poprawek. Nie dostałam za ten projekt ani grosza. Uczylałam się. Lekcje jaką dostałam była warta więcej niż 10 wynagrodzeń. Wiem co Ci teraz chodzi po głowie. Darmowe logo - taaak. Zapomnij o Tym! Nie masz zatrudnionego doświadczonego projektanta, który będzie wyciskał ostatnie soki z uczącego się grafika. Więc to nie przejdzie. Zostaniesz ze słabym projektem. Którym np. jak sobie wykleisz w przyszłości flotę samochodów to przekonasz się, że darmowy nie był. Zdajesz sobie pewnie sprawę ile w razie czego będzie kosztowało wyklejenie tych samochodów na nowo. A jak nie, to warto to przeliczyć. Jak się okaże, że logo jest nie do użycia np. w aplikacji mobilnej jako ikona i będziesz musiał zrobić rebranding firmy. Prawdopodobieństwo, że będziesz korzystał z usług właśnie początkującego grafika lub początkującej agencji, lub też agencji, która wciąż zatrudnia początkujących projektantów jest duże. Ponieważ najczęściej tacy wykonawcy zabiegają o zlecenia początkującego przedsiębiorcy bez dużego budżetu. Zazwyczaj wynika to z tego, że agencja czy freelancer, który jeszcze nie ma renomy i nie ma wielu zapytań siłą rzeczy będzie miał bardziej przystępne ceny. Normalne, prawda? Prawa rynku. Oraz z tego, że często przedsiębiorcy nie wiedzą gdzie szukać i sami nie przejmują inicjatywy. Ograniczają się najczęściej, albo do wykonawców, którzy sami się z nimi skontaktowali, albo pytają znajomych czy nie znają jakiegoś „grafika”. W ogóle nie sprawdzając jego portfolio. To też wiem z własnego doświadczenia. Jeśli nie masz znajomych z bardzo dużym doświadczeniem, którzy przerobili mnóstwo wykonawców i mają oko do oceny jakości prac graficznych ciężko o dobre polecenie tego typu. Mogą polecić kogoś solidnego, rzetelnego, terminowego i ostatnią wisienką tej laurki najczęściej jest „niedrogi” ;). Są to oczywiście bardzo ważne cechy kontrahenta (no może poza tym „niedrogi), ale... jednak koniec końców to z efektu pracy będziesz korzystał latami. Więc na pierwszym miejscu powinny być po prostu świetne projekty.

**Po drugie.** Po pierwszej realizacji wcale nie musi dojść do dalszej współpracy. Współpraca może Ci się nie spodobać i po zakończonym pierwszym projekcie możesz chcieć zmienić wykonawcę. Z wielu powodów. Mogą wystąpić ogólne problemy komunikacyjne i będziecie się ze sobą męczyć. Lub zanim będziesz miał kolejne zlecenie, wykonawca może zniknąć z rynku. Lub możesz też stwierdzić, że konkurencja ma atrakcyjniejszą ofertę.



**Po trzecie** - Jeżeli zaistnieje punkt pierwszy czyli skorzystasz z mało doświadczonego projektanta to wcale nie musi proponować Ci kolejnych projektów spójnych wizualnie. Tylko mówiąc kolokwialnie każdy projekt może być od czapy. Może tak być dlatego, że po prostu nawet o tym nie myśli. Może tak być też dlatego, że z braku swojego doświadczenia zaprojektował coś co już w każdym innej sytuacji się nie nadaje. A może też być tak dlatego, że robi jakiś tam progres w swoich umiejętnościach i widzi, że poprzedni projekt był słaby i próbuje robić coś innego.

**Po czwarte** - bardzo rzadko widzę w sektorze MŚP spójny wizerunek marki. Więc cały czas jest jakiś problem. Albo wykonawcy nie dbają o tą spójność, albo przedsiębiorcy zamawiają jednak każdy projekt gdzie indziej. Nie przekazując kolejnym wykonawcom ani żadnych założeń, ani elementarnej nawet najbardziej podstawowej księgi znaku.

Jak zatem żyć Panie Premierze? Jak żyć? Skoro nie masz dużego budżetu, żeby bili się o Twoje zlecenie cenieni projektanci czy agencje. Lub żebyś mógł mieć na stałe po swojej stronie osobę mocno obeznaną w branży. Tak żeby dla Ciebie mogła ocenić nie tylko rzetelność wykonawcy, ale i jakość projektów. Weź sprawę w swoje ręce.

00:09:58



Jak to zrobić? Mam dla Ciebie 10 PROTIPÓW.

**Numer jeden.** Szukaj projektantów specjalizujących się w projektach, które akurat masz do wykonania i tak dla przykładu: Gdy potrzebujesz zaprojektować logo z księgą znaku i/lub podstawowe materiały firmowe, teczkę, folder informacyjny dla swojej firmy szukaj wykonawców pod hasłem: Branding, logo folio, identyfikacja wizualna, logotypy.

Sporo Broszur, magazynów, książek, katalogów znajdziesz pod hasłem: editorial design, skład dtp, łamanie tekstu. Projekty stron internetowych to projektowanie Interfejsów użytkownika i wrażenia użytkownika, szukaj ich pod hasłem: UI/UX Design, Projektowanie interfejsów użytkownika.

Jeżeli potrzebujesz wykonać sesję zdjęciową np. do swojego sklepu internetowego szukaj pod hasłem: photo packshot, packshot, fotografia produktowa.

W przypadku ilustracji, często nazywanej kolokwialnie fotomontażem, który tak naprawdę jest fotomanipulacją, ilustracji wykonanej techniką malowania cyfrowego lub po prostu za pomocą rysunku - szukaj ilustratora. I wpisuj hasła: Illustration, photo manipulation, digital painting, digital art, lub po polsku, ale wyników wtedy jest mniej: Ilustracja, fotomanipulacja, malowanie cyfrowe, sztuka cyfrowa.

Jeżeli potrzebujesz wykonać projekt reklamy zewnętrznej: billboard, plakat, citylight, a nie masz pomysłu co ma być motywem przewodnim szukaj osoby od branding'u która ma ciekawe realizacje takich materiałów. Taka osoba może podsunąć pomysł i sama zlecić wykonanie np. Ilustracji na Twoje potrzeby.

Te wszystkie angielskie nazwy stąd, że polscy wykonawcy, również opisują swoje prace po angielsku.



sku, żeby dotrzeć do szerszego grona odbiorców. Szukając po angielsku masz możliwość znaleźć więcej ciekawych realizacji.

**Po drugie.** Przeglądaj portfolio Projektantów np. Na takich portalach jak behance. Są jeszcze inne portale z ciekawymi pracami projektantów, ale behance jest bardzo popularny i zdecydowana większość projektantów umieszcza tam swoje prace. Na behance jest wyszukiwarka. Wymienione wyżej słowa kluczowe możesz wpisać w wyszukiwarkę i przeglądać prace projektantów. Jest tam również do nich kontakt lub link do ich strony internetowej.

**Po trzecie.** Szukaj projektantów, których projekty są zgodne z Twoim gustem. Z tych, które Ci się podobają wybierz te, które mają z innych źródeł potwierdzoną jakość. Np. na portalu behance inni Twórcy głosują na dane projekty klikając łapkę w górę. Po prawej od projektu masz nazwę wykonawcy oraz ilość osób, które widziały projekt i ilość łapek w górę. Drugim elementem weryfikującym jakość są wyróżnienia w formie odznak, które możesz zauważyć również po prawej stronie od projektu. Pamiętaj, że mnóstwo świetnych projektów nie ma odznak, dlatego nie jest to wyznacznik pt „Jak ktoś nie ma odznaki” to słaba praca. Ale jeżeli taka odznaka jest to jest to dla Ciebie kolejne potwierdzenie, że idziesz w dobrym kierunku. Kolejny element również nie będzie to zasadą, ale znani projektanci mają dużo obserwatorów co daje im sporo obejrzeń ich projektów. To też jest jakaś informacja, która może Ci coś podpowiedzieć. Na behance panuje taka kultura, że zasadniczo projektanci obserwują innych projektantów, których cenią. Więc jest to spore potwierdzenie jakości prac. Możesz sobie pomyśleć, że może być fajny projektant, który nie budował portfolio bo nie miał czasu. To wszystko jest prawda. Sama należę do takich osób. Do tej pory borykam się z tym, żeby stworzyć własne portfolio i z tego powodu, że po prostu mam mało czasu i też z tego powodu, że jestem nadmierną perfekcjonistką co przeszkadza w wybraniu wreszcie prac, które chce się pokazać. Z tym, że to nie ma znaczenia. To generalnie jest strata takiego projektanta. Ponieważ w jaki inny sposób Ty masz sprawdzić, że ten projektant jest ok. Że ma świetne prace, że ktoś potwierdził to jak on projektuje i że jest to zgodne z Twoim gustem. Prace, które on umieszcza w portfolio o takiej jakości i takim stylu będzie robił chętnie i z zapałem. Dlatego to powinien być Twój wyznacznik.

**Po czwarte.** Sam odezwij się do projektanta, którego pracą cenisz. Tylko pamiętaj o punkcie pierwszym. Jeżeli chcesz zaprojektować stronę internetową nie kontaktuj się z osobą, która wykonuje przede wszystkim ilustracje.

**Punkt piąty.** Zapisuj w jednym folderze na dysku wszystkie prace jakie projektowali dla Ciebie inni projektanci i przesyłaj je do nowego projektanta. W ten sposób przedstawiś w jakim kierunku był rozwijany System Identyfikacji Twojej firmy i projektant będzie mógł starać się zachować spójny charakter. Jeśli dotychczasowe prace nie trzymały się niczego - być może trafisz na dobrego projektanta, który zaproponuje Ci ujednoczenie wizerunku - a Ty (mam nadzieję) się zgodzisz ;).

**Punkt szósty.** Zaufaj projektantowi. Jak już wybierzesz projektanta, którego pracą cenisz i która jest zweryfikowana też przez obiektywne źródła, dogadasz się z nim odnośnie



współpracy. Zostaw projektowanie na jego głowie. To jest ten moment kiedy możesz pomyśleć, że za to płacisz. Ty swoją pracę już wykonałeś. Ogólnie nakreśl mu swoje oczekiwania. Gdy otrzymasz projekt i będziesz miał wątpliwości, powiedz o nich projektantowi. Nie podpowiadaj rozwiązań - to jego praca. Podpowiadanie rozwiązań w stylu - świetnie tylko ten kolor zmień na ten, tutaj powiększ, tutaj pomniejsz to przepis na Frankenshtaina. Uwagi jakie powinieneś dawać to np. - Nie podoba mi się ta czcionka, widziałbym coś nowocześniejszego - Ten kolor nie odzwierciedla strategii naszej firmy. Wtedy projektant przyjmuje do wiadomości, że ten kolor czy font odpada i znowu próbuje wszystko zgrać razem. Być może zmiana fontu wywoła konieczność zmiany rozmiaru, modyfikacja układu, może zmienić się wiele więcej rzeczy w celu jednoczesnego uwzględnienia Twoich uwag i zachowania profesjonalnego charakteru projektu. Jestem przekonana, że zawsze jest możliwość wykonać profesjonalny, genialny projekt zgodny ze sztuką designu, który jednocześnie przypadnie Tobie do gustu. Warunkiem jest tylko nie wchodzenie w proces projektowy. Każdy powinien wykonywać swoją pracę. Unikaj jednak takiej sytuacji kiedy z góry jesteś przekonany, że powinien to być np. Kolor niebieski i czekasz, aż wykonawca wywróży to z fusów. W takiej sytuacji szkoda czasu każdej ze strony. Naprawdę jest mnóstwo sposobów na osiągnięcie tego samego efektu. I genialny wizerunek firmy może być w przeróżnych kolorach. To, że Tobie podoba się akurat niebieski to nie jest tak, że tylko i wyłącznie wtedy gdy projektant wpadnie na to, że to ma być niebieski to znaczy, że to jest świetny projektant. Nie, tak sytuacja nie wygląda. Dlatego jeżeli masz takie ukryte potrzeby ;) to o nich powiedz.

**Punkt siódmy.** Jeśli współpraca się udała, a projektant ma więcej specjalizacji niż jedną. Postaraj się skorzystać z usług tego samego projektanta i zamawiaj u niego. Jeśli tylko Twoje potrzeby są zbieżne z jego portfolio.

**Punkt ósmy.** Nie zlecaj projektantowi prac, których nie ma w portfolio. Teoretycznie można wyjść z założenia, że może nie miał czasu uzupełnić portfolio. Może tak być, ale może też tak być, że nawet jeżeli wykonał kilka projektów powiedzmy opakowań, a nie ma ich w portfolio to znaczy, że żadnego nie uznał za wystarczająco dobre. To też jest jakaś informacja.

**Punkt dziewiąty.** Nie popadaj w paranoje z tym portfolio ;) Czyli jeżeli ma mnóstwo realizacji związanych z identyfikacją wizualną, a np. nigdzie nie ma projektu karty lojalnościowej, lub identyfikatora. Spokojnie możesz mu zlecić tego typu projekty. Chodzi o bardziej grubego podział. Taki, który mniej więcej zilustrowałam w punkcie pierwszym.

**Punkt dziesiąty.** Proste prace graficzne np. zmiany rozmiaru zdjęcia, dodanie jakiegoś napisu. Wykonanie prostych grafik np. Takich, które są Ci potrzebne na profil na facebooka, spróbuj zrobić sam. Potrzebujesz to na bieżąco, spontanicznie, nie ma czasu tutaj na szukanie projektanta, dla którego to i tak nie będzie wyzwaniem. Są w sieci takie programy jak np. Canva. Ja nie używam, ale mnóstwo twórców internetowych z niego korzysta, program jest prosty. Na pewno sobie poradzisz. Jeżeli bardzo nie chcesz robić cokolwiek sam. To to jest odpowiednie miejsce dla dobrego rzetelnego grafika od wszystkiego i do tego taniego, poleconego przez Twoich znajomych. Może to być osoba ucząca się. Myśl tutaj o terminowości, rzetelności i cenie ;).



KONIEC PROTIPÓW - z tym zestawem dasz radę. Jestem pewna!

00:18:30



Obiecałam jeszcze omówić sytuację, w której dobry, doświadczony projektant specjalizuje się w kilku dziedzinach. I jest w tym naprawdę dobry. Robi to ze świadomością i nie wynika to braku doświadczenia. Projektuje świetne rzeczy. Do takiej sytuacji nawiązuje punkt 7 z 10 PROTIPÓW. Zazwyczaj takie realizacje na behance widzę pod hasłem branding. Gdzie mamy projekty dla jednej firmy od logo, księgi znaku przez materiały firmowe po projekt responsywnego serwisu www. I tak jest. Czasami jest to jeden projektant, czasami mała agencja. Jeżeli uda Ci się dogadać współpracę z taką osobą i podejmie się ona pojedynczego projektu i rzeczywiście portfolio ma uzbrojone w świetne realizacje. Śmiało zamawiaj. Jeżeli współpraca przy projekcie logo, które jest najczęściej pierwszym zamówieniem, się powiedzie - śmiało zamawiaj dalej. Jednak jeżeli prowadzisz już jakiś czas firmę i właśnie potrzebujesz plakatu, ulotki, strony internetowej wróć do punktu pierwszego PROTIPÓW i zlokalizuj najlepszego wykonawcę dla Twojego pierwszego projektu. Uważam, że w takiej sytuacji lepiej jest dotrzeć do konkretnego wykonawcy, który specjalizuje się w takich realizacjach niż np. korzystanie z usług agencji, która i tak będzie musiała skorzystać z usług takiego profesjonalisty bez względu na to czy ma go u siebie zatrudnionego czy będzie on wykonywał pracę jako podwykonawca. Będzie musiała mieć jakiś tam swój narzut. Realizacja może być droższa dodatkowo masz już pośrednika między sobą, a tym projektantem, uważam, że nie zawsze jest to dobre rozwiązanie. Musisz też wiedzieć, że osoba wykonująca kompleksowe Identyfikacje Wizualne nie koniecznie musi podejmować się pojedynczych zleceń. Taka osoba musi też siłą rzeczy brać mniej zleceń bo każde jest spore. Projektanci specjalizujący się w konkretniej dziedzinie są w stanie przyjmować więcej zleceń, bo mają mniejsze krótsze projekty.

00:20:35



We wstępie do tego odcinka nadmieniałam jeszcze pewien specyficzny przypadek. Załóżmy, że Jesteś osobą kreatywną i masz bardzo sprecyzowany gust. Projekt, którego potrzebujesz w zasadzie już jest w Twojej głowie. Potrzebujesz tylko osoby, która zdigitalizuje Twój projekt. Bo ty nie znasz się na tych programach ;). W takich przypadkach przypomina mi się taka sytuacja, która przytrafiła się jednemu z moich klientów. Mianowicie, kiedyś przyszedł do niego na spotkanie grafik komputerowy, który chciał go przekonać do swoich usług. Otwiera komputer i mówi, tak, że tutaj jak teraz siedzą on mu będzie projektował i zaczyna się pytać czy taki kolor czy taki itd. Dla mnie sytuacja, absurdalna, klient siedział jak wryty. Ale... taka osoba to idealny wykonawca właśnie w takiej sytuacji, gdy kreatywność projektanta w ogóle Cię nie interesuje. Czyli, nie szukasz projektanta tylko osoby, która umie obsługiwać program graficzny. Jest w ogóle



**BLOG:** [ANETADUK.COM](https://anetaduk.com) | **PODCAST:** [ANETADUK.COM/PODCAST](https://anetaduk.com/podcast)



taki zawód. Nazywa się on „generalizator” i jest to osoba, która nie jest projektantem za to na wy-  
lot lepiej niż jakikolwiek projektant zna obsługę programów graficznych i pomaga ona innym  
projektantom w jak najszybszy sposób osiągać efekt, właśnie podsuwając ciekawe funkcje  
programów. Dlatego jeżeli tylko jesteś projektantem bez znajomości programów graficznych.  
Gdzieś tam wieczorami wypełniasz szkicownik. Szukaj osoby obsługujące programy graficzne.  
Zdecydowanie osoby świadomej, że jej praca to obsługa programów graficznych i odtwórcze  
działanie w tych programach, a nie projektowanie. Zdecydowanie nie uderzaj do projektantów.  
To spowoduje tylko nieporozumienia. Ponieważ Ty będziesz chciał wykonać jego pracę. Jest  
to frustrujące. Uwierz mi. W projektowaniu najistotniejszy jest proces kreatywny, którego w ta-  
kiej sytuacji nie ma. Projektant czuje się wówczas jak robocik. A nie po to wybrał taki zawód.

00:22:26



I ostatni temat. Czy możesz coś zrobić sam?

Można spotkać się w Internecie z poglądami podchodzącymi trochę z pogardą gdy nie zle-  
ca się czegoś specjalście. Ja jestem innego zdania i uważam, że to sprawa indywidualna. A jeże-  
li umiesz sobie radzić sam zwłaszcza na początku gdy nie masz budżetu to jest wielki plus dla Cie-  
bie. Poza tym wszystko też zależy od tego jak się do tematu przyłożysz i ile się doksztalcisz lub jakie  
masz umiejętności czy predyspozycje, żeby zrobić coś we własnym zakresie dla swojego przed-  
siębiorstwa. Czasami takie działanie ma wiele plusów. Sami najlepiej czujemy naszą firmę jej  
misję itd. Są osoby, które zaczęły coś robić dla swojej firmy, a potem tak wsiąknęły w temat, że  
stały się w tej dziedzinie ekspertami - autorytetami. Jeżeli mogą tylko coś doradzić. W grafice je-  
śli dopiero zaczynasz i chcesz coś zrobić dla swojej firmy, trzymaj się maksymalnej prostoty. Mini-  
malizm to jest tutaj dla Ciebie słowo klucz. Im bardziej skomplikowany projekt tym łatwiej otrzeć  
się o kicz. A im mniej doświadczenia, im mniej wypracowane poczucie estetyki poprzez obcow-  
anie z dobrymi projektami tym trudniej ten kicz dostrzec. A Twój klienci to dostrzegą. Oczywiście  
nie wprost. To jest tak, że jak jest dobrze zaprojektowana identyfikacja wizualna firmy, kon-  
sekwentna, spójna, estetyczna dobrze odzwierciedlająca misję. To taka firma wzbudza większe  
zaufanie. Także odpowiedź jest taka: możesz wszystko zrobić sam. Postaraj się tylko zdobyć  
podstawowe informacje z danej dziedziny. Nie bądź dyletantem. Tak żeby nie zaszkodzić swojej  
firmie. Natomiast to co wręcz powinieneś, zwłaszcza na początku, robić we własnym zakresie.  
To to co wspomniałam wcześniej: grafiki na potrzeby profili społecznościowych, wideo, jeśli prow-  
adzisz firmowy kanał na YouTube. To wszystko zlecane na zewnątrz nagromadziłoby spore ko-  
szty, których na początku lepiej nie mieć. A tutaj w mediach społecznościowych liczy się również  
autentyczność. Dlatego takie działanie działa na plus. Nawet jeśli te materiały nie są jakieg-  
ś super doskonałe. Czy nie poniesiesz większych kosztów w późniejszym czasie z tego powodu, że  
zaprojektowałeś dla siebie słabe logo? Nie praktyczne? Jest takie ryzyko. Ale jeżeli kompletnie  
nie masz budżetu i ma Cię to hamować przed ruszeniem z miejsca. To nie słuchaj głosów, że sam  
nie możesz. Po prostu działaj. Jak głosi popularne hasło: „Zrobione jest lepsze od idealnego”.

**BLOG:** [ANETADUK.COM](https://anetaduk.com) | **PODCAST:** [ANETADUK.COM/PODCAST](https://anetaduk.com/podcast)





Jeśli jednak wydajesz już jakieś pieniądze na projekt do wróć do punktu pierwszego PROTIPÓW ;).

00:25:02



I na sam koniec. Mam jeszcze taki temat pt “Kopiowanie projektów”. Często widzę jak przedsiębiorców fascynuje konkurencja, która jest już dalej, osiągnęła więcej, jest na wyższym poziomie. Nęci Cię wykonanie projektu dokładnie takiego jak niedościgniony wzór z Twojej branży? Patrzysz na ten projekt i tylko ten wydaje Ci się profesjonalny. Inne już nie mają tego czegoś. To tylko projekcja Twojego mózgu. Serio. W książce Logo Design Love, którą polecam nie tylko projektantom, ale i klientom możemy przeczytać „Ten sam problem da się rozwiązać na kilka różnych sposobów i każdy będzie świetny”. Firma, którą wielbisz i chciałbyś dotrzeć w wynikach do tego punktu co oni. Wypracowała sobie w Twojej głowie niezwykle szacunek. Jesteś jej fanem. Cokolwiek nie zrobi będzie dla Ciebie super. Bo skoro mają efekty. To to musi być super. Są wysoko, to wiedzą. I Powiem Ci, że i tak i nie. Ale to co jest potrzebne Tobie to totalnie się od nich odróżnić! Dążenie do wysokiej jakości to nie kopiowanie tych najlepszych. To inspirowanie się najlepszymi. Dobry projekt to wyróżniający się na tle innych. Robicie dokładnie to samo, działacie na tym samym rynku to macie ten sam problem do rozwiązania. Ale da się go rozwiązać w zupełnie inny sposób. Oni idą w prawo, Ty idź w lewo [1]. Oni używają koloru niebieskiego lub zielonego, Ty użyj czerwonego. Nie polecę Ci w tym momencie żadnego słowa klucz do szukania projektanta. Ponieważ prawdziwy projektant powinien Ci odmówić kopiowania projektów. Naprawdę! Obecnie trudno się odróżnić, ale to powinno być Twoim celem. Nawróć się i nie idź tą drogą. Nie bądź tanią kopią. Bądź sobą. Spraw by to na Tobie chcieli się wzorować.

I to już wszystko co dla Ciebie dzisiaj przygotowałam. Jeśli dowiedziałeś czego co pomoże Ci w Twoim biznesie to proszę zasubskrybuj ten Podcast i zostaw opinie na iTunes. To mi pomoże promować ten podcast i dotrzeć do większej grupy przedsiębiorców. Zapraszam Cię również do kolejnego odcinka, w którym opowiem o tym co powinieneś wiedzieć o domenach internetowych, czyli o adres stron i adresach e-mail. Do usłyszenia!



**BLOG:** [ANETADUK.COM](https://anetaduk.com) | **PODCAST:** [ANETADUK.COM/PODCAST](https://anetaduk.com/podcast)





### **SŁOWO OD AUTORA (CZYLI ODE MNIE)**

Niniejsza publikacja jest transkrypcją do czwartego odcinka podcastu, który możesz znaleźć w programie iTunes lub innych aplikacjach do słuchania podcastów. Szukaj pod hasłami: Aneta Duk, AnetaDuk lub Interaktywnie. Na blogu: [anetaduk.com](http://anetaduk.com) znajdziesz notatki do tego odcinka, które mogą być bardzo przydatne. Poniżej zamieściłam link bezpośredni do odcinka oraz bezpośrednie linki do miejsc gdzie znajdziesz cały podcast.

Możesz rozpowszechniać tę publikację. Jednak zachowaj ją dokładnie w takiej formie jak została stworzona. Włączając wszystkie informacje na temat autora;) czyli mnie. Jeżeli chciałbyś zamieścić ten transkrypt u siebie na stronie to koniecznie podaj źródło i umieść link do mojego bloga.

Jeżeli chcesz się ze mną skontaktować napisz:

**[aneta@anetaduk.com](mailto:aneta@anetaduk.com)**

Bardzo Ci dziękuję za uwagę. Do usłyszenia!

### **LINKI**

**TEN ODCINEK:** <https://anetaduk.com/p/3>

**ITUNES:** <https://itunes.apple.com/pl/podcast/anetaduk/id1268990458>

**ANDROID:** <https://subscribeonandroid.com/anetaduk.com/xml/podcast>

**YOUTUBE:** <http://youtube.anetaduk.com>

**RSS:** <https://anetaduk.com/xml/podcast>

**BLOG:** [ANETADUK.COM](http://ANETADUK.COM) | **PODCAST:** [ANETADUK.COM/PODCAST](http://ANETADUK.COM/PODCAST)

