

ЧАСТЬ 2

КАРЬЕРА ДИЗАЙНЕРА

1. УВЕРЕННОСТЬ

Среди моих знакомых много начинающих дизайнеров, к чьим проблемам я стараюсь прислушиваться. Также периодически спрашиваю у них, какие профессиональные вопросы волнуют их больше всего. Это помогает мне отбирать наиболее актуальные темы для будущих публикаций.

Одна из самых частых проблем, которую мне удалось выявить, — неуверенность в своих силах. Признаюсь, меня несколько удивило, когда разные люди высказали схожую мысль: «Дизайн — это не для всех, и, возможно, стоит его бросить и заняться чем-то другим».

Всё это полная ерунда.

Хорошим дизайнером может стать каждый. Гениальным, пожалуй, нет. Но для того, чтобы зарабатывать хорошие деньги и получать удовольствие от работы, не нужно родиться со знанием типографики, композиции и с умением рисовать красивые кейсы для портфолио. Всё, что вам потребуется, — это регулярная практика, адекватная обратная связь и, в идеале, хорошая теория. Помню, как на первой работе (тогда я еще занимался веб-разработкой) арт-директор пытался объяснить мне, что модальное окно нужно сверстать точно так же, как показано на макете. Это было много лет назад, но я до сих пор помню, как он накладывал картинку на мою реализацию — и расхождения становились очевидными. Тогда у меня случилось прозрение, ведь я и подумать не мог, что отступы между элементами так важны. Прошло несколько лет, и ко мне поступают предложения от компаний, в которых я мечтал работать дизайнером на старте карьеры, хотя еще вчера не понимал и основ нашей профессии.

Раскрою один секрет. *Многие успешные дизайнеры осознанно создают ореол вокруг своей работы, тем самым снижая потенциальную конкуренцию и удовлетворяя свое эго.* Думаю,

вы тоже попадали в ловушку первого впечатления, когда видели качественные работы, профессиональное фото и сотни лайков в портфолио. Всё это порождает ощущение уникальности, которое скрывает одну очень простую истину: на старте карьеры работы каждого дизайнера ужасны. Понимаю, порой в это сложно поверить при виде прекрасных работ ваших коллег, но это правда. Дело не в таланте, а в продолжительной работе, во время которой дизайнер оттачивает свое мастерство, и плохие работы становятся средними, средние — хорошими, хорошие — отличными. Никто не начинает с идеального визуала и проработанной логики. Все начинают с нуля. Разница лишь в том, что одни остановились, разочаровавшись в своих способностях, а другие продолжили практиковаться, несмотря ни на что. Возможно, здесь имеет место локус контроля. Думаю, вы сталкивались с этим понятием. *Суть такова: люди, которые считают, что всё зависит от усилий, а не от врожденных качеств, добиваются в жизни большего.* Очень простая, но чрезвычайно важная установка.

Все осознают необходимость регулярной практики, но почему-то, едва лишь дело доходит до того момента, когда нужно сфокусироваться на работе, многие предпочитают посидеть в Instagram или посмотреть сериал. Наш мозг — своего рода компьютер со множеством проводов (нейронов), по которым течет ток (электрические импульсы). Занимаясь каким-либо делом, вы приводите их в действие и вокруг нейронов образуется оболочка. Чем больше мы практикуемся (посылаем импульсы, тем самым утолщая оболочку), тем лучше разбираемся в этом деле (импульсы движутся быстрее). Поэтому те, кто превозносит талант, ошибаются. В большинстве случаев всё решает практика, просто одни специалисты начинают раньше.

Если вы читаете эту книгу, то, скорее всего, вы в дизайне менее пяти лет, а следовательно, ваша оболочка еще не

настолько толстая, чтобы по ней быстро бегали импульсы. Единственное, что сейчас нужно делать, — это регулярно практиковаться, анализируя свои ошибки и пытаясь с каждым разом выполнять свою работу лучше. Такой путь доступен каждому.

1.1. «Мир меняют люди не умнее нас»

К сожалению, эти слова Стива Джобса не обрели такой же популярности, как «делай то, что любишь», хотя в них заложен более важный посыл. В тот миг, когда вы искренне поверите, что способны стать лучшим в каком-либо деле, повлиять на определенную отрасль или большую группу людей, ваша жизнь уже никогда не будет прежней. Ведь сложно усидеть на месте, когда мир предлагает столько возможностей.

Однажды Илона Маска спросили, был ли у него опыт в ракетостроении до создания SpaceX, и он ответил без стеснения: «Нет, я просто начал читать книги». Каждому ребенку нужно с детства объяснять, что дисциплина всегда превосходит талант. Если вы следите за каким-либо видом спорта, то знаете истории очень талантливых людей, чей скверный характер или лень помешали реализовать многие возможности, в то время как спортсмены без уникальных способностей долгие годы работают на высоком уровне благодаря дисциплине. Мало кто знает, что прежде, чем выиграть свой первый Уимблдон в семнадцать лет и произвести сенсацию, Мария Шарапова на протяжении десяти лет почти ежедневно поднималась с рассветом и отправлялась на корт, где часами отрабатывала удары. Согласитесь — сложно назвать победу спортсмена чудом, если он на протяжении десятилетия регулярно оттачивал свое мастерство. Многие ли из нас способны на такое?

Помню, как, впервые устроившись работать дизайнером на парт-тайм, я столкнулся с серьезными трудностями.

Проектируя систему управления бизнесом, которая включала в себя множество модулей (продажи, проекты, кадры, финансы и т. д.), я никак не мог понять ее суть, пытался делать дизайн мини-интерфейсов, но общая логика от меня ускользала, поэтому спустя полгода пришлось уйти.

Примерно через год я устроился на первую фулл-тайм работу, и всё повторилось. К тому времени у меня уже был опыт, но всё равно не хватало навыков и знаний, чтобы в одиночку заниматься большим проектом. Шло время, я регулярно практиковался, погружался в бизнес и, как ни странно, работал всё лучше. Мой визуал стал приятнее, а логика продуманнее. С каждым днем совершенствуя результат, я доказывал, что способен вести проект самостоятельно. Спустя какое-то время защита дизайн-решений уже не вызывала стресса, как бывало на старте, — не потому, что я нарастил шкуру (хотя и это верно), а потому, что полученный опыт позволял принимать более разумные решения, которые проще было отстаивать. Тогда пришло осознание, что у меня появилась профессиональная уверенность, а это очень сильное чувство.

В моей любимой книге «Принципы»⁸ Рэй Далио высказывает отличную мысль:

«Мне кажется, если вы вспомните себя год назад и не ужаснетесь, каким глупым вы были, значит, вы ничему не научились».

Помимо того что эта фраза отлично показывает важность прогресса, в какой-то момент она меня успокоила, так как при виде проектов или публикаций полугодичной давности мне становилось стыдно. Оказалось, нужно не стыдиться, а радоваться прогрессу.

⁸ Далио Р. Принципы: жизнь и работа. — М.: Издательство «МИФ», 2018.

1.2. Всему свое время

Поняв эту простую истину, я начал получать большее удовлетворение от ежедневной работы. Меня уже не так заботил мой текущий уровень: ведь я знал, что благодаря регулярной практике качество работы улучшается, видел цель и делал всё, чтобы ее приблизить. Пускай понемногу, зато регулярно.

Любая цель достигается небольшими ежедневными шажками, поэтому в реальном мире выигрывает не тот, у кого большие цели, талант или кто громче всех кричит. В реальном мире выигрывает тот, кто способен на протяжении долгого времени дисциплинированно идти к цели.

Поскольку вы взялись за чтение моей книги, предположу, что ваша цель — стать успешным дизайнером. А кто это?

Пожалуй, успешный дизайнер — это специалист, который делает свою работу хорошо, влияет на бизнес и получает за труды неплохие деньги. И, чтобы достичь этого, не нужен особый талант или специфические навыки, — нужны лишь регулярная практика и толковая теория. Первое полностью зависит от вас, поэтому в книге я постараюсь помочь со вторым.

2. ИНСТРУМЕНТ БИЗНЕСА

Я пришел в профессию в одно время с закатом скевоморфизма и появлением «плоского дизайна». Возможно, вы тоже помните длинные тени, которые стали одним из главных элементов тех лет. Microsoft, Google и Apple очень быстро обновили свои платформы и задали новый тренд, но реальность показала, что подобные веяния временны, хотя тогда этот переход стал революционным.

Помню, как на мероприятии «UX-Среда» в офисе Mail.Ru Group люди вокруг меня с легкой усмешкой обсуждали

новые плоские иконки Apple. Тогда я мало знал о дизайне, и представление о работе у меня формировалось благодаря подобным встречам.

Сложно уловить логику, посещая конференции и просматривая чужие работы, потому что всё внимание отвлекает визуал. Начинающему дизайнеру еще труднее, ведь он регулярно сталкивается с визуальными элементами, пользуясь приложениями и сервисами, но редко задумывается, почему они выглядят и работают именно так.

Первое, что бросается в глаза новичку, — картинка. Это логично, и с этим ничего не поделаешь. Возможно, если бы в продвижении нашей профессии делали упор на логику, она привлекала бы куда меньше людей.

Думаю, вы уже знаете, что термин «design» переводится с английского как «конструирование, разработка или проектирование». Ничего о красоте, цветах или типографике в этом термине нет. Не знаю, стоит ли винить плохой перевод или представление, которое сложилось о профессии, но дизайн в нашей стране всегда связывают с красотой. Тут же на ум приходит известное высказывание Стива Джобса: «Дизайн — это не то, как вещь выглядит, а то, как она работает». Очень точное описание. Какое-то время я даже пытался объяснить своим близким, чем конкретно занимаюсь, но и спустя пять лет они не понимают сути моей работы. В общем, я успокоился и начал называть себя просто «дизайнером».

Многие идут в профессию с желанием делать красивые интерфейсы; подобная участь не миновала и меня. Помню, как на старте карьеры я пытался зарекомендовать себя на площадках Dribbble/Behance и переживал, когда работы не набирали значительного количества лайков. Я старался подстроиться под сообщество, копировать работы других, но большого прогресса в этом деле не ощущал. Лишь со временем я понял, что, позволяя количеству лайков судить

ЧАСТЬ 2. КАРЬЕРА ДИЗАЙНЕРА

о качестве моей работы, я запираю себя в узком мирке, вдалеке от реального мира, для которого и был создан дизайн.

Тренды, медальки, награды — лишь мишура, созданная, чтобы отвлечь дизайнера от работы (а возможно, и замотивировать чаще пользоваться профильными площадками). Профессионал обойдется и без лайков, ведь он сам знает себе цену. Ему нужна качественная обратная связь, которую в лучшем случае дают в толковых комментариях, каковых на подобных ресурсах практически нет. Вместо этого вы получаете восторженные возгласы и просьбы посмотреть портфолио.

Проблема в том, что многие специалисты настолько увлекаются погоней за этими вещами, что упускают из виду реальный мир, где дизайн решает задачи бизнеса, а не удовлетворяет дизайнерское эго. Подумайте, что произошло бы, если из Dribbble/Behance исчезли бы лайки. Смеею предположить, что количество дофамина у пользователей заметно уменьшилось бы, как и количество активных подписчиков. Dribbble перестал бы казаться дизайнерским Instagram, и к нему подходили бы более разумно.

Мне очень нравится идея Джейсона Фрайда, высказанная в одной из его статей на Medium. Основатель Basecamp предлагал в первые несколько недель использования любого сервиса отключить лайки, чтобы новичок не ориентировался на обратную связь сообщества, а вырабатывал свой стиль. В этом случае он не станет подстраиваться под принятые шаблоны, а сможет продемонстрировать свои уникальные идеи.

Вовремя осознав, что излишне глубоко погружаться в дизайнерский мир опасно, я начал глубже изучать потребности бизнеса, и моя карьера изменилась. Понимая цели компании, дизайнер из творца превращается в профессионального партнера. Когда руководители видят, что вас интересует не собственное эго, а благо компании, ваша значимость растет. Успешные студии отлично это понимают и во

время презентаций делают ставку на логику. Визуал продать сложнее, а потому сотрудники студий приводят факты и зарубежные примеры, найденные в открытых источниках или полученные от аналитиков.

В продуктовых компаниях это играет еще более серьезную роль, особенно на старте проекта, когда скорость разработки критичнее качества верстки. Конечно, соответствовать макетам важно, но гораздо важнее запустить сервис, начать собирать обратную связь и вносить улучшения. Ваш продукт может быть максимально вылизан, но никому не нужен, потому что вы решаете не ту проблему или делаете это плохо. В то же время вы можете иметь устаревший визуальный стиль, но при этом зарабатывать миллионы.

Порой дизайнеру нужно и уступить, когда доведение фронта до идеала требует слишком много ресурсов. Но если вы уверены, что ваше решение поможет бизнесу заработать больше или облегчить жизнь пользователям, твердо настаивайте на своем (это очень важная часть нашей профессии, и о ней мы подробно поговорим в отдельной главе).

Сама по себе идея ничего не значит, как и дизайн, оторванный от реальных задач бизнеса. Очень хорошо, если вам хочется поэкспериментировать с визуалом. Это демонстрирует вашу любовь к делу. Наденьте наушники, включите любимую музыку, заварите кофе — и вперед... но только после основной работы. Подобные эксперименты очень полезны для развития мастерства, но никогда не проводите необдуманных экспериментов над реальным проектом.

Дизайн — важнейшая часть любого сервиса, так как он напрямую влияет на прибыль. Одно небольшое изменение способно усложнить или упростить жизнь пользователю, а от этого зависит успех компании. Относитесь к любому решению взвешенно и не поддавайтесь преходящему желанию всё переделать, увидев интересный концепт.

Не задирайте нос, а расценивайте дизайн как один из инструментов бизнеса наравне с маркетингом, продажами и поддержкой. Каждый из этих отделов должен стремиться к общей цели, иначе не выйдет хорошей корпоративной культуры. А без хорошей культуры построить успешную компанию будет очень сложно. Бизнес уже понял важность дизайна и готов вкладывать в него приличные деньги, что напрямую влияет на зарплату ИТ-специалистов. Некоторые компании и вовсе покупают дизайн-агентства и внедряют их в свою культуру.

Далеко не все дизайнеры серьезно относятся к целям бизнеса. Чтобы проверить это, достаточно задать один простой вопрос: «*Что такое дизайн?*»

3. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

В предыдущей главе мы выяснили, что дизайн — это один из инструментов бизнеса, цель которого упростить жизнь пользователю. То есть дизайнер — очень благородная профессия, созданная для того, чтобы делать мир лучше.

Понятный дизайн приборной панели воздушного судна в экстренной ситуации может спасти сотни жизней. В книге Чарльза Дахигга «Восемь правил эффективности»⁹ я прочел историю, как пилоты из-за плохой видимости не могли определить положение самолета. Растерявшись, они подняли нос и какое-то время летели сквозь облака, не понимая, что самолет поднимается всё выше и выше, пока в конце концов сила притяжения не взяла свое.

Подобный случай, к сожалению, не единичный. Если бы в этой ситуации компьютер дал знать, что для стабилизации самолета нужно опустить нос чуть ниже, трагедии не произошло бы.

⁹ Дахигг Ч. Восемь правил эффективности: умнее, быстрее, лучше. Секреты продуктивности в жизни и бизнесе. — М.: АСТ, 2017.

Вернемся на землю и немного поговорим о дизайне всем нам привычных вещей. Например, небольшая выемка на двухлитровой бутылке воды помогает с легкостью носить ее в руке. Ручка, повернутая горизонтально, намекает, что дверь нужно толкать, а не тянуть на себя. Элемент интерфейса, выделенный определенным цветом, разъясняет нам его суть.

Дизайн окружает нас повсюду и избавляет от многих забот, о которых мы даже не подозревали. Некоторые дизайнерские решения меняют жизнь людей, другие делают ее проще. Именно поэтому дизайнеры, понимающие привычки пользователей, — потенциальные предприниматели.

Любой успешный бизнес основан на решении актуальных проблем, а большинство инициатив проваливаются из-за попытки решить несуществующую задачу. Некоторым технологиям нужно просто дать немного времени, как случилось с Google Glass. В какой-то момент эти очки произвели фурор, но проверка на реальных пользователях показала, что подобный аксессуар не приносит обычному человеку практически никакой пользы. С другой стороны, они могут стать незаменимыми во многих профессиях — например, для строителей, пилотов или военных.

Многие успешные решения так быстро внедрились в нашу жизнь, что стали ее неотъемлемой частью. Например, еще несколько лет назад я заказывал такси задолго до выезда, а сегодня машина приезжает в течение нескольких минут. Та же история с путешествиями: если раньше нужно было идти в туристическое агентство, то сегодня оформить путешествие в Рим можно за полчаса.

Нам всегда хотелось путешествовать (Airbnb), быстро передвигаться (Uber), получать внимание (Instagram), развиваться (Coursera), знакомиться (Badoo) и многое другое. Наши желания остаются прежними, меняется только их воплощение.

ЧАСТЬ 2. КАРЬЕРА ДИЗАЙНЕРА

Чтобы добиться успеха в профессии, очень важно понимать различие между целями и задачами пользователей. Когда человек заходит на сайт авиакомпании, его цель — не купить билеты, а оформить перелет. Купить билеты — это задача. Работая над проектом, дизайнер должен всегда держать в голове цели пользователей, но на практике решать их задачи.

Даже у одного сервиса может быть несколько задач. Например, у сервиса по продаже билетов их две: поиск мероприятия и покупка билетов. (Цель же его использования — хорошо провести время.) Далекo не всегда человек заходит на сайт и сразу покупает билеты. Чаще всего он периодически просматривает любимые сайты и в какой-то момент совершает покупку — например, после зарплаты или перед выходными. Понимание подобных привычек сильно упрощает работу дизайнера.

Поиск мероприятия и покупка билетов — две задачи и два сценария. В следующей главе мы подробно поговорим об этом, так как сценарное мышление — одно из самых важных качеств в нашей профессии.

Работая над сервисом найма тайных покупателей BINO CX, я должен был решить проблему добавления большого количества адресов. На старте проекта мы фокусировались на малом бизнесе, но как только пришли «большие» клиенты, пришлось вносить изменения, так как один крупный заказчик приносил больше денег, чем десятки небольших. Именно по этой причине дизайн сервисов на начальной стадии должен был быть максимально гибким. Идеальный вариант — когда вам достаточно поговорить с разработчиком, а не рисовать новый макет.

Раньше добавление новой точки осуществлялось в модальном окне, но для больших сетей этот вариант не подходил. Представьте, каково это — забивать информацию о сотнях магазинов по отдельности. Можно было бы придумать

максимально удобный интерфейс, который ускорял бы добавление в несколько раз при помощи горячих клавиш, но прежде, чем открыть графический редактор, я решил подробнее разобраться в привычках пользователей.

Здесь нужно сделать очень важное отступление. Зачастую люди, которые принимают решение о покупке продукта, сами его не используют. Например, руководитель утверждает приобретение CRM-системы, но сам ею не пользуется, а только смотрит отчеты. С системой работают менеджеры, и именно их привычки следует изучать.

Вполне возможно, что ваш сайт будет сфокусирован на руководителях и их приоритетах, а сам продукт предназначен для реальных пользователей — рядовых менеджеров.

Помню, как на встрече с инвесторами одного проекта, которым я занимался, кое-кто из руководителей решил настоять на своем решении некоего вопроса. Несмотря на его опыт и авторитет, я засомневался и решил проверить это мнение, задав вопрос людям, ежедневно работающим в отрасли. Как оказалось, мои опасения не были напрасны. С тех пор к каждому единичному утверждению я отношусь скептически до тех пор, пока не проверю его на нескольких представителях целевой аудитории.

Итак, вернусь к проблеме с добавлением точек. Прежде чем приступить к дизайну, я решил взглянуть на этот вопрос с другой стороны и начал изучать, в каком виде крупные клиенты хранят базу своих магазинов. Оказалось, что вся информация доступна в Excel и ее можно экспортировать из системы. Тогда я подумал: почему бы вместо того, чтобы ломать голову над тем, как изменить сценарий добавления точек, не добавить функционал экспорта из Excel? Это решение сэкономило нам уйму времени и ресурсов на старте проекта. Так, не пытаясь упростить задачу пользователя (добавление большого количества адресов), я обратился к его цели (перенос базы).

Из этого примера видно, что дизайнеру приходится не только решать задачи пользователя, но и понимать его истинные цели. Лишь зная мотивы, можно создать дизайн, который не просто решает проблемы людей на бумаге, но и делает их работу эффективнее, а жизнь приятнее.

4. СИЛА ПРОЦЕССА

Одна из самых больших проблем новичков — отсутствие налаженного процесса работы. Это логично, ведь большинство дизайнеров — самоучки, которые сначала просто копировали и только после этого всерьез перешли к ремеслу.

Как и многим, на старте карьеры мне довелось столкнуться с данной проблемой. Периодические заказы могли создать иллюзию, что всё идет правильно, но со временем я начал понимать: в моей работе что-то не так.

Начало проекта всегда вызывало воодушевление, но в ходе работы мотивация непременно куда-то испарялась. В итоге мне хотелось как можно скорее закончить проект, не задумываясь о качестве. Однажды я и вовсе отложил дизайн и уделял больше внимания саморазвитию, прочитывая по несколько книг в неделю.

Но в моей жизни произошло нечто, заставившее меня вернуться в профессию. Не знаю, кем бы я сейчас был, если бы не осознание силы и важности правильного процесса.

Это был январь 2016 года. Последний год четырехлетнего обучения. К тому моменту я уже долгое время не посещал занятия и понимал, что желания продолжать обучение в вузе у меня нет. Следовательно, в ближайшие месяцы необходимо было найти работу, которая позволила бы обеспечить себе жизнь в столице (как я уже упоминал, тогда я проживал в общежитии и постоянной работы у меня не имелось).

Я понимал: чтобы найти хорошую работу, нужно изучить новые навыки, за которые мне будут готовы платить. Среди всех моих увлечений дизайн выглядел наиболее перспективным, поэтому на него и пал выбор в качестве основной профессии. Но и тут я не был настолько хорош, чтобы получить приличную работу. И тогда я выработал простой план, который включал в себя регулярную практику и изучение теоретического материала. Толковую теорию о дизайне отыскать непросто (потому-то и возникла эта книга), но мне попался короткий курс от основателя сервиса Tilda, в котором затрагивалась тема дизайн-процессов.

В то же самое время ко мне пришел заказ от старого клиента, и я решил опробовать этот прием. Моей задачей было разработать приложение для медицинских клиник Швейцарии. Если раньше я тут же бросился бы к графическому редактору, то на сей раз решил поступить иначе. Оказалось, что, если следовать отлаженному дизайн-процессу, результат получается гораздо лучше. Сейчас я понимаю, что это логично, но тогда о таких вещах и не задумывался.

Это очень похоже на написание статей. Представьте: вас попросили подготовить материал о таянии ледников. Конечно, вы что-то об этом слышали, но для написания качественной статьи вам потребуется время на изучение темы. Только набравшись знаний, вы сможете выполнить поставленную задачу. Так почему же дизайнеры думают, что могут сразу приступить к рисованию, минуя другие этапы?

Очень просто. Начинающие дизайнеры пропускают их по двум причинам. Во-первых, они не знают, что такие этапы есть. Им ведь никто об этом не говорил. Во-вторых, все новички придают слишком большое значение визуальной составляющей. В итоге рисуется картинка, оторванная от реальных задач бизнеса.

Очень важно понять, что отличная работа — это не результат гениальности дизайнера (хотя бывает и такое), а итог

ЧАСТЬ 2. КАРЬЕРА ДИЗАЙНЕРА

правильного процесса, который и приводит к отличному решению. Конечно, с опытом проще делать свою работу хорошо, но выстроенный дизайн-процесс помогает добиться наилучшего результата специалисту любого уровня.

Классический дизайн-процесс включает в себя следующие этапы.

- 1. Погружение в задачу.** Здесь важно понять цели проекта и определить потребности и проблемы целевой аудитории. Многое вам подскажет заказчик.
- 2. Исследование.** Вы анализируете всю полученную от заказчика информацию и проводите самостоятельные исследования с помощью открытых источников. Помимо этого, вы изучаете конкурентов и схожие по механике сервисы, чтобы глубже понять сферу, в которой предстоит работать.
- 3. Продумывание сценариев.** На данном этапе вы глубже понимаете, каким образом человек будет использовать сервис.
- 4. Создание фреймворка.** Фреймворк — структура, вокруг которой строятся все элементы. Он помогает оптимальным образом разместить их на странице.
- 5. Поиск визуального стиля.** На этом этапе нужно окончательно определиться с цветами, стилем типографики и общим посылом проекта.
- 6. Дизайн макетов.** Финальная стадия, когда необходимо подготовить все макеты и возможные состояния интерфейса и передать их клиенту или разработчикам.

Многие дизайнеры следуют такому плану неосознанно, выполнив его путем множества экспериментов. *Вооружившись проверенным дизайн-процессом, вы сэкономите уйму времени и ускорите свое развитие в несколько раз.*

На старте карьеры всегда хочется поскорее приступить к рисованию, из-за чего работы получаются необдуманными и далекими от реального мира. И сейчас я объясню, почему.

Представьте, что вы презентуете проект и заказчик спрашивает, почему такой-то элемент находится именно здесь или почему он именно такого цвета. Что вы ответите? Потому что это корпоративный цвет? Потому что это красиво? Или, может быть, потому что эта идея взбрела в голову дизайнеру?

Как видите, ни один вариант не убедителен. Когда же вы прошли четкий процесс разработки идей и каждое ваше решение имеет смысл, его проще аргументировать. Вместо того чтобы апеллировать к красоте, вы сможете опереться на конкретные факты. Они тоже могут относиться к визуалу, но будут подкреплены логикой. Например, этот элемент располагается там потому, что он создает правильную композицию либо находится в том месте, куда обычно смотрит пользователь, или у него такой цвет, чтобы привлечь внимание покупателя. Вот так благодаря небольшому изменению подхода вы на глазах превращаетесь из «творческой личности» в эрудированного специалиста.

Не забывайте, что в любом процессе можно вернуться на несколько этапов назад, а возможно, и в самое начало. Например, заказчику не понравилась ваша работа (хотя правильная презентация, о чем мы поговорим отдельно, способна свести подобные ситуации к минимуму). Другой случай — когда в ходе работы вы почувствовали, что совершили ошибку: выбрали неподходящую структуру, или визуальный стиль не соответствует бизнесу. Тогда нужно вернуться и всё переделать. Это всегда непросто, но только так можно создать качественный дизайн, который сделает вас востребованным специалистом.

5. ИССЛЕДОВАНИЕ

Исследование — неотъемлемая часть любого процесса. Печально, что многие начинающие дизайнеры пропускают этот этап, так как от качественного исследования в огромной мере зависит будущий результат. По своему опыту скажу,