

Obsah

	Úvod	10
Část I	Význam značky	13
Kapitola 1	Není úniku! (33 log za 33 minut)	14
Kapitola 2	Jde o sdělení	20
	Chybí-li tento podpis, nejde o originál	21
	Společnost bez loga je jako člověk bez tváře	22
	Zhlédnuto miliony	23
	Pouze se souhlasem královny	24
	Symboly překračují hranice	25
	Značka jako součást jazyka	30
	Přehodnocení významu značky	33
Kapitola 3	Vlastnosti návrhu značky	34
	V jednoduchosti je krása	34
	Přiměřenost	37
	Začlenění tradice	40
	Snaha o jedinečnost	42
	Snadná zapamatovatelnost	45
	Myšlení v malých velikostech	46
	Zaměření na jeden prvek	48
	Sedm přísad pro specialitu šéfkuchaře	50
	Nezapomeňte, že pravidla jsou na to, aby se porušovala	51
Část II	Proces návrhu	53
Kapitola 4	Příprava půdy	54
	Zbavte se strachu	54
	Vše bude v popisu návrhu	55
	Základní údaje	56

	Náročnější dotazy	57
	Dopřejte klientovi dostatek času a prostoru	60
	Nezapomeňte se ale zaměřit na cíl	60
	Čas na domácí přípravu	60
	Sestavení popisu návrhu	61
	Cíl a účel jsou klíčem k úspěchu	62
	Záchrana díky průzkumu terénu	65
	Realizace jednotlivostí	68
	Odškrtnání přívlastků	71
Kapitola 5	Jak se vyhnout rizikům souvisejícím se změnou značky	74
	Důvody pro změnu značky	75
	Netlačte příliš	75
	Když emoce narůstají	79
	Odpovědi jsou v cílových skupinách	80
	Od „necitlivé“ k „pečující“	81
	Stačí jen doladit	84
	Chovejte se slušně	87
Kapitola 6	Stanovení ceny návrhu	88
	Vzorec pro stanovení ceny návrhu	88
	Hodinová sazba, nebo pevný honorář?	93
	Jak se vypořádat s tiskovými náklady	94
	Potvrzení o složení zálohy	96
	Směna peněz	97
	Práce nazdařbůh	99
	Všichni děláme chyby	101
Kapitola 7	Od tužky k PDF	102
	Mapování myšlenek	102
	Bez skicáku to nejde	108
	Desáté přikázání	110
	Připnutá mapa	114
	Světově známá	116

	Čas nerozhoduje	119
	Příprava úspěšné prezentace	121
	Nejdříve černobíle, až potom barevně	123
	Kdy vstoupí do hry Photoshop	126
	Pero je mocnější než myš	128
Kapitola 8	Umění konverzace	130
	Jednejte s tím, kdo rozhoduje	131
	Pravidlo číslo 1: Spojte své síly s kontaktní osobou	136
	Pravidlo číslo 2: Vyhýbejte se prostředníkům	138
	Pravidlo číslo 3: Ujměte se vedení	140
	Pravidlo číslo 4: Zapojte komisi	144
	Slibujte raději méně	146
	Překonejte svoji hrdost	148
Část III	Nenechte oheň vyhasnout	155
Kapitola 9	Zachovejte si motivaci	156
	Učit se, učit se, učit se	157
	Budte o čtyři roky v předstihu	159
	Tvořte pro sebe	160
	Vypněte počítač	161
	Žijte vyváženě	162
	Cestujte do minulosti	162
	Odhalte svoji neutuchající touhu	163
	Ale nepřepracujte se	163
	Ať je to kdokoli, každý se někdy zasekne	164
	Vykročte pravou a nesejděte z cesty	165
	Najděte společné hodnoty	165
	Blíží se termín odevzdání	166
	Laterální myšlení	167
	Lépe komunikujte	168
	Pozor na očekávání	168
	Vždy navrhujte	169

	Jděte za svým štěstím	169
	Ne všichni mají takové štěstí	171
Kapitola 10	Odpovědi na dotazy	172
	Loga, která jsou si vzájemně podobná	172
	Právo k použití	173
	Portfolio online	174
	Uzavření dohody	179
	Zahraniční klienti	180
	Kolik konceptů?	181
	Přátelé a rodina	182
	Revize návrhu	183
	Časové rozmezí projektu	184
	Průzkum konkurence	185
	Studentská praxe	185
	Nejhorší klientský projekt	186
	Pracovní nástroje	187
	Jak organizovat pracovní zátěž	188
	Kdo co vlastní?	189
Kapitola 11	25 praktických tipů pro návrh log	190
	1. Ptát se, ptát se, ptát se	190
	2. Seznamte se s tiskovými náklady	191
	3. Očekávejte neočekávané	191
	4. Logo nemusí říkat přesně to, co společnost	192
	5. Některá loga nepotřebují symbol	192
	6. Je potřeba zapamatovat si jedinou věc	193
	7. Nezanedbávejte skicák	194
	8. Přenechejte módu módnímu průmyslu	195
	9. Vynechejte Photoshop	195
	10. Pracujte černobíle	196
	11. Zvolte, co je vhodné	196
	12. Nezapomeňte na čitelnost	197
	13. Buďte konzistentní	197
	14. Sladte font se symbolem	198

	15. Nabídněte jednobarevnou verzi	198
	16. Věnujte pozornost kontrastu	199
	17. Ušnadněte zapamatovatelnost	199
	18. Vyzkoušejte v různých velikostech	199
	19. Negativ	200
	20. Otočení vzhůru nohama	200
	21. Opatření návrhu ochrannou známkou	201
	22. Nezapomeňte na podkladový materiál	202
	23. Nebojte se chyb	202
	24. Logo není značka	202
	25. Nezapomeňte, že jde o obousměrnou komunikaci	203
Návrhářské zdroje	Pomoc odjinud	204
	Blogy grafického návrhářství	204
	Návrháři log	205
	Doporučená literatura	206
Rejstřík	Hledáte něco?	210

Úvod

Návrh značky společnosti. Kdo jej potřebuje? Každá společnost na světě. A kdo jej vytvoří? Vy!

Ovšem jak získat klienty zvučných jmen? A jak se udržet na špičce? Návrhářství je profese, která se neustále vyvíjí. Pokud jste jako já, bude pro vás jako pro grafické návrháře jedním z cílů neustále zdokonalovat své schopnosti. Jen tak budete pro klienty atraktivní. Je životně důležité neustále se vzdělávat a odborně růst.

V této knize s vámi chci sdílet vše, co vím o vytváření značek. Chci vás motivovat a inspirovat, abyste se správně a s přehledem rozhodovali jak při získávání zákazníků, tak i při práci s nimi.

Ale kdo jsem? A proč byste měli dát na mé rady?

Inu, již několik let sdílím své návrhářské projekty ve svých blozích davidairey.com a logodesignlove.com. V nich provázím čtenáře jednotlivými fázemi projektů. Píši o tom, jak uzavřít dohodu s klientem. Věnuji se detailům popisu návrhu. Líčím, za jakých podmínek by si klient mohl zvolit právě vaše umělecké dílo.

Moje weby nyní zaznamenají milion přístupů měsíčně a mají celkem více než 30 000 čtenářů. Na kluka z Bangoru v Severním Irsku je to docela hodně. Čtenáři říkají, že po přečtení blogů mají pocit, jako by se podívali do zákulisí, přímo do procesu návrhu. Takové proniknutí do podstaty prý jinde jen těžko najdou. Říkají, že mé články jsou užitečné a inspirující, a velmi je oceňují. (Věřte, že jsem jim za toto vyjádření opravdu nic nezaplátil.)

Pokud prohledáváme portfolia nejúspěšnějších návrhářských agentur a studií, nalezneme mnoho příkladů finálních návrhů. Některá portfolia dokonce nabízejí jedno nebo dvě alternativní pojetí. Ve většině případů se však dovíme jen velmi málo o tom, co se ve skutečnosti odehrálo mezi návrháři a jejich klienty. Dotazy, které návrháři položili na začátku a které pomohly projekty správně nastartovat. Metody, s jejichž pomocí kterých po vytvoření a prostudování popisů generovali návrhy. Způsoby prezentace, které klienty nakonec vedly k přijetí návrhů. Právě takové detaily jsou pro návrháře jako zrnka zlatého písku.

A tak se zrodila myšlenka napsat tuto knihu.

Dosud jsem se nikdy tak podrobně nevěnoval detailům procesu návrhu ani nestudoval spletité problémy do takové hloubky. Při přípravě knihy jsem spolupracoval s mnoha talentovanými návrháři a grafickými studiemi. Velmi vstřícně se mnou sdíleli své vlastní nápady, postupy a doporučení.

Po přečtení této knihy budete dobře připraveni ke startu. Začnete získávat vlastní klienty a vytvářet vlastní značky. Kdybych při svém prvním návrhu věděl vše, co je shrnuto v této knize, určitě bych si ušetřil hodně starostí a bezesných nocí.