

Глава 4.

10 самых распространенных ошибок при работе с фрилансерами.

1. Слишком жесткий контроль.

Что бы эффективно работать с фрилансерами, нужно понимать их психологию. Большинство из них работало наемными работниками и ушло в свободное плавание именно по причине контроля со стороны «дяди». Если вы будете им говорить куда ставить логотип, как писать текст или как им нужно фотографировать, то скорее всего у них будет низкая мотивация или вас просто пошлют в пешее эротическое путешествие. В любом случае качество и скорость работы обязательно пострадают.

Если вы доверяете дворнику чистить двор, дайте ему свободу выбора метлы. Пусть делает, как может и умеет, контролируйте результат, вам же это важно?

2. Слишком расплывчатое техническое задание (бриф)

Это одна из самых хитовых ошибок, из-за которых вы теряете время и деньги соответственно. Если вы не знаете, чего вы хотите, то вам каждый раз будут показывать «НЕ ТО».

Сначала напишите подробно, что вы хотите донести до потребителя, какой вы результат на выходе ждете. Только после этого связывайтесь с фрилансером. В противном случае, проекты затягиваются до 33 мартабря. Поэтому обязательно укажите все сроки. Лучше по каждому этапу.

3. Вы торгуетесь за копейки

В этом случае вы проигрываете намного больше, чем экономия. Деньги вы потратите, а вам подсунут работу, сделанную левой пяткой. И вы будете тиражировать плохой дизайн, тратить на это много больше. Или сделают кривой сайт. Потому что когда клиент жметя, нет никакого желания делать работу хорошо.

Дорого? Не заказывайте. Но помните в агентстве возьмут ровно в 4 раза больше.

4. Вносите слишком много правок в готовую работу.

Скажу банальность, но господа, проверяйте сразу все до мелочей в своем задании. Надо букву поправить? Переписать одно предложение? Правка на пять минут? Это вам только кажется быстрым. Десяток таких правок и вот работы на несколько часов. Плюс нервы, плюс чертыханье фрилансера: «заказчик неграмотный урод попался». Давайте уважать работу друг друга и продумывать все сразу.

5. Попытка уместить все сразу и на одном макете (странице).

Просьбы поместить карту проезда в офис, последний прайс и полный каталог продукции на спичечном коробке. Идиотизм?

Так вот есть одно простое правило, следуя которому вы не просто облегчите себе жизнь, но и повысите внимание к своему предложению и продадите намного больше.

- Одна идея на лист.
- Один факт.
- Одна история.
- Один продукт.

Все. Больше ваша целевая аудитория все равно не запомнит. Не стоит пытаться сэкономить пространство и пихать все сразу. Сознание потребителя уже и так забито всяким спамом.

6. Нарисовать или написать все самому и дать доделывать фрилансеру.

Я иногда подозреваю, что в каждом заказчике сидит художник, который просто не умеет работать Photoshop. Скажу прямо, только не обижайтесь.

У большинства из вас нет знания по композиции объектов и пространства, вы не умеете подбирать цвета. Вы не разбираетесь в гарнитурах шрифтов. Я тоже. Я умею продавать, вы тоже. В противном случае нам нечего делать в бизнесе.

Пожалуйста, никогда не рисуйте сами, даже черновики, потому что вы сделаете лажу и заставите отрисовывать ЭТО, угадайте, что вы получите на выходе? Правильно ретушированную лажу. Напишите качественно чего вы хотите и дайте сапожнику шить сапоги. Вам результат важен или «творчеством позаниматься»? Надеюсь что результат.

7. Дать логотип в формате Word или JPG.

Истина прописная, но я часто вижу эту ошибку, если работаю с небольшими компаниями.

К чему это ведет - если вы даете исходные файлы в таком виде, вы только растянете на один вечер срок проекта и увеличите бюджет.

Тоже самое, относится ко всем материалам, буклетам, плакатам и прочей графике. Предоставляйте все материалы только в *.ai