

Оглавление

Об авторе	3
Введение	4
Шаг 1: Подготовка	6
Портфолио — Ваше лицо и имя	6
Инструменты дизайнера интерьера	8
Технология — путь к росту и развитию	10
Шаг 2: Поиск клиентов	12
Создание рекламных материалов	12
Где искать клиентов	15
Работа с потоком клиентов	16
Шаг 3: Работа с потенциальными клиентами	19
Личная встреча	19
Консультация	20
Продажа	20
Шаг 4: Начало работы над проектом	21
Обсуждение проекта	22
Изучение объекта	24
Подготовка материалов	25
Шаг 5: Эскизный проект	26
Готовим базу	26
Планируем пространство	27
Создаём цветовую схему	30
Шаг 6: Дополнительные разделы дизайн проекта	31
3D визуализация	32
Рабочий проект	33
Комплектация проекта	34

Шаг 7: Сдача дизайн-проекта	35
Как подготовиться к презентации.....	35
Презентация проекта.....	35
Последние шаги.....	36
Шаг 8: Авторский надзор.....	38
Дополнительная услуга.....	38
Стоимость и порядок расчётов	38
Ответственность дизайнера.....	39
Шаг 9: Управление проектом.....	39
Обязанности руководителя проекта.....	40
Стадии проекта.....	40
После сдачи проекта.....	41
Шаг 10: Дальнейшее развитие.....	41
Всё супер! Проект готов! Куда двигаться дальше.....	41
Как же достичь новых вершин.....	44
Личный наставник.....	45



Об авторе

Здравствуйте! Меня зовут Максим Юрченко. Я помогаю дизайнерам интерьеров зарабатывать на своих знаниях в разы больше, создавая лучшие интерьеры.

С 2009 года, я являюсь успешным руководителем проектной организации «Antis Studio» - antis-studio.kz.

На момент написания этой книги, нашей командой было спроектировано около 50 жилых интерьеров и интерьеров магазинов, около 20 частных жилых домов премиум сегмента, в таких городах как Алматы, Астана, Москва, Санкт-Петербург, Сочи, Актау, Атырау.

Сейчас ведётся работа над: магазинами в городах Астана и Алматы; детским-развлекательным центром в городе Актау; тремя большими домами в городах Алматы и Кызылорда; и двумя общественными зданиями в городе Кызылорда.

Обучением дизайну, я начал заниматься практически со дня основания компании, так как в любой компании, самое главное — это слаженно работающая команда. И с этим были проблемы. Типовые проблемы, типовые вопросы. К сожалению, в «наших» ВУЗ'ах дают только основу. Без неё конечно никак, но практики не хватает. Результатом этого явилась система обучения.

Сегодня я хочу представить вам свою книгу, которая называется: "Как дизайнеру интерьеров заработать свои первые 90.000 рублей?! Пошаговый план!!!"

Введение

Этот курс создан для начинающих дизайнеров, а так же для дизайнеров, которые не имеют постоянного потока клиентов и испытывают сложности с созданием проектов и их презентацией.

Результатом этого - представление четкой системы, которая позволит вам беспрепятственно двигаться от нахождения своего клиента до положительного отзыва, который в итоге он вам оставит, и конечно же гонорара, который вы получите за свою работу.

Курс разделен на 10 шагов, как это видно из названия:

- Первый шаг - это **«Подготовка»**. Он посвящен тому, что необходимо иметь для работы над дизайн-проектами.
- Второй шаг - это **«Поиск клиентов»**. В нем я расскажу о том как нужно писать объявления, где их можно размещать и как нужно работать с входящим потоком, т.е. со звонками и письмами, заинтересованных в услуге, людей.
- Третий шаг - это **«Работа с потенциальным клиентом»**. Здесь мы поговорим о том, как нужно готовиться к встрече. Что необходимо узнать у клиента. О чем с ним говорить и как продать свою услугу.
- Четвёртый шаг - это непосредственное **«Начало работы»** над проектом. Здесь мы поговорим о том, как составлять с клиентом техническое задание. О том как изучать объект. На что нужно обращать внимание во время замеров. А так же мы поговорим о том как подготовить все необходимые материалы, что бы у вас была база - основание для проектирования.
- Пятый шаг - это **«Эскизный проект»**. Здесь мы разберем полностью по шагам все, что необходимо делать для создания идеального интерьера для вашего клиента.
- Шестой шаг — это **«Дополнительные разделы дизайн проекта»**. В этот шаг входят такие разделы как: 3д визуализация, рабочее проектирование и комплектация проекта. Мы с вами поговорим о каждом из этих разделов подробнее.

- Седьмой шаг — это **«Сдача дизайн»**. Сдача дизайн проекта - это так же очень важный шаг, так как довольно часто бывают проблемы именно на этом этапе. Тут мы поговорим о том как необходимо подготовить презентацию. Как провести презентацию. Что нужно сделать на последнем шаге, чтобы подвести человека к следующей вашей услуге.
- Восьмой шаг, следующая ваша - **«Авторский надзор»**. Здесь мы поговорим о том, что это за услуга. О том как её оценивать как вести расчеты с клиентом. А так же, поговорим об ответственности дизайнера, который взялся за авторский надзор.
- Девятый шаг - это **«Управление проектом»**. Здесь мы поговорим о том, как дизайнеру нужно управлять проектом, потому что дизайн проект, как и любой проект, требует четкого контроля времени и следование этому времени. Здесь мы поговорим об обязанностях руководителя проекта, о стадиях дизайн проекта и о том, что происходит после сдачи проекта.
- Десятый шаг - это **«Развитие»**. В этом шаге мы поговорим о том, что нужно делать для дальнейшего роста. Куда двигаться. Какое направление выбрать. Какое подходит больше всего именно вам. Вкратце - это все. Подробности далее.



Шаг 1: Подготовка

Портфолио — Ваше лицо и имя

Движение к успешной работе в сфере проектирования интерьеров, я хочу начать именно с портфолио. Портфолио - это то, что имеет дизайнер для демонстрации своим потенциальным клиентам свое мастерство, умения, а так же интересы. К портфолио необходимо подходить очень серьезно. Оно должно быть эффектным и эффективным.

Давайте рассмотрим основные шаги к тому, чтобы создать эффективное портфолио.

Идеальный клиент

Первое, на что необходимо обратить внимание - это ваш «идеальный клиент». Вы должны представлять себе его портрет, его потребности и его желания. Благодаря этому вы сможете создать такое портфолио, которое будет работать на привлечение внимания именно этого клиента.

Для того чтобы определить портрет своего клиента, вам нужно решить, в первую очередь, то над какими проектами вы хотите работать.

Существуют различные типы интерьеров, над которыми можно работать. Их стоит разделять между собой. Те дизайнеры, которые могут делать все, делают это, в лучшем случае, на среднем уровне. Те же специалисты, которые выбирают для себя узкое направление, более востребованы именно в этом направлении. Все потенциальные клиенты, находящиеся в этом сегменте, будут обращаться именно к такому специалисту.

Пример - наша компания специализируется на дизайне жилых интерьеров и на дизайне интерьеров розничных магазинов. Эти направления мы активно

рекламируем и продвигаем. Параллельно, к нам обращаются и с другими проектами, такими как рестораны, спортивные и спа центры и т. д., но это уже побочно.

Выбрав для себя направление, вам необходимо представить себе потребности вашего клиента, т.е. основную его проблему, которую вы можете помочь ему решить или избавить от неё. Так же вам необходимо учитывать его желание, что он хочет получить в итоге. Выяснив все эти тонкости вы определите для себя вашего идеального клиента.

Так же обратите внимание на его образ жизни: работу, увлечения, отдых, как и где он проводит свободное время. Это поможет определить места, где он сможет получить ваше сообщение.

Что обязательно должно быть в Вашем портфолио!

Далее в портфолио очень важно - его содержание. Вы наверняка замечали, что портфолио дизайнеров — это, обычно, альбом с картинками или фотографиями выполненных проектов. ЭТО СКУЧНО! Фотографии могут быть красивые (даже это не всегда так). Но этого мало.

В портфолио необходимо описать проблемы вашего клиента. Рассматривая его, человек сразу думает — «О, это обо мне!». Далее вы описываете возможные решения этих проблем. И то, как вы можете помочь в их решении. Ну а затем, вы предлагаете в свою услугу, с примерами решений подобных проблем, которые вы преодолели до этого.

Как представлять портфолио клиенту

Портфолио, первую очередь, необходимо иметь в физическом виде. Это должен быть альбом формата А3 или А4. Небольшой альбом (А4) удобно носить с собой, а побольше (А3) использовать в офисе либо на запланированных встречах, с его помощью можно добиться большего эффекта.

Так же стоит иметь копию портфолио в электронном виде, в формате PDF, чтобы его можно было демонстрировать на электронных устройствах, либо высылать клиентам по почте, если общение идет по телефону или интернету.

Резюме

Портфолио должно быть ЭФФЕКТИВНЫМ. А нужный вам эффект — это заинтересованный в ваших услугах человек. Этого легко можно добиться заточив портфолио под определенного клиента.

Если ваше портфолио выглядит как у большинства дизайнеров, включает в себя и ландшафтный дизайн, и дизайн домов, и дизайн квартир, магазинов, ресторанов, фаст-фудов, каких-нибудь еще заведений, то СРОЧНО МЕНЯЙТЕ ЕГО, ВЫ ТЕРЯЕТЕ СВОИХ ЛУЧШИХ КЛИЕНТОВ!

Создайте эффективное портфолио.

Инструменты дизайнера интерьера

Для работы с дизайном интерьера у вас должны быть следующие простые инструменты:

- Удобный рабочий стол.
- Планшет А4 для проведения замеров. Обычно замеры проводятся на весу и планшет в такой ситуации незаменим.
- Металлическая рулетка 5 - 10 метров.
- Электронная рулетка. Стоит не так дорого, часто спасает в ситуациях, где необходимо измерять высокие потолки или длинные комнаты.
- Перечень вопросов для клиента. Необходим для консультации, на которой вы получаете информацию от клиента, для того, чтобы создать максимально точный и удобный для него и его семьи интерьер.
- Цветовая таблица. С помощью этой таблицы вы в разговоре можете понять к каким цветам склонен клиент, какие цвета ему больше нравятся.
- Портфолио.
- «Папка идей» для различных комнат. Это альбом, в электронном или физическом виде, в котором будут варианты интерьеров которые вы собираете в течении своей практической, профессиональной деятельности. Это работы из интернета, вырезки из журналов, фотографии интерьеров в которых вы бывали и которые вам нравятся. Такая папка помогает в утверждении направления разработки дизайна.
- Визитки. Всегда необходимо иметь с собой. О том какие они должны быть мы поговорим в следующей главе.
- Спиртовый уровень и плотницкий треугольник. Это помогает вам определять кривизну стен, неровности потолков и расхождения в углах. Очень часто в интерьерах бывает такое что кажется углы должны быть 90 градусов но они далеко не такие. Во время ремонта, это приводит к расхождениям с проектом. Об этом лучше знать на стадии замеров.

Если у вас есть желание работать с ручной графикой, а не с современными профессиональными программами, то вам будут полезны такие инструменты как:

- рапидографы, размера: 0,5; 0,25; 0,1 либо 0,13
- рейсфедеры
- циркули
- циркули для рапидографов
- трафаретные линейки
- тушь

Если вы работаете на компьютере, то вам необходима следующая техника:

- компьютер (для проектирования достаточно компьютера среднего уровня, если вы планируете работу с 3д, тогда стоит подумать о технике подороже)
- принтер, лучше МФУ (многофункциональное устройство)
- фотоаппарат (для начала хватит простого, в перспективе лучше купить зеркальный с широкоугольным объективом. Это позволит вам делать хорошие, удобные кадры во время обмеров и красивые, качественные фотографии уже готового интерьера для вашего портфолио)
- телефон

Программное обеспечение:

- Revit, AutoCad, ArchiCad либо аналоги - если вы планируете заниматься только проектированием, только чертежами
- Skype, mail агент, электронная почта и т.д для связи
- Photoshop, CorelDraw, 3d Max либо их аналоги

Технология — путь к росту и развитию

Технология - это совокупность приемов применяемых в каком либо деле или мастерстве либо искусстве.

3 основных технологии которые должны быть у вас для эффективной работы:

- Технология работы с клиентом. Она включает в себя поиск, привлечение и работу с клиентами. Вы должны иметь разработанную и описанную последовательность действий по тому как найти клиента, далее как его привлечь и затем как с ним работать.
- Технология проектирования. Эта технология должна включать в себя 3 этапа: создание проекта, презентация проекта клиенту и реализация проекта.
- Технология работы со смежниками подрядчиками и фрилансерами. Тут так же 3 этапа: поиск, подбор и сотрудничество.

Технологические процессы в любом производстве - это важнейший элемент. Если у вас не разработана технология работы то именно в этом месте будут постоянные проблемы, постоянные вопросы и постоянная потеря времени. Поэтому необходимо в первую очередь, работая над каким то этапом, для себя его фиксировать. То есть все, что вы создаете вы описываете. В итоге получаете пошаговую инструкцию для самих себя, а в последствии для ваших помощников.

Совершенствование технологии во время работы — это не прекращающийся процесс. Сделав какой то шаг, не принесший результат, пробуйте другой. Получив нужный результат, фиксируйте его и ваша технология станет более совершенной. В следующий раз вы уже не сделаете тех действий которые не приносят вам необходимый результат. Это касается всего, и проектирования и работ со смежниками, и работы с клиентами.

Бывали ли у вас моменты, когда вы были в замешательстве от того, что не знали за что нужно схватиться в текущий момент? Договор не подписан, а клиент уже предлагает аванс. Аванс не получен, а клиент просит начать проектирование. Эскизный проект не готов, а клиент просит выдать какие-нибудь чертежи на стройку. Подобных ситуаций огромное количество, и все они мешают эффективной работе.

Ещё один пример. Если в вашей технологии не прописано то, что каждый этап, каждая встреча с клиентом должна конспектироваться, а затем утверждаться с ним письменно, то есть он должен подписаться сказав "да, это именно то что я хочу", у вас обязательно будут неприятности. Если вы сделали какой то план, чертеж или еще что то, утвердили с клиентом, он сказал "да, все хорошо", но не подписал этого, то у вас возникнет проблема когда он скажет, что не помнит или не говорил, попросит переделать, и это придётся сделать...такое бывает часто.

Чтобы не происходило подобных ситуаций и чтобы вы не забывали о важности правильных и последовательных действий, нужна технология, в которой будет по шагам прописано, что за чем необходимо делать.

Резюме

В результате прохождения этого шага вы должны иметь:

- эффективное портфолио
- инструменты проектирования
- технологии производства

Больше информации на тему «С чего начать карьеру дизайнера интерьеров?», смотрите на сайте - <http://designyourinterior.ru/s-chego-nachat-kareru-dizaynera-intererov/>



Шаг 2: Поиск клиентов

Поиск клиентов - это наверное самый часто встречающийся вопрос у дизайнеров. Если вы начинающий дизайнер или профи в проектировании интерьеров, работающий в компании, которая имеет отделы маркетинга, рекламы и продаж, вы обязательно столкнётесь с этой задачей. Эта проблема возникнет в тот момент, когда вы решите заняться своим делом: работой фрилансером; созданием проектной группы или организации дизайн студии.

Создание рекламных материалов

Именно для этого нужно объявление

Объявление - это то, что будет развивать вашу базу потенциальных клиентов, с помощью таких рекламных инструментах как: листовки, журнальные и газетные рекламные блоки; контекстная реклама.

Цель вашего объявления - зацепить внимание клиента и побудить его срочно связаться с вами. То есть такие объявления не должны продавать вашу услугу. Не стоит писать о том, что вы дизайнер интерьера, делающий любые проекты по низкой цене и в минимальные сроки. Это **абсолютно неэффективно**.

Объявление должны быть нацелены на то, чтобы потенциальный клиент захотел с вами связаться и сделал это в максимально короткий срок.

Для этого, в объявлении должна быть представлена вводная услуга, бесплатная либо очень дешевая. Поэтому крайне важно придумать что-то, что бы вы можете предложить клиенту.

Например есть такой вариант как бесплатная консультация. Консультация по умолчанию — бесплатная услуга. Уверен, вы так же отвечаете на вопросы и даёте советы своим потенциальным клиентам, но не рекламируете это. Простая консультация никого не заинтересует, либо заинтересует тех, кто ищет халявы. Но если вы продумаете результат консультации, который будет ценным именно для вашего идеального клиента, и станете рекламировать именно эту услугу, то **вы получите очередь клиентов**. Далее вам останется только выбирать, с кем вам удобно работать, а с кем нет.

Примеры текста объявления для владельцев нового жилья.

- «Узнайте как найти и выбрать профессиональную бригаду для ремонта в своём доме»
- «Позвоните прямо сейчас! И вы узнаете, как можно сократить на ремонте да 30% от общей стоимости»

Таким образом вы будете собирать контакты потенциальных клиентов. Это самое сложное в работе дизайнеров и похожих профессий, где нет определённых мест «обитания» потенциальных клиентов. Поэтому самое главное для вас их найти и вытянуть из огромной массы людей.

Сила информационных статей

Информационные статьи - это очень интересный и эффективный инструмент привлечения клиентов. Такие статьи с радостью и удовольствием размещают в журналах и даже бесплатно. Ценной информации по теме, от практикующих специалистов, очень мало. Конечно, при бесплатном размещении, ваших контакты не укажут, но цель этого инструмента другая.

Цель информационных статей — PR, связь с вашими потенциальными клиентами. С помощью этой информации, вы приобретёте статус эксперта в своей области, а с этим и доверие у клиентов.

Ваш бесплатный продавец

Продающие письма — это продавец, который не спит, не ест и не получает зарплату. Вам необходимо всего 1 раз описать вашу услугу, её ценность и важность для клиента.

Эти письма необходимо представлять уже тем людям которые заинтересованы в вашей услуге, тем кто откликнулся на ваше объявление или информационную статью. Объявления и статьи помогают, из огромного числа людей, найти ваших потенциальных клиентов, а продающее письмо продаёт их ваши услуги либо услуги ваших партнёров — это дополнительный источник дохода.

Форматы рекламных материалов.

Всегда необходимо иметь следующие рекламные материалы:

- визитки
- листовки
- сертификаты

Это то что вы распространяете самостоятельно, а не размещаете где-то, на каких то рекламных площадках.

Визитки. Всегда должно быть с вами. На визитке должно быть уникальное предложение, например то, что вы предлагаете в объявлениях, какая-то вводная услуга.

Листовки. На них будет то же самое объявление но они уже распространяются промоутерами в таких местах как выставки, либо там, где может находиться ваш клиент.

Сертификаты. Их нужно давать своим текущим клиентам для того что бы они эти сертификаты передавали своим знакомым и друзьям. Сертификаты могут быть на скидку, подарок либо особые условия сотрудничества.

Где искать клиентов

В этой части мы рассмотрим рекламные площадки, на которых можно распространять ваше объявление.

Интернет

Первое, эффективное и недорогое — это интернет. Хорошо если у вас есть свой сайт, страничка в соц.сетях. Так же стоит пользоваться досками объявлений, тематическими форумами и группами в соц.сетях. Сервисы продажи купонов — ещё одна площадка, которая может стать для вас эффективным местом продвижения услуг. На всех площадках размещайте своё объявление о бесплатной или недорогой услуге.

Рекомендации

Рекомендации — это самый эффективный способ привлечения клиентов и развития. Если ваш текущий клиент доволен работой с вами, он обязательно порекомендует вас своему окружению. Но необходимо проявлять инициативу и просить о такой услуге. В этом как раз и помогут, подготовленные вами, сертификаты.

Статьи в газетах и журналах

Вот здесь как раз нужны информационные статьи, которые вы должны периодически писать. Это могут быть какие-то короткие заметки на определённую тему. Часто, интерьерные журналы имеют такую рубрику как «мнение экспертов» или подобную. В них дизайнеры высказывают своё мнение на выбранную тему. Это привлекает внимание, тем более если дизайнер начинает периодически появляться в таких рубриках. Его начинают запоминать. Доверие, известность, уровень экспертности растёт.

Вероятность того, что обратятся именно к известному дизайнеру, гораздо выше.

Строительные компании и бригады мастеров

Следующая возможность продвижения своих услуг — это работа и сотрудничество со строительными фирмами и строительными бригадами. Когда возникает вопрос ремонта, чаще всего, в первую очередь обращаются именно к ним. Редко перед ремонтом в квартире, в доме или где бы то ни было, люди думают какого бы дизайнера им подобрать и где его найти. В первую очередь думают, кто это реализует и где его найти. Поэтому сотрудничайте со строительными бригадами или строительными фирмами. Пусть они вас рекомендуют. И вы будете завалены работой.

Торговцы недвижимостью

Еще один источник клиентов — это риэлторы. Люди либо компании, которые продают недвижимость, станут для вас ещё одним неиссякаемым источником клиентов. Очень редко люди живут в том, что осталось от старых хозяев. Поэтому человек, который покупает новое жилье, скорее всего будет делать ремонт.

Общественные мероприятия

Ну и еще одна рекламная площадка — это общественные мероприятия, такие как: выставки, конкурсы либо какие то вечера, тренинги. Там, где постоянно бывает много людей, которые могут нуждаться в ваших услугах.

Крайне важно посещать такие мероприятия, всегда имея при себе портфолио и визитки. Вы должны заинтересовать клиента своими услугами и оставить о себе информацию и контакты, чтобы он вас не забыл. Еще более важно — получить контакты этого человека. Отдать визитку — мало. Куда важнее иметь возможность дальнейшей работы с человеком. И его контакт в этом помогут.

Работа с потоком клиентов

Следующий этап — это обработка входящего потока.

После того как вы разместили объявление, разослали листовки, через своих клиентов, распространили сертификаты, вам необходимо готовиться к входящему потоку потенциальных клиентов. Что тут необходимо учесть?

Предварительная подготовка

Для начала, вам необходимо разработать скрипты общения с людьми. То есть когда к вам звонит человек и хочет узнать о вашей услуге, вы должны быть готовы и вы должны иметь четкий план разговора, а возможно даже подготовить нужные слова: свои вопросы и ответы на возможные вопросы потенциального клиента.

Вопросы, чаще всего, будут типовые. Это такие вопросы как «сколько стоят ваши услуги», «что вы делаете», «какие проекты вы уже сделали» и так далее. На это у вас должны быть ответы, а так же у вас должны быть подготовлены материалы, дополнительные материалы для изучения.

Поговорите с человеком и вкратце опишите то, какие проблемы вы решаете и кому помогаете. Не нужно углубляясь в подробности вашего рабочего процесса и расчёта стоимости проекта, всё это нужно делать при личной встрече. Пообещайте, что после разговора, вышлете на почту подробную информацию. Этой информацией будет ваше продающее письмо и портфолио.

Первый разговор с потенциальным клиентом

Имея скрипт разговора и дополнительные материалы для предоставления их заинтересованному человеку, вы готовы к приёму звонков.

Разговор должен быть профессиональный. Профессионализм это очень важно. Человек должен почувствовать, что вы знаете свое дело. Именно для этого очень важен скрипт. Повторюсь еще раз, очень важно готовиться к тому что вы будете говорить и как будете отвечать на вопросы человека.

Если вы не можете написать скрипт, то вам стоит общаясь с людьми, которые вам звонят, фиксировать все, что они у вас спрашивают и о чем говорят. Это позволит вам составить структуру, выявить самые частые вопросы, подготовиться к ним.

Следующее, что необходимо делать в разговоре с клиентом — это тщательно записывать тему разговора, то есть то о чем он говорит, то что его интересует. Так же необходимо получить его контакты. Электронный адрес вы можете получить, предложив человеку дополнительную интересную информацию по теме в электронном виде. В итоге у вас будет: телефон, имя и e-mail человек.

Цель первого телефонного разговора — личная встреча и контакты.

Фундамент любого успешного бизнеса

Фундамент успешного бизнеса — **база клиентов**, которая включает в себя и потенциальных клиентов тоже.

Базу потенциальных клиентов очень важно вести, и вести её необходимо с самого начала.

Такая база включает в себя **информацию о потенциальных клиентах** в которую входит:

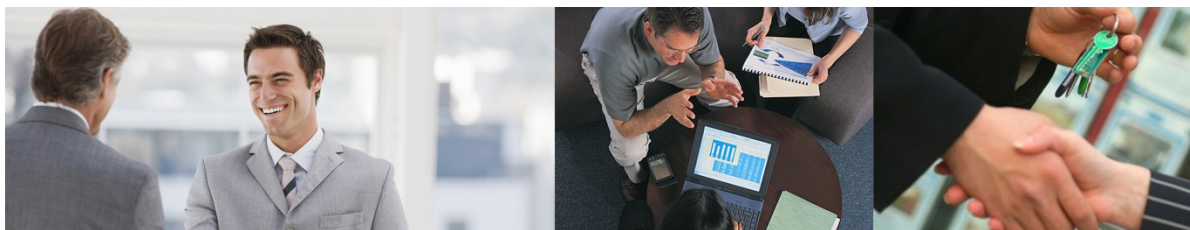
- имя
- телефон
- e-mail
- какие-либо дополнительные контакты
- информация о том, что интересовало этого клиента
- на чем закончился разговор
- следующие действия (встреча, перезвонить и т. п.)

Развивая и увеличивая базу, вы будете создавать себе основание, благодаря которому будете расти и развиваться. Сначала в частного дизайнера – фрилансера, далее в руководителя проектной группы, затем в руководителя проектной организации и так далее.

Резюме

Подводя итоги второго шага, снова обращаю внимание на то, что поиск клиентов для дизайнера интерьеров, как и для любого другого бизнеса — это основа. Творчество — это прекрасно, но если нет четкой системы и технологии привлечения клиентов, долго такое творчество не просуществует.

Больше информации на тему «Поиск и работа с клиентами», смотрите на сайте - <http://designyourinterior.ru/dizayn-interera-poisk-i-rabota-s-klientami/>



Шаг 3: Работа с потенциальными клиентами

Я разделил этот шаг на 3 пункта: личная встреча, консультация и продажа.

Личная встреча

Начнем с личной встречи. Что бы личная встреча прошла идеально, очень важно к ней подготовиться. Что в это входит?

Нужно быть на этой встрече без опоздания — это очень важно. Это первое впечатление, которое вы должны произвести на клиента и оно должно быть идеальным. Опоздание — это плохой тон и это непрофессионально. Поэтому для того, чтобы быть на встрече вовремя, очень важно заранее продумать маршрут поездки. Уточнить такой момент, если вы на машине, как возможность парковки. И если вы готовы, у вас готов материал для разговора с клиентом, если вы на встрече вовремя тогда не будет такого состояния как суетливость.

Суетливость так же влияет на первое впечатление. Если вы суетитесь, то это негативно влияет на ваш имидж и на ваши дальнейшие отношения с клиентом. Для того, чтобы чувствовать себя уверенно, вам нужно подготовиться, а так же у вас должен быть запас времени. Очень часто такие встречи могут затягиваться. Демонстрация того, что вы куда-то опаздываете, так же негативно повлияет на впечатление о вас.

Экономьте своё время. Перед встречей позвоните, уточните все без изменений. Если получаете подтверждение, хорошо, можете двигаться.

Перед встречей, постарайтесь изучить объект. Обратите внимание на само здание, изучите обстановку вокруг него это вам может понадобится в разговоре с клиентом. В дальнейшем, эта информация может стать источником идей. Это будет

оценено. Это еще одна черта показывающая ваш профессионализм. Клиент сразу заметит, что вы очень внимательный человек, что ваши слова обоснованны.

Подготовка крайне важна.

Консультация

Во время консультации необходимо вести конспект всего разговора. Все, что вы слышите от клиента нужно фиксировать. При этом старайтесь записывать каждое слово, только важные моменты.

В разговоре, вам нужно начать с выяснения проблемы клиента, а так же вариантов решения, которые он видит. Это дает общее представление о том, что важно для клиента, что он любит, ценит, предпочитает. Это будет еще один толчок в правильном направлении для разработки идеального интерьера.

Далее вы можете предложить дополнительные варианты решения, включая вашу услугу. То есть задача консультации — выяснить проблему клиента и предложить ему варианты решения. Такие например как: сделать все самому, решить проблему самостоятельно либо доверить её решение вам.

Продажа

Получив от клиента информацию о том, что сейчас является для него проблемой, вы описываете свою услугу. Описываете ее так, чтобы клиент почувствовал её ценность, увидел то, как ваша услуга избавит его потери времени и денег. Если вы представляете себе своего клиента, его потребности и желания, вы сможете легко представить вашу услугу как нечто очень ценное, что человек захочет.

Гонорар

Следующее — это гонорар, оплата ваших услуг. Здесь есть несколько вариантов:

- Гонорар за дизайнерские решения, то есть клиент просит вас разработать какой то элемент в интерьере либо разработать дизайн какого-то помещения — фиксированная оплата.
- Гонорара это гонорар за консультацию. В этом случае оплачивается время специалиста и помощь в решении какого-либо вопроса.
- Гонорар дизайнера. Это когда вы получаете оплату за весь дизайн проект. Тут есть 2 варианта: разовая сумма — оплата разработки каждого квадратного метра (самый распространённый вариант) и процент от проекта. Тут имеется ввиду стоимость полной реализации проекта. Такой расчёт используется в архитектуре, особенно на крупных, государственных объектах.
- Почасовая оплата. Это часто используется для командировок, поездок по магазину с клиентом, для выбора материалов, либо для каких бы то ни было консультаций на объектах.

Документы

Следующая часть, касающаяся продажи - это документы, необходимые для того, что бы продать услугу: договор и приложение к договору.

Договор — это такой документ без которого работу начинать нельзя. В нём описываются все позиции которые вы должны выполнить, сроки и информация о финансовых обязательствах. Так же в нём описаны обязанности и права ваши и

клиента. Имея договор вам не придётся делать лишнюю работу либо отвечать за то, за что вы не должны нести ответственность.

Приложение к договору. Обычно, приложения к договору — это: состав работ которые вы будете выполнять, сроки их реализации и смета. Так же в приложении могут быть графики выполнения работ. Это не просто сроки, а детальная последовательность каждого этапа.

Резюме

На этом шаг работы с потенциальным клиентом закончен.

Итог работы - это подписанный договор и начало работы над дизайн проектом.

Больше информации на тему «Дизайн интерьера: Поиск и работа с клиентами», смотрите на сайте - <http://designyourinterior.ru/dizayn-interera-poisk-i-rabota-s-klientami/>



Шаг 4: Начало работы над проектом

В этом шаге мы поговорим о том, как проходит обсуждение проекта с клиентом, как происходит изучение объекта, и как необходимо подготовить материалы для дальнейшей разработки дизайна интерьера.

Обсуждение проекта

Первое, что необходимо подготовить для обсуждения проекта - это перечень необходимых вопросов. В него входит довольно много информации, которую необходимо во время разговора получить от клиента. Главная задача дизайнера при этом - давать советы и принимать мнение заказчика, но ни в коем случае не навязывать собственные идеи. Заблуждение когда дизайнеры думают, что к ним обращаются за креативом. Это интересно когда вы разрабатываете например концепцию какого-нибудь выставочного модуля и то, даже там есть жесткие рамки и ограничения.

В перечень вопросов входит:

- Вся контактная информация, которая необходима для связи с клиентом (имя, адрес, e-mail, домашний телефон, рабочий телефон, факс если есть, Skype)
- Информация об объекте (адрес, телефон)
- Информация по стилю, цвету, которые предпочитает клиент (для этого у вас есть должны быть цветовая схема и «альбом идей»)
- Количество жильцов дома (дети (возраст, пол), родители, домашние животные, обслуживающий персонал и т.д.)

- Имеющиеся предметы обстановки, которые клиент хочет включить в свой новый интерьер
- Образ жизни клиента. Тут необходимо определить сколько ему требуется комнат, сколько требуется ванных комнат, как происходит в доме стирка, где стирают. Место отдых и развлечений. Где обедает семья.
- Техника. Сколько и какой техники планируется в доме. Компьютеры, принтеры, телефоны, телевизоры и т.д.
- Дополнительные помещения. Часто у людей есть свои какие-то любимые занятия, о которых нужно выяснить и продумать для них место. Такие помещения как например для спорта либо для каких то хобби для других любимых занятий.
- Сроки. Сколько времени отводиться на проектирование. Как долго клиент намеревается прожить в этом доме или в этой квартире.
- Приблизительный бюджет — средства, которыми располагает клиент. Конкретную сумму вы скорее всего не получите, но в общих чертах сможете понять какой интерьер, по финансам, сможет потянуть клиент.

Небольшая тонкость и особенность для коммерческих проектов, таких как офисы магазины, кафе и рестораны и т.д. В случае если вы разрабатываете такие интерьеры, вам нужно адаптировать перечень вопросов и включить в него такие вопросы как:

- характер деятельности компании
- число занятых в работе
- количество рабочих мест

Следующие вопросы касаются мебели и оборудования. Здесь вам нужно с клиентом пройти по каждому помещению и уточнить, что для них важно. Такие помещения как прихожая, туалет и ванные комнаты, кухня, гостиная, столовая, спальни, детские и игровые комнаты, все они требуют особого, отдельного внимания.

Имея такой перечень вопросов вы получите полную и детальную картину того, что необходимо клиенту. После того как вы поговорили, после того как вы обсудили все, что нужно клиенту, что он хочет, вы должны оформить это в виде текстового файла и выслать на почту клиенту либо приехать и передать это в бумажном виде. Далее вы должны получить письменное подтверждение верности информации. Это так же важно как и договор. Потому, что в любой момент вы сможете обратиться к этой анкете, к этому техническому заданию и решить вопросы которые могут возникнуть.

И еще один нюанс — это если заказчиков двое. Если например заказчиками являются муж и жена либо, часто бывает, это является старший член семьи (родитель) и ребенок. Тогда необходимо прослушать пожелание каждого из них, получить от каждого из них письменное подтверждение вашего разговора. А так же необходимо определить, кто будет принимать решение, с кем вам в дальнейшем придется работать на прямую.

Изучение объекта

Следующая часть начала работ — это изучение объекта. При изучении объекта необходимо уделить внимание ориентации комнат, качеству света в них и назначению этих комнат.

Для изучения объекта вам понадобятся такие инструменты как:

- планшет
- чистые листы, лучше всего использовать миллиметровку
- рулетка металлическая
- рулетка электронная
- карандаш
- стирательная резинка
- цветные ручки для обозначения каких-то элементов, которые нужно выделить
- компас для определения ориентации
- спиртовой уровень и плотницкий треугольник. Эти инструменты нужны для того, чтобы уточнять ровность и уровни стен, подоконников
- фотоаппарат

Далее нужно вычертить обмерочный план. Обмерить интерьер.

Вычерчивайте план на миллиметровке, вокруг плана оставляете место для стен, для каких то дополнительных материалов, для пояснений и выноски размеров.

Общий план должен включать в себя мебель, если она есть, двери, дверцы шкафов в открытом состоянии, окна, коммунальные разводки такие как: трубы, радиаторы, розетки. Следующее, на плане необходимо отметить север.

Необходимо отметить нестандартные особенности интерьера такие как ригеля, выступающие колонны, разные уровни потолка, что часто бывает в мансардных помещениях.

Как проводить измерения. Входная дверь в комнату является началом измерения и продолжение идет по часовой стрелке. Это рекомендация сделана для

удобства замеров, для правшей. То есть если вы левша я думаю вам будет удобнее двигаться в левую сторону, против часовой стрелки.

Стадии проведения замеров

- Первая стадия — это общие замеры помещения. Делаются они черным цветом либо карандашом.
- Вторая стадия — это проведение индивидуальных замеров, работа с каждой стеной отдельно, замеряя все мельчайшие детали, такие как карнизы панели высоту от подоконника до пола, высоту окна, длину и ширину подоконника. Это отмечается красным цветом.
- Третья стадия — это высоты комнаты, диагонали стен и полов. Диагонали стен и полов необходимы для того, чтобы определить искривление помещения, что обычным делом.
- Четвертая стадия — это фотофиксация интерьера. Первое, что необходимо сделать — это сфотографировать интерьер со всех углов помещения. Второе — это необходимо сфотографировать и обмерить существующую мебель. И третье — это необходимо сфотографировать панораму из окон. Этот материал будет очень полезен 3д визуализатору, для того, чтобы картинка была максимально реалистичной.

Для каждого помещения, необходимо повторять все эти 4 этапа.

Подготовка материалов

Подготовка материала - это то, когда вы собираете всю информацию полученную от клиента и на объекте в одну общую папку. В эти материалы входят: анкета с вопросами и ответами от клиента; образцы цвета и стилового направления, которые понравились клиенту; Сюда входят и результаты изучения объектов, план обмеров, фотографии описание. Описание необходимо делать потому, что есть какие-то моменты, которые будут непонятны ни по чертежам, ни по фотографиям. Так же сюда будет входить график выполнения работ.

Резюме

Начало работы над дизайн-проектом - обсуждение проекта с клиентом, изучение объекта, сбор и подготовка всех материалов для проектирования.

Больше информации на тему «Дизайн интерьера: Начало работы над дизайн проектом», смотрите на сайте - <http://designyourinterior.ru/dizayn-interera-nachalo-raboty-nad-dizayn-proektom/>



Шаг 5: Эскизный проект

Эскизное проектирование я условно разделил на 3 этапа:

- подготовка
- планирование пространства
- создание цветовой схемы

Готовим базу

Подготовка включает в себя вычерчивание плана по произведенным обмерам и вычерчивание проекций стен.

Вычерчивание плана

Вычерчивание плана — это самая основа. Если в процессе вычерчивания плана у вас возникают какие-то трудности или нестыковки, вам обязательно стоит вернуться на объект и проверить. Если пропустить этот момент, то в конце, когда дойдет дело до стадии рабочего проектирования, могут возникнуть серьезные проблемы которые решить будет очень сложно.

Базой для выбора дизайн решений является план вместе с анализом пространства, заметками и результатами беседы с клиентом.

Вычерчивание проекций.

Проекции — это чертежи стен которые не включают в себя мебель находящуюся у стены. Проекции стен необходимо вычерчивать нанося на них все существующие архитектурные и инженерные детали.

Планируем пространство

Планируя пространство, стоит определить стадии создания проекта интерьера. Я выделил три основных:

- сбор и анализ информации
- выработка идеи и концепции
- осуществление

Источниками идей для создания пространства могут быть такие вещи как:

- цвет или сочетания цветов
- текстурированный материал
- графический рисунок
- архитектурный стиль
- вымышленный либо реальный персонаж
- так же источником идей может быть ограниченный бюджет, который вынуждает вводить какие-то новшества

Все идеи стоит разрабатывать на кальке, это упростит процесс выработки и создания идей и сократит очень много времени.

Состав эскизного проекта

В состав эскизного проекта входят такие чертежи как:

- функциональное зонирование
- план возведения перегородок
- план расстановки мебели и оборудования
- план освещения
- инженерные планы
- план потолка

- план пола
- сводный план
- развертки стен
- чертежи индивидуальных декоративных элементов

Я вкратце пройду по каждому из этих чертежей.

Функциональное зонирование

Функциональное зонирование включает в себя разделение территории помещения либо квартиры на: общественные зоны и зоны личного пользования.

План возведения перегородок

План возведения перегородок включает в себя так же демонтаж. Демонтаж обязательно необходимо делать после консультации с архитектором либо конструктором.

План расстановки мебели и оборудования

План расстановки мебели и оборудования должен составляться на основе идее создания комфорта. Планирование пространства должно быть выполнено с учетом необходимых задач этого помещения. Так же необходимо учитывать все стандартные размеры, а так же особенности клиента и его семьи.

План освещения

Основой для планирования освещения является план мебели.

Освещением можно разделить на три основные категории:

- общее освещение, которое обеспечивает хороший общий уровень света
- направленное освещение, которое освещает определенные места
- акцентированное или витринное освещение, которое освещает определенные предметы

Инженерные планы

Инженерные планы бывают следующими:

- план электрики, который состоит из плана управления светом, плана розеток и слаботочных сетей
- план радиаторов
- план кондиционеров
- вентиляции
- водопровода и канализации
- индикаторов дыма
- пожарной безопасности
- план камер слежения и датчиков движения
- план теплых полов, теплые полы бывают электрические и водные

План потолка

На плане потолка увязываются декоративные элементы и инженерное оборудование.

План пола

Существует три основных типа напольных покрытий:

- твердые напольные покрытия
- мягкие напольные покрытия
- упругие напольные покрытия

Задача планирования пола состоит в том, чтобы правильно распределить типы полов в интерьере. Каждый тип пола должен соответствовать тому помещению в котором он находится. Потому, что у каждого материала есть свои физические свойства которые необходимо учитывать.

Сводный план

Сводный план необходим для того, чтобы увидеть связь между полом, мебелью, потолком и освещением. Как это смотрится вместе. Поэтому на сводном плане, на одном, размещаются четыре основных плана: план мебели, план потолка, план пола и план освещения.

Развертки стен

Развертки стен представляют из себя разрезы помещения, на которых можно увидеть внутреннюю стену и часть интерьера на 1 метр от стены. Вычерчиваются развертки так же как проекции. На развертке так же можно показывать несколько помещений, это очень удобно использовать когда помещение по стенам соединены какой то общей композицией.

Чертежи декоративных индивидуальных элементов

На этих чертежах отображаются все индивидуальные предметы, которые дизайнер разрабатывает для интерьера.

Создаём цветовую схему

Отправной точкой для создания цветовой схемы может быть всё, что угодно:

- напольное покрытие
- интересная ткань
- керамика
- ковер
- любой цвет или сочетания цветов
- работы великих художников
- культуры разных народов

Существует четыре основных цветowych схем:

- одноцветная
- двухцветная
- контрастная
- многоцветная

Так же необходимо учитывать нейтральные цвета.

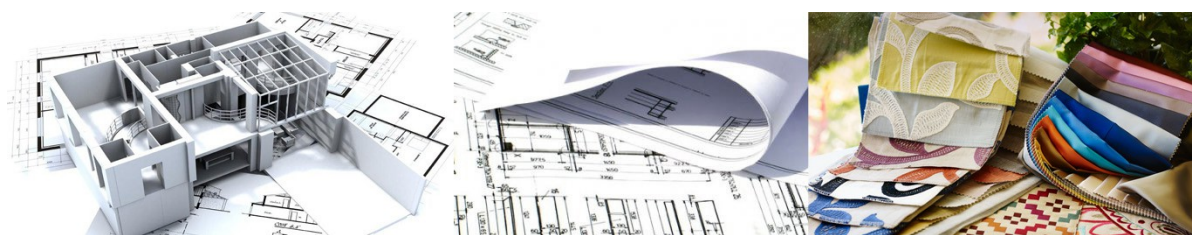
Нейтральные цвета существуют для того, что бы связывать между собой цветовые схемы. Они выполняют роль контраста или связующего элемента.

Резюме

Подведем итог пятого шага — эскизный проект. Итогом создания эскизного проекта для вас будет являться альбом концепции, с разработанными чертежами которые необходимо утвердить с клиентом, чтобы приступить к дальнейшей разработке, о которой мы поговорим в шестом уроке.

Больше информации на темы, смотрите на сайте:

- **«Дизайн интерьера: Планирование пространства интерьера» -**
<http://designyourinterior.ru/dizayn-interera-planirovanie-prostranstva-interera/>
- **«Дизайн интерьера: Работа с цветом в интерьере» -**
<http://designyourinterior.ru/dizayn-interera-rabota-s-tsvetom-v-interere/>



Шаг 6: Дополнительные разделы дизайн проекта

К дополнительным разделам дизайн проекта я отношу такие разделы как:

- 3D визуализация
- рабочее проектирование
- комплектация проекта

3D визуализация

3D визуализация — это отдельная часть проекта, необходимая для демонстрации того, как будут выглядеть финальный интерьер, как будут сочетаться между собой материалы, цвета, освещение и фактуры.

В большинстве случаев дизайнеры не делают 3D визуализацию самостоятельно. Это особенно касается тех дизайнеров, которые уже добились серьезного результата и у которых просто нет времени на эту часть проекта. Хотя, если вы умеете работать в 3D и вам это нравится, то вы заработаете и на этой части проекта.

3D визуализацию стоит разделять на 3 пункта:

- создание геометрии помещения
- создание предварительной визуализации
- финальная визуализация

Геометрия помещения

Зачем её стоит разделять?

Перед тем как утверждать с клиентом цветовую гамму и цветовые решения интерьера необходимо утвердить геометрию. Если этого не сделать, предоставлять сразу интерьеры в цвете, то могут быть серьезные корректировки которые придется вносить за свой счет. И если вы делегируете 3D визуализацию, тогда вы можете потерять в деньгах. Геометрия представляется в виде «белого рендера», то есть на картинке будут видны только очертания предметов интерьера.

Предварительная визуализация

Предварительная визуализация — это тестовая визуализация, быстрая небольшого разрешения. Делается она для того, чтобы утвердить картинки для финальной визуализации. Это необходимо делать в целях экономии времени. Тестовая визуализация делается значительно быстрее.

Финальная визуализация

Финальная визуализация - это готовые картинки большого разрешения для печати на формате А3 с проработкой мельчайших деталей.

Рабочий проект

Рабочий проект состоит из всех чертежей входящих в эскизный проект. Эти чертежи прорабатываются максимально детально и подробно, а так же образмериваются.

Так же в рабочем проекте присутствуют:

- спецификация мебели
- спецификации заполнения дверных и оконных проёмов
- ведомости отделочных материалов

Оформление рабочего проекта

Оформлять рабочий проект стоит по стандартам. Существуют разработанные стандарты, которым обучают строителей, проектировщиков, инженеров. Если вы придерживаетесь этих стандартов, то вероятность того, что ваши чертежи не поймут сводится к минимуму.

Комплектация проекта

Комплектация проекта включает в себя информацию по поставщикам, информацию о смежниках и подрядчиках.

Комплектация проекта может быть включена дизайн-проект либо может стать отдельной услугой.

Суть комплектации заключается в том, что вы предлагаете клиенту информацию о поставщиках отделочных материалов, мебели, оборудования, аксессуаров и другого. В комплектацию проекта можно включить информацию о смежниках, таких как специалисты по освещению, архитекторы, декораторы. Так же в этом разделе размещается информация о подрядчиках. К подрядчикам относятся: строители, сантехники, электрики, изготовители штор и обивочных материалов.

Резюме

Подведем итоги шестого шага.

Суть шестого шага заключается в том, что вы должны уметь делать три дополнительных раздела дизайн проекта:

- 3D визуализацию — красивая демонстрация итога работы над интерьером
- рабочий проект — технические чертежи для строителей, смежников, подрядчиков, по которым они смогут реализовать интерьер
- комплектация проекта — это раздел который включает в себя всю информацию о том, где клиент может найти все необходимые для ремонта материалы. Если вы беретесь за реализацию проекта сами то этот раздел для вас будет незаменим. Вам его необходимо будет иметь.

Больше информации на темы, смотрите на сайте:

- «Дизайн интерьера: 3D визуализация интерьера» -
<http://designyourinterior.ru/dizayn-interera-3d-vizualizatsiya-interera/>
- «Дизайн интерьера: Рабочий проект» -
<http://designyourinterior.ru/dizayn-interera-rabochiy-proekt/>
- «Дизайн интерьера: Комплектация проекта» -
<http://designyourinterior.ru/dizayn-interera-komplektatsiya-proekta/>



Шаг 7: Сдача дизайн-проекта

Как подготовиться к презентации

Для того, что бы успешно сдать дизайн проект нужно его подготовить.

Оформление

В подготовку входят следующие шаги. Первое — это оформление разделов проекта и выбор формата. Как правило для интерьеров жилых помещений используются формат альбома А3 и разделы оформляются следующим образом. Первый — эскизный проект, следом за ним раздел 3D визуализации, далее отдельно идут рабочие чертежи и отдельно комплектация проекта.

Текст презентации

Так же для того, что бы подготовиться к презентации и сдаче дизайн проекта вам нужно написать текст презентации, потому что сдать альбом — мало. Проект нужно презентовать. Необходимо объяснить клиенту каждое из ваших дизайнерских решений. Обосновать, почему вы сделали именно так а не иначе. Это очень важно.

Печать проекта

Далее необходимо всё распечатать. Печать — это также достаточно серьезный момент, который может либо испортить впечатление либо усилить положительное впечатление о вашей работе. Поэтому прежде чем печатать проект вам нужно убедиться в том, что качество печати соответствует.

Презентация проекта

Место презентации

Для того что бы провести презентацию вам необходимо определиться с местом где это будет происходить. Тут может быть несколько вариантов. Это может быть ваш офис, либо дом вашего клиента, но лучше всего и эффективнее презентация пройдёт на самом объекте. Вы сможете наглядно продемонстрировать ваше решение и это приведет к скорейшему их утверждению.

Защита проекта

Вам необходимо защищать свой проект, но защита это не то, что вы должны настаивать на своих решениях, вы должны их клиенту доходчиво разъяснять и обосновывать. В итоге идет утверждение.

Утверждение

Утверждение — это когда клиент принимает вашу работу. Утверждение должно заключаться в том, что вы подписываете с клиентом акт выполненных работ и это означает, что проект принят.

Последние шаги

Документы и финальная оплата

Последующими шагами является оформление всех документов:

- акты выполненных работ
- счет фактура
- акт сверки

Далее — финальная оплата. Если до этого момента вы не получили оплату своих услуг, то сейчас это необходимо сделать, выставив финальный счёт.

Отзыв и рекомендации

Следующий шаг который вы должны предусмотреть — это получение рекомендаций от клиента. Для этого у вас должна быть готова форма отзыва, в которой ваш клиент пишет о том, что ему понравилось в работе с вами, что бы он посоветовал вам улучшить, на что обратить внимание в дальнейшем, а так же, в конце этого отзыва, необходимо добавить пункт с рекомендациями. Это место, где клиент может оставить контакты своих знакомых, которым, по его мнению, может понадобиться ваша услуга.

Дополнительные услуги

Следующий шаг — это предложение дополнительных услуг. Проект — это только начало и после того как вы сдали проект клиенту вам необходимо продолжать с ним работать.

Продолжать с ним работать можно в следующих направлениях:

- ведение авторского надзора
- декорирование, после того как интерьер будет готов
- полная реализация проекта "под ключ"

Резюме

При сдаче дизайн проекта важна подготовка к презентации.

Так же очень важно провести эту презентацию качественно и профессионально.

И последнее, необходимо все правильно оформить документально и перевести клиента к следующей услуге которую вы ему сможете оказывать зарабатывая дополнительные деньги.

Больше информации на темы, смотрите на сайте:

- **«Дизайн интерьера: Планирование пространства интерьера» -**
<http://designyourinterior.ru/dizayn-interera-planirovanie-prostranstva-interera/>
- **«Дизайн интерьера: Работа с цветом в интерьере» -**
<http://designyourinterior.ru/dizayn-interera-rabota-s-tsvetom-v-interere/>
- **«Дизайн интерьера: 3D визуализация интерьера» -**
<http://designyourinterior.ru/dizayn-interera-3d-vizualizatsiya-interera/>
- **«Дизайн интерьера: Рабочий проект» -**
<http://designyourinterior.ru/dizayn-interera-rabochiy-proekt/>
- **«Дизайн интерьера: Комплектация проекта» -**
<http://designyourinterior.ru/dizayn-interera-komplektatsiya-proekta/>



Шаг 8: Авторский надзор

Дополнительная услуга

Авторский надзор - это дополнительная услуга, которая обычно не входит в состав разработки дизайн проекта.

Продажа авторского надзора

Эту услугу необходимо продать.

Чтобы продать авторский надзор, вам нужно определить возможные проблемы клиента, которые возникнут в процессе ремонта. Рассказать о них клиенту, рассказать о способах их решения и предложить свою помощь. Показать как вы можете избавить человека от возможных потерь время и денег.

Ведение авторского надзора

Суть надзора в том, что вы находитесь на объекте и корректируете отклонение подрядчиков от проекта и отвечаете на возникающие вопросы.

После каждого посещения объекта, необходимо описывать в отчёте всё, что там происходит. К письменному отчёту, прилагается фото-отчёт. Если были зафиксированы нарушения, но вы не имеете полномочий влиять на подрядчиков, необходимо передать всю информацию клиенту, чтобы он имел возможность вовремя отреагировать.

Стоимость и порядок расчётов

Авторский надзор может оплачиваться ежемесячно. Другой вариант - это оплата этапов ремонтных работ либо всего процесса создания интерьера. Наилучший вариант это, конечно же, ежемесячная оплата, т.к. этапы и весь процесс может затянуться или даже быть заморожен.

Ответственность дизайнера

Ответственность дизайнера, ведущего авторский надзор заключается в контроле соответствия, выполняемых подрядчиками, работ дизайн проекту. Так же дизайнер контролирует сроки выполнения работы. Бывают случаи, когда подрядчики затягивают определённые виды работ, но клиент этого не видит и не понимает. И тут, задача дизайнера вовремя оповещать об этом клиента.

Следующее, что входит в ответственность дизайнера - это организация поставок материалов, мебели, оборудования и т.п.

Еще одна задача дизайнера, ведущего авторский надзор - это проверка качества работ и всех поставляемых материалов. Ваша задача - вовремя предупреждать клиента о том, что работа делается не качественно. Вы не должны руководить подрядчиками - это задача прораба. Вы не отвечаете за техническую часть выполнения работ, но если вы видите, что итог работы не соответствует проекту, необходимо немедленно ставить в известность клиента. В противном случае, исполнители получат расчёт и уже ничего не переделают без дополнительного финансирования.

Резюме

Авторский надзор - это серьёзная услуга, которая даёт результат. Вы контролируете ход ремонтно-строительных работ и можете повлиять на результат. Для дизайнера результат очень важен. **Реализованные проекты в портфолио дают больший эффект чем картинки или чертежи.**

Больше информации на тему «Дизайн интерьера: Авторский надзор», смотрите на сайте - <http://designyourinterior.ru/dizayn-interera-avtorskiy-nadzor/>



Шаг 9: Управление проектом

Если вы выступаете в проекте не только дизайнером, но и берёте на себя управление, этот шаг будет для вас очень полезным.

Обязанности руководителя проекта

Первое, что входит в обязанности руководителя проекта - это составление графика работ, а так же контроль чёткого следования графику.

С самого начала, после подписания договора, выставляйте график, в котором прописаны все этапы, начиная от эскизного проекта и заканчивая сдачей интерьера. В течении всего процесс, вы контролируете ход. Если что-то меняется, необходимо ставить в известность клиента.

Следующая обязанность - это выбор подрядчиков. Выбирать подрядчиков нужно по персональным рекомендациям. Подрядчики, в первую очередь, должны быть надёжными. С такими проблемы вряд ли возникнут, особенно серьёзные.

Важным аспектом в обязанностях руководителя проекта является получения разрешений или одобрений со стороны властей, таких значительных изменений в интерьере как перепланировка либо пристройка. Это делается только с разрешения определённых органов. За этим так же следит управляющий проектом.

Стадии проекта

Для того, чтобы эффективно управлять, нужно знать основные стадии проекта.

Первая стадия - предварительная беседа и предложение дизайнера.

Вторая стадия - разработка творческих идей, создание эскизного проекта.

Третья стадия - проработка деталей, предпроектная подготовка, а так же начало надзора. На этой стадии уже могут начинаться подготовительные работы на объекте. Управляющий проектом следит за качественным выполнением рабочих чертежей, за их детальной проработки. Следит за качеством спецификаций, которые составляются очень тщательно, включая все детали. Далее, чертежи и спецификации передаются подрядчикам и поставщикам для составления предварительных смет. На основе расценок, составляет общую смету для клиента.

Четвёртая стадия - выполнение ремонтно-строительных работ, их завершение и формальная сдача клиенту. Финальная стадия включает в себя передачу клиенту каких то инструкций, информационных буклетов по технологиям и материалам использованным в интерьере, а так же предоставление гарантий на выполненную работу.

После сдачи проекта

После сдачи проекта необходимо подписать все финальные акты-выполненных работ. Так же произвести финальный расчёт и получить от клиента рекомендации.

Резюме

Подводя итоги девятого шага, обращаю внимание на то, что обязанности управляющего проектом очень серьёзные. Если вы берётесь за это дело, то скорее всего вы не сможете работать над проектирование интерьера. Совместить две должности: менеджер проекта и дизайнер, очень сложно. Стоит определиться, чем вы хотите заниматься и работать с партнёром, который будет либо проектировать интерьер либо управлять всем проектом.

Больше информации на тему «Дизайн интерьера: Управление дизайн-проектами», смотрите на сайте - <http://designyourinterior.ru/dizayn-interera-upravlenie-dizayn-proektami/>



Шаг 10: Дальнейшее развитие

Всё супер! Проект готов! Куда двигаться дальше

В этом уроке я хочу поговорить с вами о том, куда стоит и можно развиваться далее.

Сделав один проект, другой проект, возникает вопрос, что же далее?

Как же развиваться дизайнеру интерьера? Куда двигаться?

И я хочу выделить 3 основных направления.

Фриланс

Первое - это работа фрилансером. Это продолжение той практики, которую вы начинаете, либо, если вы работаете по найму, можете начать. Работа фрилансером может показаться очень интересной и привлекательной. Это частично так, потому, что в работе фрилансера есть свои плюсы:

- вы ни от кого не зависите
- можете уделять работе столько времени, сколько пожелаете
- работать с теми клиентами, с которыми вам нравится, а не с теми, которых вам дает руководство в компании.

Минусами этого направления является то, что вы должны:

- помимо творчества, заниматься всеми административными вопросами самостоятельно
- быть универсальным специалистом во всём
- уметь хорошо себя презентовать
- находить клиентов
- уметь общаться с клиентами, поставщиками, подрядчиками, смежниками
- вести самостоятельно весь проект.

Перспективы этого направления ограничены. Вы в любом случае не сможете работать больше 24х часов в сутки.

Работа фрилансера - это промежуточный этап.

Работа в группе

Следующий этап - это работа с помощниками. В этом случае, вы можете работать менеджером проекта. Для этого необходима группа. Группа может состоять из партнёров или привлечённых фрилансеров.

Плюсы такой работы - это возможность вести одновременно больше проектов (3-5 проектов).

Минусы такой работы всё те же, хоть и в меньшей степени, чем работа фрилансером. Вам придётся работать во всех направлениях самостоятельно. Да, у вас будут помощники, которые смогут делать 3D визуализацию, разрабатывать рабочие чертежи, но даже учитывая это, всё завязано на вас. Если вы решите на время отойти от дел: уехать в отпуск, на обучение и т.п., то вся работа встанет. Все финансовые потоки остановятся. Клиенты уйдут. Это тупик.

Дизайн студия

Целью, к которой стоит стремиться является дизайн студия.

Плюсы организации студии в том, что именно эта форма развития не имеет пределов. Существуют дизайн студии огромных масштабов, работающие на разные страны, на разных континентах, делая проекты самых лучших и самых известных интерьеров.

Создание дизайн студии - это создание системы. Если вы один раз создадите и наладите работающую систему, вы можете уже не заниматься своей компанией. Она все равно будет создавать финансовый поток, поток клиентов, работы. Обеспечивать работой людей. Тут вы вольны выбирать, чем вы хотите заниматься далее: рисовать в 3D максе; рисовать эскизы; разрабатывать концепции; общаться с клиентами.

Для вас открываются бескрайние горизонты.

Вы можете заниматься развитием студии либо двигаться в новых направлениях. Например - строительство, декорирование, инвестирование, всё, что угодно.

Самое главное - у вас появляется время.

Как же достичь новых вершин

Далее я хочу поговорить о вариантах движения. Как вам достигнуть вашей цели.

Для того, чтобы достигнуть цели, в первую очередь необходимо действовать. Второе - это определённые знания и навыки. Знания и навыки можно получить из различных источников. Здесь я выделяю три.

Книги

Первое - это книги. Плюс книг в том, что их огромное количество. Например, по теме дизайна интерьера, на сайте amazon.com более 37.000 книг, из них книг связанных с бизнесом в сфере дизайна около 2.000. Прочитать всё это нереально, по крайней мере за одну жизнь. Не говоря уже про изучение и внедрение. Это же является и минусом. Книги не дороги, но в них очень сложно найти что-то ценное и важно. Для этого необходимо перерывать огромное количество книг. Это не легко.

Курсы и тренинги

Следующий вариант - это профессиональные курсы либо тренинги. Тут гораздо проще. Вы знаете свою проблему, вы видите, что по этой проблеме существует какой-то тренинг либо курс. Вы идёте, проходите курс и проблема решена.

Пример, вы видите, что у вас существует проблема с эскизным проектированием интерьера. Вы чувствуете, что вам тяжело работать с цветом, планировками, эскизами. Возможно вы хотите освоить профессиональную программу. Чётко зная свою потребность, вы идёте на правильный курс, изучаете тему, практикуетесь и проблема решена.

Минусом является то, что вам необходимо чётко знать, что вам нужно. Если вы знаете, что вы не умеете рисовать, например картинки, вы идёте и учитесь. Но если вы имеете какую-то глобальную проблему - организация системы привлечения клиентов, организация бизнес процессов и т.п., и не представляете как к ней подступиться, то тренинги и курсы тут не помогут.

Профессиональная практика

Следующий вариант - профессиональная практика в компании. Это самый распространённый вариант. Дизайнер, закончив обучение, идёт на работу в проектную организацию. Он работает там под началом мастера либо учится самостоятельно. В итоге, по прошествии какого-то времени, он всё понимает, чувствует и знает. Минусом такого подхода является то, что работая в компании, ваш круг обязанностей очень ограничен. Придя на производство и начиная работать, вы специализируетесь на чём-то одном. Даже если вы отвечаете полностью за весь проект, вы в любом случае не имеете представления о том, как организуется весь рабочий процесс, как управлять проектом, как искать клиентов, как работать с клиентами, как общаться с подрядчиками, смежниками, поставщиками и т.д. Это является серьёзным минусом. Так же минусом является то, что это очень длительный процесс, почти как второе высшее образование.

Это было 3 основных и самых распространенных направления развития.

Личный наставник

Отдельным блоком я хочу выделить такой вариант продвижения как - личный наставник. Личный наставник - это человек, который уже добился тех результатов, к которым вы хотите придти. Это тот человек, который поэтапно и по шагам может показать и провести за руку к вашей цели. Результатом этого будет то, что вы запланировали. Если вы выбрали для себя создание студии, то результатом для вас будет - полностью работающая, настроенная и развивающаяся самостоятельно дизайн студия. Ваша задача будет только направлять её в нужную сторону.

Для кого это?

Такое направление движения может быть интересна для тех, кто действительно понимает и ценит своё время, для тех, кто осознает, что движение должно быть быстрым и интенсивным, иначе можно потерять время и не достичь своей цели никогда.

Кому это вредно?

Такое движение будет совсем не подходящим и неудобным для людей, которые привыкли ждать работы со стороны. Если вы наёмный работник, который привык сидеть в офисе, заниматься своими делами и ждать когда придёт начальник и будет подгонять, требовать скорейшего выполнения работы, то вам такое врядли подойдёт. Тут придётся работать много и упорно, чтобы добиться результата.

Первый шаг

Первым шагом в этом направлении будет ваше твёрдое решение. Вы должны решить "Да, я хочу поменять свою жизнь. Я хочу добиться серьёзных и ощутимых результатов в своей жизни!".

Примите такое решение и вам останется только сделать выбор, каким образом вы хотите дойти до своей цели: самостоятельно или с чьей-то помощью.

Самое главное - это движение.

Резюме

Как вы видите, в сфере дизайна интерьера есть куда расти и к чему стремиться. Для каждого можно выбрать свой путь, скорость движения и варианты обучения. Ставьте себе амбициозные цели и вы обязательно добьётесь отличных результатов.

Больше информации на тему «Дизайн интерьера: Создание дизайн студии», смотрите на сайте - <http://designyourinterior.ru/dizayn-interera-sozdanie-dizayn-studii/>

Если вы решительно настроены добиться максимальных результатов в сфере дизайна интерьеров, в кратчайшие сроки, тогда заходите на сайт - <http://designyourinterior.ru/dizayn-interera-kouching-konsalting/>

На этом я заканчиваю свою небольшую книгу и надеюсь,
что вы сможете найти в ней полезную информацию для себя.

Видео версию этой книги + маинд-карту Бесплатно
качайте тут на сайте - <http://kursbesplatno.ru/ckmsazik?u=17841>

С удовольствием, отвечу на все ваши вопросы.

Пишите на почту main@antis-studio.kz

Звоните в Skype – maximyurchenko

Моя страница вКонтакте — http://vk.com/maxim_yurchenko

**Успехов Вам в таком интересном деле как проектирование
интерьеров!**

С уважением, Максим Юрченко

