**Технология создания дизайна**

Что хочет получить производитель товаров или услуг (Заказчик), обращаясь к специалисту за разработкой дизайна? Красивую картинку, созданную в соответствии с правилами построения дизайна и художественного вкуса автора?

Отнюдь. Он хочет получить прибыль от продажи своего товара. И дизайнер, если он, конечно, работает в области рекламного, а, значит, коммерческого, дизайна, обязан это учитывать, также как и известную пословицу "Время - деньги". Можно ли в этой ситуации, получив заказ, ловить вдохновение для формирования идеи, скажем, креативного плаката? А затем снимать постановочный слайд, делать эскиз и согласовывать его с Заказчиком по принципу "нравится - не нравится", внося бесконечное множество изменений. И ждать - сработает или не сработает, "попали" или нет.

По нашему мнению, дизайн-студия должна работать по-другому. Здесь нужна отлаженная технология создания дизайна, которая гарантирует успешный результат, причем за минимальное время работы. Именно тогда у студии и в трудные времена будут Клиенты, постоянные и новые. А главное, будут комплексные заказы на вывод торговых марок на рынок.

В чем же заключается эта технология? Можно выделить следующие основные звенья: • маркетинг • креатив • эскиз • допечатная подготовка Созданию рекламного продукта должна предшествовать серьезная профессионально выполненная маркетинговая проработка заказа. Необходимо определить целевую аудиторию; выявить потребительские предпочтения; определить ключевые приоритеты, исходя из тех ощущений, которые испытывает потребитель, используя товар (Человек покупает чистоту, а не пылесос). Определить тип рекламной кампании, ситуацию на рынке, степень новизны марки. Подробно расписанная формулировка задачи позволяет решить ее максимально эффективно и минимальными ресурсами. Только подход по принципу: от концепции и идеологии товара или марки к единственно возможному визуальному воплощению - позволяет избежать ошибок и неудач в рекламных кампаниях. Ведь зачастую картинка (плакат или видеоролик) не продает товар, а лишь сопровождает его, съедая прибыль производителя, а иногда и провоцируя скорое исчезновение с рынка.

В последнее время стала особенно очевидна разница между дизайнером, имеющим определенные художественные данные и элементарные знания компьютера, и профессиональным дизайнером-креатором, который осуществляет маркетинг, создает идеологию товара и воплощает ее в визуальном образе. Основная задача последнего - с помощью визуальных средств рекламы сформировать положительный образ товара или услуги и обосновать мотивацию его приобретения. Продуманный и профессионально исполненный дизайн опирается на точный расчет максимального воздействия на потребителя. Одним из основных элементов создания креативного образа является разработка фирменного стиля, включающего товарный знак, логотип, визитки, бланки и т.д.

Правильно выбранное графическое решение располагает к уважению и доверию, что необходимо при установлении деловых контактов. Когда есть идея, вступают в силу законы дизайна. Но не только. На этом этапе уже надо представлять техническую сторону исполнения макета и его последующей обработки. Например, какими исходными материалами можно пользоваться: стоит ли снимать постановочный слайд, до какой степени можно увеличивать отсканированную картинку, как обработать растровое изображение и т.д. Что касается постановочного слайда: хороший постановочный слайд стоит до 1000 USD (а то и дороже), на съемку может уйти много времени и предсказать заранее результат съемки достаточно сложно.

А что делать, если требуемых для слайда предметов или их соотношений не обнаружишь в реальности? Мы выполняем работы с использованием трехмерной графики - разрабатываются отдельные предметы, элементы или целые сцены (этим достигается уникальное сочетание дизайн-студии полиграфического профиля и студии компьютерной графики. Разумеется, это очень удобно, т. к. важным элементом продвижения товара является видеоролик, вписывающийся стилистически в идеологию конкретной рекламной кампании).

Какие выгоды это дает?

Первое: значительно экономит деньги Заказчика. В условиях жесткой конкуренции, согласимся, это немаловажно.

Второе: повышает качество готовой работы за счет использования в макете еще не существующих предметов. К тому же сделанные в компьютерной графике предметы выглядят "живее", чем отсканированные.

Третье: позволяет Заказчику отслеживать процесс создания дизайна, а дизайнеру - оперативно и без проблем вносить требуемые изменения: переставлять или менять предметы (их части), чего при работе со слайдом не сделаешь.

Главное, правильно понимать, что лучше сделать в Photoshop, а что в 3D Max, так, чтобы результат был лучше (реалистичнее), а времени потрачено меньше. Снижение времени производства увеличивает стоимость нормо/часа: заказ можно сделать и за неделю, и за месяц, но тот, кто делает за неделю, зарабатывает в 4 раза больше. Создание дизайна в области рекламы - это на 50% - технология. Не менее важно профессиональное владение процессом предпечатной подготовки. Знание всех нюансов процесса, гарантирующее правильность вывода пленок, дается только практикой. А ответственность специалиста pre-press - стоимость всего тиража. За 9 лет работы мы накопили бесценный опыт в области рекламного дизайна, что позволило открыть еще одно направление деятельности - учебный практикум, который дает возможность любому дизайнеру повысить до уровня Европейского стандарта свою квалификацию, получив на индивидуальных занятиях практические знания по интересующим разделам.