

DESIGN INTERIOR – DE LA PASIUNE LA AFACERE

CUM SĂ DEVII DESIGNER DE INTERIOR



NATALIA BEREZOVSKAIA

The Famous Design

CUM SĂ DEVII DESIGNER DE INTERIOR

Sunteți un designer la început de drum sau aveți planuri să deveniți unul, dar din punct de vedere profesional nu știți ce vă așteaptă, atunci această carte cu siguranță o să vă ajute să luați cea mai bună decizie.

Dacă judecați munca unui designer doar după posturile de televiziune dedicate sau din mediul online și întotdeauna ați crezut că acesta are doar rolul de a alege culorile și modelul canapelei, atunci vă înșelați. De fapt, sarcina acestuia – pentru a materializa visul clientului, necesită o muncă fantastică: implementarea releveului, al schițelor, generarea de soluții tehnice, bugetarea produselor, căutarea celui mai bun raport calitate-preț pentru materiale, finisaje sau mobilier, abilitatea de a lucra în echipă și a coordona un proiect real. În plus, dacă vreți să lucrați ca un profesionist în acest domeniu, trebuie să luați în calcul și multe detalii administrative și legale: taxe și impozite, promovarea afacerii, metode a căuta noi clienți și multe altele.

Această carte o să va dezvaluie atât miturile, dar și cele mai esențiale aspecte despre profesia de designer – de la alegerea corectă a metodei de studiu în domeniu până la crearea propriului studiou de design.

<i>Prefață</i>	01
Introducere	05
 Capitolul 1: Educația	 08
Alegerea educației	08
Alegerea instituției de învățământ	09
- Învățământul superior	09
- Învățământul de specialitate – școala de design și cursurile	11
Arhitect, designer de interior sau decorator – diferența dintre profesii	13
Studierea pe cont propriu	16
Când știi că sunt pregatit să fac design interior?	25
 Capitolul 2. Experiența	 27
De ce este bine să te diferențiezi de concurență?	29
Portofoliu	31
Prima experiență: Într-un studio de design sau ca freelancer?	33
Cine va fi sprijinul vostru pe tot parcursul activității?	36
Cum să obții experiență fără a avea experiență	37
 Capitolul 3: De ce vei avea nevoie?	 42
Pregătire	42
Organizare – modelul corporatist	44
Echipamente	45
Programe (softuri)	50
Mostrare, cataloage și suport tehnic de la furnizori	53
 Capitolul 4: Etapele proiectului de design interior	 56
Etapa 1: Discuția cu clientul și oferta de preț	56
Etapa 2: Semnarea contractului și plata avansului	58
Etapa 3: Releveul și poze de pe șantier	58
Etapa 4: Documentarea și crearea unui concept de design. Ce înseamnă concept?	58
Etapa 5: Planificarea spațiului și mobilarea în plan	60
Etapa 6: Alegerea elementelor de design și finisaj (materiale de finisaj, mobilier, iluminat, decor etc.)	60
Etapa 7: Proiectul 3D și randări	61
Etapa 8: Proiect tehnic (Schițe, planuri și alte detalii tehnice)	62
Etapa 9: Ofertarea produselor și a materialelor/finisajelor	63
Etapa 10: Execuția și urmărirea de șantier	64
Etapa 11: Arhivarea și stocarea proiectelor	65

Capitolul 5: Prezentarea proiectului	68
Colaje și moodboard-uri	69
Schițe de mână	71
Lucru pe calculator	72
Tehnică mixtă	74
Capitolul 6: Predarea proiectului - ce urmează?	77
Supravegherea	77
Pozele finale	80
Publicarea proiectului în online și offline	84
Drepturile de autor	85
Capitolul 7: Design Interior ca afacere	88
Ce înseamnă să fii pe cont propriu?	88
Care sunt sursele de venit ale unui designer	91
Învăță să-ți vinzi serviciul	97
Câți bani să cer pe un proiect?	99
Capitolul 8: Metode de a căuta clienți	102
Site-ul personal și promovarea acestuia	103
Cât de importantă este prezența pe rețelele de socializare?	105
Recomandările	107
Networking și întâlniri de afaceri	110
Apartii media sau TV	110
Când este timpul să colaborezi cu un specialist în Dezvoltare, Marketing și PR?	111
Capitolul 9: Ce îți dorești: Evoluție calitativă sau cantitativă?	114
Dicționar specializat	116
Bibliografie	117
Site-uri utile	118
Anexe	119

A FI SAU A NU FI
DESIGNER DE INTERIOR?

A FI SAU A NU FI DESIGNER DE INTERIOR?

Recunosc că cel mai greu din această carte mi-a fost să scriu introducerea. Am lăsat-o la final și pur și simplu am zis să încep să scriu, bazându-mă că inspirația va apărea pe parcurs :))...

A fi sau a nu fi designer de interior? Dacă vreți să aflați strict părerea mea, eu aș zice a fi, dar cu multă răbdare. Și o să înțelegeți de ce, pe parcursul cărții. Apropo, știți cum am ajuns să termin această carte? I-am lăsat pe echipa de montaj (cei care ne fac mobila acasă) să se desfașoare în voie fără să îi mai supraveghez și m-am concentrat pe scris, punct. Cine a urmărit seria de video-uri #MyFamousHome pe Facebook sau Instagram despre amenajarea apartamentului nostru, ați rețrăit cu mine perioada de 4 luni de când aștept să ne vină mobila :) și astăzi, pe 9 Aprilie 2019, când scriu ultimile rânduri din această carte, a venit încă o parte din mobilă. Sper, dar sper, ca până la finalul acestei luni să se întâmple marea minune. Iar când o să recitesc aceste rânduri peste câțiva ani, chiar o să mă amuz. Așa că voi păstra tot ce mi-a venit în minte să povestesc acum.

Dar cartea nu este despre ultima mea experiență personală, este despre ceea ce voi v-ați hotărât să faceți în viitorul apropiat – să deveniți designeri.

Vă așteaptă un drum plin de provocări, încercări, mult studiu, colaborări, descoperiri, multe idei care se vor transforma în concepte, multe experiențe plăcute și neplăcute, mulți clienți, sper cât mai înțelegători și la rândul lor, cu multă răbdare, echipe de încredere și relații de lungă durată. Ca în orice domeniu, trebuie să tindem să fim mai buni, dacă se poate, chiar să depășim limita confortului, pentru că România are nevoie de asta. Veți vedea pe parcursul cărții că încă suntem cu toții la început de drum și este de datoria noastră să le explicăm oamenilor despre ce lucruri minunate

putem face, despre cum suntem în stare să le transformăm viețile monotone în unele colorate și vesele și cum putem îmbunătăți stilul lor de viață.

Eu consider, că dacă vom fi mai uniți (noi designerii și arhitecții) am putea ajunge să fim prezenți internațional și mai mult, apreciați și promovați mai departe. Avem artiști buni, avem meșteșugari, avem implicare și dorință, pasiune și devotament. Atunci haideți să dezvoltăm acest domeniu, pas cu pas, proiect cu proiect, designer cu designer.

Sunt pentru evoluție, și fac tot posibilul ca lucrurile să se întâmple. „*A fi designer de interior*” vă răspund încă o dată la această întrebare și vă doresc o evoluție frumoasă. Sper ca această carte să fie un prim ghid pe parcursul vostru profesional.

Deși este prima mea experiență de a scrie un text atât de lung, care a devenit o carte, vreau să le mulțumesc celor care m-au susținut. Recunosc că mulți nici nu au știut de planul meu, dar m-am lăsat motivată să duc acest proiect până la capăt. Pentru mine această carte este unul din proiectele vieții. De aceea vreau să îi mulțumesc în primul rând lui Octav, soțului meu pentru că mă susține în tot ceea ce fac și m-a încurajat să termin această carte începută de acum un an și jumătate. Mulțumesc mamei mele care deși nu înțelege ce fac eu în afară de proiecte, mereu mă întreabă dacă sunt bine și dacă iese treaba :) Și nu în ultimul rând, vreau să le mulțumesc celor care îmi urmăresc blogul The Famous Design și pentru multele mesaje de apreciere pe care le primesc. Datorită vouă am scris această carte. Sper din tot sufletul să vă ajute!

Cu drag, Natalia.

A person is sitting on a tall stack of books, reading a magazine. The person is wearing blue jeans with the cuffs rolled up. The magazine they are reading has a yellow cover with the word "ECONOMIA" visible. The stack of books is composed of many thin, light-colored volumes. The background is a plain, light-colored wall.

EDUCAȚIA

01

EDUCAȚIA

Alegerea educației

De când am lansat proiectul ***The Famous Design***, primesc destul de des întrebarea: Unde să fac studiile pentru a deveni designer? O parte din aceste persoane sunt încă la liceu și se gândesc serios la varianta de a încerca să dea admiterea la facultatea de arhitectură sau design, cu o pregătire în prealabil. Dar există și cealaltă parte, care deja se ocupă cu ceva și din dorința de a face o schimbare în viață sau pur și simplu din pasiune pentru design - caută soluția rapidă de a asimila acest domeniu.

Ce recomand?

De fiecare dată am fost sinceră cu fiecare. Și asta înseamnă că pun câteva întrebări importante ca fiecare să se convingă dacă este pregătit să faca pasul de a deveni designer de interior ca un adevărat profesionist.

Chiar vă îndemn să răspundeți la următoarele întrebări:

- Cât timp sunt dispus să îmi dedic pentru a studia acest domeniu complex?
- Câta răbdare dispun pentru a cerceta piața construcțiilor, finisajelor, producătorilor de mobilier, corpurilor de iluminat, accesoriilor etc?
- Cât timp și răbdare am pentru a mă dedica urmăririlor de șantier? Găsirea echipei pentru execuția proiectelor?
- Ce cunoștințe tehnice am? Sau: sunt dispus să învăț partea tehnică - cum se realizează un relevu, un plan de compartimentare și mobilare, planul de electrice sau climatizare etc?

Ce tip de amenajări vreau să fac? Îmi plac proiectele rezidențiale, HoReCa sau office? Care este diferența? Pentru zona rezidențială regulile de amenajare sunt mai simple, însă și clienții sunt de multe

ori nehotărâți ce își doresc cu adevărat și atunci trebuie să vă dezvoltați abilitatea de a convinge clientul ce este mai bine pentru acesta și familia sa. Iar pentru spațiile HoReCa, office sau retail, există norme pe care trebuie să le învățați și să le aplicați, deoarece în funcție de asta puteți obține autorizația de funcționare. Și aici lucrurile stau altfel: contează ce își dorește beneficiarul, dar în primul rând contează ce își dorește viitorul public, viitorii clienți sau potențialii clienți. Deci trebuie să fiți buni și la marketing – cum să faceți spațiul să fie atrăgător și să aducă și câștig?

- Sunt dispus să îmi dedic din timpul liber răspunzând la telefon sau chiar mergând pe șantier pentru a rezolva problemele apărute și care necesită aprobarea specialistului? Din experiență, vă asigur că o să fiți contactat de multe ori în afara orelor de lucru, deoarece programul de execuție nu va coincide neapărat cu programul vostru de lucru.

- Și nu în ultimul rând, sunt pregătit să îmi dedic timpul liber pentru a descoperi și a fi la curent cu tot ce se întâmplă în domeniu? De la noutăți, tendințe, soluții tehnice, echipamente etc.

Pentru cei care au trecut printr-o renovare, deja sunt familiarizați cu relația client-furnizor și client-muncitor, asta vă poate ajuta pe viitor. Dacă nu aveți o astfel de experiență, vă recomand să treceți prin una, poate să asistați pe șantierul unui prieten, unui designer sau arhitect.

În urma acestor întrebări, cu siguranță veți ști dacă pasul pe care v-ați hotărât să îl faceți este chiar potrivit vouă, temperamentului și caracterului dvs.

Și atunci: *Ce instituție de învățământ să urmez?*

Alegerea instituției de învățământ

Învățământul superior

Eu sunt pentru a face o facultate, și mai ales una de stat, cu programă la zi (nu fără frecvență, deoarece este un domeniu care necesită să fii prezent la ore). Eu, de exemplu am absolvit Facultatea de Arhitectură de Interior din cadrul Universității de Arhitectură Ion Mincu din București, dar puteți urma și o altă universitate în apropierea orașului de unde stați acum. Aveți posibilitatea de a studia în străinătate, atunci e și mai bine.

Totuși, vă recomand, înainte de a alege facultatea de design interior, să acordați atenție universităților cu un profil specializat în arhitectură, pentru că are o bază didactică mai avansată în ceea ce privește cunoștințele necesare în această profesie.

Este foarte important ca alegerea universității să fie abordată cu toată seriozitatea: documentați-vă care este programa academică (de preferat pe semestru) și câte ore sunt dedicate celor mai esențiale cursuri – desenul tehnic, desenul artistic, proiectare, istoria artei, studiul de programe de calculator (cum ar fi AutoCad sau 3dMax), acele programe pe care designerii de interior au nevoie în practică. Mai multe le vom discuta în Capitolul III, în secțiunea: Programe.

Alte cursuri de care veți avea nevoie, dar într-o măsură mai mică sunt: principiile de marketing, management, contabilitate, matematică, în deosebi geometria descriptivă, dar și filozofia sau psihologia (aceste subiecte sunt fundamentale, deși importanța lor devine evidentă mai târziu, atunci când veți începe lucrul cu clientul).

Ideal ca studentul, în timpul facultății, să treacă prin diferite tipuri de proiecte de amenajare: rezidențiale (atât pentru un apartament, cât și pentru o casă/ vilă), un magazin sau un centru comercial, proiect de birou, poate un club sportiv sau un centru de sănătate, un proiect HoReCa (cafenea, bar, restaurant sau chiar hotel).

Dacă programa nu înglobează toate aceste subiecte, trebuie să vă asigurați că există cel puțin unele dintre ele. Iar când veți lucra la diplomă, chiar vă sfătuiesc să încercați ceva și mai complex sau un tip de proiect din afara programei. De exemplu, diploma mea reprezenta o casă de modă localizată în centrul Bucureștiului, iar dizertația a atins subiectul relaționării dintre moda vestimentară și arhitectura de interior. A fost o provocare, dar m-a ajutat să înțeleg și care sunt cerințele pentru a proiecta un astfel de spațiu.

Un alt aspect, atunci când alegeți o universitate de profil este să aflați dacă veți face și practică (aici mă refer la un birou de arhitectură sau un studio de design). Aceasta este o experiență extrem de valoroasă, care vă permite să înțelegeți cum se desfășoară activitatea de zi cu zi a designerului de interior. Chiar dacă acest stagiu/practică nu implică neapărat și o remunerare și poate nu veți avea sarcini responsabile, totuși vă ajută să fiți prezent în timpul proiectării unui nou proiect sau la execuția unuiuia deja în curs. Important este să vă dați interesul, pentru că dacă angajatorul va considera că sunteți implicat și dornic de a învăța, este posibilitatea să vă angajeze după absolvirea facultății sau să rămâneți în firmă part-time. Perioada cea mai prielnică pentru un astfel de stagiu este vacanța de vară, în așa fel aveți cel puțin 2 luni și jumătate să învățați cum stă treaba la un birou profesional.

Unele universități chiar încurajează ca studenții să meargă la practică și pot oferi câteva locuri, dar pentru aceasta trebuie să aflați care sunt condițiile și cerințele la secretariatul facultății. Tot

universitățile au și un program de schimb de experiență cu birouri din străinătate, ceea ce reprezintă un mare avantaj pentru voi și pentru experiența voastră. Încercați să aflați despre aceste programe.

Și încă un aspect important dacă decideți să urmați această facultate - trebuie să fiți pregătit financiar (după caz, părinții voștri). Veți cheltui ceva bani pentru a realiza machete, pentru a printa planșe, pentru creioane, lainere, teuri sau rigle, poate chiar și taxa școlară.

Dar cum rămâne cu studiile în străinătate? Cu siguranță, o diplomă a unei instituții străine este cotate destul de bine în România, poate chiar mai bine decât o diplomă obținută în țară. Orice experiență din străinătate, reprezintă un mare atu pentru voi. Cu toate acestea, trebuie amintit că și în alte țări există universități mai bune și mai puțin bune, cadre didactice mai puternice și mai slabe, programe educaționale mai mult sau mai puțin reușite. Înainte de a intra într-o universitate sau o școală de design, trebuie să studiezi cu atenție reputația instituției.

Facultatea la zi sau la distanță/frecvență redusă? În multe domenii de activitate, se practică și studii la distanță sau cu frecvență redusă, dar eu consider (cum am punctat mai sus) acest domeniu destul de complex și chiar este nevoie să fiți prezent la cursuri și ateliere. Iar recomandările profesorilor (tête-à-tête) sunt mult mai valoroase decât să le primiți prin corespondență (online sau poștă). Și dacă ați observat, nu există chiar atât de multe instituții de învățământ în domeniu care au și învățământ la distanță - se consideră că aceasta nu este o profesie care poate fi stăpânită fără contact direct, fără comunicare și schimb de experiență cu profesorii și colegii.

Totuși învățământul superior la distanță diferă de învățământul pe cont propriu (vom atinge acest subiect mai târziu, în acest capitol, la secțiunea Studiarea pe cont propriu) prin faptul că la facultate veți avea toate materiile din programa pe care va trebui să o parcurgeți de sine stătător, iar unele consultații se vor face prin e-mail sau chiar prin telefon cu profesorii. Știu că și există și o perioadă de 2-3 săptămâni înainte de sesiune când au loc cursuri intense cu profesorii și lucrul la proiecte, și doar apoi începe sesiunea pentru a vă putea evalua cunoștințele asimilate.

Învățământul de specialitate - școala de design și cursurile

Înainte de toate haideți să vă explic care este diferența dintre o școală de design și un curs de design. Școala de design este o formă de învățământ intermediar între un învățământ superior și cursuri de

specialitate. Durează în jur de un an, maxim doi și are un program destul de compact, dar se trece prin toate etapele unui proiect, astfel ca în urma absolvirii acestei școli să fiți capabili să duceți un proiect de la A la Z. La noi în țară, din câte știu, exista doar o singură școală de design (acum nu sunt sigură dacă mai avem așa ceva). Dar dacă dispuneți de mai mult timp și buget, atunci puteți merge în străinătate (de ex. Anglia sau Italia, unde se știe că școlile de design sunt cele mai bune din lume) să faceți o astfel de școală de design. Cu siguranță absolvirea acesteia va da bine și în CV-ul vostru. Și încă o dată, pun accent ca la început să vă documentați despre școala respectivă.

În ce privesc cursurile de design la noi în țară, astăzi sunt destul de multe, avem atât cursuri neacreditate, dar și cele acreditate (în urma absolvirii veți primi certificatul acreditat Cod N.C. 3471.3.7 de Proiectant decorațiuni interioare). Ce trebuie să știți despre cursuri: există un risc mare de o pregătire slabă, deoarece astăzi „profesor” poate deveni oricine. Căutați cursuri predate de designeri renumiți, cu o experiență profesională de calitate și un portofoliu de lucrări realizate, ideal ar fi să fie și premiate.

În plus, la majoritatea cursurilor nu aveți suficient timp să învățați bine și un program (sau dacă se predă, atunci la un nivel elementar). Așadar, fiți pregătit să mai faceți un curs separat de AutoCad și/sau 3dMax sau alt soft în domeniu. Alternativa este să studiați pe cont propriu (mai multe detalii în subcapitolul „Studierea pe cont propriu”)

Mai jos vă dau și o listă de recomandări pentru a putea alege corect o școală de design sau un curs:

1. Durata ședinței și numărul total de ore – cu cât este mai mare cu atât este mai bine;
2. Experiența profesorilor. Cine îți va preda? Profesorii chiar au practicat în viața reală designul sau arhitectura? Cât de celebri sunt? Ce influență au pe piața locală sau poate chiar internațională?
3. Cine sunt absolvenții acestei școli? Unde lucrează? Ce recenzii/recomandări au dat despre școala respectivă? Și recomandările sunt destul de subiective, dar puteți analiza cine le-a scris.
4. Există oportunitatea unui stagiu de muncă? Dacă da, atunci este un mare atu.

Fără îndoială, cu cât școala are un renume mai bun, cu atât costul educației este mai mare. Dar și în acest caz, prețul mare nu va garanta și calitatea. Prin urmare, alegerea unui curs ar trebui tratat cu mai multă atenție decât o altă instituție de învățământ superior: comparați, mergeți la evenimentele de tip „ziua porților deschise”,

vorbiți cu absolvenții sau chiar cursanți, citiți recenziile de pe forumuri sau rețelele de socializare.

De obicei un curs de design este încadrat în jur de 40 de ore academice (împărțite pe o zi sau maxim 2 zile pe săptămână), ceea ce înseamnă destul de puțin și obositor, deoarece, de cele mai multe ori, aceste ședințe se țin seara după programul de muncă. Iar dacă mai luăm în calcul că veți mai lipsi o zi sau două (din varii motive), veți pierde destul de mult. Vă recomand să completați cunoștințele cu tutoriale, lecții online sau cărți, despre asta vom vorbi în subcapitolul „Studierea pe cont propriu”.

Un ultim sfat: când se fac prezentări de proiecte (în timpul cursului sau la finalul acestuia), fiți atenți la ce comentarii primesc și ceilalți cursanți. Învățați și din greșelile lor, cu siguranță o să vă întâlniți și cu astfel de situații pe viitor.

Și dacă tot am făcut diferența dintre studii, haideți să vedeți ce face fiecare:

Arhitect, designer de interior sau decorator – diferența dintre meserii

Arhitectul

Dacă nu știți exact ce să alegeți: arhitectura generală sau arhitectura de interior? Trebuie să aflați ce exact vă doriți să faceți. Ca arhitect, trebuie să fiți mult mai tehnic și calculat, dar nu în ultimul rând și creativ, deoarece case sau blocuri tip “cub” poate proiecta și un constructor, iar menirea voastră este să aduceți un plus valoare viitoarei clădiri, asta înseamnă să creați un confort și pentru viitorii locatari. Deci, trebuie să puneți accent mai mult pe inginerie, structură, fizica construcțiilor, rezistența materialelor, geometria descriptivă, istoria arhitecturii pentru a înțelege stilurile arhitecturale. Toate acestea se învață aprofundat la facultate, timp de 6 ani.

Să rezumăm ce face un arhitect: Proiectează spații rezidențiale, de lucru și de agrement – clădiri, case, birouri, centre comerciale și clădiri publice. Arhitectul concepe și dezvoltă planul și forma tridimensională pentru viitoarea clădire, luând în calcul structura de rezistență, fațadele și planificarea spațiului interior.

Diferența principală dintre un arhitect și designer este că arhitectul are o viziune la scară mult mai mare asupra viitorului proiect, în comparație cu designerul care crează proiectul într-un mod mai personal. Însă Universitățile de Arhitectură au creat programe de studii în așa fel ca absolvenții să fie pregătiți atât din punct de vedere tehnic în ceea ce privește arhitectura, dar să fie capabili și să armonizeze spațiul exterior (nu doar fațada, dar și partea de

peisagistică) cu cel interior, luând în calcul toate elementele esențiale pentru a face spațiul cât mai ergonomic, dar și estetic.

Designerul de interior

Spre deosebire de arhitect, designerul nu se ocupă de proiectarea clădirilor. El lucrează cu spațiul existent și caută soluții pentru a organiza cât mai calitativ și confortabil interiorul.

De regulă, designerul colaborează cu arhitectul și inginerul. În caz, dacă este nevoie de a interveni la compartimentare sau reorganizare interioară (modificând structura), acesta nu poate lua propriile decizii fără să se consulte cu cei care au gândit și construit clădirea respectivă.

Designerul se bazează pe nevoile specifice ale viitorilor proprietari și nu este atât de constructiv. Mai degrabă gândește spațiul funcțional și într-un mod logic și estetic. La fel ca arhitectul, trebuie să propună compartimentarea interioară, să planifice deschiderea ușilor, ferestrelor, planul de electrică, mobilarea etc. Iar partea cea mai importantă în această profesie este capacitatea creativă de a alege finsajele, mobilierul, corpurile de iluminat, totul ca rezultatul final să fie cel mult așteptat.

În plus, o latură esențială al designerului este gustul estetic de a completa amenajarea prin adăugarea decorațiunilor și accesoriilor. Ceea ce nici o firmă mare de arhitectură nu va avea timp și răbdare să o facă. De aceea designerul trebuie să aibă abilitatea lucrului la detalii și să fie foarte îngăduitor.

Ce se învață la facultatea de design interior? Desenul artistic și tehnic, se pune accent pe culoare: alegerea culorilor, armonia și contrastele; istoria mobilierului și stilurile de amenajare interioară, dar se trece și prin cursuri și proiecte de arhitectură, pentru a putea înțelege cum mediul exterior se va reflecta și în spațiul interior. Programa învățământului cuprinde și studiul materialelor și al finisajelor, ergonomie și iluminat de interior.

Chiar dacă această facultate pare mult mai artistică, din cauză că face parte din cadrul Universității de Arhitectură (mă refer la Universitatea de Arhitectură Ion Mincu din București, pe care am urmat-o), treci prin foarte multe cursuri tehnice, ceea ce nu e rău, doar că practica îi cam lipsește. Și vorbesc de practica propriu-zisă: vizite pe șantier, vizite la showroom-uri sau magazine de construcții. Sau dacă se fac, sunt cam puține (așa era acum 10 ani, astăzi am auzit să se fac mult mai des prezentări de produse și se vizitează diverse ateliere sau fabrici).

Un alt dezavantaj al acestei facultăți, dar e valabil și pentru arhitectură: nu se învață management-ul și legislația actuală. Te

îndeamnă să devii arhitect independent, dar nu te învată cum. În acest caz, vei fi nevoit să înveți singur, să urmezi un curs sau să cauți recomandări de la colegi sau prieteni pentru a putea înființa o afacere pe cont propriu și mai ales cum să o faci profitabilă.

Decoratorul

Spre deosebire de designerul de interior (și mai ales a arhitectului), decoratorul nu va intra în detaliile tehnice pentru a schimba geometria spațiului. Sarcina lui este de a completa imaginea cu materiale, culori, obiecte și accesorii.

Profesia de decorator presupune adăugarea ultimilor retușuri care redau spațiului o imagine completă, asemenea interioarelor de pe copertile revistelor.

Decoratorul se poate lipsi de studii superioare, este suficient să urmeze doar un curs. Totuși pentru a fi bun în acest domeniu este important să aibă un bun gust estetic, talent la a combina armonios finisajele și materiale după culoare, textură, stil, lumină. Decoratorul nu va asista pe șantier și nu va coordona o echipă care se ocupă de finisarea interioară.

Din păcate la noi încă se face o confuzie între aceste două funcții, chiar dacă fac parte din același domeniu.

Iar ca să vă explic și mai bine diferențele dintre cele trei categorii de profesii, la finalul cărții găsiți Anexa 1 - un tabel cu activitățile fiecăruia.

În concluzie: Ca să deveniți cu adevărat bun în domeniul designului de interior, o facultate vă poate asigura o bază puternică pentru început, însă mulți încep să aprecieze timpul consacrat anilor de studenție abia după absolvirea acesteia și după câțiva ani de experiență practică. Încă îmi aduc aminte, cât de revoltată eram, de ce „ne pierdem” atât de mult timp la cursuri care nu ne vor folosi niciodată. Astăzi însă privesc lucrurile altfel, chiar dacă și în prezent mai loc de îmbunătățiri la învățământul superior.

Ideal ar fi să absolviți o formă de învățământ universitar, dar poate viața nu v-a asigurat această posibilitate, fie financiară sau fie din cauza mediului sau al familiei. Atunci soluția rămâne să mergeți la un centru educațional (after work sau cursuri intense). Totuși, nici educația nu este o garanție a succesului, dar vă crează o rampă de pornire. Va fi nevoie să studiați destul de mult pe cont propriu: din cărți, online și experiența colegilor din domeniu. Este obligatoriu să intrați în cercuri, grupuri de designeri și arhitecți pentru a înțelege cum practică această profesie.

Acum rămâne la alegerea voastră ce formă de învățământ să urmați ca să deveniți designer de interior.

Studiarea pe cont propriu

Dacă totuși ați luat decizia de a studia designul de interior pe cont propriu ***este bine să vă faceți un plan***, exact cum este programa la facultate și să vă stabiliți un termen, dar unul realist pentru a putea cuprinde toate aspectele domeniului. Și important: NU VĂ ABATEȚI DE LA EL! Totul pare destul de simplu la început, însă în realitate este mult mai complicat (să vă dau un exemplu comun: Cum să te lași de fumat sau să slăbești în perioada x de timp. Dacă aveți voință, atunci cu siguranță veți reuși, dacă nu, atunci trebuie să o depășiți).

Avantajele de a învăța pe cont propriu: Vă puteți face propriul program, vă puteți crea sau alege un mediu de studiu mult mai confortabil, unde știți sigur că sunteți mai productivi. Vă puteți retrage de mediul înconjurător, deci vă puteți dedica sută la sută scopului final.

Dar există și *dezavantaje*: Faptul că nu veți avea profesori sau colegi, iar comunicarea și schimbul de experiență va fi limitat la 0. Câteodată o părere obiectivă este de mare ajutor, o să vă convingeți de asta.

Tot ce veți studia pe cont propriu va fi destul de subiectiv pentru că nu va avea cine să vă analizeze lucrările, iar desenul artistic sau chiar unul tehnic este destul de complicat să fie studiat fără un îndrumător. Până și un soft de specialitate devine o problemă atunci când trebuie să vă familiarizați cu lumea virtuală. Totuși, nu este imposibil, dar o să vă ia ceva timp ca să găsiți soluții, de fiecare dată, în tutoriale sau recomandări pe forumuri.

Cum creezi un grafic de studiu? Să zicem că timpul nu vă permite să faceți o facultate sau să faceți un curs after-work din cauza programului încărcat, dar v-ați propus ca într-un an să puteți face proiecte ca un profesionist pe cont propriu. Pentru a reuși va fi nevoie să faceți câteva compromisuri în acest sens, iar unul din ele este timpul liber, pe care va fi nevoie să-l dedicați studiului: weekend-urile și câteva seri din timpul săptămânii (poate nu toate, dar cel puțin trei weekenduri din patru ar fi ideal, plus două seri în timpul săptămânii (numărul de ore o să-l stabiliți voi, unii asimilează repede informațiile, alții au nevoie de mai mult timp). Indicată este să vă creați un orar și să vă ghidați după el.

Dacă vorbim despre sursele de unde să studiați, cum ar fi ***literatura de specialitate***, să știți că este destul de limitată (oricum în mare parte găsiți totul doar în limba engleză): 95% dintre cărți sunt destul de generale și adresate publicului larg, iar acele 5% rămase, sunt bune, dar rare ca tiraj și destul de scumpe.

Din păcate, multe din aceste cărți au informații care se repetă (același lucru se întâmplă și cu lumea online-ului). Chiar dacă denumirea cărții și cuprinsul sunt destul de atrăgătoare și par să „răspundă” la toate întrebările voastre, după citirea acestora o să vă convingeți că multe dintre ele nu vă ajută în practică.

Aceeși poveste se întâmplă și cu **revistele**. Coperțile și denumirile ȘOC atrag cumpărătorul, dar aici nu veți găsi soluții tehnice avansate, pentru că în general revistele de design interior se adresează publicului larg, nu neapărat celor din domeniu.

În concluzie: Învăță, descoperă și fii la curent cu noutățile!

Indiferent de metoda de studiu pe care o veți alege (facultate, școala de design, curs sau studiul pe cont propriu): designul interior este un domeniu în care veți învăța mereu, pentru că tehnologia și noile materiale apar atât de des încât trebuie să țineți pasul cu acestea. Deci, va fi de datoria voastră să fiți la curent cu tot ce apare în acest moment!

Designerul, trebuie să își rezerve timp pentru a își lărgi orizonturile și cunoștințele, și aici nu mă refer doar la domeniul în sine, dar și tot ce ține de cultură, artă, stil de viață sau dezvoltare personală.

Târguri și expoziții profesionale

Va fi nevoie, pe lângă documentarea online, showroom-uri de specialitate sau conferințe naționale să participați și la târguri și expoziții profesionale dedicate arhitecturii, designului, mobilierului, iluminatului sau textilelor. Puteți începe cu târgurile naționale cum ar fi BIFE-SIM (organizat în septembrie la Romexpo sau Ambient Expo (ceva mai mic, organizat în martie tot în incinta Romexpo). Dar, ulterior, vă recomand să vizitați cel puțin o dată la doi ani unul din târgurile internaționale, cum ar fi iSaloni din Milano sau Maison & Objet din Paris, pentru a vedea noutățile marilor branduri și standurile spectaculoase ale acestora. Tot aceste târguri sunt o sursă foarte bună de documentare și inspirație pentru următorul an: veți afla care sunt tendințele în materie de finisaje, tehnologie, dar și care sunt culorile ce vor domina locuințele noastre.

Mai jos găsiți lista celor mai mari târguri internaționale din Europa, care sunt foarte utile designerilor, arhitecților, dar și furnizorilor sau chiar potențialilor clienți:

- **Heimtextil**, Frankfurt - mijlocul lunii ianuarie
- **Maison & Object**, Paris – se organizează de două ori pe an: mijlocul lunii ianuarie și începutul lunii septembrie
- **Ambiente**, Frankfurt - începutul lunii februarie
- **Light & Building**, Frankfurt - martie
- **iSaloni**, Milano – în luna aprilie

- **Habitare**, Helsinki - la mijlocul lunii septembrie
- **Decorex International**, Londra - sfârșitul lunii septembrie
- **100% Design**, Londra - sfârșitul lunii septembrie

Cărți de specialitate

O sursă importantă de informații sunt cărțile, dar deja am atins acest subiect mai devreme. Nu există cărți care te fac designer după citirea acestora, dar există cărți care te învață punctual acest domeniu, de exemplu cum să devii designer (de altfel și această carte), cum să lucrezi în diverse softuri, cărți dedicate trucurilor și soluțiilor în timpul renovării, istoria arhitecturii și a designului și așa mai departe. Din păcate majoritatea cărților sunt scrise în limba engleză, iar anumiți termeni tehnici sunt mai greu de înțeles la început (vă puteți ajuta de un dicționar). În limba română găsiți puține cărți de specialitate, și asta am identificat încă din facultate, când am studiat din notițele predate la curs, nu din cursuri tipărite.

Recunosc că și informațiile din acest domeniu se schimbă de la o zi la alta. Iar o carte dedicată materialelor din construcții și finisaje scrisă de acum 10 ani nu mai este actuală astăzi. Actuale rămân principiile și etapele unui proiect, dar nu și tehnologia de aplicare în practică.

Să ne întoarcem la cărți. Mie îmi place să citesc, de aceea sentimentul de a ține o carte în mână mă face mai fericită. Așa că în timp, mi-am creat o mică bibliotecă, din care o să vă recomand câteva cărți cu adevărat bune, pe care merită să le studiați și chiar să le aveți:

- **NEUFERT manualul arhitectului, elemente de proiectare și de construcție**, de PETER NEUFERT, CORNELUIS NEUFERT. Această carte este biblia arhitecturii, de aceea trebuie să fie prezentă în casa voastră. Cartea poate fi descărcată în format PDF și chiar în limba română, de pe site-ul: http://www.academia.edu/6712986/Neufert_-_Manualul_arhitectului_ediția_37_;
- **The BIID Interior Design Job Book**, de Diana Yakeley, Editura RIBA Publishing, pe care am așteptat-o cam 6 luni de zile ca să o pot avea în biblioteca personală, dar mai ales pentru informațiile pe care le ascunde. Despre ce este: „Este prima carte care stabilește standardul profesional în derularea unui proiect de design interior, pas cu pas, oferind îndrumare la fiecare etapă: de la evaluarea cerințelor clientului până la materializare. Informațiile din această carte se pot adapta atât unui proiect mic de design sau arhitectură, dar și pentru unul de o amploare mai mare, iar recomandările juridice vă pot ajuta să vă planificați munca și viitoarele proiecte. Este recomandată atât designerilor cu experiență, dar și celor care sunt la

început de drum”;

- ***Interior Design: The Best Beginner's Guide For Newbies de Simon Brake***, Editura Paperback, 2017. Această carte este concepută pentru oamenii care vor să învețe acest domeniu și nu au timp să facă școala care durează câțiva ani. Cartea este un ghid pentru începători, destul de concis, dar la obiect. Are 66 de pagini care explică elementele de bază ale decorului și a stilurilor de interior. Tot aici veți afla despre cum să combina culorile, cum să alegeți materialele și cum să organizați camerele pentru ca spațiul să fie aerisit. Dacă nu ați proiectat niciodată o cameră înainte, atunci nu aveți idee de unde să începeți. Iar această carte vă ajută la asta;

- ***The Interior Design Reference & Specification Book: Everything Interior Designers Need to Know Every Day***, de Linda O'Shea, Chris Grimley și Mimi LOve, Editura Paperback, 2013. Și această carte este foarte bună pentru cei începători. Ideea acestei cărți este că trăim într-o lume cu foarte multe informații, iar această carte include informațiile esențiale pentru planificarea și executarea proiectelor de design interior prin cele mai simple metode.

Este important să citiți cărți atât despre cum să îți creezi și să îți crești o afacere de la 0, ce înseamnă domeniul designului de interior, dar și cărți dedicate istoriei stilurilor, artei, arhitecturii, chiar modei sau fotografiei. Aceste informații vă ajută să vă dezvoltați abilitatea unei comunicări vizuale, dar și a viziunii mult mai ample în spațiu.

Să începem cu istoria mobilierului, aveți 2 cărți din care am studiat chiar eu:

- ***Design, de Anne Bony***, editura Chambers Arts Library;
- ***Contemporary Furniture***, de Sebastian Conran & Mark Bond, editura Conran Octopus.

Ca să înțelegi spațiul interior și volumetria acestuia, este foarte important să învățați despre Istoria arhitecturii și a designului interior, stilurile acestora, materialele folosite de-a lungul anilor și poveștile ale celor mai renumite clădiri din lume. Iată câteva exemple:

- ***The Elements of Style: An Encyclopedia of Domestic Architectural Detail***, scrisă de Stephen Calloway, Alan Powers și Elizabeth Cromley, Editura Hardcover 2012. Este o carte care cuprinde o colecție bogată de imagini, organizate pe perioade, de la arhitectură, elementele interioare, materiale și finisaje, din perioada Tudor până în prezent. Un ghid de referință destinată proprietarilor de case de epocă, restauratorilor, arhitecților, designerilor de interior și tuturor celor interesați de istoria arhitecturii;

- ***History of Interior Design***, de Jeannie Ireland, Editura Paperback. Este o altă carte reprezentativă pe care trebuie să o aveți

în biblioteca voastră. Această carte acoperă tot ce înseamnă istoria arhitecturii, a interioarelor și a mobilierului la nivel global, de la cele mai vechi timpuri până la sfârșitul secolului al XX-lea. Fiecare capitol vă oferă informații despre contextul social și cultural și despre inovațiile tehnice ale perioadei și a locului și ilustrează impactul acestora asupra evoluției în design interior. Cartea scoate în evidență influențele inter-culturale ale stilurilor și a designului, care se schimbă de la o perioadă la alta.

Toate cărțile străine se pot cumpăra online sau le mai găsiți în unele anticariate la noi.

Și să nu uităm să înțelegem și cultura și tradiția poporului nostru, de aceea vă recomand să citiți și cartea „Istoria arhitecturii românești” scrisă de Grigore Ionescu, Editura Cartea Românească (ediția Princeps, 1937). Chiar dacă această carte deja este o raritate și se găsește destul de greu, este foarte bună. Această lucrare a fost premiată de Societatea Arhitecților Români.

Reviste de design

Dacă cărțile povestesc mai degrabă despre caracteristicile și normele din domeniul arhitecturii, designului sau al construcțiilor, revistele de specialitate reprezintă sursa noutăților și a inovațiilor. Din păcate, la noi în țară revistele print aproape au dispărut. Iată câteva titluri pe care le mai puteți găsi pe piață: Elle Decoration, Confort, Ideal Decor, Casa Lux; dar mai există și reviste de arhitectură care publică și amenajări de interior: Igloo, Casa Mea, Arhitectura sau Zeppelin.

Dacă vreți să aflați părerea mea personală despre: Care este cea mai bună revistă de design din România?, recunosc că îmi este cam greu să răspund la această întrebare. Prefer să mă inspir din revistele internaționale sau să folosesc online-ul pentru asta. Acum câțiva ani am lucrat la o companie multinațională de retail care comercializa presa, atât națională cât și străină. Pot să spun că acest avantaj de a lucra acolo mi-a creat posibilitatea de a răsfoi multe reviste din afară care sunt o sursă senzațională de inspirație. Și acum mai păstrez o colecție mică de reviste la birou, cu următoarele titluri:

- ***Ideat*** - o revistă de design și artă franceză cu o grafică foarte impresionantă. Din cauză că revistele sunt în limba franceză (iar eu nu prea o cunosc), le folosesc mai mult pentru inspirație vizuală;
- ***Monocle (UK)*** - o revistă tip Lifestyle despre cultură, artă, shopping, modă, design, arhitectură etc. Este o revistă pe care o poți răsfoi și reciti și după câțiva ani. Cei de la Monocle au creat un concept multiplu de revistă print, revistă online, radio online și chiar un magazin fizic în mai multe țări din lume;

- **Elle Decotion (UK)** – Nici nu am ce să comentez, englezii sunt buni la design, la textile, la mobilă, la tot. Merită răsfoită și chiar citită, mai ales că este și în limba engleză;
- **Wallpaper* (UK)**- Wallpaper este una dintre cele mai influente reviste de stil și decorațiuni. Publicația atrage cei mai sofisticați cititori datorită politicii editoriale de a prezenta întotdeauna cele mai noi și mai creative stiluri de viață;
- **Good Homes (UK)** - te ajută să îți transformi locuința într-o bijuterie oferindu-ți o mulțime de informații și sfaturi în domeniul decorațiunilor și al designului (tip DIY). Asta dacă îți place să meșterești lucruri pe cont propriu.

Bloguri de design interior

Să trecem și pe online și să vă vorbesc puțin despre blogurile de design și arhitectură. Ca și în cazul revistelor, cele în limba română nu sunt chiar atât de multe. Dar câteva bloguri mai găsiți pe site-urile unor studiouri de design, care, de principiu au fost create pentru optimizarea SEO (și asta o vorbesc din propria experiență). De exemplu, pentru site-ul studioului nostru Creativ Interior (www.creativ-interior.ro) avem categoria Blog, creată în urma recomandării echipei de web-design cu care colaborăm, iar acest lucru se face pentru conținutul ce ajută la indexarea în Google. O întreagă poveste și cu site-urile astea, dar mai multe le vom dezvolta în Capitolul 8. Acum însă vreau să vă povestesc despre blogurile care vă pot ajuta în documentare, dar și pentru informații utile, atunci când studiați pe cont propriu sau căutați răspunsuri la unele întrebări din domeniul designului. Cum ziceam mai sus, în România, încă sunt destul de puține, iar majoritatea oferă doar poze de inspirație cu proiecte străine, care aproape că nu se pot adapta în locuințele noastre. Lipsa informațiilor cu adevărat valoroase, scrise chiar de cei cu experiență din domeniu (nu vorbim de jurnaliști sau pasionați, dar de designeri sau arhitecți) m-a făcut să pornesc proiectul The Famous Design (thefamousdesign.ro), care, mai degrabă este un site-blog de educare, cu multe sfaturi utile și recomandări din domeniu - de la echipe de constructori, furnizori de finisaje, materiale, obiecte create de designerii români sau showroom-uri.

Recunosc că designerii, din cauza programului încărcat nu mai au timp să se ocupe și de scris texte, asta s-a întâmplat și în cazul meu, până când pur și simplu am zis că e momentul să fac ceva mai mult, așa că din luna mai 2017 (de când am înființat The Famous Design) îmi dedic câteva ore pe săptămână pentru a scrie câte ceva util pentru cei care vor să învețe sau să facă un proiect de amenajare pe

cont propriu. Chiar dacă unii mă întreabă: „De ce dau informațiile gratis?” Eu nu gândesc așa, mai degrabă merg pe principiul: să explic persoanei interesate ce presupune munca unui designer și să îi dau cât mai multe sfaturi utile și practice, iar aceasta va hotărâ dacă este pregătită să facă totul de una singură, sau totuși să apeleze la un specialist. Decizia o ia fiecare și nu încerc să influențez pe nimeni. Până și această carte o scriu din dorința de a povesti ce lucruri frumoase facem noi, designerii, dar în același timp cât de complicate sunt.

Să revenim la recomandări. Iată câteva bloguri românești care merită urmărite:

- ***TheFamousDesign.ro*** – chiar vă îndemn să intrați pe blogul meu, și dacă îmi dați și o părere ar fi și mai minunat! Ce găsiți aici? Multe sfaturi utile și practice, poate mai puține poze de inspirație (pe care cu siguranță le puteți găsi pe alte site-uri). Tot aici scriu poveștile celor care fac lucrurile cu multă pasiune și la care puteți apela cu mare încredere;
- ***Designist.ro***, citez chiar de pe site-ul lor: „este primul proiect de publishing online din România pe zona de design” lansat în 2011. Este un blog de inspirație cu multe proiecte realizate de designeri români. Și cum o spun ei: „oferim în fiecare zi cea mai bună selecție de proiecte de design interior, design de produs, arhitectură, evenimente de profil, spații publice, idei de amenajare. Dar nu de oriunde sau de peste tot, ci pe cele mai valoroase din România. Nu o facem din patriotism pur și simplu, ci din convingerea că o vitrină cu cele mai bune proiecte de design românesc va conduce implicit la o validare și din partea consumatorului de design de la noi și de pretutindeni.” Vă recomand să îl parcurgeți;
- ***jurnaldedesigninterior.com***. Un alt blog de inspirație cu o galerie foarte bogată de poze și proiecte;
- ***adelaparvu.com***. Cred că toată lumea a auzit de Adela Pârvu, jurnalist de design interior. A fost prima persoană care a lansat un blog de design interior în România, de aceea veți găsi foarte multe informații;
- ***SpațiulConstruit.ro*** – Da știu, și eu prima oară am crezut că este un site dedicat constructorilor și eventual arhitecților, dar să știți că aici veți găsi foarte multe sfaturi tehnice, dar și furnizori sau recomandări de arhitecți, designeri, construttori, ingineri, perisagiști etc. Mai bine spun este un portal în care cu siguranță găsiți orice informație din domeniile enumerate mai sus.

Apropo, știți de unde găsesc eu informații cu adevărat prețioase? Pe site-uri rusești (asta pentru cine știe limba rusă), spre deosebire de alte țări, rușii chiar sunt darnici la informații. Până și multe cărți

electronicele pot fi descărcate gratuit. Dacă are cineva nevoie de recomandări, sunt dispusă să vă ajut, doar să îmi dați un semn.

Iar dacă vorbim despre bloguri internaționale specializate pe design interior, de produs și mobilier, astăzi, există atât de multe, încât nu mai știți de unde să începeți căutările. Eu totuși am încercat să vă fac o listă cu cele mai complete și mai utile site-uri, recomandate de mine, dar și de mai mulți colegi din domeniu:

1. Houzz.com este un fel de „wikipedia” al acestui domeniu. Aici poți găsi cea mai mare colecție online de idei pentru a-ți optimiza locuința. Este o bază de date bine organizată și destul de bogată care conține peste un milion de fotografii. Utilizatorii pot crea un „ideabook”, unde își salvează imaginile preferate pentru referință;

2. ApartmentTherapy.com Un ghid excelent de documentare în domeniul designului, fondată în 2001 de Maxwell Ryan, care la rândul lui este designer de interior și life Coach. Conceptul site-ului este: pe lângă inspirație, să transmită informații utile pentru a îmbunătăți calitatea vieții prin înțelegerea elementelor de bază ale unei case confortabile;

3. RetailDesignBlog.net Dacă căutați cumva idei de inspirație în domeniul Horeca, retail sau design de birouri atunci acest site e cea mai bună variantă. Proiectele sunt culese din toată lumea, puteți găsi chiar și proiecte din România. Am folosit acest site mult timp până l-au transformat într-un portal cu plată, iar asta datorită unei baze enorme de proiecte din toată lumea;

4. Design-milk.com Un site american care are ca bază colaborarea cu diferiți designeri și jurnaliști pasionați de design pentru a posta o serie de subiecte din domeniul designului de interior, arhitectură, artă, călătorii și multe altele. Informațiile sunt ușor accesibile, oferind studii de caz detaliate și link-uri utile de publicitate către site-urile relevante;

5. FreshHome.com Dacă nu știți site-ul FreshHome.com a fost fondat în 2007 de un român, pe numele Mihai-Cristian Micle care s-a adresat publicului american și nu celui românesc, având o strategie bună la mijloc (povestea lui de afaceri o puteți citi pe site-ul revistei Business Magazin). Însă după 9 ani de la înființare, compania a fost vândută firmei americane Soda.com. Site-ul este o sursă de inspirație pentru articolele cu teme din design și arhitectură;

6. TheCoolHunter.net Îmi place descrierea lor de pe site, pe care o și citez: „The Cool Hunter nu este un trend-watch sau un detector de tendințe. Acoperim doar ceea ce ne inspiră în subiectele precum: designul, arhitectura, stilul de viață, arta și călătoriile. Rămânem relevanți stând în afara tendințelor și trendurilor prin schimbările constante, fluctuante ale gustului și a stilului.”

Astăzi online-ul a devenit un lucru „sfânt”, dar experiența vizuală nu se rezumă doar la studierea acestor site-uri, a cărților și a revistelor. Un designer trebuie să le vadă real, fie este vorba de o clădire, un muzeu sau chiar un showroom. Vă recomand să călătoriți (mult), de la început puteți vizita chiar orașele din România, apoi să continuați cu satele tradiționale (cel puțin să mergeți la Muzeul satului din București sau cel de lângă Sibiu - Complexul Național Muzeal „Astra”), iar după aceasta puteți pleca prin lume (Europa, Asia, America). Fiecare țară are cultura și istoria care se reflectă în artă, urbanism, arhitectură și amenajări interioare. Vă recomand să studiați clădirile și interioarele cu multă atenție la detalii, faceți poze, documentați-vă despre istoria acestora (în acest fel veți combina plăcutul cu utilul). Vizitați muzeele de artă și istorie. Citiți despre poveștile marilor artiști plastici sau arhitecți.

Mergeți în showroomuri și în magazine de specialitate. Iar cu cât o faceți mai repede, cu atât o să vă fie mai ușor atunci când veți începe munca propriu-zis, deoarece mai târziu, vor apărea alte priorități și poate nu veți avea destul timp să căutați obiectul sau finisajul perfect printre sute și mii de modele existente pe piață. De exemplu, sâmbăta ar fi o zi minunată pentru documentare (profitați că multe magazine au program, cel puțin până la prânz). De dimineață mergeți la o prezentare de materiale, iar după, continuați ziua cu o plimbare în parc sau studiați clădirile istorice. Mă repet încă o dată: combinați plăcutul cu utilul!

Mergeți la diverse conferințe, seminarii sau workshopuri specializate (chiar și cele plătite, dar să merite).

Până și moda, are directă legătură cu designul interior - vă puteți convinge singuri, dacă căutați online ce fac marile branduri de modă, cum ar fi Hermes sau Versace. Exact, crează și colecții de textile, mobilier, corpuri de iluminat pentru fideli săi clienți. Iar revistele de modă vă pot ajuta să vă dezvoltați simțul estetic și să aflați multe informații despre tendințe, care de cele mai multe ori se regăsesc și în interioarele caselor. De exemplu: culoarea anului (stabilită de Institutul Pantone) regăsită atât în hainele noastre, accesorii, dar și în diferite elemente ale unui interior.

Și, poate cel mai important - o perspectivă optimistă asupra lumii și multă energie pozitivă, va provoca multă inspirație pentru ceea ce veți propus să faceți!

Când știu că sunt pregătit să fac design interior?

Nu există o formulă magică care vă va transforma peste noapte într-un profesionist iscusit. Este nevoie de multă muncă și timp pentru a învăța, cel puțin baza acestei profesii. Dar cum tehnologia avansează de la un an la altul, în permanență veți fi nevoit să studiați piața, noile materiale și soluții tehnice și cu toate astea să convingi echipa de execuție să le implementeze.

Din păcate, în România, cei mai buni constructori/meseriași sunt plecați din țară, iar cei pricepuți, care au rămas, nu sunt chiar accesibili. Restul sunt destul de limitați la idei și soluții, ba, de cele mai multe ori împiedică creativitatea designerilor să fie materializată. Dar despre constructori o să vă povestesc în Capitolul 4. Dacă, într-adevăr v-ați propus să deveniți un designer, partea de implementare nu ar trebui să vă sperie sau să vă descurajeze, din contră, luați-o ca pe o provocare de a executa un proiect până la final. Acest lucru vă ajută să vă testați abilitățile de creator, executant, dar și de coordonator de echipă.

Începeți cu un proiect mic, poate chiar cu reamenajarea casei personale sau a unei rude/prieten. Aflați ce le lipsește și ce își doresc persoanele care locuiesc aici. Încercați să vă implicați în execuție, ca să înțelegeți tot procesul. Dacă cumva nu găsiți soluții la anumite probleme – documentați-vă pe internet sau întreabați un specialist, o cunoștință din domeniu. O astfel de experiență reală, o să vă convingă dacă sunteți pregătit să faceți un proiect adevărat!

EXPERIENȚA

02

27 / 40

EXPERIENȚA

Parcă ieri am terminat facultatea, și pot spune că au fost cei mai frumoși ani din viață, pentru că am știut să profit de acea perioadă, în care, am învățat, dar în același timp, m-am bucurat de tinerețe :) Când au trecut acești ani, nu știu, cert e că au trecut repede.

Dar să ne întoarcem în prezent. Foarte frumos: am absolvit facultatea, sunt oficial Arhitect de Interior, și acum ce urmează? M-am trezit la realitate! (asta s-a întâmplat în vara anului 2011). Eu plecată de acasă, fără să am unde sta în București (căminul se închide pe timpul verii, și oricum deja eram absolventă) și pe lângă asta: am prins și perioada de după criza din 2008, când aproape că nu mai existau studiouri de design, poate câteva birouri de arhitectură mai mari, care au reușit printr-o minune să supraviețuiască decăderii economice.

Abia atunci mi-am dat seama, că eram atât de concentrată asupra diplomei și a facultății, având un oarecare confort psihic, dar și financiar (aveam bursă, mică, dar era ok, am mai și lucrat câte ceva part time și cel mai important aveam unde să stau – gratis). Pe atunci nu mi-am pus problema că după susținerea diplomei va fi nevoie să decid ce fac mai departe. Și m-am trezit cu câteva săptămâni înainte de diplomă, panicată, că nu știam încotro să o iau.

Până la urmă am făcut ceva, dar nu a fost parcursul meu profesional în direcția cea mai corectă. Să zicem că jumătate de an am avut timp să analizez ce înseamnă să devii matur și de acum în colo cum să începi să îți câștigi existența. Și experiența asta a fost bună, dar recomand celor care sunt în ultimul an de facultate să se gândească din timp la ce vor face după terminarea acesteia.

Nu trebuie să vă luați neapărat după un model de experiență „ideală”, nu există așa ceva. Fiecare își are parcursul său, dar este bine să analizați și să vedeți ce tip de experiență o să vă folosească pe viitor. Să încep cu exemplul personal: Prima angajare a fost cea mai groaznică experiență, nici nu pot să spun că a fost o angajare,

pentru că am rezistat doar 2 săptămâni și nici alea întregi. S-a întâmplat asta cam la 7 luni după ce am devenit oficial Arhitect de Interior. M-am întors în București și am început disperată să caut un job în domeniu. Da, am găsit ceva, într-o firmă care mai mult se ocupa de producție publicitară, dar făcea și ceva amenajări pentru clienții care cereau asta, de principiu în domeniul HoReCa. Îmi amintesc că am început lucrul pentru o propunere de reamenajare a renumitului Doroftei Pub din Ploiești. Și nu l-am terminat pentru că am plecat. De ce? Motivul a fost simplu: indiferența față de angajat. Calculatoarele la care se lucra erau "antice", și ca să deschid un program (pe atunci lucram în Sketchup) trebuia să aștept vreo 10 min, păi ca să mai salvez și să lucrez ceva îmi lua o veșnicie. Am remarcat asta și am insistat să mi se schimbe calculatorul dacă doreau să termin proiectul la timp. Iar ca să vin cu laptopul meu, nu mi se părea corect. Așa că „insistarea” mea s-a transformat într-un refuz oficial, justificarea fiind: „Un designer bun poate lucra pe orice calculator”. Și am plecat. Fără să mai primesc măcar un ban pentru acele zile petrecute acolo.

Credeți că a fost o experiență care m-a dezamăgit? Daaa, să știți că da. Mă gândeam atunci cum e să termini facultatea și prima experiență reală să se termine așa. M-am oprit și am cugetat o vreme. Până la urmă n-a fost așa de rău, asta îmi spuneam atunci (nu uitați că era anul 2012, încă se mai resimțea perioada de după criză, foștii mei colegi cam 80% nu erau angajați), deci era încă ok!

Următorul job (sfârșit de februarie 2012): la o firmă de mobilier, care avea fabrica în Ploiești, dar birourile de proiectare și vânzări erau în București. Am trecut prin vreo două interviuri și m-au angajat așa, fără experiență. Pentru mine a fost o mare provocare, pentru că trebuia să știu să lucrez în 3dMax și nu știam - am rezolvat-o rapid, cam în 2 săptămâni, datorită lui Octav (pe vremea aia iubitul meu), care mi-a făcut un training intens :); trebuia să conduc mașina și nu aveam permis - am rezolvat-o și pe asta, deja începusem școala de șoferi în Moldova, dar așteptam examenele din martie (noroc că a fost bine). Și cea mai grea parte: trebuia să fac vânzări, eu care, nu prea aveam nici un fel de experiență cu clienții, acum trebuia să îi caut și să le prezint serviciile firmei pe care o reprezentam.

Cât am stat? Cam 3 luni și jumătate. Firma din păcate nu mergea cel mai bine, așa că trebuia să facă restructurări, iar eu am fost concediată chiar prima, pe principiul: ultimul venit, primul plecat. Era și logic, așa cum încă nu reușisem să mă integrez în totalitate, deși o parte din colegi chiar erau simpatici.

Între timp am prins proiectele mici pe cont propriu, ceea ce m-au

făcut să prind mai multă încredere în mine și să învăț cum e să interacționezi cu adevărat cu clientul final.

Și ultimul job, cel mai longeviv, chiar și pe mine mă miră cât am rezistat acolo (aproape 3 ani). Contrastul a fost maxim: am nimerit într-o companie franceză multinațională, specializată pe retail. Eu, artistă, într-o lume corporatistă. A fost una din cele mai mari provocări profesionale, dar pe care am trecut-o cu brio. Avantajul acestui job a fost că m-am specializat pe amenajări de spații comerciale și HoReCa.

Cu ce am rămas din toate astea? Să știți că fiecare experiență, fiecare situație, fiecare problemă te face mai puternic. Știți cum e: *„viața te testează ca să vadă dacă ești pregătit să faci ceea ce îți dorești să faci!”*. Pentru mine chiar a fost un test. După primul eșec - nu m-am lăsat. A doua oară, eram convinsă că asta e „soarta mea”, dar m-am ridicat și iarăși am mers mai departe. În schimb după a treia experiență mi-am luat inima în dinți și mi-am dat demisia, pentru a mă alătura lui Octav (care începuse deja munca ca freelancer) și să creștem studioul nostru Creativ Interior, încet încet, cu pași mărunți, dar siguri.

Poate v-am plictisit cu poveștile mele, dar să știți că este bine să aflați și istoriile altor oameni (din domeniu, dar chiar și din alte sfere de activitate). Vă ajută să descoperiți cauzele sau posibile probleme cu care ați putea să vă confrunțați pe parcursul vostru profesional. Învățați din experienta altora, chiar dacă tot o să faceți așa cum considerați că e mai bine din punctul vostru de vedere!

În concluzie: Repet - orice experiență este binevenită, fie una pozitivă sau una mai puțin plăcută. În așa fel veți afla ce vă place în postura de angajat sau ce nu vă place și nu ați repeta cu viitorii voștri angajați. Profitați de perioada de a fi angajat, atunci aveți timp să vă perfecționați tehnica de a lucra în programe, de a interacționa cu oamenii, de a lucra în echipă, de a dezvolta încrederea de sine, dar și de a învăța cum se construiește și se crește o afacere profitabilă (urmăriți din umbră, fiți atenți la ce se petrece în jur). Aceasta dacă, scopul vostru este, să nu rămâneți angajat pentru restul vieții.

De ce este bine să te diferențiezi de concurență?

Ca să aveți succes, trebuie să gândiți o strategie de business, să vă creați un stil, un branding care vă va diferenția de concurență. Înainte de a începe ceva în domeniu, vă recomand să studiați piața locală și/sau internațională (asta dacă v-ați propus să activați și pe plan internațional) și să identificați ce face fiecare studio de design

sau designer freelancer: ce experiență au, care sunt clienții acestora, ce tip de proiecte execută, ce servicii oferă, ce promovare fac, de când sunt pe piață, cum au evoluat?

În urma acestui studiu vă puteți crea propriul plan. De exemplu: dacă vă place să călătoriți în orașe cu o istorie frumoasă în spate, cu clădiri clasice, Art Deco, Art Nouveau, vă plac hotelurile elegante și sunteți atras de filmele și vestimentația istorică, cu siguranță stilul care vă reprezintă este unul mai clasic, poate ușor contemporan și neoclasic. Dar dacă vă vedeți mutat într-o metropolă super modernă cum ar fi New-York-ul, Tokyo sau Hong Kong – atunci și amenajările pe care le veți propune clienților vor fi mai high-tech, minimaliste și foarte funcționale. Cu siguranță, nu este obligatoriu ca portofoliul vostru să cuprindă proiecte realizate într-un singur stil. De la început este chiar recomandat să încerci proiecte cât mai diverse (cum se fac și la facultate), unele vor fi pe sufletul vostru, iar altele vor deveni compromisuri de care veți dori să scăpați cât mai curând. Acest lucru vă ajută să identificați ce vă place și ce vă reprezintă cu adevărat, iar pe viitor, clienții o să vă caute anume peste identitatea voastră. Nu uitați să-i studiați și pe designerii internaționali, de exemplu, cum ar fi Karim Rashid sau Phillip Stark – cu siguranță nu îi veți vedea făcând conace clasice, cu stucaturi și basoreliefuri, în schimb Alberto Pinto sau Gérard Faivre sunt specializați în amenajări elegante, ușor opulente, cu o compoziție complexă.

Fiecare și-a găsit calea, dar fiecare are istorie diferită. Unii au făcut școala de arhitectură încă de la început, deoarece s-au inspirat de la părinții care erau artiști plastici sau constructori, alții au tot încercat diverse activități până și-au dat seama că designul este ceea ce îi reprezintă. Chiar vă îndrum să le citiți poveștile de viață și care a fost drumul lor către celebritate (căutați online, sigur veți găsi).

Toate aceste exemple sunt cu un singur scop: să începeți să experimentați, încercați cât mai multe stiluri de amenajare, cât mai multe spații cu destinații diferite (rezidențial, comercial, office etc), să folosiți materiale și finisaje cât mai diverse ca să înțelegeți proprietățile acestora, pentru a identifica cărui stil sau spațiu se potrivesc. Iar mai apoi, să vă convingeți personal, ce tip de proiecte vă fac mai fericiți, dar și pe clienții voștri! Și creați-vă un portofoliul cât mai unitar!

Clienții caută în primul rând un specialist bun, care să le poată transpune nevoile și dorințele. Dacă portofoliul vostru de proiecte va fi atât de variat, aveți șansa să îl bulversați pe client, iar acesta se va gândi de două ori dacă să apeleze la serviciul vostru sau nu. Poate ați observat că unii designeri și-au creat deja un nume datorită stilului pe care îl abordează. Ei nu mai au nevoie de a se promova,

clienții apelează la ei prin recomandare. De aceea, pasul următor, este să mergeți într-o direcție, iar asta vă va face să fiți mai credibili în ceea ce faceți și prezentați.

Portofoliu

Indiferent dacă căutați un loc de muncă sau vreți să atrageți proprii clienți, va fi nevoie să creați un portofoliu de lucrări. Desigur, aceste lucrări/proiecte trebuie să arate foarte atrăgător pentru client. Sarcina nu este cea mai ușoară, dar vă puteți inspira din portofoliile ale altor designeri. Exemplele pot fi găsite atât online sau puteți să îi rugați pe alți colegi din domeniu să vă prezinte portofoliile lor tipărite sub formă de broșură sau catalog.

Când începeți să lucrați la portofoliul personal, gândiți-vă ce tip de clienți v-ați propus să atrageți și în funcție de asta să dezvoltați proiectele. Puneți-vă întrebarea: *Oare prețul pe care îl cer este justificat cu proiectele pe care le prezint?*

Contează enorm de mult prezentarea proiectelor și nu doar rezultatul final (adică pozele de la ședința foto), dar și toate etapele proiectului, pentru a explica exact în ce constă munca noastră. Nu în ultimul rând, trebuie să alegeți metoda cea mai avantajoasă pentru ca portofoliul vostru să fie vizibil și atrăgător.

Portofoliu online

Atât angajatorul, cât și un potențial client va fi mult mai confortabil să vizualizeze proiectele într-un format electronic. Iar datorită tehnologiei moderne, aveți posibilitatea chiar personal să vă creați un portofoliu sub forma unui web-site. Poate inițial nu veți cumpăra un domeniu personalizat, deși dacă v-ați hotărât să lucrați ca freelancer, atunci este de dorit să o faceți încă de la început, dă bine în fața clienților. Totuși, există designeri care și-au creat pagina web gratuită sau mai degrabă un blog (exemplul este www.blogger.com de la Google), unde și-au postat lucrările, publicațiile sau articolele scrise. Dezavantajul acestor site-uri gratuite sunt mai multe: de obicei, sunt umplute cu o cantitate mare de publicitate, iar limitările nu permit crearea unui design cu drepturi depline și personalizat.

O altă metodă de a răspândi proiectele voastre, sunt portalurile specializate, cum ar fi Behance sau Archello.

Portofoliu în format PDF

Acesta este un alt mod foarte convenabil de a vă remarca. Cu toate acestea, atunci când creați un design de portofoliu în acest fel, trebuie să aveți în vedere câteva aspecte. La începutul fișierului, ar

trebui să vă prezentați și să oferiți, succint, câteva informații despre voi (puteți scrie despre interese profesionale, educație, experiență de lucru etc.) și/sau despre studioul de design (dacă deja îl aveți). Acest portofoliu nu trebuie să fie stufos, însă ar trebui să reflecte în mod concis informațiile cheie. Nu plasați mai mult de 4 poze pe o singură pagină. Este de dorit ca toate pozele să aibă aceeași dimensiune, iar designul paginilor să fie în același stil. După cum am menționat mai sus, evitați fișiere cu prea multe imagini. Este destul de dificil să percepi atât de multe informații într-un timp scurt și până la urmă nimeni nu are răbdare să îl parcurgă tot dacă trebuie să privească sute de imagini.

Nu uitați și de ultimile pagini, în care să îi mulțumiți celui care v-a studiat lucrările și să treceți datele de contact.

Portofoliu tip prezentare

La crearea unei prezentări, regulile sunt similare cu portofoliul în format PDF. Cu toate acestea, există unele diferențe: această prezentare este creată din slide-uri, pe fundalul cărora puteți pune chiar o muzică, fundaluri colorate etc. Totuși, acest tip de prezentare chiar dacă este extrem de creativ, nu este întotdeauna apreciat la justa sa valoare.

Iar mai jos v-am pregătit lista cu cele mai importante reguli care vă vor ajuta să creați un portofoliu atrăgător:

Regula 1: max 10-12 proiecte. Nu este nevoie să faceți o prezentare cu prea multe proiecte și poze din toate unghiurile, veți plictisi clientul. Mai bine prezentați cele mai bune opt proiecte, dar care să fie calitative. Clientul nu vrea să vadă toată evoluția voastră, dar vrea să se convingă că puteți să îi realizați lucrarea;

Regula 2: Ordonarea! Începeți de la cele mai bune și reprezentative proiecte. Să nu vă fie teamă să vă „lăudați” cu munca voastră. Este posibil ca inițial să nu aveți proiecte realizate, dar și câteva randări făcute la un nivel profi va atrage atenția. Până la urmă ați muncit la aceste proiecte și scopul vostru este să câștigați clientul;

Regula 3: Mai multe poze, mai puțin text. Nimeni nu va avea suficient timp să citească descrierea proiectelor, dar dacă stați în fața clientului, atunci încercați să-i prezentați personal fiecare proiect. Dacă vă pune întrebări, fiți pregătit să răspundeți la ele. Textele sunt bune pentru SEO, dacă portofoliul vostru este sub forma de site, în rest: IMAGINEA VINDE!

Iar dacă vreți să ajungeți la următorul nivel, atunci creați prezentări video, cu siguranță toți vor fi impresionați!

Regula 4: Rezoluția pozelor. Dacă portofoliul vostru este încărcat

online sau este în format PDF (adus pe un stick), vă rog, aveți grijă la rezoluția pozelor. Doar imaginați-vă scena când stați cu clientul și vă pierdeți timpul valoros pentru încărcarea imaginilor.

Recomandarea este să aveți rezoluția imaginii cât un monitor, în jur de 1920x1080px. Chiar dacă vrem să avem cele mai mari și bune imagini, luați în calcul și faptul că acestea îngreunează vizualizarea acestora.

Regula 5: Proiecte pe categorii. Vă recomand să împărțiți proiectele pe categorii, asta în cazul în care v-ați propus să aveți un portofoliu mult mai diversificat de lucrări. De exemplu: Proiecte rezidențiale, HoReCa sau office. Puteți separa fiecare categorie cu o nouă pagină de prezentare. Iar în dreptul fiecărei lucrări să treceți o scurtă descriere care să cuprindă denumirea proiectului (pe care o puteți da personal, eu de obicei le denumesc după un stil anume sau în funcție de zona unde este localizat: complex rezidențial sau stradă etc), din ce an este proiectul (eventual și anul finalizării), cine sunt clienții (nu trebuie să treceți numele acestora, dar puteți scrie că este o familie cu doi copii etc), care a fost bugetul alocat, ce materiale, finisaje s-au folosit. Această descriere trebuie să arate ca un mic chestionar – scurt și la obiect.

Ce altceva merită luat în considerare? Mulți angajatori și clienți vor fi plăcut surprinși dacă în portofoliul vostru veți include schițe de mână din timpul lucrului la concept sau idei. Marea majoritate a designerilor sau a arhitecților vor să impresioneze doar cu poze atrăgătoare, care uneori nu reflectă realitatea (mai ales dacă sunt realizate doar în 3d) și uită esențialul - originalitatea. De cele mai multe ori, zicala „Less is More” (spusă de Le Corbusier) va câștiga clientul.

Iar acum vă recomand să vă opriți din citit și să faceți ordine în proiectele voastre. După ce sunteți mulțumit de ce vedeți (eventual cereți și părerea unui prieten de specialitate), puteți trece mai departe.

Prima experiență: Într-un studio de design sau ca freelancer?

Eu deja v-am povestit parcursul meu profesional, puțin mai devreme, și dacă vă aduceți aminte v-am recomandat să încercați experiența de a fi angajat.

Chiar dacă astăzi e un „trend” să faci proiecte pe cont propriu încă de pe băncile facultății, eu vă asigur că o experiență la un alt studio de design sau chiar la un showroom de mobilier care include departamentul de proiectare va fi de mare ajutor pentru dezvoltarea voastră profesională. Aici puteți afla multe informații noi, fie tehnice,

fie de creare de concept, care o să vă ajute să înțelegeți mai bine cum este realizat un proiect și să învățați pașii corecți pentru a obține un rezultat performant.

Un alt avantaj de a fi angajat începător este că șeful vostru va fi conștient de posibilele greșeli pe care le puteți face și o să vă verifice, ceea ce nu este un lucru rău. Cel mai probabil vă veți simți inconfortabil că cineva vă supraveghează exact ca la școală, dar vă asigur că această experiență o să vă facă să fiți mai atenți și mai responsabili. Iar dacă șeful vostru nu vă acordă timp suficient pentru explicații (poate este prins cu alte predări importante), *nu pierdeți timpul!* încercați să învățați de la ceilalți colegi cu mai multă experiență: puneți-le întrebări, arătați-le interesul vostru, veniți cu idei. Nu aveți nimic de pierdut! Această inițiativă nu va rămâne neobservată, iar la un moment dat chiar vă va face să avansați mult mai repede și să lucrați la proiecte mai interesante, în schimbul atribuțiilor de secretariat pe care le veți face inevitabil de la început.

Experiența de a fi angajat o să vă convingă în primul rând dacă chiar vă place acest domeniu și acest ritm de muncă. Cei care au făcut facultatea de arhitectură sunt familizarizați cu un program intens, mai ales în perioada predărilor. Totuși, în viața reală, trebuie să deveniți mai organizați - pentru binele vostru și cel al întregului colectiv. Clientul are niște așteptări de la voi, iar dacă promiteți predarea proiectului la termenul x, este bine să calculați corect timpul, luând în calcul că în paralel o să lucrați la mai multe proiecte deodată.

Toate acestea le puteți observa din postura de angajat și să încercați să le evitați pe viitor. În cazul în care faceți proiecte ca freelancer, încă de la început, riscul greșelilor va fi mult mai mare. Va fi nevoie să testați totul pe propria piele. Înainte de a lua decizia cum să procedați, vreau totuși să vă descriu avantajele și dezavantajele de a fi angajat sau de a lucra pe cont propriu, sunt aspectele prin care am trecut personal și pe care aș vrea să le împărtășesc, mai ales cu cei care chiar și-au propus să facă această profesie.

Ca *angajat*:

- *aveți mai mult timp personal* (așa am simțit eu);
- *aveți un program fix*, la terminarea programului aveți tot dreptul să plecați acasă;
- *venitul lunar este asigurat* (indiferent de numărul de proiecte pe care le lucrați);
- *taxele plătite asigură serviciul de sănătate CAS, contribuie la pensie etc;*
- *aveți dreptul la 21 de zile de concediu* pe care le puteți lua oricând;

- *weekend-urile și sărbătorile naționale sunt ale voastre!*
- *dacă nu vă simțiți bine, aveți dreptul de a beneficia de concediu medical.*

Dar ce înseamnă **să fii tu propriul șef**:

- *program flexibil*, dar de cele mai multe ori veți sta după program din cauza că veți lucra mai mult pentru a fi siguri că faceți bani suficienți;
- *să aveți din plin responsabilități administrative*: salarii angajați, plata chiriei, taxe și impozite, acte de contabilitate, promovare și întreținere site + rețele de socializare etc;
- *permanent va fi nevoie să vă îmbunătățiți calitatea serviciilor*;
- *să îmbunătățiți și să mențineți relațiile cu furnizorii și clienții*;
- *vacanțele vor deveni o problemă*, dacă nu aveți toate lucrurile bine organizate înainte de plecare și să aveți pe cineva de încredere care să vă înlocuiască în caz de urgență;
- *până și în weekend uneori va fi nevoie să mai trimiteți un mail sau să vorbiți la telefon cu echipa de pe șantier*. Totuși recomand să nu vă faceți un obicei din asta, ca să nu ajungeți în extrema cealaltă de a vă lipsi cu totul de viața personală;
- *iar când vă simțiți mai puțin bine, o zi lipsă la birou poate da programul peste cap*. Eu recomand să aveți o viață echilibrată: munciți, dar în același timp acordați-vă mai mult timp pentru odihnă, mâncare sănătoasă și sport;
- *sunteți obligați să fiți la curent cu noutățile în domeniu*, dar în același timp să învățați și tot ce înseamnă management sau administrarea unei afaceri;
- *să faceți networking*. Vă ajută să deveniți mai vizibili dar și să creșteți șansele de a găsi noi clienți. Iar networking-ul chiar îți ia din timp. Știm cu toții că cele mai sigure relații se fac face to face, nu pe mail sau la telefon;
- *cheltuielile sunt mai mari*. Cu cât dezvoltați mai mult firma, proporțional cresc și cheltuielile, adică salariile, taxele, echipamentele, chiria, consumabilele etc.

Și cu toate astea, cei mai mulți dintre designeri și arhitecți tot optează să lucreze pe cont propriu. Oare de ce? Pentru că proiectele personale vă poartă numele și semnătura, pentru că oamenii încep să vă admire, să prețuiască munca și să vă recomande mai departe, pentru că nimeni nu vă influențează ideile și propunerile de design, pentru că nimeni nu vă spune la ce oră trebuie să fiți la birou și pentru că primiți direct aprecierea unui client! Iar nemulțumirile acestora, trebuie luate și ele în considerație. Uneori mai greșim și noi, asta-i viața, nu ai cum să îi mulțumești pe toți, important este să învățăm din aceste greșeli și să nu le mai repetăm.

V-ați hotărât să începeți propria afacerea? Atunci să trecem la urmatorul pas:

Cine va fi sprijinul vostru pe tot parcursul activității?

Cu singuranță activitatea pe cont propriu o veți începe singur sau eventual cu un prieten bun cu care ați hotărât să faceți o firmă împreună. Dar cu timpul o să vă convingeți că sunt atât de multe mărunțișuri care o să vă ocupe timpul, și nu vorbesc neapărat de proiecte sau discuții cu clienții, dar tot ce înseamnă partea administrativă, pe care, de la început va trebui să le faceți singur: înființarea firmei, să căutați un contabil bun care să vă ajute la tot ce înseamnă facturi, impozite, legislație, apoi plata facturilor și taxelor lunare, cheltuielile de firmă etc.

Dacă sunteți doi sau mai mulți parteneri, veți împărți activitățile egal, dar dacă sunteți singur, toate responsabilitățile vor pica asupra voastră, până la un moment dat când cele două aspecte se vor suprapune (creația și partea administrativă). Și atunci veți căuta soluții: să externalizați din activități sau să angajați pe cineva (fie să vă ajute la proiectare, fie la administrarea afacerii).

Eu am observat că cele mai productive firme sunt cele în care există o echipă a căror membri sunt atât designeri/arhitecți dar și minim o persoană bună pe management și vânzări. Este prea complicat, ca un om de creație, care are nevoie de timp de a gândi un proiect, să fie preocupat și cum să facă rost de noi proiecte. Vă asigur că în timp creativitatea va fi limitată și veți ajunge să fiți dezamăgiți. Soluția este - cum am specificat mai sus, să aveți un om dedicat, care se va ocupa 100% de afacere și de găsirea noilor clienți, iar voi să stați liniștiți și să concepeți proiectele în lucru.

Totuși, în cazul în care, scenariul descris nu poate fi materializat (cel puțin la început), atunci vă recomand să începeți să vă organizați mai bine ziua și, în timp, să vă găsiți un asistent sau un colaborator pe partea de proiecte, partea pe care deja o stăpâniți.

Haideți totuși să vedem care sunt atribuțiile unui designer:

1. *Lucrul la calculator* – tot ce înseamnă documentație (căutarea pozelor de inspirație, piese de mobilier și celelalte elemente dintr-o amenajare, furnizori, detalii tehnice etc), proiectul realizat în 3D și tot ce înseamnă proiectul tehnic lucrat în programe 2D;

2. *Ofertarea produselor și stabilirea contactelor cu noi furnizori și producători;*

3. *Urmărirea șantierelor și supravegherea echipelor;*

4. *Ținerea legăturii directe cu clientul* - întâlniri, discuții pe proiect, alegerea materialelor și a finisajelor, vizite la magazine și

showroomuri de specialitate.

Chiar dacă, v-ați hotărât să luați, încă de la început, un colaborator sau să angajați pe cineva (cu mai puțină experiență, din cauza cheltuielilor), nu veți avea cum să îi încredințați task-uri prea importante, cum ar fi: ținerea legăturii cu clientul, urmărirea de șantier sau discuții tehnice cu furnizorii, deoarece, clientul a venit anume la voi, designerul șef, și scopul lui este ca proiectul să iasă perfect. Poate fi prea periculos să faceți greșeli mari, chiar la începutul carierei voastre. Să știți că zvonul negativ se răspândește foarte repede pe piață.

Cel mai adesea un om nou în firmă vă poate ajuta la procesul de documentare, iar dacă cunoaște deja să lucreze în programele de specialitate, atunci puteți să îi încredințați această atribuție. Totuși când începe lucrul la primul proiect, vă recomand să îl supravegheați sau chiar să vă dedicați timp să lucrați împreună, pentru a explica stilul vostru de lucru, cum să organizați proiectele și cum să preveniți eventualele erori, mai ales la proiectul tehnic. Următorul pas, va fi să vă însoțească la întâlnirile cu clientul și chiar să mergeți împreună la magazine și șantiere. În acest caz, noul coleg va învăța cum stau lucrurile și în practică, iar data viitoare o să aveți încredere să-l trimiteți pe șantier sau la furnizori după o mostră sau un catalog.

Realitatea este că un angajat nou va avea nevoie de ceva timp pentru acomodare și pentru asimilarea informațiilor. La început va avea nevoie de mai mult timp ca să îndeplinească o sarcină, chiar dacă voi o faceți în zece minute, va pune multe întrebări, chiar dacă la unele din ele vă așteptați să știe răspunsul. Așa sunt toți începătorii, așa ați fost și voi la început. Aduceți-vă aminte. Concluzia este că va fi nevoie să vă înarmați cu multă răbdare; să-l verificați, poate de mai multe ori pe noul vostru coleg. De aceea, vă recomand să „testați” viitorul angajat sau colaborator pe un proiect mai mic (poate fără să îl plătiți, dar să îi explicați că doriți să vă asigurați că vă poate ajuta în vitoarea colaborare). În cazul în care face aceleași greșeli după mai multe verificări, vă asigur că este o pierdere de timp.

Cum să obții experiență fără a avea experiență

De când am lansat blogul personal, am început să primesc tot mai multe mesaje în care cititorii mă întreabă cum pot să devină designeri și cum să obțină experiență, fără a face studii superioare în domeniu. Iată câteva exemple de mesaje:

„Dragă Natalia, am văzut acum puțin timp anunțul postat pe facebook legat de căutarea unui colaborator, designer de interior, în echipa creativ-interior.ro. Eu sunt la început de drum în domeniul designului de interior, dar mă încântă colaborarea propusă de tine pentru viitoarele proiecte întrucât îmi doresc tare mult să dezvolt o carieră și să mă dedic într-un tot al acestui domeniu. Deși pasiunea pentru interioare mă mistuie de mult, am început cam de un an, cu pași mici, să mă dedic și să învăț ceea ce stă în spatele pozelor din reviste sau a site-urilor de profil. Îmi place foarte mult partea de estetică, de exprimare a frumosului prin crearea de experiențe vizuale și senzoriale, dar în același timp sunt pragmatică și încerc să redau cât mai multă funcționalitate spațiilor, pentru că, după cum știm, nici un spațiu nu e îndeajuns de mare pentru tot ce își doresc clienții. Cu toate acestea, încă lucrez la a-mi îmbunătăți aptitudinile, cu precădere cele tehnice ce implică și programele de proiectare a spațiilor, a mobilierului, etc. Nu am îndrăznit să îți trimit un e-mail formal legat de această aplicație, întrucât sunt încă un om mic ce își dorește să ajungă alături de oamenii mari și frumoși ca tine, dar tare mult mi-ar plăcea să te cunosc și poate așa vom înaripa o frumoasă colaborare. Mulțumesc mult! Încântată să îți scriu, Mădălina” sau „Bună! am început să te urmăresc de puțin timp..dar sunt profund impresionată de munca ta..eu am o mulțime de întrebări...vreau să devin și eu designer de interior și nu știu cum să încep..de unde să mă apuc! Am câteva luni de când citesc toooooo ce prind despre design..urmăresc multe bloguri..am aflat și niște programe pe care ar trebui să le învăț..însă simt că nu e suficient. Te rog din suflet..dă-mi un sfat! Ce să fac?(nu vreau să fac facultatea pentru că deja am terminat una și nu îmi permit să fac alta ..mai ales la taxă) Îți mulțumesc frumos pentru înțelegere!” Andra P.

Mă bucură nespuse de mult că acest domeniu a devenit atât de căutat, iar cei cu adevărat interesați caută soluții să învețe, să se perfecționeze, chiar dacă nu au posibilitatea de a face o facultate care durează 5 ani de zile (din cauza vârstei, din cauza familiei sau poate că au făcut deja una). Eu sunt foarte deschisă și transparentă când vine vorba de acest subiect și nu am nici o problemă să dau sfaturi. Încurajez oamenii care sunt ambițioși și știu ce vor de la viață!

Totuși să clarificăm această dilemă: **Cum obținem experiență fără a avea experiență?**

Nu ne naștem dotați cu experiență și de multe ori nici nu aflăm dacă suntem talentați la ceva, dacă nu încercăm și apoi - perseverăm. Avantajul nostru (al oamenilor) este că avem posibilitatea de a ne dezvoltata aptitudinile și talentul, dacă chiar

ne-am propus asta. Dar să luăm pas cu pas ce e de făcut în cazul vostru, pentru a deveni un designer cu adevărat competent:

Pasul 1: Încercați să faceți primul proiect

Cei mai mulți dintre prietenii și colegii mei (dar și din experiența proprie), am început să lucrăm din timpul facultății, chiar din primii ani când încă nu știam multe despre design. De principiu am lucrat gratis, dar mi-am făcut o idee despre ce mă așteaptă pe viitor și dacă chiar sunt pregătită să fac asta ca un profesionist. O altă recomandare este să participați la concursuri. Scopul concursurilor, nu este neapărat să câștigați, dar să vă testați imaginația și să puneți în practică cunoștințele.

Există și programe de intership, unde studiourile de arhitectură sau design sunt deschise să colaboreze cu cei fără experiență. Poate vă gândiți: De ce cineva v-ar lua în echipă fără nici o experiență și ar pierde timpul să vă și învețe? Vă spun eu de ce: Au nevoie de idei, de NOI idei, de o minte „proaspătă”! Și sunteți o sursă bună! Poate nu au bani suficienți să vă plătească, dar vă oferă oportunitatea de a învăța.

Totuși nimeni n-o să vă angajeze dacă nu cunoașteți măcar un program de proiectare pe calculator sau nu știți să faceți schițe de mână.

Vă recomand deja să vă apucați să învățați, de exemplu: să urmăriți tutoriale, iar când simțiți că sunteți pregătit, să începeți să căutați un job sau să trimiteți cv-uri și portofoliul (ăla „mic și sărac” în proiecte, dar făcute de voi) la studiouri de design. Nu trimiteți poze sau randări salvate de pe online (chiar dacă le-ați luat de pe site-uri chinezești :) există șansa ca angajatorul să le recunoască sau chiar să fie din portofoliul lor. Să vă povestesc un caz nostim, dar în același timp, aș spune trist pentru persoana în cauză. Pe vremea când soțul meu, Octav era angajat la un studio de design, firma respectivă era în căutare de noi designeri, iar cei care veneau la interviu trebuiau să vină și cu un portofoliu de lucrări. Într-o zi a venit un băiat care părea foarte convingător și pe lângă asta avea și un portofoliu bogat. Șefii firmei aveau obiceiul de a se consulta cu echipa pentru a vedea dacă potențialii designeri chiar merită postul. Și, mare a fost mirarea, când acel băiat „talentat” avea în portofoliu, lucrările soțului meu descărcate de pe internet. V-ați dat seama cum s-a terminat povestea.

Pasul 2: Începeți să câștigați bani

O minimă experiență este deja făcută, însă urmatorul pas este să cereți bani pentru munca voastră. Fiecare persoană este diferită, unii

dintre voi au nevoie doar de câteva luni pentru a învăța să lucreze în softuri și să facă randări realiste, alții poate au nevoie de 2-3 ani pentru a prinde curaj să facă un proiect cap coadă. Dar când vă simțiți siguri că este momentul să faceți singur un proiect de design, atunci aveți tot dreptul să cereți bani pe acesta (indiferent dacă este un proiect pe cont propriu sau dacă sunteți angajat).

Pasul 3: Deveniți un profesionist

După ce ați căpătat mai multă experiență și încredere, următorul pas este să deveniți un profesionist. Să arătați și să vă purtați ca unul! Dar și să fiți un exemplu pentru ceilalți.

În progresul succesului veți avea nevoie de două lucruri: de o experiență captivantă și de una anostă. Experiența anostă se acumulează din lucrări de rulaj, care de obicei se fac deja pe „pilot automat”. De exemplu: vine un client care vrea să își amenajeze un apartament cu 3 camere în stil modern și vă arată poze exact cu ce își dorește pe pereți, mobilă, finisaje etc. Luați lucrarea și sunteți foarte entuziasmat să propuneți fel de fel de idei, dar clientul ignoră orice propunere și rămâne la ideile inițiale. În acest caz va fi nevoie să terminați proiectul doar ca să scăpați de client. Cu siguranță o să aveți destul de multe astfel de lucrări, cel puțin nu neapărat pentru portofoliu, dar pentru rulaj (da da, veți fi nevoiți să faceți și astfel de compromisuri. Nu puteți sta cu mâinile în buzunar, așteptând când va veni clientul ideal).

Spre deosebire de experiența anostă, experiența captivantă este cea care vă va aduce cea mai multă satisfacție. Proiectele vor fi provocări interesante, iar clienții - deschiși la propunerile voastre.

V-am povestit cum stau lucrurile cu experiența, acum să trecem la capitolul următor despre ce anume veți avea nevoie pe parcursul vostru profesional.

DE CE VEI AVEA NEVOIE?

03

DE CE VEI AVEA NEVOIE?

Să presupunem că a trecut ceva timp în care v-ați dedicat studiului, ați urmărit ce fac colegii și prietenii voștri designeri, ați lucrat sau poate mai lucrați la o firmă în domeniu, dar parcă simțiți nevoia de o nouă provocare - de a lucra pe cont propriu. Și de aici începe o nouă etapă din viața voastră - vă doriți libertate și mai multă creativitate, program flexibil și câștig mai mare. Poate cineva dintre voi se va simți confortabil să lucreze în continuare la un studio de design sau o firmă de mobilier, showroom, dar cei care și-au pus un scop de a deveni liber profesioniști, dorința arzătoare de a lucra ca freelancer vă face să vă dați demisia cât mai repede.

Poate vă întrebați: De cât timp ai nevoie pentru a fi pregătit să pleci și să îți începi propria afacere? Consider că 3-4 ani sunt suficienți. În acest timp, ar trebui să reușiți să învățați cum se lucrează la proiecte și cum se implementează acestea, să vă faceți o idee clară despre modul cum se materializează o amenajare și ce probleme apar pe parcurs, cum se lucrează în echipă și cum să coordonați o echipă. Mie mi-a luat cam 3 ani și câteva luni ca să fac acest pas și recunosc că mi-au prins bine. Am devenit mult mai sigură pe mine decât am fost la început și mi-a fost mult mai ușor să conving clienții că ceea ce fac este bine, decât dacă aș fi o tânără fără experiență abia ieșită de pe băncile facultății care în practică nu a făcut nici un proiect.

Revenim: *Sunteți pregătiți să începeți activitatea pe cont propriu?*
Haideți să aflați de ce veți avea nevoie:

Pregătire

Începeți cu portofoliul. Cu siguranță în tot acest timp ați lucrat la mai multe proiecte și v-ați perfecționat tehnica. Atunci a venit momentul să îl actualizați - introduceți noi proiecte, mai ales cele

care au fost implementate. Dacă ați fost angajat, aveți grijă cum folosiți proiectele. Unele firme vă permit să utilizați proiectele, altele nu, ba chiar există cazuri când vă impun să semnați un acord de confidențialitate, în care sunteți informat, încă de la început, că nu aveți voie să le utilizați în scop personal. În acest caz, chiar vă recomand să nu le publicați online fără a cere permisiunea angajatorului. Evitați orice ocazie de conflict.

Încă o dată accentuez: Portofoliul trebuie să reflecte tot ce puteți face mai bine. Nu îl încărcăți cu prea multe proiecte și text. Nu e nevoie să treceți chiar toate lucrările pe care le-ați avut. Portofoliul are scop să îl câștige pe potențialul client prin faptul că sunteți foarte bun la ceva, și nu om bun la toate, dar în realitate mai la nimic. Rețineți – maxim 10-12 proiecte, cele mai bune pe care le aveți (realizate și cele de concept). Vă îndemn să mai recitiți o dată Capitolul 2 despre portofoliu.

Portofoliul este gata, acum trebuie să vedeți cum oficializați viitoarea afacere. Marea majoritate a colegilor mei au început activitatea ca freelancer fără a înființa o firmă (din cauza cheltuielilor și a taxelor) și cam toți au luat măcar o țeapă. Ca tineri specialiști, suntem prea naivi și mergem foarte mult pe încredere, mai ales în momentul când am prins primul proiect real. Din păcate, speculați sunt mai mulți decât ne așteptăm și trebuie să ne asigurăm că există un act/o dovadă la mijloc.

Am avut și clienți care îmi sugerau că un contract nu valorează nimic. Însă, din experiență, prefer să fiu sigură că am niște termeni și condiții clare (trecute în contract) după care să mă ghidez și să nu mai dau nimic gratis până nu voi fi plătită. O să mai dezvoltăm acest subiect în următoarele capitole.

Și nu în ultimul rând, vreau să vă sfătuiesc să oficializați firma, fie un SRL, SRL-D sau PFA. Apelați la un consultant ca să vă explice care este diferența dintre ele și care o să vă avantajeze pe viitor.

Încă un sfat – înainte de a vă da demisia de la fostul job, asigurați-vă că aveți o sumă suficientă de bani ca să puteți supraviețui cel puțin două-trei luni. Mai bine să stați liniștit, în timp ce căutați noi proiecte/clienți, decât să vă stresați că nu aveți ce mânca a doua zi. Desigur, este destul de dificil să păstrați o sumă de bani, dar cel puțin aceasta poate fi o asigurare în cazul unei urgențe. Puneți-o la o parte și rugați-vă să nu aveți nevoie de ea!

În concluzie, până și renunțarea la fostul post de lucru necesită pregătire. Ideal ar fi, atunci când v-ați hotărât să dați demisia, să aveți deja cereri de proiecte și cel puțin un proiect confirmat.

Poate inițial, veți face muncă dublă, lucrând în paralel la un job full-time și proiecte pe cont propriu, dar la un moment dat nu veți

putea din cauza timpului și chiar al oboselii. Doar imaginați-vă cum este să lucrați cu normă întreagă 8 poate chiar 9 ore pe zi și în paralel să faceți și proiecte proprii după program, până noaptea târziu. Șeful vostru poate observa că vorbiți destul de mult la telefon sau faceți alte lucruri în timpul orelor de muncă. Prin urmare, încercați să gândiți totul înainte de a deveni un antreprenor. Asigurați-vă că ați cântărit toate avantajele și dezavantajele, și nu ați uitat să gândiți și un plan de rezervă. Nu știți niciodată ce se poate întâmpla.

Cât încă sunteți angajat - lucrați la portofoliu, gândiți-vă la denumirea viitoarei firme, creați-vă identitatea cu tot ce înseamnă logo, site, cărți de vizită etc, începeți implementarea acestora. Iar când va veni momentul să aveți primele întâlniri cu clienții proprii, să fiți pregătit cu toate.

Gata, ați luat decizia? Atunci - *mergeți înainte fără frică!*

Organizare - modelul corporatist

Am ajuns să recunosc că mie mi-a folosit experiența într-o companie multinațională, chiar dacă domeniul designului nu are nici o legătură cu viața corporatistă. Pe lângă experiență (cum ați observat, este un cuvânt des folosit în această carte), munca în echipă, programul fix, termenele prea scurte dedicate creației, au dus la - ORGANIZARE, acea aptitudine care m-a transformat! La propriu. Din fire rebelă și prea visătoare, organizarea „m-a adus cu picioarele pe pământ” și m-a făcut să fiu mult mai responsabilă și atentă la ceea ce fac.

Tuturor studenților care au absolvit o facultate de arhitectură sau artă, le este cam greu să se adapteze unui program fix. Chiar am cazuri, printre colegii mei care nu au rezistat să fie angajați mai mult de trei luni, și asta din cauza că erau productivi noaptea (exact cum se lucra în facultate), iar ziua dormeau duși, de nu îi mai găseai la telefon. Sincer, acest stil de viață nu este cel mai eficient, nici pentru voi, nici pentru clienți, nici pentru viitoarea voastră firmă, deoarece ziua se întâmplă lucruri: telefoane, întâlniri, vizite pe șantier. Și dacă apare vreo urgență? Cum veți fi găsit? Încercați totuși, spre binele vostru, să vă creați acest program „normal” de zi încă din timpul facultății.

Deci lucrăm ziua, iar o zi de muncă are în jur de 7-9 ore, în care sunteți productiv. Mai mult înseamnă - ineficiență. Excepții fac doar zilele în care aveți predări sau urgențe neprevăzute, dar evitați să vă faceți o obișnuință din asta.

Organizați-vă programul pe etape: dimineața, în timp ce vă beți

cafeaua, citiți și răspundeți la mailuri, apoi încercați să dedicați jumătate de oră sau o oră pentru convorbirile urgente (URGENTE, nu de stat la bârfă). În rest, vă recomand să închideți telefonul sau să îl dați pe silent, altfel toată ziua o să răspundeți la apeluri sau mesaje și nu o să vă puteți concentra asupra lucrurilor importante pe care le aveți de făcut.

Să vă povestesc cum este programul meu? Eu sunt foarte productivă în prima parte a zilei, între orele 9-13.00, exact atunci încerc să fac tot posibilul să mă "izolez" de restul lumii. Nu mă pot concentra dacă fac prea multe lucruri odată. De aceea - nu intru pe mail, nu intru pe Facebook sau Instagram :) Da da, nu râdeți, știți cât timp ne pierdem pe rețelele de socializare? Statisticile arată că în medie stăm în jur de 141 de minute pe zi! Destul de mult. Nu vreau să spun că trebuie să ignorați lumea online-ului, luând în calcul că astăzi dacă nu ești pe net, nu existi, vreau doar să observați și să analizați: pe ce se duc orele voastre dintr-o zi? În timpul prânzului îmi stabilesc poate o întâlnire și atunci combim plăcutul cu utilul (o masă de prânz în timpul unei întâlniri de afaceri sau discuție cu clientul, în cazul dacă nu trebuie să fie ceva foarte formal). Și seara îmi mai termin din treburi, mai ales răspund la mailuri și telefoane. Dacă apelurile din timpul zilei nu au fost foarte urgente (îmi dau seama în funcție de situație) atunci prefer să vorbesc la telefon în timp ce merg spre casă.

Eu mi-am găsit echilibru. Încercați să îl găsiți și voi!

Echipamente

Chiar dacă această profesie se bazează destul de mult pe creație, oricum veți avea nevoie și de câteva unelte ajutătoare pe parcursul întregului proiect. Vă asigur că merită să investiți în unele din ele, dar de asta o să vă convingeți mai târziu. Eu sunt cazul care, inițial, am mers pe principiul: investiție minimă, dar vreau rezultate maxime. În realitate nu s-a întâmplat chiar așa, dar am învățat din greșeli.

De ce credeți că are nevoie un designer? Cu siguranță, primul lucru care vă vine în minte este – Calculatorul! Dar, dacă analizați fiecare etapă a proiectului (despre care vom vorbi în capitolul următor), o să observați că ruleta și aparatul foto vor deveni „prieteni” voștri. Mai jos aveți lista echipamentelor pe care trebuie să le aibă fiecare designer de interior:

Ruleta cu laser. Dacă vreți să câștigați timp când faceți măsurătorile pe șantier, atunci ruleta cu laser vă salvează. Să știți că eu, personal îi sunt recunoscătoare firmei Leica Geosystems, fiind prima din lume

care a creat ruleta cu laser. Eu însă în prezent am una de la Bosch și sunt foarte mulțumită (conform raportului calitate-preț). Puteți studia caracteristile și prețurile aparatelor online sau în orice magazin de bricolaj sau construcții.

Cum funcționează aceasta? Potriviți unitatea la o suprafață, iar marcajul laser îl puteți vedea în sens opus, apăsați butonul - și obțineți distanța exactă de la o suprafață la alta. Și acest aparat are ceva dezavantaje, cum ar fi - suprafețele lucioase care reflectă laserul, zilele foarte însorite (asta dacă faceți măsurătorile afară sau în spații foarte luminoase, cu mult soare) distanțele foarte mari (unele tipuri de rulete pot măsura doar până la distanța de 30 m) și distanțe foarte mici (nu măsoară la distanțe mai mici de 15 cm), însă în acest caz puteți folosi o ruleta metalică. Deci și ruleta tradițională își are rolul ei :)

Să știți că ruletele moderne au mai multe funcții decât de a măsura o distanță de la A la Z. De exemplu, cu ajutorul acestui aparat poți măsura aria suprafeței sau chiar volumul spațiului. Eu nu am încercat această funcție, sunt puțin sceptică și nu am încredere totală în tehnologie. Prefer să transpun releveul în programul 2D și de acolo să calculez suprafața sau perimetrul.

Iar dacă tot am atins subiectul tehnologiei, aceasta nu s-a oprit aici, ci din contră, încearcă să ușureze munca unui designer, arhitect sau constructor. Unele dintre cele mai scumpe rulete, se pot conecta direct pe telefon sau calculator prin BlueTooth și aplicația dedicată, în acest fel vă permite să proiectați imediat spațiul după cotele luate.

Ruleta metalică (cea tradițională). Veți avea nevoie și de aceasta. Cred că una de trei m vă este suficientă ca să măsurați nișele sau golurile mai mici de 15 cm. Dar tot ruleta metalică vă ajută atunci când începeți lucrul la mobilierul creat la comandă - puteți foarte ușor să îi indicați clientului la ce înălțime veți propune blatul de lucru la bucătărie sau înălțimea/adâncimea corpurilor suspendate.

Vă recomand să aveți cu voi mereu o ruletă de acest gen, nu știți niciodată când aveți nevoie de ea.

Telefonul. Nu ne putem despărți de el. Iar dacă îl uităm din greșeală acasă, știți ce se întâmplă? La birou stăm în liniște, în schimb când ajungem acasă, următoarea oră sau chiar două vor fi dedicate convorbirilor și acelea doar urgente.

Telefonul este unul din obiecte care vă va însoți în fiecare zi: o să vă „trezească”, o să vă „țină de urât” pe drum, o să fie intermediarul convorbirilor, trimisul mailurilor, postarea pozelor, făcutul pozelor și a video-urilor. Decipretutindeni: la bine și la greu!

Aparatul Foto (care și filmează). Acesta vă ajută să pozați spațiul pe șantier, în timpul lucrărilor, dar și la finalul proiectului. Eu folosesc și funcția de video, ca să mă asigur că nu îmi scapă nimic (filmez mai ales detaliile: tablourile electrice sau țevile de la instalațiile de apă sau gaz, racorduri, nișe, goluri etc). Într-adevăr astăzi vă puteți descurca și fără un aparat foto, pentru că telefoanele smartphone sunt dotate cu o camera suficient de bună (poate chiar mai performantă decât un simplu aparat foto).

Iar pentru a face pozele finale ale proiectului, prefer să apelez la un fotograf profesionist. Mai bine plătesc acest serviciu, dar să fiu sigură că pozele finale vor scoate în valoare munca mea de câteva luni sau uneori și ani. Dar despre poze vom discuta mai multe în Capitolul 6.

Busola. Poate vi se pare banal, dar uneori veți avea nevoie și de busolă. Și nu pentru că vă puteți rătăci atunci când căutați locația clientului :), dar pentru a identifica orientarea spațiului. De exemplu, cu ajutorul busolei puteți afla cum este orientat apartamentul/casa pe care trebuie să o amenajați, iar în funcție de asta o să vă fie mult mai ușor să propuneți gama cromatică sau să aflați dacă veți avea nevoie să suplimentați sursele de lumină (în cazul luminii naturale insuficiente). Noroc că telefoanele noastre moderne, au încorporată și busola, așa că nu e neapărat să aveți una clasică.

Calculator sau laptop. Iată că am ajuns și la calculator, echipamentul care vă va ajuta să materializați ideile voastre.

Dar cum știți ce fel de calculator sau laptop să alegeți? În primul rând vă dau un sfat: investiți în într-un calculator tip desktop, cât de performant nu ar fi laptopul, un desktop funcționează mult mai bine cu aceleași configurație. Într-adevăr eu am un calculator la birou și un laptop pe care îl iau cu mine acasă, dar încerc să nu forțez prea mult laptopul cu modelarea sau randări (despre care vom vorbi mai târziu) sau chiar editarea imaginilor la rezoluții foarte mari. Pur și simplu procesorul unui laptop nu face față cerințelor mele :) chiar dacă configurația acestuia este destul de bună. Recunosc că laptopul mă ajuta la nevoi urgente, atunci când nu sunt la birou!

Când vă cumpărați un calculator, încercați să vă consultați cu un IT-st sau un reprezentant al magazinului de profil și să îi spuneți exact de ce aveți nevoie – adică, să îi faceți un rezumat al tipurilor de programe în care veți lucra. Iar când alegeți monitorul să țineți cont ca acesta fie cât mai bine calibrat, luând în calcul că vreți să vedeți culori cât mai reale cu propunerile pe care le veți face.

Nu sunt eu cea mai tehnică în aceasta, dar m-am documentat mai

mult înainte de a face achiziția corectă. Sigur știu că trebuie să investiți într-o placă de bază bună și placă video!

Tableta. Vă asigur că la un moment dat veți avea nevoie de una, mai ales dacă nu aveți un laptop. Tableta vă ajută în cazul întâlnirilor în care trebuie să prezentați clienților proiectul în lucru sau să îi prezentați documentația pentru viitorul proiect. O tabletă este mult mai ușor să o purtați după voi, decât, de exemplu, un laptop. Însă dacă aveți de vizualizat proiectul într-un soft 3D, laptopul este o soluție mai bună.

Cândva am avut și eu o tabletă, dar la un moment dat nu prea am mai folosit-o. Majoritatea întâlnirilor le aveam la birou atunci când discutam asupra proiectului și toate prezentările le făceam pe calculator și laptop.

Rămâne la latitudinea voastră să decideți dacă aveți nevoie de una sau nu.

Imprimantă și scanner. Dacă aveți un calculator sau laptop, fără îndoială, veți avea nevoie și de o imprimantă. Ideal este să cumpărați o imprimantă multifuncțională, care să includă atât imprimarea, scanarea și copierea. Recomand formatul A3 color, dar inițial este bun și un A4, dar tot color. Imprimanta vă ajută rapid să printați planșete, schițele sau diverse alte acte, altfel va fi nevoie să mergeți de fiecare dată la un centru de printare.

Internet. Poate zâmbiți că am dedicat internetului o categorie separat, dar fără acesta sunteți chiar limitat. Pe internet găsiți aproape orice, de aceea este perfect pentru documentație și inspirație. Internetul vă face vizibil prin crearea paginii web a firmei, dar și a paginilor oficiale pe rețelele de socializare. Și nu în ultimul rând, internetul vă scutește de pierderea timpului atunci când trimiteți mail-uri și propunerile de la proiectele din lucru. Doar imaginați-vă, cât timp se pierdea înainte când aveai nevoie să trimiți ceva urgent spre aprobat. Astăzi printr-un singur click, informația a fost livrată.

Cred că descrierea de mai sus mi-a ieșit ca o campanie publicitară :). Nu nu, nu fac nici o reclamă, doar vreau să vă conving că aveți nevoie de o conexiune la internet de mare viteză. Dacă nu va fi rapidă, o să vă enervați și nu veți mai avea chef de lucru în acea zi. Sunt sigură că ați mai avut momente când aveți nevoie de a găsi ceva urgent pe net și acesta pica sau se întrerupea.

Agenda. Nu știu cine a inventat acest caiet, dar îl verez și astăzi.

Agenda trebuie să devină mâna voastră dreaptă, acolo unde veți nota tot ce vă trece prin minte (de la cele importante notițe, pâna la mâzgăliturile făcute în timpul convorbirilor la telefon, nu faceți și voi așa?) și dacă cumva reușiți să o rătăciți pe undeva, panica va fi mare.

De ce pun accent atât de mare pe agenda personală? Să vă povestesc ce înseamnă aceasta pentru mine:

- *Planuri pentru anul în curs.* Când încep o nouă agendă, pe ultimele pagini din aceasta este trecută lista cu planurile pe anul respectiv. Cele generale, atât profesionale, cât și cele personale, dar cu deadline-uri pe care le consider realiste;
- *Cum observați la mine agenda începe cu ultimile pagini :).* Tot aici trec și planuri pentru fiecare categorie profesională la care lucrez: adică ce e de făcut pentru studioul Creativ Interior, ce planuri am pentru blogul The Famous Design, ce mai trebuie să schimbăm la firmă, ce ne va ajuta să ne perfecționăm etc;
- *Și ultimul aspect care ține de spatele agendei: lista clienților.* Chiar dacă țin o evidență pe calculator, e bună și o listă scrisă de mână în agendă;
- *Să trecem la prima pagina. Îmi trec obligatoriu datele de contact* (în cazul dacă o rătăcesc pe undeva, să fie ușor de identificat pentru cine o găsește). Numele și un număr de telefon este suficient;
- *Un calendar actual este foarte benefic.* Dacă cumva nu îl am integrat în agendă, cu siguranță am unul din ăla mic (de exemplu, acum am unul de la Catena :)) unde îmi mai notez plecările, zilele libere sau alte date care nu trebuie uitate;
- *Interiorul agendei pentru mine este foarte multifuncțional:* aici îmi notez task-urile pe termen scurt (pentru următoarea săptămână) și mai am o listă cu ce e de rezolvat în următoarea lună. Iar când una dintre sarcini a fost rezolvată, o tai frumos de pe listă :) Cred că este cel mai plăcut moment. Poate considerați că fac totul prea „corporatist”. Să știți că am testat acest model de lucru și mi se pare cel mai eficient. Dar dacă considerați că vă puteți organiza altfel, de ce nu să faceți în așa fel să vă fie cât mai confortabil.

Tot interiorul agendei este dedicat: schițelor, calculul suprafețelor sau a cantităților, releveelor (asta dacă camerele sunt mici și uit să iau cu mine un Clipboard). Tot aici îmi notez ideile pentru blog sau ce subiecte aș putea aborda pe viitor.

Ultima mea agendă are spațiu pentru un pix – foarte util. Altfel sunt mereu în căutarea unuia atunci când trebuie să notez ceva urgent.

Agenda voastră cum arată? Iar dacă încă nu aveți una, atunci trebuie să faceți rost!

Clipboard și postituri mici. Încă suntem la categoria birotică. Să

vă dau un sfat din experiență: cumparați-vă un clipboard pentru foi A4, vă ajută nespus de mult în timpul releveelor. Cum ați citit mai sus, eu mai trec cotele și în agendă, dar dacă spațiul măsurat este foarte complex, cu multe unghiuri și nișe, atunci pe o foaie A4 este mult mai ușor să schițez. De aceea la birou avem și acest „echipament”.

Iar postiturile mici ne ajută să facem semne în mostrare sau cataloage. Lucrând la mai multe proiecte în același timp, am nevoie să prezint separat fiecărui client materialele sau finisajele, și atunci fac “notițe” cu aceste postituri colorate pe care scriu numele proiectului sau destinația camerei din proiectul respectiv.

Mașina. Dacă de la început o să vă descurcați fără o mașină, ulterior va trebui să vă luați una. Când activitatea voastră va crește și veți avea mai multe proiecte de coordonat, mobilitatea va fi un aspect esențial în câștigarea timpului. Ok, poate o să spuneți că în orașele mari, cum ar fi Bucureștiul, mașina reprezintă mai degrabă un impediment (pierdeți prea mult timp în trafic), vă garantez că de multe ori o să vă salveze: de exemplu dacă veți avea proiecte localizate la marginea orașului, o să vă fie destul de dificil să ajungeți acolo. O soluția este să luați un transport în comun, care poate nu o să vă ducă exact la destinație, sau să luați un taxi, care va avea un tarif mai ridicat pentru cursele în afara orașului. Puteți să vă gândiți ce este mai avantajos: să pierdeți timp în trafic dimineața, dar să vă puteți mobiliza în timpul zilei, indiferent de zonă sau să economisiți timp dimineața, dar să întârziați de fiecare dată la întâlniri din cauză că nu vine autobuzul sau taxiul. Într-adevăr metroul este sfânt, dar din păcate nu ajunge peste tot.

Există și o altă soluție și am tot auzit că o fac mai mulți colegi de-ai mei. Folosesc mașina doar în scop profesional: o țin în parcare la birou și o folosesc doar la întâlniri în timpul zilei când traficul este mai lejer, iar dimineața și seara se deplasează cu transportul public.

Programe (softuri).

Astăzi există o mulțime de programe de calculator concepute pentru design interior. Unele dintre ele sunt destul de complexe și vă permit să realizați întregul proiect – de la desen tehnic, vizualizări 3D și specificații - iar altele sunt mult mai restrânse și specializate pe o anumită categorie. Unele sunt foarte ușor de învățat - iar altele necesită poate chiar ani de zile până să ajungeți la o performanță înaltă. Unele costă destul de mult, iar altele sunt complet gratuite.

Mai jos o să trec lista cu cele mai cunoscute și utilizate softuri

pentru design și arhitectură:

- *Softuri dedicate proiectării:* Autodesk AutoCAD, Revit, ArchiCAD, DCAD VectorSpace, DoubleCAD XT, Chief Architect;
- *Softuri dedicate moderării:* Autodesk 3D Max, Maya, Google SketchUp, Cinema 4D, LightWave;
- *Plugin-uri pentru crearea vizualizărilor fotorealiste:* V-Ray, Maxwell Render, Mental Ray, Corona, Artlantis;
- *Softuri dedicate redactării imaginii:* Adobe Photoshop, Corel Photo-Paint, Corel PaintShop, Painter, Fractal Design Painter, Picasa de la Google etc;
- *Softuri dedicate pentru crearea și editarea imaginilor vectoriale:* CorelDRAW, Adobe Illustrator, Macromedia FreeHand
- *Alte programe utile:* Convertor PDF, Microsoft Office (Word-ul și xl-ul pentru lista de materiale, cantități și calcule) sau Vizualizatorul de imagini și desene.

După cum vedeți, există multe variante de softuri, eu totuși vă recomand să învățați câte unul din fiecare categorie. Cunoscând prea multe, o să ajungeți să greșiți comenzile, mai ales Keyboard shortcut-urile care vă ușurează munca. Mai jos o să vă povestesc despre cele mai des utilizate, însă decizia o să o luați după ce o să le studiați descrierea și feedback-ul altor utilizatori. Încercați să intrați în fiecare din ele (eventual să descărcați varianta trial sau demo, valabilă 30 de zile) și să vă jucați puțin. Dacă o să vă pară foarte complicat, treceți la următorul.

Un soft îl puteți învăța și pe cont propriu, urmărind tutorialele. Vă recomand cele create de Lynda.com, au foarte multe categorii de programe. Sunt sub formă de videoclipuri. De exemplu, eu am învățat Photoshop-ul cu ajutorul tutorialelor de la ei într-o vacanță de vară (într-o lună și jumătate), avantajul este că pe lângă explicațiile pas cu pas, vă dau și teme practice.

Să luăm pe rând fiecare soft utilizat de cei mai mulți designeri de interior:

AutoCad de la Autodesk – un program universal de proiectare, utilizat atât de arhitecți, designeri, ingineri și constructori. Puteți face orice tip de desen tehnic în format 2D – linii, segmente, puncte, hașuri, calculul suprafețelor. Acest proces de proiectare seamănă foarte mult cu desenul tehnic de mână, însă avantajul este că se lucrează mult mai corect și la detaliu. Deși AutoCAD-ul are opțiunea de modelare în 3D, nu este cea mai bună soluție. Inclusiv are capacități foarte modeste pentru a crea imagini fotorealiste.

ArchiCAD. Principalul avantaj al ArchiCAD-ului este că este ușor

de utilizat și are o interfață prietenoasă. Se poate lucra în paralel atât în format 2D și 3D și încorporează o bibliotecă bogată de elemente arhitecturale (tot ce ține de desen tehnic, dar și piese volumetrice: pereți, ferestre, uși, scări, chiar și piese de mobilier). Totuși este un soft care nu va scoate imagini foarte realiste. Prin urmare, tot mai mulți designeri evită să folosească ArchiCAD-ul ca program principal pentru modelare și randare.

Autodesk 3dMax este un program creat de profesioniști, astfel încât toți cei care lucrează cu acesta să se simtă ca niște adevărați profesioniști. Se distinge prin capacitatea de a crea modele tridimensionale de la un simplu cub la animații. Destul de dificil de învățat, dar dacă o veți face, rezultatele o să vă uimească! Totuși, dacă vreți să modelați spațiul la cote reale, acest lucru va fi ceva mai dificil. Mai degrabă este un program care poate reda cel mai bine realitatea, iar complementar acestuia să folosiți un alt soft pentru detalierea acestuia. De exemplu eu construiesc scena în 3dMax, iar detaliile tehnice le fac în AutoCad.

Liderul pe piața de produse pentru modelarea 3D rămâne în continuare anume acest program 3dMax, cu care se folosesc plugin-uri speciale de randare: **V-Ray**, **Maxwell Render**, **Mental Ray** și acum este foarte popular - **Corona**. Stăpânirea acestor programe vă permite să creați imagini care sunt practic imposibil de distins între o randare și o fotografie reală.

Maya și **Cinema 4D** - produse competitive de la alți producători, dar din câte am observat, la noi în țară, acestea se folosesc mai mult pentru animații de jocuri.

Iar **Google SketchUp**, un alt produs pentru modelarea 3D, a intrat rapid pe piață cu câțiva ani în urmă și a câștigat imediat o mare popularitate datorită simplității interfeței. Cel mai mare avantaj al acestui program este că acesta este gratuit, există și varianta Pro, care are mai multe comenzi. Am lucrat și eu în acest soft în timpul facultății, dar nu am reușit să ajung la randări fotorealiste, însă, am tot auzit că dacă reușești să setezi bine plugin-ul de randare (V-Ray, Maxwell Render) poți să obții rezultate care concurează cu cele obținute prin 3dMax.

Dacă vorbim despre prelucrarea imaginii, cei mai mulți fotografi profesioniști folosesc o combinație între softul **Adobe Photoshop** și **Adobe Lightroom**. Cu toate acestea, pentru un designer de interior, de obicei primul este suficient. Photoshop este un program destul de complex, folosit pentru mai multe sarcini - crearea de colaje, prelucrarea texturilor utilizate pentru randări, și nu în ultimul rând corectarea și retușarea randărilor în sine. Posibilitățile acestui

program sunt de neprețuit. Pe mine m-a ajutat de multe ori la nevoie. De exemplu, puteți schimba rapid culoarea unui obiect, sau puteți adăuga un decor într-un interior sau o lustră pe care ați omis-o să o poziționați în scena 3D. De asemenea, Photoshop-ul este necesar pentru procesarea fotografiilor finale și adăugarea siglei ca să le puteți încărca, ulterior, pe site sau pe paginile de socializare.

Din nou, alegerea programului depinde în întregime de gusturile voastre.

Să nu uităm și de **Microsoft Office**, din care **Word-ul**, **xl-ul** și **Outlook-ul** sunt obligatorii. Fișierele Word și XL le folosesc pentru lista de materiale și finisaje. În XL există formule care vă ajută să calculați cantitățile totale și chiar să faceți o bugetare totală pe proiect. Iar Outlook vă ajută la utilizarea mailului oficial al firmei. Tot acesta este un bun organizator, cuprinde un calendar, unde vă puteți nota întâlnirile sau notificările cu predări, evenimente importante.

Utilizarea programelor cu licență sau fără?

Un alt subiect sensibil, dar pe care trebuie să îl abordăm. Teoretic, dar și practic, orice device folosit în interes de serviciu ar trebui să aibă programe licențiate. Totuși la noi în țară, sunt puține firme care le dețin. Și nu e de mirare de ce. Firmele mici, care sunt abia la început de drum și care poate abia după un an încep să producă ceva, sunt nevoite să scoată din buzunar câte 2000-3000 de euro pe an pentru a lucra legal. Veniturile noastre din păcate nu se compară cu cele din afară, iar pentru noi prețurile sunt la fel ca în toată lumea.

Cu toate acestea, nu ar trebui să existe scuze, deoarece conform legislației în vigoare, orice program piratat este considerat o fraudă și aveți șansa, ca la un control să primiți amendă, dar și să vă confişte și toate calculatoarele. Am găsit două articole despre aceste subiecte, poate vă ajută să vă decideți dacă merită sau nu să cumpărați licență:

- <http://www.dreptonline.ro/resurse/programe.php>
- <https://playtech.ro/2015/riscuri-windows-fără-licență/>

Mostrare, cataloare și suport tehnic de la furnizori

Știți cum arată biroul unui designer? Să vă dau exemplu personal: în cei 35-40 de metri din spațiu, cred că un sfert din suprafață este ocupat de rafturi pline de mostre și cataloage. Până și pereții au devenit expozoare de finisaje. Poate vă gândiți că nu are rost să ținem atât de multă maculatură în birou, mai ales că online-ul ar putea rezolva această problemă, dar eu în continuare folosesc cataloage și mostrare în alegerea produselor pentru un nou proiect.

Ca și la cărți: îmi place să le simt fizic. Iar dacă sunt și mostre reale, mai ales pentru lavabilă, vopsea decorativă, mostre de lemn sau Pal, atunci mă scutește de niște drumuri până la furnizori.

Prefer să încarc spațiul cu aceste obiecte, dar să le am la îndemână când trebuie să caut urgent un cod de culoare. Iar când îmi vin clienții în vizită, am posibilitatea să le arăt câteva din elemente propuse la proiect.

Din păcate nu am cum să țin mostre masive de plăci ceramice, tapet sau draperii (pentru acestea merg direct la showroom), însă un paletar de lavabila, mostre de profile decorative sau colecții noi de parchet și mochetă, sunt nelipsite. Chiar vă recomand, ca atunci când începeți să faceți proiecte pe cont propriu să vizitați cât mai multe showroomuri și ateliere, iar dacă vă plac acestea și vă propuneți să lucrați cu ei, să le cereți mostre sau să le lăsați cartea de vizită, ca ulterior să vă transmită prezentarea în format electronic și când este nevoie, mostre reale.

Mai țineți minte ce am scris de cărți și reviste? O parte din ele le am la birou pentru a le răsfoiesc atunci când simt lipsă de inspirație. Pinterest-ul e foarte bun, dar de multe ori ajung să mă uita la cu totul altceva decât căutarea inițială. De aceea, când îmi iau o pauză de cafea, îmi iau o revistă de design și combin plăcutul cu utilul.

Atât revistele, cât și cataloagele își pierd din actualitate la un moment dat, deoarece informațiile și colecțiile noi sunt actualizate în fiecare an, iar o curățenie anuală sau la câteva luni, chiar este benefică. De obicei o facem după ce ne întoarcem de la un târg de design, cum se întâmplă în aprilie, când are loc târgul iSaloni din Milano – gențile noastre sunt pline de cataloage noi, ceea ce înseamnă, o nouă sursă de entuziasm și inspirație.

Și să trecem la următorul capitol, în care să vă povestesc partea cea mai importantă al acestei profesii: Etapele proiectului de design interior.

ETAPELE PROIECTULUI DE DESIGN INTERIOR

04

ETAPELE PROIECTULUI DE DESIGN INTERIOR

Mulți specialiști începători dar și cei pasionați de design inevitabil își pun aceeași întrebare: Cum se face corect un proiect de amenajare, care să îndeplinească nu doar cerințele estetice, dar să fie funcțional și echilibrat? Fără cunoștințe teoretice și înțelegerea volumetriei spațiului, este pur și simplu imposibil să creați un proiect calitativ. Și nu în ultimul rând, trebuie să faceți diferența între un proiect de design interior și o simplă mobilare, de aceea informațiile de mai jos o să vă ajute la aceasta:

Etapă 1: Discuția cu clientul și oferta de preț. Orice proiect va începe cu discuția cu clientul. Indiferent dacă aceasta va fi la telefon sau tête-à-tête, în urma acesteia veți identifica dacă aveți o chimie reciprocă și simțiți că puteți lucra împreună. Până la urmă, un proiect de design, este mai mult decât un serviciu livrat clientului de către designer. Eu aș spune că este un proces mai restrâns, o colaborare care poate dura de la câteva luni până chiar la un an sau doi, în funcție de complexitatea proiectului. Relația client-designer este un aspect care nu trebuie neglijat și asta cu scopul ca proiectul să decurgă avantajos pentru ambele părți, iar legătura dintre voi să fie una prietenească, dar totuși profesională.

Eu încerc să găsesc limbă comună cu clienții și să mă pun în locul lor, ca să înțeleg nevoile acestora. Uneori poate mă împrietenesc destul de repede și aceasta este un avantaj, dar în unele cazuri a devenit și un dezavantaj. De exemplu, am avut cazuri în care „prietenia” m-a salvat de la unele „scăpari” (din neatenție sau grabă), dar altădată, clienții au considerat că având o relație atât de transparentă, pot să își permită să mă sune seara târziu, duminica

dimineată sau chiar în vacanțe. Pot să vă spun un lucru: Cum îți educi clienții (chiar dacă sună ciudat), așa va fi relația voastră de la începutul colaborării și până la predarea proiectului.

Ce veți face la prima discuție? Dacă este strict telefonică, atunci cel mai probabil veți povesti despre serviciul pe care îl oferiți și veți asculta dorințele și nevoile personale ale clienților, pe baza cărora să puteți întocmi o ofertă de preț. Este important să aflați următoarele informații ca oferta să fie făcută corect: suprafața spațiului existent și/sau modificat (va fi nevoie de planul cadastral), dacă proiectul se va face integral (proiectare plus execuție etc), ce stil de amenajare se dorește, se va păstra ceva din amenajarea actuală sau dacă există anumite piese care se vor integra în proiect (poate au o valoare spirituală) și termenul final când își dorește ca lucrarea să fie gata. În cazul în care clientul vă sună și vă cere să veniți să vizitați spațiul pentru al evalua, eu vă recomand să o faceți doar în cazul în care simțiți că reprezintă un potențial. La începutul carierei, este posibil să nu aveți dezvoltate abilitățile de psiholog și să nu îi puteți citi pe oameni, dar în timp veți putea identifica dacă merită să avansați discuțiile sau să vă opriți și să îl ignorați politicos.

La început și eu mergeam la clienți pe șantier ca să pot vizualiza spațiul, să putem discuta și să stabilim condițiile de colaborare. Însă în timp am observat că doar 50% din aceste vizite se materializau în proiecte. Așa că am renunțat. Merg doar în cazul unor proiecte complexe, de exemplu: birouri, hoteluri, spații comerciale al unor companii cunoscute etc. Iar cu ceilalți clienți rămân doar la faza de discuție la telefon, apoi fac oferta de preț pe baza informațiilor primite, iar dacă clientul o aprobă, trecem la următoarele etape.

Poate nu este cea mai bună soluție, și unii clienți chiar sunt uimiți de ce nu îmi fac timp să vin la fața locului, dar mulți dintre ei nu fac și niște calcule: timpul meu pe care îl dedic ca să vin până acolo, dar și informațiile pe care încep să le dau GRATUIT. Inevitabil, când clientul începe să pună întrebări, designerul/arhitectul începe să vină cu soluții („defect profesional”). Nu de puține ori mi s-a întâmplat ca proiectul să nu-l mai fac, iar clientul să se „folosească” de sfaturile noastre și să își execute singur amenajarea. De aceea, această primă vizită la fața locului ar trebui să devină o primă consultație care trebuie plătită corespunzător.

Momentan am rămas la procedura mea: mai întâi oferta de preț (portofoliul este cel care acum ne ajută să câștigăm clientul), iar apoi vizitele, sfaturile, prietenii ș.a.m.d. Am mai avut și cazuri când clienții, deși au fost de acord cu oferta, mi-au spus direct că ar vrea totuși să ne cunoaștem înainte de a semna contractul. În acest caz, ne întâlnim la birou și discutăm toate detaliile, iar după aceea

semnăm contractul.

Etapă 2: Semnarea contractului și plata avansului. Dacă s-a aprobat oferta, atunci pasul următor este semnarea contractului (despre contract vom vorbi mai detaliat în Capitolul 7) și plata avansului, și doar apoi se va începe lucrul asupra proiectului. Abia atunci are loc vizita oficială la fața locului unde se vor discuta toate detaliile. În anumite cazuri, când clientul nu este hotărât ce își dorește (indicat este să aflați aceasta încă înainte de semnarea contractului), recomand să faceți/să creați un formular, un chestionar, pe care să îl completeze fiecare persoană de decizie la proiectul respectiv. Chestionarul trebuie să conțină întrebări despre nevoi, preferințele, scenarii etc (vezi exemplu Anexa 2 la finalul cărții).

Etapă 3: Releveul și poze de pe șantier. Ca să fiți mai eficienți, vă recomand ca la întâlnirea pe șantier (obligatoriu, după plata avansului) să faceți și măsurătorile. Încercați să luați cât mai multe cote, chiar și în cele mai ascunse unghiuri, cotele cu poziționarea tâmplăriei, a prizelor și întrerupătoarelor, contoarelor, centralei termice dacă există etc. De ce pun accent pe asta? Nu de puține ori mi s-a întâmplat să iau doar cote generale și când am început lucrul la proiect m-am trezit că nu aveam poziția exactă a întrerupătoarelor (când acestea rămâneau pe poziție), și acest lucru mi-a îngreunat să amplasez exact mobilierul, sau același lucru l-am pățit cu aerele condiționate deja montate. Clienții au fost de acord să le putem masca, dar nu aveam dimensiunea acestora. Trebuia să mai fac un drum până la spațiu și să mai măsoar o dată. De aceea recomand să vă asigurați că aveți cât mai multe informații încă de la prima vizită. Nu uitați de poze, iarăși din cât mai multe unghiuri, dar și un video cu mare accent asupra elementelor greu de pozat.

Important! Aceste cote nu sunt finale pentru mobilierul realizat la comandă, producătorul de mobilă este obligat să vină să măsoare încă o dată spațiul pentru a evita greșeli la execuție!

Măsurătorile se fac cu ruleta metalică și/sau cu laser (despre aceasta am discutat mai devreme în acest capitol), sub forma de schițe. Iar ulterior se transpun pe calculator în softuri 2D.

Etapă 4: Documentarea și crearea unui concept de design. Se va face documentarea pentru a înțelege stilul, gama cromatică, materialele, dar și ambianța pe care trebuie să o propuneți. Tot această etapă presupune și găsirea unui concept: acel ceva care va diferenția proiectul de celelalte amenajări (de exemplu: puteți

propune un element personalizat, sub formă de fototapet, textil etc, regăsit ca laitmotiv în toată casa). Acest aspect îi distinge pe designeri buni de cei de masă.

Documentarea este o etapă în care trebuie să vă faceți puțin timp să căutați poze cu ambianțe, cu elemente de amenajare, mobilier, idei de decorare a pereților, combinații de culori etc. Documentarea poate fi sub formă de poze trimise către client sau sub formă de moodboard (colaj). De exemplu eu la fiecare nou proiect creez un folder ce cuprinde mai multe fișiere pe care le denumesc după camere, iar acolo salvez o selecție de poze (pozele le redenumesc în funcție de ce vreau să propun: culori, materialul de finisaj, mobilier etc). Acest folder îl arhivez și îl trimit clientului. Dacă ceva din selecția respectivă i-a atras atenția, îmi retrimite pozele cu ce anume i-a plăcut. Acesta este modelul meu de documentare, dar puteți face și în alte moduri. Am auzit că alți designerii folosesc Pinterest-ul pentru aceasta: crează un nou Board în care salvează pozele și trimit link-ul clientului pentru a putea fi vizualizat.

În unele cazuri, este nevoie să se realizeze **moodboard-uri** de prezentare în care să includeți atât pozele cu ambianța, dar și ce mobilier, accesorii sau corpurile de iluminat propuneți. Acest tool vă ajută la bugetarea fiecărei camere, în așa fel o să vă asigurați că ceea ce propuneți va corespunde sumei totale de care dispune clientul. Moodboard-ul îl puteți crea atât în Photoshop, Canva (dacă lucrați direct online) sau chiar în Microsoft Word. Scopul nu este neapărat să arate foarte atragător, dar cum am mai specificat mai sus, vă ajută să alegeți exact obiectele pentru proiect și să faceți și bugetul total.

Ce înseamnă concept?

În discuțiile dintre designerii de interior, cuvântul „concept” se întâlnește foarte des. Însă clienții, de cele mai multe ori, nu îl înțeleg și îl interpretează ca ceva confuz, neimportant și o pierdere de timp. Vreau totuși să abordăm acest subiect, ca să aflați care este importanța acestuia.

Concept, din limba latină *“conceptio”* înseamnă - înțelegere, sistem. Într-un sens mai larg, acesta reprezintă un sistem de percepție a unui fenomen, o modalitate de a vedea un obiect. În contextul designului, conceptul este modul în care artistul vede rezultatul muncii sale printr-o idee principală reflectată pentru întregul proiect.

Totuși să nu facem **confuzie dintre concept și temă**. De fapt, tema este folosită la un interior tematic, cel mai des întâlnit pentru spațiile HoReCa și cele comerciale (club, bar, restaurant, magazine etc), dar și la amenajarea camerelor pentru copii. Să vă dau un exemplu:

observăm în reviste sau pe site-uri dedicate designului, interioare tematice cu camere de copii care reprezintă castele, vaporeze sau benzi desenate. Tematica în rezolvarea unui astfel de interior este o parte integrantă a conceptului, dar subiectul în sine nu este un concept, ci mai degrabă o decizie conceptuală de a face un interior tematic.

Dezvoltarea unui concept este o prioritate deoarece duce la crearea unui interior armonios. Puteți combina într-un spațiu mai multe elemente, obiecte de decor și finisaje, dar dacă acestea nu crează o imagine unitară, nu va exista un sentiment al confortului vizual.

Urmărind studiourile de design și proiectele acestora, am observat că fiecare încearcă să își creeze un stil, care se reflectă în portofoliul de lucrări. Și chiar dacă proiectele par să fie făcute de aceeași persoană (același studio), ele sunt total diferite. Cum se întâmplă asta?

Designerii și arhitecții, trebuie să se documenteze. Iar pentru aceasta este nevoie de un timp pentru a te inspira, pentru a găsi acea idee unică a proiectului. Vreau să înțelegeți de ce un proiect de design, cu adevărat personalizat, durează mai mult - este nevoie de timp pentru a găsi cea mai bună soluție.

Iar pentru doza de inspirație, vă recomand să urmăriți principalele evenimente din lumea designului: expoziții și târguri (vezi Capitolul 1), fabrici de mobilier și showroom-uri, proiectele altor studiouri de design atât din țară, dar și din străinătate, plus online-ul, care are informații nelimitate. Căutarea constantă de noi idei vă ajută să evitați repetarea. Puteți să replicați ideile cuiva - o soluție ușoară, dar dacă vă doriți să vă creați un design unic și personalizat trebuie să generați idei.

Etapă 5: Planificarea spațiului și mobilarea în plan. În urma relevului și a documentării putem veni cu propuneri de mobilare în plan. Tot această etapă ne ajută să propunem mobilier la scară reală și să creăm fluxuri corecte, cu scopul ca întregul spațiu să fie ergonomic și funcțional.

Se lucrează în softuri 2D, de preferat în milimetri, la scara 1:1 (îi ajută și pe cei care vor realiza mobilierul). Nu uitați să treceți și cotele.

Etapă 6: Alegerea elementelor de design și finisaj (materiale de finisaj, mobilier, iluminat, decor etc). Chiar dacă până la etapa dată v-ați făcut deja o idee despre proiect și cam ce produse veți folosi, o parte din elemente propuse inițial nu vor rămâne până la final. De ce

se întâmplă aceasta? Când începeți proiectul 3D (următoarea etapă), obiectele puse împreună la scară reală sunt vizualizate mult mai clar decât fiecare piesă în parte. Este bine să vă gândiți din timp la stilul și forma obiectelor, la finisajele, la decor, dar trebuie să vă asigurați că dau bine împreună. De aceea, următoarea etapă este esențială și are o strânsă legătură cu etapa dată, pentru ca rezultatul final să genereze un proiect de design bine gândit și conceput.

Tot în această etapă este recomandat să mergeți cu clienții la furnizori și showroomuri ca să alegeți toate elementele proiectului. Deși de cele mai multe ori această etapă este mutată după ce proiectul 3D este creat și înainte de a face ofertele de preț ale produselor. În acest caz, riscul este ca propunerile voastre din proiect să nu mai coincidă cu piesele alese real.

Etapă 7: Proiectul 3D și randări. Aceasta este etapa în care veți pune în practică abilitățile voastre de designer. Indiferent de programul în care veți lucra, clientul va avea șansa să vizualizeze cât mai real viitoarea sa locuință (sau birou, restaurant etc). Eu și echipa mea de exemplu lucrăm în Autodesk 3dMax și motorul de randare Vray.

Propuneți obiecte reale de mobilier și finisaj. Nu de puține ori, clienți s-au mirat că randările noastre se apropie foarte mult de realitate (comparând pozele cu proiecte realizate). Acesta și este scopul nostru: să le arătăm clientului cum va fi viitorul spațiu. Dacă vom propune doar obiecte „similare”, avem șansa ca rezultatul să nu mai coincidă cu așteptările clienților. De aceea alegerea produselor încă de la începutul proiectul 3D este obligatorie.

Astăzi există multe librării online, unde puteți descărca obiecte 3D (unele sunt gratuite, altele contra cost). Folosirea obiectelor deja modelate vă ajută să mai câștigați din timp, altfel trebuie să stați la bibilit fiecare piesă în parte ca să semene cu realitatea.

Iată trei cele mai cunoscute site-uri cu modele 3D:

- *3dsky.org* (variante rusească: *3ddd.ru*) – cred că este cel mai complet și cel mai renumit site cu modele 3D. Pe site există un forum în care puteți pune întrebări, iar răspunsurile nu vor întârzia să apară; în plus mai există și o galerie foarte largă de imagini lucrate de ceilalți utilizatori, dar și joburi în domeniu - toate acestea se găsesc doar în versiunea rusească a site-ului: *3ddd.ru*. Totodată, pe site veți găsi modele gratuite, însă puteți descărca maxim trei modele gratuite pe zi. Dacă doriți să descărcați mai multe modele, va fi nevoie să plătiți un abonament lunar. Modelele Pro se plătesc separat;
- *3dwarehouse.sketchup.com* – Puteți descărca modele 3D

compatibile doar cu programul Sketchup, însă dacă aveți programul în varianta Pro, atunci se pot exporta în varianta obj care se potrivește și cu alte softuri;

- *archive3d.net* – nu l-am mai folosit de ceva timp, deoarece modelele 3D sunt mai „primitive”, până și geometria obiectelor este prea învechită. Avantajul site-ului – sunt gratuite.

Recent am descoperit că un fost coleg al lui Octav a creat și el un proiect interesant de acest gen, unde pe lângă modele 3d pe care le puteți utiliza în proiecte, aflați de unde puteți cumpăra produsul respectiv. Site-ul se numește: *www.bimarium.com*.

Observați cum fiecare etapă a proiectului are legătura cu cealaltă?

Etapă 8: Proiect tehnic (Schite, planuri și alte detalii tehnice).

După ce se aprobă proiectul 3D (care de obicei durează în jur de 2-3 săptămâni) poate începe și partea de detalieri și tot ce înseamnă planșele tehnice, folosite pentru materializarea lucrării. Aceste detalii vă permit să explicați mai departe ce are de făcut fiecare furnizor sau executant.

Mai jos vă trec lista completă de planșe tehnice, însă nu toate proiectele au nevoie de ele (iarăși depinde de complexitatea acestora). Se lucrează în softuri 2D, și cum am mai specificat la Etapa 5, de preferat în milimetri, la scara 1:1:

- Relevoul (vezi Etapa 5);
- Plan intervenții și noua compartimentare (dacă acestea se fac la spațiul respectiv);
- Plan mobilat. Mobilier reprezentat la scara reală + accesorii sau obiecte de decor de dimensiuni mari (covoare, lampadare sau plane în ghivece);
- Plan tavan cu reprezentarea surselor de lumină (corpuri de iluminat, spoturi încastate sau benzile LED) + întrerupătoare;
- Plan instalație electrică cu poziționarea prizelor;
- Plan tavan cu reprezentarea profilelor decorative: cornișe, rozete, brâuri, panouri etc sau/și propuneri de finisaj special: vopsea decorativă, tapet, placare lemn etc. În funcție de complexitatea proiectului se va face un plan cu toate specificațiile sau câte un plan separat pentru fiecare categorie în parte. Se vor trece cotele și cantitățile de materiale, numărul corpurilor de iluminat;
- Plan pardoseală, în care se va specifica finisajul pardoselei pentru fiecare camera în parte (dacă acesta este diferit). Se vor trece cotele și cantitățile de materiale;
- Plan încălzire în pardoseală cu reprezentarea traseului instalației de apă, dacă se va implementa pentru proiectul respectiv. De preferat să fie externalizat către firme specializate;

- Plan climatizare, dacă se va implementa pentru proiectul respectiv;
- Plan automatizare, dacă se va implementa pentru proiectul respectiv;
- Plan și desfășurata pereților a instalație sanitare cu poziționarea sursei de apă și canalizare;
- Desfășurata pereților. Se va face pentru fiecare cameră în parte, dacă necesită o tratare mai specială. De exemplu avem panouri decorative care trebuie montate într-o anumită ordine, un fototapet sau profile decorative;
- Stereotomia plăcilor ceramice (gresie, faianță) pentru băi, bucătărie sau alte zone unde se montează aceste materiale;
- Stereotomia parchetului, dacă se face un model mai complex (parchet intarsiat sau îmbinarea între placi ceramice și parchet etc.);
- Schițele mobilierului. Se vor face pentru tot mobilierul care trebuie executat la comandă, pentru ca furnizorul să poată face oferta de preț. Dacă se doresc anumite sisteme pentru mobilier, se discută pe fiecare piesă în parte și se va specifica în schițe. Este de datoria noastră, a designerului să îl anunțăm pe client de la început care sunt diferențele de finisaje și sisteme, ca să nu avem surpriza după ce primim oferta de preț, să ne reproșeze că am ales cele mai scumpe finisaje. Studiați ce înseamnă un finisaj de PAL, MDF înfoliat, MDF vopsit, HPL, placaj și care sunt avantajele și dezavantajele fiecăruia. Inclusiv de ce diferă costurile.

Iar cea mai ignorată parte al acestei etape o reprezintă Memoriul Tehnic, pe care, aproape nimeni nu o citește. Pentru proiectele de arhitectură acest fișier este obligatoriu, însă pentru proiectele de design de obicei nu este luat în calcul, deși ar fi util. Cu siguranță, nu ar trebui să ne așteptăm ca șeful de șantier sau constructorul să îl citească, deoarece toate informațiile necesare și specificațiile sunt trecute în schițele tehnice (uneori sub formă de note). Cu toate acestea, vă recomand să scrieți un text care explică ce decizii trebuie luate în timpul lucrărilor de execuție. Tot acest text vă ajută la descrierea proiectului atunci când îl veți publica pe site sau într-o revistă de design.

Acum e momentul să studiați finisajele. Mergeți la producători de mobilă, la fabrici și ascultați cu atenție tot ce vă spun. Faceți notițe.

Etapă 9: Ofertarea produselor și a materialelor/finisajelor. De cele mai multe ori, dacă clientul a apelat la un designer, el își dorește un pachet complet, în care, pe lângă propunerea de amenajare să îi recomandați și furnizori sau chiar echipe de execuție (despre echipe vom discuta la etapa următoare). Însă, indiferent

dacă clientul alege să colaboreze cu furnizorii voștri sau să-i găsească singur, datoria voastră este să-i furnizați toate informațiile necesare: cantități, dimensiuni, tipurile de finisaj sau material, detalii tehnice.

Să nu uităm de termene – pentru produsele de pe stoc, lucrurile sunt clare. Pentru produsele de import, termenele pot dura de la 2 la 5 săptămâni. Același lucru este valabil și pentru mobilierul realizat la comandă, care variază în funcție de comenzile în lucru la producător, dar și de volumul și complexitatea proiectului vostru. Oricum trebuie să vă înarmați cu multă răbdare, deoarece în proporție de 90% termenele depășesc și nu întotdeauna din cauza furnizorului.

Când trimite-ți cererile de oferte, încercați să cuprindeți în e-mail cât mai multe informații. Dacă totuși nu cunoașteți anumite detalii tehnice, treceți în schițe sau în textul mailului exact ceea de ce nu sunteți sigur și ulterior luați legătura cu persoana responsabilă pentru ofertă. Treceți și datele de contact, mai ales numărul de telefon, ca să puteți fi contactat dacă vor apărea neclarități și întrebări.

Și încă un lucru extrem de important: NOI NU PUTEM RĂSPUNDE ÎN FAȚA FURNIZORILOR! Noi, designerii, avem dreptul de a recomanda un furnizor sau altul cu care am mai lucrat, dar există cazuri în care și recomandările noastre greșesc. De aceea - NU suntem responsabili pentru ei. Avem obligația să le transmitem toate detaliile proiectului, dar nu putem controla execuția, adică tot ce nu ține de noi. Explicați acest lucru clientului.

Etapa 10: Execuția și urmărirea de șantier. Am ajuns și la etapa materializării. Cum am spus și mai sus, clientul își dorește pe lângă cea mai frumoasă idee de amenajare și punerea acesteia în practică. De aici începe cea mai mare provocare a profesiei. Ca un specialist începător, la primele lucrări o să stați mai mult pe șantier, ca să vă asigurați că totul merge conform planului, iar în al doilea rând, să învățați live, ce înseamnă execuția și coordonarea unei echipe. Ca proiectul să meargă conform așteptărilor, este recomandat ca implementarea să se facă de o echipă de constructori/meseriași, cu un șef de șantier în frunte. În cazul în care vor apărea mici probleme sau nelămuriri, și nu aveți cum să ajungeți curând pe șantier, atunci această persoană să devină intermediarul cu care să țineți legătura.

Cu timpul o să vă dați seama că procesul de urmărire de șantier înseamnă foarte mult timp, iar celelalte proiecte nu pot fi lăsate în așteptare. De aceea, când o să prindeți mai multă încredere, o să fie suficient să țineți legătura cu șeful de șantier la telefon sau să veniți

acolo pentru a lua anumite decizii.

Clienții trebuie să înțeleagă că designerii nu sunt șefi de șantier! Există oameni specializați. Noi putem urmări lucrarea (câteva vizite pe șantier, mai ales atunci când apar anumite probleme imprevizibile), dar nu este de datoria noastră să stăm acolo o zi întreagă. De aceea este bine să se clarifice acest aspect, încă de la bun început, iar fiecare să știe ce are de făcut! Dacă clientul insistă să fiți prezenti, în ofertă să includeți și costul acestui serviciu. De obicei se face pe oră sau sedință (o sedință poate dura 1-3 ore). Gândiți-vă că drumul până la spațiu, apoi discuțiile, uneori și certuri înseamnă timpul vostru și dacă permanent va fi nevoie să alergați prin tot orașul de la un client la altul, nu o să mai aveți timp și pentru creație.

Încă o dată accentuez: primele șantiere sunt bune pentru experiență, dar ulterior, reorganizați-vă timpul. Dacă veți ajunge să creșteți echipa și să aveți multe proiecte cu implementare, vă recomand să angajați un Project Manager, care o să preia această atribuție de coordonarea proiectului în timpul execuției.

Etapă 11: Arhivarea și stocarea proiectelor. Să presupunem că ați finalizat proiectul și sunteți fericit de rezultatul final, dar ce facem apoi cu acesta? Recomand să îl păstrați pentru o perioadă mai lungă de timp. Se mai întâmplă să aveți nevoie de o informație dintr-un proiect mai vechi. Mie mi s-a întâmplat de mai multe ori ca după un an sau chiar mai mult, clienții să mă contacteze ca să întrebe de un cod de culoare pentru lavabilă sau tapet, pentru că li s-a întâmplat un mic accident și trebuie să repare zona respectivă sau la momentul când lucram la proiect nu aveam suficienți bani să-l finalizeze, iar acum s-au reapucat și au nevoie de schițele mobilierului. Iar eu, având proiectul arhivat, mi-a fost ușor să găsesc informațiile.

Am avut și un caz mai haios: Acum câțiva ani am lucrat la un proiect pentru amenajarea unui salon de rochii de mireasă amplasat la parterul unui sediu de birouri. Deși erau două spații, clienta nu știa exact care se va elibera ca să putem face viitorul showroom, de aceea am lucrat de două ori la acest proiect (propuneri de amenajare pentru ambele spații). Le-am păstrat pe amândouă. Și ca să vezi, peste trei ani am fost recomandată unei agenții de turism care vroia să închirieze același spațiu de la parter (prima varianta la care lucrasem), la care eu deja aveam măsurătorile și releveul. Recunosc că m-a ajutat destul de mult că am păstrat toate fișierele.

De aceea, eu păstrez toate proiectele și le salvez în mai multe locuri (calculatorul de la birou, pe laptop și la predarea acestuia pe un hard extern, astăzi există posibilitatea de a salva informațiile

direct în online: Cloud sau Google Drive) ca să mă asigur că dacă se întâmplă ceva cu unul dintre device-uri, să am și un back up. De exemplu, mi se întâmplă să lucrez și de acasă, iar ca să am toate detaliile necesare în cazul unor urgențe, le pot deschide fără probleme și le pot transmite mai departe.

Iar dacă vorbim despre organizare: încercați să grupați proiectele pe foldere după ani. Așa fac eu și m-am convins că este foarte practic. Aceste foldere, conțin fișierele cu denumirea proiectelor și ordinea acestora, de obicei - ordinea cronologică după dată. Iar în aceste foldere păstrez atât actele, documentația, detaliile tehnice, scena 3D și texturile, modelele 3d descărcate online, randările și pozele de pe șantier, dar și cele finale, după ce proiectul a fost finalizat.

Prin urmare, vă recomand să tratați cu mare importanță stocarea și organizarea informațiilor. Chiar dacă acum poate vi se pare inutilă.

PREZENTAREA PROIECTULUI

05

PREZENTAREA PROIECTULUI

Puteți fi Guru al schițelor tehnice și al celor mai frumoase colaje din lume, dar cei mai mulți clienți consideră că anume vizualizarea viitorului proiect este cea mai importantă (randări fotorealiste sau chiar schițe de mână). În acest caz va fi nevoie să vă concentrați să perfecționați una din tehnici.

Clienții sunt foarte diferiți și unii din ei au abilitatea de a înțelege proiectul încă din faza de documentare, iar alții vor fi supărați că anumite elemente din proiectul 3D nu vor coincide sută la sută cu realitatea. Vă recomand să vă înarmați cu multă răbdare, atunci când vine vorba de relația cu clienții. Sunt foarte diferiți și unii dintre ei sunt foarte pretențioși.

Eu am avut diferite situații și chiar aș vrea să vă povestesc două din ele. Prima, pot să spun că a fost din categoria proiectelor ideale, unde clienta mea m-a lăsat să fac ce am crezut că este mai bine pentru viitoarea ei locuință, iar propunerile mele s-au rezumat doar la niște colaje, desfășurata pereților și plimbările pe la showroom-uri unde am ales materialele. Nu a fost nevoie de randări, pur și simplu a avut încredere în mine, iar eu mi-am dat toată silința ca proiectul să iasă bine. Și cea mai frumoasă parte a proiectului a fost - execuția: mi-a oferit cheia apartamentului și a intrat în acesta abia după ce au ieșit muncitorii. Surpriza a fost pe cinste :)

Din păcate, la noi în țară nu prea întâlnești mulți clienți care să aibă deplină încredere în designer și să îl lase să coordoneze proiectul de la început până la predare. Încă se merge pe principiul de a „ține totul sub control”. Și poate de multe ori acest control duce la neînțelegeri între designer și client, certuri între client și constructori și tot așa.

Mie mi-a fost foarte ușor să țin legătura doar cu șeful de șantier care mă contacta de fiecare dată când trebuia să iau niște decizii și mă anunța dacă mai era nevoie de ceva. Atât! În rest nici eu nu prea

am pășit pe acolo, pentru că echipa cu care lucram, deja era una dintre cele care știau stilul meu de lucru, din experiențele anterioare. Le-am predat partea tehnică și în rest am discutat la telefon. În cazul unei echipe noi, nici eu nu aș avea încredere să-i las singuri și ar fi nevoie să fiu prezentă pe șantier.

O altă situație, în care am avut un client-tipicar, care deși a acceptat randările și toate detaliile tehnice, intervenea la orice detaliu. Nu este nimic rău, ca beneficiarul să știe pe ce se cheltuie banii și ce fac meseriașii la el în locuință, dar uneori poate e mai bine ca specialiștii să fie lăsați în pace ca să-și facă treaba în ritmul lor. Acest proiect, din cauza acestor „controale” a ajuns să se lungească de la 4 luni la un an, timp în care eu și echipa de constructori să fim într-o mare pierdere (de timp și bani). Iar cel mai trist în acest caz este că nu ai ce să faci, pentru că decizia finală o ia tot clientul, pentru că e prezent întotdeauna și vrea să își spună punctul de vedere.

Ca un proiect să meargă bine, soluția ar fi să fie coordonat de un designer/arhitect. Clientul să aprobe proiectul, iar mai departe, să îi transmită bugetul total și să își vadă de treabă. Dar cum se cheltuie banii, pe client nu ar trebui să îl intereseze, atâta timp cât coordonatorul știe cum să repartizeze bugetul.

În concluzie: indiferent de ce tehnică de vizualizare îi propuneți clientului, el ar trebui să înțeleagă cum va arăta viitorul spațiu. Cum am specificat mai sus, încercați să perfecționați doar o tehnică de lucru, dar la fiecare nou proiect să se vadă evoluția voastră. Vizualizarea fotorealismă și/sau schițele de mână sunt apreciate în egală măsură, dacă sunt realizate la un nivel calitativ.

Acest lucru, desigur, nu înseamnă că până veți ajunge la acest nivel, nu veți putea lucra sau crea un portofoliu. Din contră, aici ar trebui să vă motivați să munciți mai mult și să dobândiți cât mai repede aceste abilități. Și evitați să vă mulțumiți cu puțin, mai bine aspirați la mai mult și la mai calitativ. De ce să nu fiți voi cei mai buni de pe piață?

Citiți cu atenție următoarele subcapitole, decideți ce este mai aproape de sufletul vostru: să desenați de mână, să faceți colaje sau să lucrați în programe de specialitate. Și învățați, descoperiți și perseverați în căutarea excelenței! Fiți cei mai buni, nu vă limitați la.... doar buni!

Colaje și moodboard-uri

Despre această tehnică am mai discutat în Capitolul 4, dar vreau să vă povestesc cum se face exact această tehnică de prezentare.

Colajele sau cum le mai spun în limba engleză moodboard-urile („*mood*” - stare de spirit, inspirație și „*board*” - tablă, panou) reprezintă cea mai ușoară metodă de a prezenta un proiect de design interior. Aceasta reprezintă o compoziție de imagini inspiraționale care transmit atmosfera viitoarei amenajări și vă ajută să înțelegeți foarte repede direcția către care proiect tinde, dar nu și soluții tehnice. Cum am mai spus, moodboard-urile pot fi create în softuri pe calculator, cum ar fi Photoshop, Corel sau chiar Paint, dar și în aplicații online, cum ar fi Canva, Olioboard, Niice, Realtime Borad, Sampleboard sau Moodboard (la finalul cărții aveți lista cu site-uri).

Ce ar trebui să conțină un Moodboard?

Deși nu există o regulă generală despre ce exact conține un Moodboard, finalul trebuie să arate idea generală a viitorului proiect, cu elemente, culori și atmosferă cât mai apropiată de realitate. Colajul va include:

- *Gama cromatică* - paleta de culori, de la cele mai deschise la cele închise, dar și nuanțe complementare;
- *Poze cu produse reale* și idei personalizate pentru tot ce înseamnă decorațiuni interioare, mobilier, obiecte de artă, finisaje și materiale, etc;
- *Poze de ambient care să reflecte atmosfera proiectului în lucru;*
- *Mostre de texturi și materiale*- în special: draperii, covoare, tapet, tapițerii, pături, perne, etc.

Ce nu trebuie să conțină un Moodboard?

Există și o mică listă cu ceea ce ar trebui să evitați în crearea acestor colaje:

- *Mult text*. Amintiți-vă că un moodbord are mai mult înclinație vizuală, de aceea evitați detalii inutile, pentru acesta există fișele tehnice;
- *Elemente nepotrivite*. Sarcina voastră este să prezentați o imagine armonizată și nu haotică. Prin urmare, alegeți cu atenție stilul și culorile tuturor elementelor;
- *Combinații complexe și nerealiste*. Amintiți-vă că scopul vostru este să alegeți imagini ce conțin elemente potrivite și apropiate cu realitatea. Indicat este să faceți propuneri bine gândite încă de la început, în funcție de bugetul clientului, tema sau conceptul ales. Și în acest caz să evitați munca dublă;
- *Imagini utilizate frecvent sau repetate*. Fiecare nou proiect trebuie să fie unic, de aceea trebuie să fie perceput ca o nouă provocare. Vreau doar să punctez: evitați repetarea. Chiar dacă vă place să lucrați într-un anumit stil, culori etc, asta nu înseamnă că să refolosiți imaginile de fiecare dată la următoarele proiecte. Fiți

creativi și în timpul documentării.

Un Moodbord oferă oportunitatea de a prezenta concis clientului cum va arăta propunerea voastră de design. Și dacă acest element îl va convinge pe client, atunci puteți trece cu încredere la următoarea etapă.

Cel mai interesant este că această tehnică de vizualizare poate fi utilizată în mai multe domenii, atât pentru design interior, web design, chiar și fashion. Și în același timp, puteți prezenta mostre reale a viitoarelor finisaje și obiecte propuse în proiect.

Iar ca o recapitulare, haideți să vă fac o listă cu avantajele și dezavantajele Moodboard-ului:

Avantaje: Acest tip de colaj este foarte creativ și chiar artistic. Atrage atenția și chiar îl face pe client să înainteze în proiect. Puteți face bugetarea proiectului folosindu-vă de produse reale cu costuri reale. Puteți alege culorile și materialele încă de la început.

Dezavantaje: Deși arată foarte interesant, totuși indică o parte din elemente ale viitorului proiect: culori, texturi, finisaje, Moodboard-ul nu rezolvă detaliile tehnice. Dacă vă limitați doar la această tehnică, trebuie să fiți pregătit să îi răspundeți clientului și la întrebările de genul: „Ce putem să alegem pentru acest dormitor? Ce model de tapet?” Fiecare client poate să își imagineze într-un fel sau altul viitorul spațiu, dar acest rezultat va coincide cu așteptările sale?

Schițe de mână

Această tehnică deja nu se mai rezumă doar la o sursă de inspirație, ci ne ajută să prezentăm imaginea unui interior concret. În trecut, desenul arhitectural era singura metodă prin care puteai vizualiza spațiul, asta înainte să apară calculatorul și softuri dedicate. Chiar și așa, există clienți care apreciază foarte mult tehnica lucrului de mână, în schimbul calculatorului. Știați că marii designeri și arhitecți din lume încă folosesc metoda schițelor pentru a crea viitorul concept?

În urma acestor schițe, proiectanții din birou dezvoltă proiectul și crează randări fotorealiste de prezentare. Însă anume schița rămâne este cea de unde a luat naștere idea.

Schițele pot fi doar cele realizate de mână, cu un creion, un cărbune sau marker pe o foaie de hârtie; sau se pot face tehnici mixte, unde un grafician poate transpune un desen de pe o foaie de hârtie pe o tabletă și să îi redea puțină culoare sau mai multe detalii care să reflecte realitatea. Eu mai cunosc colegi care în continuare fac ilustrații de mână a interioarelor, folosind acuarela sau vopseluri acrilice.

Totuși această metodă dacă este dusă la nivelul de detaliu necesită mult mai mult timp de execuție, iar dacă cumva clientul cere și niște modificări, asta înseamnă că trebuie să o luați de la capăt. Pe când pe calculator totul se întâmplă mult mai ușor în cazul acestor modificări.

Avantaje: Clientul poate să își facă o idee despre viitorul interior. Dacă grafica este executată la un nivel profesional, cu siguranță va fi păstrată și chiar expusă la diverse expozitii. Un desen reușit poate fi înrămat și expus pe peretele de la birou – va deveni un punct de interes pentru clienții voștri.

Dezavantaje: Tehnica de mână poate fi învățată, chiar dacă considerați că nu aveți nici un talent la desen și nu ați urmat un curs în domeniu. Cunosco colegi care s-au hotărât să meargă la facultatea de arhitectură sau design abia când erau la liceu, și niciodată nu au știut să deseneze bine, dar cu o pregătire intensă (perioada diferă de la o persoană la alta) au ajuns să facă niște schițe foarte bune.

Eu de exemplu nu am făcut pregătirea pentru desenul arhitectural când am dat admiterea la facultate. Deși am absolvit școala de pictură și chiar am continuat cu desenul la colegiu, niciodată nu am reușit să fac schițele cum faceau colegii mei. Desenele mele erau foarte artistice :), exact așa cum practicam în Moldova. Acest aspect nu m-a împiedicat să îmi creez propriul stil și să mă diferențiez și să fiu apreciată la facultate.

Desigur, nimeni nu poate garanta că la sfârșitul unor astfel de cursuri, fiecare va deveni un geniu al desenului, dar cel puțin o să vă ajute să înțelegeți ce este o perspectivă, ce înseamnă Geometria Descriptivă și cum să puteți vizualiza spațiul doar prin desen. Rezultatul depinde în mare măsură de ambiție, perseverență și puțin talent. Iar dacă totuși alegeți să folosiți această tehnică de vizualizare a proiectului, iar clientul nu este mulțumit de ceea ce primește – trebuie să aflați care este problema exactă: *stilul vostru de lucru sau propunerile în sine?*

Lucru pe calculator

O fi tehnica schițelor de mână foarte frumoasă și unică, din păcate acestea nu pot înlocui planurile arhitecturale. La urma urmei, după ce clientul a aprobat propunerea vizuală a proiectului, va fi nevoie să treceți la etapa materializării, care nu poate fi efectuată fără detaliile tehnice necesare: planuri de construcție, desfășuratele perților, stereotomii etc. Cu siguranță nimeni nu vă interzice să lucrați totul de mână, dar vă asigur că o să vă ia foarte mult timp, iar dacă apar greșeli sau modificări, va fi nevoie să refaceți toate planșele.

Dacă vorbim despre vizualizarea proiectului, softurile de specialitate pot reda cel mai bine realitatea. Pentru început, să ne lămurim ce înseamna această „simulare” sau „randare”.

Simularea, în sens larg reprezintă o metodă de prezentare a proiectului sub forma unei imagini. Aceasta nu este neapărat o imagine fotorealistică tridimensională, tot simulare reprezintă schița de mână sau colajul. Cu toate acestea, multă lume este dusă în eroare și crează confuzii printre acești termeni, de aceea designerii folosesc aceste cuvinte, strict pentru imaginile de perspectivă sau axonometrie create cu ajutorul softurilor de calculator.

De asemenea, trebuie să ne lămurim ce înseamnă o *image fotorealistă*. Este acea imagine, care poate fi confundată cu o poză reală de către un om nespecialist. O persoană care nu a mai văzut acest tip de simulare virtuală, o poate confunda cu o fotografie, pe când pentru un profesionist diferențele sunt evidente. Eu am văzut unele proiecte atât de bine lucrate, încât nu îmi venea să cred că sunt doar niște simple randări de calculator: perspectiva, detaliile de texturare, lumina, toate erau foarte naturale.

Avantajul tehnicii pe calculator, este că poate fi învățată pe cont propriu. Nu aveți nevoie neapărat de talent, doar de un calculator bine optimizat și internet. Pe internet puteți găsi o multime de informații și lecții utile (tutoriale), precum și un număr imens de forumuri și comunități în care puteți discuta cu alte persoane interesate.

Foarte des începătorii mă întreabă: cât durează să înveți programul 3dMax? Este destul de dificil să răspund la această întrebare, deoarece fiecare om este individual, și unii prind foarte repede toate comenzile într-un nou program pe care îl deschid, pe când alții se sperie doar când văd interfața acestuia. Dacă vi se pare prea complicat să studiați de unul singur, există mai multe centre care oferă astfel de cursuri specializate. Și aceste cursuri sunt împărțite pe niveluri: începători și avansați. Puteți urmări, de exemplu, centrele cum ar fi: Atelierele Ilbah sau Pixellab care organizează cursuri de 3dMax.

Cei mai mulți designeri și modelatori 3D pe care îi cunosc au avut nevoie în jur de șase luni până la un an pentru a atinge nivelul dorit de realism în softurile respective.

Deși eu am avut un curs de 3dMax la facultate, recunosc că am început să lucrez în acesta abia la primul job. Deși am fost angajată fără să stăpânesc prea bine 3dMax-ul, m-am ambiționat să-l învăț rapid. Ajutorul meu a fost Octav, dar a avut răbdare să stea cu mine după muncă să facem lecții, asta în loc să ne plimbăm prin parc :). Nu regret, aceasta a fost oportunitatea de a ne cunoaște unul pe

celalalt.

Până și astăzi eu încă consider programul 3dMax, unul foarte complex, deoarece necesită timp atunci când pregătești scena pentru randare – trebuie să texturezi și să map-ezi fiecare piesă în parte, să setezi și să poziționezi luminile, camerele, unghiurile ș.a.m.d. Recunosc că și modelarea 3D necesită multă muncă și talent, la fel ca tehnica de mână. Și chiar dacă sperați să existe un „buton magic” care să scoată imaginea finală, fără să munciți la crearea acesteia, din păcate aceasta nu există. Momentan calculatorul nu poate citi gândurile, el reprezintă doar un instrument la fel ca un pix și o foaie prin care puteți transpune ideile și propunerile voastre. Poate pe viitor cineva va inventa un altfel de proces de a imprima ideile noastre, dar până atunci veți fi nevoiți să treceți prin mult studiu, până veți ajunge să lucrați ca un profesionist.

Să recapitulăm:

Avantaje: Folosind softuri de modelare și randare 3D, puteți foarte ușor adăuga, schimba, modifica obiectele și elementele din scenă. Puteți calcula cu exactitate cantitatea de plăci folosite și să le poziționați pe perete în funcție de dimensiuni. Tot aceste softuri vă ajută să modelați obiecte la scară reală.

Dezavantaje: Nu toate programele sunt bune pentru modelarea 3D. Când am discutat despre programe de specialitate ați aflat că unele din aceste softuri sunt folosite pentru proiectare arhitecturală, iar altele pentru modelarea obiectelor. Este mai greu să găsești un program care să le includă pe toate. De exemplu: AutoCad-ul este foarte bun pe partea tehnică, dar nu vă permite să modelați și să texturați foarte bine obiectele în 3D și apoi să le și randati.

Deși în multe țări europene, dar și în America mulți designeri se rezumă doar la prezentarea proiectelor sub formă de Moodboard-uri, la noi, dar și în toate țările est-europene se pune accent pe randări fotorealiste. Cred că o să găsiți în timp o explicație: domeniul designului interior, la noi în țară, a început să ia amploare abia acum câțiva ani, pe când în celălalte țări, serviciul unui designer este ceva normal, la fel ca și a unui avocat sau medic. Și din aceste motive, când oamenii apelează la un astfel de specialist, sunt conștienți că acesta o să îi ajute, exact ca un avocat sau medic. Pe când la noi, oamenii sunt încă sceptici și nu au încredere deplină, că un designer va face un lucru cu adevărat bun. Am dreptate?

Tehnică mixtă

Există varianta să combinați tehnicile de lucru. De exemplu: să lucrați perspectivele în linii pe calculator, să le printați, iar apoi să le

colorați în creioane sau acuarelă. Iar cealaltă metodă este că desenați perspectiva în linii, iar pe calculator să colorați această imagine.

Mai mult, unii designeri merg chiar mai departe - construiesc un model, îl printează pe foaie și îl colorează, apoi iarăși îl scanează și îl detaliază pe calculator sau tabletă.

Această metodă combină avantajele celor două tehnici. De cele mai multe ori este foarte dificil să construiești o perspectivă realistă doar din creion, care necesită atât talent la desen dar și niște calcule matematice. Construirea unui spațiu este mult mai ușoară și rapidă într-un program de modelare 3D. În plus, puteți scoate perspective din mai multe unghiuri fără să lucrați suplimentar. Perspectivele pot fi tipărite pe diferite tipuri de hârtie, în funcție de tehnica ulterioară folosită - acuarelă, creioane, pastel sau chiar hașură. Nu uitați că este foarte important să puteți transmite profunzime, prin folosirea texturilor și a materialelor, a culorilor și redarea umbrelor și a luminii.

Avantaje: Această tehnică este bună în cazul când nu stăpâniți un program foarte bine sau încă îl aprofundați. Posibil încă nu reușiți să desenați perfect sau să faceți vizualizări fotorealiste, dar cu ajutorul acestei tehnici - veți obține schițe destul de impresionante.

Dezavantaje: Tehnica mixtă nu poate fi numită rapidă, necesită multă muncă și timp. Să nu mai menționăm că, dacă trebuie să faceți corecții pe schițe, va fi nevoie să le refaceți complet (ca în cazul schițelor de mână).

PREDAREA PROIECTULUI -
CE URMEAZĂ?



PREDAREA PROIECTULUI – CE URMEAZĂ?

Să presupunem că ați creat cel mai interesant concept, ați realizat cele mai frumoase randări și ați detaliat proiectul. Toate acestea au fost trimise clientului pe e-mail sau predate sub forma unui dosar fizic. Oare aici se încheie munca voastră? Clientul va plătit pentru concept și idei sau pentru proiect materializat?

Dacă cumva oferta inițială a fost făcută strict pentru partea de vizualizare, iar clientul a fost cel care a decis să implementeze proiectul, atunci o să vă mulțumiți doar cu imagini frumoase pe care le puteți trece în portofoliu ca „Propunere proiect”. Când clientul zice că se va descurca să pună în practică imaginile primite, vă asigur că în 99% din cazuri nu se întâmplă așa. Inevitabil clientul „își pune amprenta” (voluntar sau involuntar) ceea ce duce la abateri prea mari de la proiect, și sunt șanse mari ca să nu reușiți să mai faceți poze cu proiectul realizat. În concluzie, veți rămâne doar cu niște randări în portofoliu.

Mă repet - de cele mai multe ori clientul vine la noi, designerii, pentru un pachet complet, care include, atât partea de concept, dar și materializarea acestuia. Haideți să vedem ce înseamnă asta:

Supravegherea

Ca să puteți controla lucrurile pe tot parcursul proiectului, va fi nevoie să deveniți un Project Manager (asta până veți ajunge la momentul când veți angaja unul). Un Project Manager este obligat să coordoneze proiectul încă de la începutul acestuia, până la predare, adică un proiect la cheie. Iar cea mai complexă etapă de care trebuie să se ocupe este exact – supravegherea proiectului în timpul

execuției. Adică, veți fi nevoit să fiți coordonatorul și intermediarul tuturor echipelor: de la client, arhitect (dacă este nevoie să lucrați și cu acesta), constructori, furnizori. Iar toate acestea înseamnă mult timp stat pe șantier, vorbit la telefon, uneori chiar certuri și „ședințe” la fața locului care se întind mai mult decât ați estimat de la început.

Deși pentru primele proiecte pe care le veți realiza vă recomand să stați cât mai mult pe șantier, ideal ar fi ca aceasta să fie cât mai diferite (de la un proiect rezidențial până la unul de office sau HoReCa) ca să vedeți în timp real ce se întâmplă acolo și care sunt problemele care pot apărea, căutând soluții pentru rezolvarea lor împreună cu echipa de constructori și furnizori. Constructorii și meseriașii de cele mai multe ori pot veni cu soluții strict tehnice, dar dacă nu au foarte multă experiență în finisaje premium sau soluții inovative, se vor limita doar la funcțional și atât. Prezența voastră acolo îi va ajuta să găsiți o soluție atât tehnică cât și una estetică.

În cazul în care clienții vor neapărat să le recomandați o echipă de execuție (dar echipele voastre deja sunt înzestrate în alte lucrări), atunci există două variante: sau îi rugați să aștepte echipa voastră până termină lucrările deja începute sau să căutați o nouă echipă, dar cu riscul că va fi prima experiență și nu veți fi sigur că totul va merge perfect – va fi un test.

Din păcate tot mai mulți constructori și meseriași calificați au plecat în străinătate din cauza salariilor mult mai mari, iar noi suferim din cauza lipsei de personal, lasă de dorit. Constructorii, au ajuns să ceară destul de mulți bani pentru implementarea proiectelor, dar oferă o calitate destul de scăzută. Clienții acceptă, așa cum nu au de multe ori și alte alternative.

Eu lucrez cu mai multe echipe pe diferite categorii de calitate, dar și de preț. Iar ca să-i explic clientului diferența, încerc să dau cât mai multe detalii, inclusiv mergem la o lucrare în curs ca să se convingă. Să rezumăm și partea de supraveghere: este esențială în cazul proiectelor pe care le doriți materializate. Nici o randare suprealistă nu se compară cu experiența unui proces de implementare și coordonare. Fiți prezenți pe șantier, dar încercați la un moment dat să găsiți o echipă în care să aveți încredere și cu care să puteți comunica telefonic, fără a fi prezent permanent la lucrare.

Mai jos vreau totuși să punctez câteva aspecte importante în găsirea unei echipe bune de constructori și execuție:

- *Căutați pe cineva cu experiență.* Chiar dacă să zicem că este prima voastră lucrare comună și încă nu sunteți sigur ce fac acești oameni pe șantier, vă recomand să mergeți la o lucrare deja terminată de ei și să analizați detaliile la montajul finisajelor, cât de curat lucrează, până și cum se prezintă. Nu de puține ori mi s-a

întâmplat să vin neanunțată pe șantier și să găsesc o veselie acolo. Și asta în timpul programului lor de muncă;

- *Să fie creativi la găsirea soluțiilor estetice și funcționale.* Poate cerem noi prea mult, dar cum am mai specificat, o echipă cu care veți lucra mai multe proiecte va ști ce să propună în cazul unor dileme sau probleme, iar acest lucru v-ar scuti de irosirea timpului de a ajunge pe șantier;

- *Șef de șantier.* Exact, ca lucrările să decurgă conform planului este ideal să existe un șef de șantier cu care să țineți legătura. Acesta va răspunde pentru toate lucrările efectuate și va coordona echipa lui. Fără acesta, informația se pierde și de aici încep neînțelegerile, întârzierile, dat vina unii pe alții etc;

- *Oameni pasionați de ceea ce fac.* Cam puțini, dar există! O echipă bună este interesată în mod direct să fiți mulțumiți de calitatea lucrărilor, deoarece se bazează pe recomandarea pe care o veți face mai departe;

- *Transparență.* Nu de puține ori beneficiarii încredințează echipei tot ce înseamnă achiziția de materiale, din lipsa timpului și a cunoștințelor din domeniu. O echipă în care puteți avea încredere va face un inventar al lucrărilor și al materialelor estimative, va recomanda cele mai bune materiale pentru lucrarea respectivă, iar la final v-a transmite toate bonurile și facturile;

- *O echipă profesională va emite factură pe lucrare și va garanta execuția.* Când alegeți să lucrați cu profesioniștii, aceștia sunt obligați să răspundă în fața lucrării, de aceea este și în interesul lor să facă lucrurile bine, ca să reziste în timp.

Și mai am ceva de adăugat – ceva despre costuri! Cum ofertați partea de supraveghere?

În primul rând, trebuie clarificat acest aspect cu clientul încă de la începutul proiectului. Iar prețul pe care îl oferiți trebuie să explice exact ce servicii include (despre costuri și oferta de preț vom discuta în capitolul următor). Din experiența mea, am învățat că partea de supraveghere este mult mai complexă decât credeam de la început. Iar primele oferte trimise clienților nu specificau acest lucru, ceea ce a dus mai târziu la mult timp petrecut pe șantier și la nejustificarea prețului inițial dat clientului. Mai târziu am separat acest serviciu, explicând foarte clar de ce există costuri extra strict pentru această etapă.

Eu personal pun costul pe ședință, care poate dura de la o oră până la 3-4. Acest cost vă asigură eficiența tuturor. Clientul nu vrea să vă plătească costuri extra, de aceea în câteva ore se pot decide foarte multe lucruri :) Concluzia mea: nu mai faceți supravegherea de șantier fără să includeți acest serviciu în ofertă. Există designeri care

inclusiv în prețul ofertei și supravegherea, dar de multe ori s-au plâns că în cazul proiectelor etapizate ajungi să nu mai primești ultima tranșă de bani atât de repede, deoarece în ofertă și contract este trecut că plata se face după implementarea integrală a proiectului. Fiți foarte atenți!

Pozele finale

Este etapa care îmi place cel mai mult – să merg la spațiul amenajat când totul este terminat, când echipele sunt deja plecate, iar clienții abia așteaptă să se mute aici. Acum este momentul perfect de a realiza ședința foto a proiectului sau/și filmarea. Astăzi lumea online-ului se concentrează foarte mult pe conținut video, de aceea o prezentare scurtă a proiectului (de maxim 2-3 minute) poate atrage atenție mult mai ușor. Însă și pozele trebuie să existe, și vorbim de poze profesionale, la rezoluție bună, care vor fi incluse în portofoliul vostru. Tot aceste poze sunt utile și pentru viitoarele apariții media.

Se spune că un fotograf bun poate scoate poze superbe și dintr-un spațiu neterminat sau amenajat cu buget redus. Este vorba de câteva trucuri după care se ghidează un profesionist – unghiuri favorabile, lumină bună, decor potrivit. Totuși, scopul vostru ca designer este să faceți un proiect bun, gândit la detaliu și nu să găsiți doar un fotograf care poate să vă facă poze ideale, retușându-le mai mult decât e cazul sau adăugând obiecte în Photoshop.

Există și situații opuse, când un fotograf nepriceput poate distruge frumusețea proiectului prin poze nereușite. Apropo, legat de fotografii. Pe piață există foarte mulți care fac asta, dar nu toți au un ochi format pentru a surprinde un interior. Este important să aiba o viziune bună în spațiu, să perceapă perspectiva cât mai naturală și să nu deformeze pozele, chiar dacă camerele sunt de cele mai multe ori prea mici. Eu am colaborat cu mai mulți fotografi, dar cele mai bune poze ne face fostul meu coleg de facultate, Alex, care având cunoștințe în domeniul de arhitectură, știe cum să încadreze imaginea ca să arate perfect. În schimb, cele mai nereușite experiențe le-am avut cu fotografii de evenimente – îți fac zeci de poze la detalii (recunosc că foarte frumoase), dar poze de ambianță care să cuprindă întregul interior, au fost un dezastru. Și nu obiectivele au fost de vină, dar ochiul fotografului vede altfel lucrurile. De aceea mai bine apelați la un fotograf specializat pe interioare (posibil o fi mai scump), dar cu siguranță veți avea niște poze de apreciat și invidiat!

Legat de costuri: un fotograf cu multă experiență cu siguranță va cere un preț consistent pentru o ședință. De aceea este bine ca

înainte să alegeți cu cine să colaborați să vă documentați care sunt prețurile pe piață și ce background au acești fotografi. Există fotografi începători care cer foarte puțini bani sau chiar deloc în idea de a-și crea portofoliu, însă aici trebuie să fiți atenți ce poze chiar știu să facă. Poate încercați să faceți mai multe teste cu mai mulți fotografi, asta în cazul în care beneficiarii vă permit să intrați de mai multe ori în spațiu. Unii din ei vor lucra gratis, dar pe un fotograf cu experiență merită să îl plătiți și o să vă convingeți de asta. Vă recomand când faceți oferta de preț al unui proiect, încercați să includeți și costul pentru ședința foto finală. Clientul nu trebuie să știe neapărat de acest cost, dar voi trebuie să luați toate cheltuielile pe tot parcursul lucrării.

Costul unei ședințe foto depinde foarte mult de suprafața spațiului, compartimentarea, numărul de camere, complexitatea detaliilor, ba chiar și timpul pe care îl aveți la dispoziție pentru a fotografia întregul proiect. Prețul mai este influențat și de termenul de finalizare a pozelor cu tot cu prelucrare. Cu siguranță dacă este ceva urgent, fotograful va fi nevoit să amâne celelalte predări pentru a putea livra la timp pozele voastre, iar pentru acest lucru se va adăuga un extra cost.

Calitatea pozelor trebuie să fie cât mai mare, obligatoriu rezoluția de 300dpi. Dacă cumva vă pricepeți la prelucrarea acestora în Photoshop sau Lightroom, atunci puteți cere fotografului și pozele în format Raw, sunt imagini „brute” pe care le puteți edita singuri, iar apoi să le salvați în format JPG sau PNG.

Înainte nu mă gândeam cât de importante sunt aceste poze de calitate și mă rezumam la poze făcute cu un telefon sau cu un aparat foto compact. Astăzi m-am convins că imaginea vinde, în sensul direct a cuvântului! Da, știu cu toții că tehnologia a permis încorporarea în telefon a unor camere foarte performante, însă vă asigur că un DSLR cu obiective adecvate și lumini suplimentare este cu totul altceva. Telefonul ne poate ajuta la pozele de pe șantier, în timpul releveului sau în timpul execuției, dar pentru pozele finale recomand să apelați la un specialist.

Deși eu nu sunt atât de pasionată de făcut poze (prefer să fiu pozată :) decât să setez manual diafragma la ISO), cursul de fotografie din timpul facultății (l-am făcut în anul IV cu Vlad Eftenie) cel puțin m-a introdus în această lume complexă, nu doar artistică, dar și tehnică. Fotografia este o tehnică de a reda imaginea. Vă spun cu mâna pe inimă, că fotografiile au o răbdare enormă și sunt dispuși să se urce în copaci, să se culce pe pământ, să stea într-un picior, înghesuiți etc. doar ca poza să fie perfectă! Aprecierile mele!

Înainte de a putea intra în spațiu pentru a face pozele, trebuie să

oțineți permisiunea clienților. Iar uneori acest lucru devine o problemă. Mi s-a întâmplat și mie să nu mai ajung să fac ședința foto, din mai multe motive: de exemplu spațiul nu a fost gata și atunci nu am mai insistat, dar am avut și cazuri în care clienții nu ne-au mai dat nici un semn după finalizarea proiectului și după mutare nu ne-au mai permis să intrăm acolo.

Am auzit și de la alți colegi aceleași situații în care clienții erau contra oricăror poze finale din cauză confidențialității, mai ales dacă sunt persoane publice sau doresc să își păstreze intimitatea. Acest aspect poate fi clarificat încă de la bun început ca să evitați surprizele de acest gen - întrebați clienții despre ședința foto de la final și specificați că numele lor nu va fi publicat nicăieri fără acordul acestora. Puteți chiar trece acest aspect și în contract, dacă simțiți că nu aveți încredere deplină în clienți. Pur și simplu, asigurați-vă!

Pentru proiectele comerciale, lucrurile sunt mult mai simple - beneficiarii, cu siguranță, sunt interesați să faceți cât mai multe poze pentru că o văd ca pe o promovare. În anumite cazuri mai puteți face o înțelegere cu beneficiarul în care să faceți o singură ședință foto a locației, iar costurile să le împărțiți. De poze aveți nevoie și voi pentru portofoliu, dar și beneficiarul pentru site-ul viitoarei locații și rețelele de socializare. Eu cunosc echipe care oferă clientului un pachet întreg: de la concept, design interior, identitate vizuală, implementare, ba chiar poze finale și design web etc.

Să vă dau și câteva sfaturi legate de pregătirea înainte de ședința foto. După ce ați primit confirmarea clienților că puteți face ședința foto, vă recomand să vă grăbiți să o faceți până la mutarea clienților. Ideea este că, după mutare lucrurile se organizează după confortul clienților și apar unele obiecte pe care nu le-ați vrea prinse în poze. Mai ales în cazul copiilor mici. Nu discriminez copiii, dar recunosc că nu de puține ori am renunțat la ședința din camera copiilor din cauza unei dezordini greu de mascat, și asta vă spun și eu din experiența mea ca mamă :), pur și simplu camera este invadată de haine, scutece, servetele, jucării, cărți etc - toate trebuie să stea la îndemâna mamei, care nu mai are timp, nici stare să le aranjeze permanent. De aceea faceți pozele înainte să se mute copilul mic sau ideal ar fi ca în timpul ședinței foto copilul să fie plecat din casă ca să aveți timp și loc să mai aranjați din lucruri.

Alt detaliu: *decorul*. De cele mai multe ori clienții sunt pregătiți să se mute în casă nouă și fără decor sau accesorii, în ideea că vor avea timp pe viitor. Doar că noi știm prea bine că acest lucru nu se va întâmpla și că lucrurile neterminate vor rămâne așa o perioadă lungă de timp. Din statisticile noastre, în jur de 30% din clienți țin foarte mult ca totul să fie gata înainte de mutarea lor. Aceasta înseamnă, că

rolul nostru de decorator va fi pus în practică. Însă în cazul, în care acest lucru nu se va întâmpla până la ședința foto, există soluții și în acest caz. Cunoscut magazine de decorațiuni care sunt deschise la idea de a oferi designerilor obiecte de decor și accesorii pentru a fi pozate în proiectele lor. Să știți că nu o fac doar din generozitate sau prietenie, dar și cu scopul de promovare. Nu de puține ori, clienții văzând cât de bine sunt integrate în designul casei – le și cumpără. Deci, aceasta înseamnă câștig pentru toate părțile – designerul realizează pozele finale cu proiectul decorat, furnizorul își vinde produsele, iar clienții sunt fericiți că nu trebuie să mai alerge după alegerea decorului.

Următorul punct este *organizarea*. Adică să reușiți să sincronizați pe toată lumea, de la clienți, la fotograf sau/și echipa de filmare, iar toate lucrurile să fie pregătite – curățenia făcută, decorul și accesoriile aduse la timp și puse pe poziții. Mai există și un alt aspect – vremea de afară, dar și intervalul orar la care trebuie să faceți ședința foto. Dacă afară este înnorat, pozele vor ieși foarte închise și va trebui să adăugați mai multă saturație folosind programe de editare. În schimb dacă afară este prânz și razele soarelui intră direct în încăperea – pozele vor ieși prea „arse” și atunci iarăși va fi nevoie să le editați. Așadar, alegeți o zi cu vreme bună, de preferință în acea perioadă a anului când ziua este mai lungă, ca să aveți mai mult timp la dispoziție. Cele mai bune ore sunt între 9-12.00 de dimineață sau 15-19.00 după masă, pe timp de vară. Dacă nu se poate, atunci cel puțin încercați să organizați ședința foto într-o zi însorită, dar evitați orele prânzului când lumina solară este prea puternică, eventual puteți face poze în restul camerelor care nu au lumină naturală, cum ar fi băile sau dressing-urile.

Unele proiecte merită să le pozați atât pe timp de zi cât și pe timp de seară, mai ales în cazul dacă ați propus un iluminat arhitectural mai special sau corpuri de iluminat decorative.

A început ședința foto, ce face designerul? Vă recomand să fiți prezenți pe tot parcursul ședinței, nu neapărat să îl țineți de vorbă pe fotograf, deși la un moment dat veți face și asta, dar să fiți aproape când acesta are întrebări legate de detalii, unghiuri. În concluzie: veți avea o zi plină, de aceea este bine să vă îmbrăcați lejer și să fiți pregătit să asigurați apă și chiar ceva gustări sau mâncarea pentru toți implicați la ședință.

Perioada cea mai grea este – așteptarea, când veți fi nerăbdător să vedeți pozele finale. Deci, cum am mai specificat, editarea acestora poate dura mai mult, de la o săptămână până la o lună sau mai mult (în funcție de volumul proiectelor în lucru a fotografului), dar vă asigur că așteptarea merită toți banii și tot efortul!

Publicarea proiectului în online și offline

După ce ați intrat în posesia pozelor cu proiectele voastre realizate, trebuie să le „răspândiți” prin cât mai multe căi, deoarece acest lucru înseamnă publicitate. Orice apariție este benefică.

Să încep cu apariții în presa tipărită. Deși astăzi aproape toată informația s-a mutat în online, încă mai există persoane care iubesc să răsfoiască o revistă sau chiar să le colecționeze. Despre presa print deja am discutat în Capitolul 1 și ne-am convins că în România este ”pe moarte”, iar revistele care au supraviețuit sunt tot mai puține. În schimb, au apărut câteva cataloage anuale, cum au cei de la Ideal Decor - Ideal Decor Book, ediție de colecție sau cei de la Delta Studio - Lifestyle Design Interior, unde vă puteți publica ultimile proiecte realizate.

În rest - concentrați-vă pe ONLINE! Prezentul înseamnă online. Aici sunt cei mai mulți potențiali clienți, clienți și pur și simplu cei care vă pot admira munca. De aceea trebuie să fiți prezenți în online, să afla lumea de voi, de activitatea voastră, să fiți activi, să relaționați cu urmăritorii. Dar despre promovarea online o să vă povestesc în Capitolul 8. Vreau doar să vă spun să publicați proiectele atât în portofoliul vostru, dar și pe alte site-uri tip reviste online sau bloguri naționale sau internaționale. În online este mult mai ușor să țineți legătura cu redactorii șefi sau cu cei care administrează site-ul respectiv, cărora le puteți scrie cu propunerea de a publica unul din proiectele voastre. Unii vor răspunde, alții poate n-o să vă bage în seamă. Eu totuși vă recomand să insistați. Nu de puține ori am trimis mailuri cu proiecte și nu am primit nici un răspuns mult timp, dar am mai retrimis mailul și într-un final am primit și un răspuns. Se pare că dacă un site, blog este foarte cunoscut, este și foarte solicitat, iar mesajul vostru se poate pierde ușor printre alte mailuri și ulterior uitat. Nu vă costa nimic să mai încercați o dată. Iar dacă sunteți refuzați să publicați proiectul, nu ar trebui să vă dezamăgiți, ci să priviți lucrurile obiectiv. Posibil, nivelul proiectelor încă nu se aliniază cu standardele lor, atunci ar fi bine să acumulați mai multă experiență și să reveniți cu un proiect mai bun, cu care veți avea șansa să arăreți într-un articol.

A fost o perioadă când am stat să trimit la zeci de site-uri în domeniu pentru a publica unul din proiectele recente (pe atunci). Și mi-am încercat norocul chiar și pe www.dezeen.ro. Am primit răspunsul lor, dar din mesaj, mi-am dat seama că nu am nici o șansă să apar cu proiectelul meu micuț, de care eram foarte mândră, dar care, să recunosc, nu era la nivelul celor publicate pe site. Nici astăzi nu mă simt pregătită să revin cu un proiect de-al nostru, dar nici nu

abandonez idea. Totul la timpul lor!

Știți unde mai puteți învăța nivelul proiectelor bune? La concursurile internaționale, de exemplu la Restaurant & Bar Design Awards sau IDesign Awards, foarte cunoscut este și A' Interior Design Competition. Dacă dați un search pe Google: „Interior Design Awards” o să găsiți o sumedenie de concursuri. Intrați pe site-urile acestora și analizați proiectele. Vă ajută la inspirație și în același timp vă motivează să munciți pentru a atinge nivelul participanților. Astăzi, mulți designeri români au început să ia premii internaționale. Deci, se poate!

Ne-am abătut puțin de la subiect, dar toate aceste detalii vi le spun în ideea de a vă ajuta să tindeți la mai mult, făcând proiecte și mai frumoase, care merită să fie admirate nu doar de publicul național, dar și cel internațional. Fiți prezent în offline, dar cel mai mult în online!

Drepturile de autor

În Capitolul 2 am atins subiectul despre proiectele voastre care trebuie grupate într-un portofoliu. Portofoliu creat din lucrări personale la care ați muncit și de care sunteți mândri. Dar, a venit momentul să vă vorbesc și despre plagiatul lucrărilor și ce înseamnă drepturi de autor.

Eu încă mă minunez cum tinerii designeri, la început de drum, folosesc munca altora pentru a crea un portofoliu. Acești „artiști” începători pur și simplu caută poze online, le salvează și apoi se recomandă ca fiind autorii lucrărilor. Poate se bazează că potențialii clienți nu vor descoperi acest secret luând în calcul că mediul online este atât de bogat, iar șansele să găsești exact proiectul respectiv sunt mici. Posibil această truc va merge cu un client, dar cu siguranță colegii de breaslă vor scoate la suprafață adevărul.

Poate pe client nu îl interesează neapărat ce nivel de proiecte ați avut în trecut, dar mai degrabă ce ați făcut recent. În schimb, concurența știe sigur care este nivelul vostru realist și va urmări orice schimbare, mai ales dacă aceasta este prea radicală (adică de la proiecte foarte simple și randări la un nivel începător, să treceți la proiecte grandioase și lucrate la detaliu). Concurența trebuie să devină prietenii voștri, cu care să vă împărtășiți ideile, să faceți schimb de experiență, să vă întâlniți la evenimente sau chiar să comunicați pe rețelele de socializare. De aceea orice păcăleală îi va face să vă strice imaginea, iar zvonul negativ se va răspândi mai departe.

Haideți totuși să analizăm câteva aspecte importante. În primul

rând, preluarea unei idei nu reprezintă obiectul drepturilor de autor. Corect sau greșit, designerul are dreptul să se inspire și să preia o idee din alte proiecte și să o folosească în lucrarea sa. Totuși există o diferență între a prelua câteva elemente și a copia întregul concept. Recunosc că acest aspect este foarte sensibil și greu de demonstrat în practică, cine până la urmă are dreptate.

În al doilea rând, există un drept de autor asupra interiorului și există un drept de autor asupra imaginii finale. Ele pot aparține unor persoane diferite - de exemplu, designul a fost dezvoltat de o singură persoană, iar o fotografie sau o vizualizare 3D (randarea) a fost făcută de o altă persoană.

În al treilea rând, dreptul de autor nu poate fi îndepărtat sau transferat. Autorul lucrării (atât al designului de interior cât și al imaginii) rămâne pe viață. Prin urmare, prin încercarea de a-ți atribui dreptul de autor asupra unei lucrări la care nu ai participat, duce la încălcarea legii.

În plus, nu autorul, ci dreptul de a utiliza imaginile pot fi vândute sau transferate. De exemplu, fotograful care a făcut pozele interiorului pe care l-ați conceput poate folosi sau chiar vinde imaginile doar în urma unor termeni și condiții negociate cu voi, cel care este autorul interiorului. Vă recomand să discutați acest aspect cu fotograful încă de la bun început.

Cum ați înțeles, nu puteți cumpăra proiectele altora (de ex. pe Shutterstock) sau să le salvați de pe internet și să le afișați ca fiind ale voastre. Aceast lucru înseamnă încălcarea legii, și va face să nu fiți sincer nici cu voi, dar nici cu clienții voștri.

La noi în țară, din cauză că această profesie este abia la început de drum, încă nu este apreciată la justa ei valoare. Și asta din cauza că atribuțiile unui designer nu sunt clare. Astăzi există mulți amatori care fac doar un curs intensiv de design și se consideră specialiști. Iar această diferență se simte încă de la primul proiect pus în practică. Din păcate clienții nu știu la ce să se aștepte de la un designer (mai ales în cazul primei experiențe) și atunci apelează la prima persoană care și-a însușit titlu de „DESIGNER”. Vă asigur că nu merită să oferiți și altor potențiali clienți motivul de îndoială - dacă merită să apeleze în general la un designer sau nu. Ar fi bine să vă păstrați identitatea reală prin descrierea clară a serviciilor, dar și prin prezentarea proiectelor pe care chiar le puteți realiza.

Chiar sper că am reușit, măcar puțin, să vă conving să evitați asumarea drepturilor de autor asupra altor lucrări. Pur și simplu, fiți originali!

DESIGN INTERIOR CA
AFACERE

07

DESIGN INTERIOR CA AFACERE

Sunt sigură că mulți dintre voi o să înceapă această carte exact cu acest capitol. Sincer și eu aș fi făcut la fel, dacă aș fi avut un exemplu de carte de acest gen :) Dar așa cum nu am avut, viața m-a făcut să experimentez pe propria piele (a mea și a lui Octav - cei implicați în această afacere).

În acest capitol o să vă povestesc exemple al mai multor designeri sau arhitecți care și-au găsit un echilibru în a crește propria afacere și o să vă dau soluții, iarăși testate personal - cum să atrageți clienți, cum să le cereți bani pentru munca voastră și cum să faceți în așa fel ca să nu ieșiți în pierdere atunci când trageți linia după un proiect finalizat.

Să începem:

Ce înseamnă să fii pe cont propriu?

Înseamnă să ai mult mai multe responsabilități. Deși vă doriți independența financiară și libertatea timpului (vă simțiți manipulat ca angajat și ați decis să vă faceți program după propriul plac) încă nu știți ce vă așteaptă.

Întotdeauna am crezut că „a fi pe cont propriu” înseamnă să ai mai mult timp și mai mulți bani. Sunt sigură că există și astfel de cazuri, dar în proporție de 90% dintre cei așa zisi „independenți” sunt mai degrabă exploatați, munciți și nedormiți, asta dacă nu ajung să găsească un secret al afacerii sau măcar un echilibru financiar în viața de care să fie mulțumiți (aici vorbesc de cei care se pot mulțumi cu un câstig-tip salariu pe lună. Doar că în acest caz nu mai este o afacere, ci un fel de libertate ca angajat, deoarece dacă o lună nu vei munci, din varii motive, salariul nu va fi încasat și viața ta se va da peste cap).

Am ajuns la concluzia că o afacere înseamnă să ai un venit pasiv, nu doar pe cel activ. Adică banii să vină din mai multe surse fără ca să depui efort de fiecare dată pentru acestea. Nu voi intra în prea multe detalii despre tipuri de afaceri care vă pot aduce mai multi bani, deoarece scopul cărții este să vă dau soluții strict pe domeniul designului sau al arhitecturii. Însă, dacă chiar sunteți interesați despre venituri pasive și cum să faceți o afacere profitabilă, vă pot recomanda câteva cărți foarte bune.

De 5-6 ani biblioteca mea este îmbogățită cu multe cărți despre afaceri și dezvoltare personală. Încerc să mă documentez în sfera businessului și să mă inspir din reușitele celor mai influenți oameni de afaceri, încerc să mă dezvolt ca om, ca persoană, ca să îmi creez oportunități de succes. Subiectele sunt diferite, dar toate împreună m-au ajutat și m-au inspirat să aplic câte ceva în propria afacere – de la ce înseamnă branding, cum să atrag clienții sau cum să gestionez timpul și resursele financiare. Iată lista cărților din biblioteca mea care merită citite:

- ***Secretele succesului. Cum să vă faceți prieteni și să deveniți influent***, de Dale Carnegie, Editura: Curtea Veche;
- ***Tată bogat, tată sărac. Educația financiară în familie - Ediția a III-a***, de Robert T. Kiyosaki, Editura: Curtea Veche
- ***De la idee la bani***, de Napoleon Hill, Editura Curtea Veche
- ***Gratuit***, de Chris Anderson, Editura Libris
- ***De la bine la excelent***, de Zig Ziglar, Editura Curtea Veche
- ***Regula de 5 secunde***, de Mel Robbins, Editura: Lifestyle Publishing
- ***O viață implinită***, de Bendon Burchard, Editura Curtea veche.

Poate aceste cărți nu au o legătură directă cu domeniul designului de interior, însă vă învață să gândiți ca un antreprenor, om de afaceri și chiar lider.

Pe lângă cărți, există foarte multe site-uri care vă îndrumă cum să înființați o afacere sau cum să faceți un plan de afaceri, cum să accesați fonduri sau care sunt seminariile și workshop-urile utile pentru dezvoltarea personală sau profesională. Vă recomand să mergeți la aceste evenimente, puteți învăța multe lucruri utile. Și nu uitați să puneți întrebări.

Eu la un moment dat m-am înscris la un curs de Blogging și am mers foarte setată să aflu cum se câștigă din acest domeniu, job al viitorului (și al prezentului). Deși ceilalți participanți, veniți doar din curiozitate, au stat timizi în băncile lor și au ascultat ca niște elevi exemplari, eu mi-am văzut interesul și am tot pus întrebări. Până la urmă dacă am dat bani pentru un curs, de ce să nu aflu exact după ce mă interesează în mod direct? Și la unele workshop-uri pun

întrebări, dacă nu în public (unele întrebări mi se par stupide, deși aș fi vrut să aflu răspusuri la ele), atunci le adresez personal în pauză sau la final. Se numește: Profit de situație!

Ne-am abătut puțin de la ideea inițială, deși era important să vă punctez și importanța cărților și a evenimentelor de business.

Deci, ***ce înseamnă să fii pe cont propriu?***

Să ai libertate financiară? Da și nu, depinde de mai mulți factori, inclusiv cum gestionezi afacerea. Ideal ar fi ca înainte de a înființa o afacere să mergeți la un consultant financiar, iar când veți avea firma în creștere, un consultant pe dezvoltare vă poate îndruma în ce direcție și cum să vă îndreptați întreaga atenție și resursele pentru a avea succesul dorit. Acești oameni costă, dar vă asigur că merită.

Să ai mai mult timp liber? Da și nu prea, iarăși depinde cum vă gestionați afacerea. Despre gestionarea timpului vă recomand să citiți cartea lui Bendon Burchard, din lista de cărți de mai sus. În Capitolul 2 intitulat Nevoia de control, ne dă sfaturi cum să îți eficientizezi timpul și să ai tu control asupra lui, nu invers, cum se întâmplă de obicei.

Să nu depinzi de nimeni? Da și nu. Orice afacere implică relații, de la clienți și furnizori, până la constructori și agenții cu care vei colabora. Deja ați identificat că acest domeniu, inevitabil implică colaborări și interacțiuni cu oamenii. Este bine să aveți un sprijin, o vorbă bună din partea celor cu care lucrați, dar în același timp, ar fi bine să deveniți și voi la fel, un sprijin pentru alții. Doar așa lucrurile vor evolua productiv mult mai repede, pentru toată lumea.

Să vă spun cum văd eu o afacere de succes în domeniul nostru? - Un traseu bine calculat, plin de provocări și cu multă răbdare. Nu cred în designeri deveniți peste noapte, nici nu încurajez asta. M-am convins că timpul te ajută să evoluezi, iar pentru a deveni bun, ai nevoie de cel puțin 8-10 ani de experiență. Traseul ar fi așa: o școală bună la început, de aceea și în continuare voi recomanda studii superioare în domeniu. Pasul următor ar fi să aflați cum e să fii angajat, la fel în domeniu. După minim 2 ani de experiență să începeți să vă documentați ce înseamnă o afacere pe cont propriu și chiar să urmați cursuri de management, să mergeți la workshop-uri legate de promovarea afacerii când ești la început de drum, toate acestea pentru a vă pregăti să intrați în lumea antreprenoriatului. Iar după ce veți deveni liber profesionist, să luați ușor ușor cu dezvoltarea echipei, al proiectelor, al colaborărilor etc. Aș descrie acest proces ca - o evoluție sănătoasă. Nu vă aruncați mai departe decât trebuie, nu vă grabește nimeni, iar timpul trebuie să devină cel mai bun prieten al vostru.

Care sunt sursele de venit al unui designer

Mulți designeri începători încă consideră că designerul câștigă doar din proiectare. Chiar și la facultate cam asta am aflat și noi, studenții. Dar, mi s-a luminat calea, când am ajuns să lucrez și să interacționez cu oamenii din domeniu. Vreți să aflați care sunt sursele de venit? Iată lista, împărțită pe venituri active și venituri pasive:

Venituri active (trebuie să muncești ca să fii plătit pentru asta):

- **Proiect de design interior.**

Asta este principala sursă de venit. Până la urmă pentru asta am fost pregătiți și instruiți. De aceea costul pe care îl prezentați clientului trebuie să se justifice cu efortul depus pentru implementarea proiectului. Despre costuri vom discuta mai multe în subcapitolul Câți bani să cer pe un proiect?

- **Consultanța.**

Consultanța înlocuiește un proiect complet de design interior și se rezumă la recomandări oferite clientului în urma evaluării spațiului care trebuie amenajat. Pe scurt, serviciul de consultanță va include recomandări în ceea ce privește alegerea gamei cromatice, a materialelor și a finisajelor, reguli de amplasare a mobilierului și a celorlalte detalii necesare pentru a îmbunătăți spațiul actual. Există mai multe variante de consultanță, dar ca să înțelegeți ce înseamnă fiecare, mai jos am descris pe scurt ce presupune fiecare și câți bani ați putea cere pentru asta:

1. Consultație preliminară. Acest tip de consultanță, de obicei are loc la biroul designerului. Scopul acestei consultații este de a face cunoștință cu echipa de designeri, de a afla cum lucrează și cum îl poate ajuta pe client. La această întâlnire se stabilesc, de obicei ideile generale, fără a intra în prea multe detalii, iar clientul decide dacă aceste idei sunt pe placul lui sau va fi nevoie să caute un alt designer.

Rețineți că în urma acestei consultații NU veți oferi soluții: schițe, propuneri în plan și detalii în doar o oră de discuții. De fapt, toți clienții așteaptă acest rezultat de la această consultație preliminară - și o consideră drept cea mai bună oportunitate de a pleca cu idei bune pe care să le aplice singuri în proiect.

De obicei acest tip de consultație, la noi în țară este gratuit (se consideră că intră în costul viitorului proiect). Iar mulți clienți nu apreciază faptul că designerii se opresc din treabă și le dedică poate mai mult de o oră ca să discute și să le povestească ce fac mai exact

și cum îi pot ajuta, ca ulterior, tot ei să considere la final că serviciul acestora este prea scump.

2. Consultație pe teren. Designerul se deplasează la fața locului pentru a se familiariza cu spațiul și pentru a putea veni cu recomandări. De obicei, deplasarea intră în costul consultației dacă este efectuată în aceeași localitate sau se adaugă costul deplasării numai dacă clientul se află la o distanță mai mare.

Consultația pe teren se face doar o singură dată în cazul în care proiectul nu este foarte complex (în general pentru proiecte complexe, este recomandat să faceți un proiect complet de design). Această consultație este necesară în următoarele cazuri:

- *Clientul are o nevoie locală.* De exemplu, clientul vrea să amenajeze doar o cameră sau să accesorizeze/ să decoreze întregul spațiu;
- *Bugetul rămas în urma cheltuielilor nejustificate să fie împărțit corect.* Aceasta este etapa pe care eu o numesc - „repararea greșelilor”. De exemplu, clientul deja a cumpărat tot mobilierul, ba chiar și o parte din accesorii, dar spațiul în continuare nu arată bine și este fără personalitate. În acest caz, designerul va veni cu idei expres cum să creeze o ambianță confortabilă, prin alegerea culorilor, mobilierului, corpurilor de iluminat, accesoriilor etc. Dar piesele în sine vor fi achiziționate de client. Eventual designerul poate recomanda în ce magazine să meargă sau de pe ce site-uri online să facă cumpărăturile.

Costul consultației este în jur de 100-300 Euro/ședință.

3. Consultația complexă. De fapt, acest tip de consultație reprezintă un fel de mini proiect de design, iar designerul vine pregătit la întâlnire. Totuși, ca să știți cu ce idei să veniți, rugați clientul să vă transmită clar informațiile, precum: planurile sau schițele spațiului, cât mai multe poze din mai multe unghiuri, să cereți să vă explice ce exact își doresc, ce le place și ce nu.

Designerul va analiza toate acestea și va avea timp să se gândească la soluții și idei potrivite pentru spațiul respectiv. Iar la momentul întâlnirii, veți ști exact ce modificări și completări să faceți. Astfel, acele 2-3 ore vor trece foarte productiv pentru client.

Costul acestui tip de consultație variază de la 300 la 600 Euro/ședință.

Poate vă întrebați: de ce costul acestui tip de consultație este mai mare? Pentru că designerul va avea nevoie de mai mult timp pentru pregătire, poate chiar două-trei zile de lucru, iar aceste ore trebuie să se justifice. În plus se adaugă orele de deplasare și consultanța de la fața locului în sine.

4. Consultația online. Este foarte asemănătoare cu consultația

complexă, diferența este că nu va fi nevoie de deplasare la fața locului. Este perfectă pentru proiectele aflate în afara orașului (de unde este stați). Eu am realizat mai multe consultanțe de acest fel și toate au fost în orașele mai îndepărtate, unde nu aveam cum să ajung și nu se justifica deplasarea. Dar clienții au fost receptivi și am colaborat foarte bine: mi-au trimis tot de ce aveam nevoie pentru a veni cu propuneri, iar după ce au fost agreeate, clienții le-au implementat. Eu le-am spus de unde să-și cumpere toate elemente și am ținut legătura doar atunci când unele aspecte din proiect nu au fost clare.

Costul serviciului este între 200-500Euro/consultanță. Prețul variază în funcție de complexitatea proiectului și cât de multe modificări/completări se doresc.

- **Modelare 3D + Randări.**

Cunosc persoane care fac doar proiectare și doar din asta câștigă, dar știu să modeleze și să randeze foarte bine. Și voi ați putea face asta. Până la urmă un program se poate învăța doar din tutoriale sau încercând fiecare comandă și setare pentru a progresa. Dacă cumva pe viitor v-ați gândit să vă rezumați doar la acest tip de serviciu, avantajul acestuia e că o puteți face de oriunde, chiar și de pe o plajă exotică. Aveți nevoie de un calculator/laptop bun, mai bine zis performant, curent electric și conexiune la internet. Iar legat de costuri: cu cât randările sunt mai realiste, cu atât puteți cere mai mulți bani. Până și cei care lucrează doar la noi în țară, au ajuns să ofere acest serviciu în schimbul unei sume consistente de bani. O scenă modelată de la 0 cu 3-4 randări poate ajunge până la 1000-3000Euro, asta în funcție și de complexitatea proiectului și de timpul care implică realizarea acestuia. V-am pus pe gânduri? :);

- **Urmărirea de șantier.**

Este un serviciu care poate fi separat de restul proiectului, dar trebuie să vă asigurați că vă place acest lucru. Cum am mai spus, o echipă cu adevărat completă este cea care are și un Project Manager, iar această persoană să se ocupe strict de furnizori și urmărire de șantier. De aceea, acest serviciu poate fi oferit separat. Mai greu este cu proiectele altora în care nu ați fost implicat pe partea de proiectare. Dar, când veți ajunge să citiți planșele tehnice și veți acumula destulă experiență în materializarea proiectelor, urmărirea de șantier nu va mai fi ceva imposibil. Totuși, fiecare proiect vine la pachet și cu problemele lui, de aceea răbdarea trebuie să fie prima voastră atribuție. Analizați bine dacă sunteți pregătit pentru asta și dacă merită banii.

Dacă urmărirea de șantier face parte din întregul proiect pe care îl oferiți clientului și veți coordona execuția doar parțial, atunci cereți cost pe ședință;

- Vânzarea sau revânzarea mobilierului, accesoriilor, finisajelor etc.

Există studiouri care vin cu proiectul complet. Și atunci oferă clientului nu doar partea de proiectare, dar se ocupă și de achiziționarea tuturor elementelor din amenajare. Sincer, această variantă este cea mai bună pentru client, dar nu știu ce să spun despre voi, designerii, mai ales din punct de vedere al mentenanței.

Și noi (studioul nostru) la un moment dat aveam tentativă să facem resale (revânzare), dar ne-am dat seama că e prea complicat, dacă nu ai un om care se ocupă doar de asta. Să vă spun și de ce: Ne-am făcut mai multe scenarii, în cazul dacă lucrurile nu merg chiar perfect, de exemplu: dacă vindeți produsele printr-un alt agent de vânzare din țară, să presupunem că acesta se va ocupa de tot ce înseamnă livrare, garanție, poate chiar consultanță tehnică. Dar în cazul când se întârzie produsul, vine cu defect sau clientul se răzgândește, cât timp va fi nevoie să aloc eu personal ca să rezolv aceste situații. Lucru și mai complicat se întâmplă dacă cumpărați direct de la producătorii străini, fără intermediari. Câștigurile într-adevăr sunt mai mari, dar toate aspectele tehnice și administrative vor fi pe seama voastră.

Am renunțat la idee. Momentan nu ne simțim pregătiți. Dar nu știi niciodată. Consider că acest serviciu merită la proiecte foarte mari. Așa că ne-am limitat doar la comisionul dat de furnizori, pe care în unele cazuri îl mai puteți negocia în avantajul vostru;

- Comisionul din partea furnizorilor deoarece ați recomandat produsele acestora.

Și dacă tot am atins acest subiect, să îl dezvoltăm puțin. Cred că deja știți că marea majoritate a furnizorilor, din dorința de a câștiga mai mulți clienți prin intermediul designerilor și a arhitecților, oferă un comision în jur de 5-15% din valoarea produselor cumpărate. De ce furnizorilor le convine să vă dea acest comision? Pentru că veniți deja cu un proiect în care știți ce să cereți, deci ei nu mai trebuie să piardă timpul cu clientul ca să îl consulte și să îi găsească variante etc. În al doilea rând, ei vă privesc ca și colaboratorii lor pe termen lung. Cu cât mai multe proiecte aduceți, cu atât prosperă afacerea lor, dar și câștigurile voastre – concept „win to win”. Cum ziceam comisioanele se pot discuta, dar când vorbim de prețurile afișate, cum sunt magazinele online, comisioanele sunt deja bine calculate,

pe când la produsele care sunt custom prețurile se pot discuta și înainte. Totuși fiți atenți ca acestea să nu pară suspecte. Se întâmplă ca clientul să fie sceptic la prețurile oferite de un furnizor pe care l-ați recomandat și începe să caute și la concurență pentru a compara prețurile. Dacă același produs are prețuri diferite cu mai mult de 15% atunci cu siguranță ați pierdut comanda;

- **Comisionul din partea echipei de constructori.**

Și din implementare ați putea face ceva bani. Dar din cauza pieții (momentan instabile) e greu să te bazezi că lucrarea va merge strună și la final vei primi și banii. Excepție fac echipele cu care lucrezi de ceva timp și ai încredere în serviciul și sinceritatea acestora.

Oricum orice tip de comision ar fi bine să fie trecut printr-un contract de comisionare pentru a fi siguri că după finalizarea proiectului și plății ultimei tranșe de bani de către client, veți primi și voi partea voastră;

- **Serviciul vostru de recomandare.** Dacă ajungi o persoană/un studio renumit puteți câștiga bani și de pe urma promovărilor furnizorilor pe social media, să vorbiți la un seminar/curs sau chiar să țineți propriul curs, să filmați spoturi publicitare pentru un anumit brand. Să zicem tot ce ține de promovare extra, datorită comunității mari care vă urmărește. Iarăși am revenit la mediul online, unde trebuie să fim prezenți. Și dacă mai lucrăm la asta, o să vedeți că la un moment dat lumea o să vă caute :) Important: trebuie să vă placă să fiți în lumina reflectoarelor și trebuie să îi țineți aproape pe „fanii” voștri virtuali. Altfel vă părăsesc prea repede;

- **Concursuri naționale sau internaționale.**

Să știți că și concursurile sunt o sursă de venit. Cu siguranță nu constantă, dar o dată la ceva timp, vă ajută, în primul rând să intrați într-o nouă provocare, pentru că trebuie să vă pliați după o temă bine definită și să fiți competitivi, să dați cât mai mult din voi. Concursuri naționale sunt cam puține, dar cele internaționale sunt destul de multe, există chiar site-uri dedicate concursurilor, eu mai intru pe unul din ele: <https://contestwatchers.com/>. Găsiți competiții pe mai multe segmente, inclusiv arhitectură, design interior sau produs.

Concursuri există de 2 tipuri: de concept și idei sau cu proiecte realizate. Dacă încă nu aveți proiecte realizate la nivelul participanților (studiați concurența) mai bine mai așteptați puțin, pentru că înscrierile de obicei sunt cu plată și ar fi o pierdere de timp și de bani. De aceea vă propun să începeți cu concursurile tip

Proiect-concept. Cel puțin aici se apreciază imaginația și puteți să fiți cât mai creativi, chiar dacă ar fi posibil ca proiectul să nu se materializeze niciodată.

Venituri pasive (muncești la început, dar ai un venit constant pe termen nedeterminat):

- **Cărți scrise.**

Doar că aici trebuie să vă placă să scrieți sau să angajați un om care să vă formuleze ideile și informațiile sub forma unei cărți;

- **Cursuri online.**

Le pregătiți o dată, dar le puteți vinde un număr nelimitat. Totuși, un update o dată în an sau cel puțin la doi ani, ar merge. Ați aflat deja că domeniul amenajărilor este mereu în schimbări și inovații, de aceea și informațiile trebuie reînnoite;

- **Vânzarea propriilor obiecte de design.**

Pentru cei care fac design de produs, aveți șansa să câștigați și de pe urma vânzării acestora. Sau să creați un magazin propriu online, când deja aveți în portofoliu ceva piese. Sau dacă vreți să evitați detaliile administrative legate de garanții, retururi etc, puteți opta să le vindeți pe alte platforme online și voi pur și simplu să vă luați comisionul negociat cu platforma respectivă;

- **Modele 3D.**

Pentru iubitorii de modelare, puteți foarte frumos să mai faceți ceva bani, încărcând modelele voastre 3D (modelate la un nivel profesionist) pe site-uri dedicate și să primiți comisionul din vânzarea acestora. Pe 3dsky.org acest lucru este posibil. Citiți termenii și condițiile și spor la modelat! :)

- **Amenajări prototip.**

La arhitecți acest lucru este mai simplu, poți crea un proiect de casă pe care să îl vinzi la mai mulți clienți, la proiecte de amenajare este mai complicat, deoarece interioare sunt diferite și este greu să se plieze același proiect pe mai multe spații. Varianta este să vedeți un proiect complet, în colaborare cu arhitectul, adică el să facă proiectul de casă, iar voi de exemplu să oferiți clientului 2 tipuri de amenajări. Sau dacă nu colaborați cu nimeni, puteți face câteva scheme pentru fiecare cameră în parte cu dimensiuni aproximative, în care să propuneți piese de mobilier de catalog, accesorii, corpuri de iluminat, tipuri de finisaj etc, dar evitând mobila la comandă. Apoi setați un cost pe cameră sau proiect pe care puteți să îl vindeți mai multor persoane interesate.

Învată să îți vinzi serviciul

Nu există o formulă cheie pentru asta, însă există reguli de bază care vă ajută să deveniți buni vânzători, chiar dacă de servicii. Eu nu o să intru în detalii aici, așa cum nu sunt om de vânzări, dar cărțile pe care vi le-am recomandat, sunt unul din instrumente ca să faceți primul pas. Apropo, știți de unde mai învăț eu arta vânzărilor? de la furnizori, am câțiva care sunt buni, chiar buni. Ok, ei vând produse, dar știu cum să îl convingă pe client să cumpere de la ei și acest lucru se poate aplica și la noi, cei care punem aceste produse în proiecte.

Aș vrea totuși să vă spun că aveți nevoie de ceva aptitudini de vânzător, dar nu vă panicați, le puteți dezvolta pe parcurs:

1. *Fiți convingători.* Imaginea voastră trebuie să reflecte încredere și profesionalism;

2. *Evitați expresia „nu știu”.* Cu cât mai mult veți utiliza aceste cuvinte cu atât veți da de bănuț că nu stăpâniți domeniul. Mai bine, răspundeți: „încă nu m-am întâlnit cu această situație, dar o să mă documentez și revin cu un răspuns”;

3. *Fiți realist!* Nu propuneți clientului ceva ce nu sunteți în stare să faceți: adică, evitați să promiteți că veți termina lucrarea mâine, când fizic știți că proiectul vă ia o săptămână;

4. *Fiți sincer.* Decât să îl convingeți pe client că sunteți cei mai buni, dar recomandările nu spun asta, mai bine spuneți adevărul ce sunteți în stare să faceți și ce preferați să externalizați;

5 *Fiți inventiv și aduceți argumente.* Teoretic toți oamenii pot fi influențați destul de ușor dacă știi cum să pui problema. Există și excepții, dar sunt mai rare. În rest oamenii cred în cazuri reale.

Pune-ți la punct contractul!

Contractul este o formă oficială de intermediere între voi, designerii/arhitecții și clienții sau colaboratorii. Sunt sigură că mulți dintre voi ați început să faceți proiecte fără contract, pentru a evita plata taxelor sau faceați proiecte freelancer după job și încă nu v-ați înființat firma. Și noi am trecut prin aceasta, vorbesc la plural, așa cum Octav a fost cel care a început primul să facă proiecte pe cont propriu și frica de a eșua era prea mare. De aceea aproape un an a lucrat „la negru”, dar la un moment dat ne-am dat seama că nu este bine nici pentru noi, dar nici pentru clienți, și dacă vreți să avansați, să aveți angajați, nu ai cum. Așa că am înființat firma și am devenit oficial antreprenori. Una din provocările noastre a fost să punem la punct un contract de prestări servicii. Primul model a fost ceva foarte generalist, dar multe aspecte legate de proiect nu erau trecute. În

următorii ani l-am schimbat cu ajutorul unui avocat, care ne-a ascultat nevoile și eventualele probleme care pot apărea pe parcursul proiectelor, iar apoi le-a transpus într-un contract care momentan este în forma finală. Și acum simțim că e nevoie de mici modificări. Deci contractul a devenit obligatoriu, chiar și în cazul prietenilor. Preferăm să fim liniștiți și dacă apare ceva să avem un document oficial decât să dormim stresați gândindu-ne.... când totuși ne va face plata clientul?

Eu sunt pentru a fi la zi cu taxele, cu contractul și cu tot ce ține de partea administrativă. Și asta este pentru siguranța mea și a echipei mele. Bine, aici puteți să mă contraziceți, că nimic în ziua de azi nu e sigur. Sunt și cu asta de acord, totuși încerc să previn cât mai multe riscuri și să mă concentrez pe ceea ce știu să fac. Iar pentru asta aveți nevoie de o contabilă bună.

Importanța Deadline-urilor

Iarăși mă repet - o bună organizare vă ajută să fiți eficienți atât voi, dar să îi mobilizați și pe ceilalți. Când vorbim despre termene, ideal ar fi ca acestea să fie unele realiste. Dacă de la început o să vă fie destul de greu să stabiliți: de câte ore sau zile veți avea nevoie să faceți un plan în 2D sau proiectul 3d, odată cu experiența acest lucru va deveni mult mai ușor. Nu uitați că estimările se fac luând în calcul și numărul de proiecte lucrate în paralel sau a perioadelor din an.

Haideți să vorbim și despre cauzele întârzierii proiectului:

- *Sărbătorile legale și vacanțele.* Trebuie să le luați în calcul și pe astea. Dacă de exemplu începeți un proiect chiar înainte de o mini vacanță, trebuie să anunțați clientul de când, oficial, vă puteți apuca de proiect;
- *Răspunsurile întârziate primite de la clienți.* De cele mai multe ori întârzierile au loc din cauza clienților, fie aceștia sunt plecați sau nu au timp să discute despre proiect, mai ales dacă sunt implicate mai multe persoane care iau decizii. În acest caz, clienții ar trebui să fie conștienți că proiectul va întârzia și nu va decurge conform timeline-ului. Vă recomand totuși să discutați acest detaliu încă de la început cu clienții;
- *Probleme neprevăzute.* Care pot fi de la probleme de sănătate, până la plecarea colegilor care erau implicați în proiect sau întârzierea comenzilor din cauza transportului, al vamei sau probleme neprevăzute pe șantier etc.

Sunt o mulțime de posibile cazuri care duc la întârzierea proiectului, unele depind de voi, altele nu. Important este să aveți o comunicare deschisă cu clienții, iar aceștea să fie înțelegători mai ales în cazul când întârzierea nu depinde de voi.

Câți bani să cer pe un proiect?

Și am ajuns să clarificam și acest aspect – costul proiectului de design interior. În România, ca și în câteva din țările din Est și Nord Est (sau mai degrabă foste URSS), prețul se stabilește în funcție de volum, adică în funcție de metri pătrați. Prețul este influențat în acest caz și de complexitatea proiectului, stilului de amenajare și a termenelor. Totuși această gradație de preț nu este cea mai corectă: pentru o încăpere de 100 de mp veți munci poate la fel de mult ca pentru un spațiu de 10 mp, poate chiar mai puțin, deoarece cu cât spațiile sunt mai mici și trebuie optimizate mai bine, cu atât necesită mai multă atenție și idei. Ca să nu apară prea mare discrepanță între prețuri, designerii și arhitecții s-au gândit la diverse scheme de costuri. De exemplu, apartamentele mici de până la 50 de mp au un preț/mp, pe când casele cu suprafețe de peste 200-300 mp au un alt cost. Iar pentru zona office sau HoReCa, costurile sunt gradate diferit, din cauză că implică și alte termene de realizare.

În schimb, în Statele Unite, dar și în multe țări din Europa, sunt alte abordări legate de costuri pentru acest serviciu, și este estimat în funcție de numărul de ore lucrate. În acest caz, designerul ia în calcul numărul de ore, pe lângă munca propriu zisă la proiect pe care o face la birou, orele petrecute cu clientul la măsurători, vizite furnizori, șantiere etc. Iar în al doilea caz, designerul și clientul negociază bugetul pe întregul proiect, de la concept la materializarea acestuia. În acest caz designerul poate cere un fee din valoarea întregului proiect (între 7-15%).

Din păcate la noi, nu se practică aceste variante (sau dacă se practică, sunt mai rar întâlnite). Nu este de mirare de ce. Până la urmă (iarăși mă repet) în occident oamenii apelează la designeri de câteva decenii, iar la noi în țară, acest domeniu oficial a prins interes în ultimii 10-15 ani. În continuare ne confruntăm cu mentalitatea clienților de a primi informații gratuit. De aceea, clienții sunt sceptici când vine vorba de prețul primit pentru acest serviciu, nu au încredere în câte ore chiar avem nevoie să implementăm proiectul, de aceea momentan ne-am rezumat la costuri ce țin de suprafață, nu de ore.

Și dacă e să vorbim concret în cifre, piața este atât de deschisă, încât costul lucrării pe mp variază de la 5 până la 100 Euro/mp sau mai mult. Aceasta este realitatea.

Majoritatea persoanelor care au decis să colaboreze cu un designer o fac pentru prima oară. Să nu zicem că unii dintre ei fac pentru prima oară o renovare și nu își imaginează ce îi așteaptă, atât din punct de vedere ca și timp, bani sau implicare. De aceea, se

explică de ce unii clienți aleg în continuare costul cel mai mic, dar nu designerul cel mai bun.

Totuși există câțiva factori care influențează costul unui proiect de design:

- *Studii în domeniu.* Deși, sunt mulți clienți pe care nu îi interesează studiile designerului, acest aspect se vede mai târziu, în lucrul cu acestea. Despre studii am discutat în Capitolul 1;
- *Experiența.* Clienții care nu caută, în primul rând, cel mai mic cost, studiază ce experiență anterioară are designerul sau studioul. Iar acest lucru se vede din lucrările realizate și recenziile primite;
- *Notorietatea.* Cu cât designerul devine mai faimos, cu atât este mai căutat. Dar există și cazuri când aparențele înșeală. Cunososc un caz în care, un tânăr a avut parte de o susținere pe măsura și apăsarea în media, era chemat la cele mai importante evenimente în domeniu, primea premii pentru excelență la doar 23-24 de ani, era pur și simplu peste tot. Ca la un moment dat, să dispară brusc din peisaj. Ce s-a întâmplat nu știu exact, dar clar îți dă de bănuț că totul este fals și că în realitate poate nu e chiar atât de bun pe cât era promovat;
- *Recomandările clienților reali.* Și recomandările pot fi falsificate, însă un client mulțumit, cu siguranță va povesti experiența lui reală mai departe.

METODE DE A CĂUTA
CLIEŢI

08

METODE DE A CĂUTA CLIENȚI

Sunt sigură că sunteți nerăbdători să citiți acest capitol și să aflați cum poate un designer să atragă noi clienți. Dar, se pare că o să vă dezamăgesc încă de la început, spunând că nu există o rețetă magică care vă poate asigura un debit de clienți cu proiecte frumoase.

Pentru un designer la început de drum, dar și pentru unul cu experiență, îi este la fel de greu să găsească noi clienți. Și problema nu este că nu sunt specialiști buni, dar mai degrabă că nu sunt cunoscuți. Nu de puține ori am auzit de arhitecți cu niște ani de experiență și cu un portofoliu de lucrări importante, dar despre care nu se scrie, nu se vorbește nicăieri. Decizia de a fi în umbră nu este o decizie bună sau rea, aceasta depinde de ce vă doriți. Dar chiar și în acest caz trebuie să vă asumați că uneori a fi în culise înseamnă a nu fi, iar asta poate duce la pierderea unor proiecte importante.

Știm cu toții că cea mai bună promovare este prin recomandare – să zicem metoda clasică. Dar trăim într-o lume în care informația este răspândită prea repede și orice zvon, noutate, recenzie poate fi găsită foarte ușor în mediul online, la care au acces cea mai mare parte din populație. Cum v-ați dat seama, a rămâne în umbră, înseamnă a nu dori să fii găsit. Asta este realitatea. Vă place sau nu, trebuie să vă conformați cu asta.

Mai jos o să vă povestesc despre câteva metode de promovare care o să vă ajute să găsiți clienți, dar nu înainte de a spune câteva lucruri importante despre ce înseamnă un marketing bun și bine gândit sau unul fără rezultate dorite și risipă de bani.

În primul rând trebuie să vă creați reputația pe termen lung, iar aceasta înseamnă un produs, în cazul nostru, un serviciu de calitate + o publicitate adecvată. Acum vine întrebarea: *dar cum să faci această publicitate ca să obții rezultate rapide și câți bani trebuie investiți?*

Recunosc că şi eu am trecut prin această etapă, în care nu ştiam exact în ce direcţie să merg. Dar mi-am dedicat timp, să înţeleg fiecare mediu, fie el online, presa tipărită sau tv, şi să decid unde merită să fiu prezentă şi să dezvolt activitatea. Cu presa tipărită şi TV-ul, sponsorizări la evenimente m-am lămurit mai repede, pe când în online mi-a luat ceva timp, mai ales că aici lucrurile se schimbă de la o lună la alta şi uneori nu ţii pasul cu noutăţile. De aceea am apelat la serviciile unor specialiști în domeniu care m-au ajutat să creăm pas cu pas imaginea studioul Creativ Interior. Cu The Famous Design a fost mult mai ușor, așa cum aveam deja ceva experiență, totuși mereu există loc pentru îmbunătățiri :) Sunt perfecționistă, este un defect profesional, dar vă recomand să îl însușiți și voi!

În primul an de activitate, este posibil o să vă fie greu să gândiți un plan de marketing și să dedicați o sumă concretă de bani pentru aceasta, de aceea încercați în timpul liber să mergeți pe la cursuri specializate. Noi, designerii, din păcate nu avem prea multă idee despre ce înseamnă management sau cum se face un marketing. Noi am fost învățați, chiar și în facultate, cum să concepem interioarele, dar nimeni nu ne-a îndrumat cum e să fii pe cont propriu și cum să ne promovăm ideile. Deci, va fi nevoie, la un moment dat să vă consultați cu un specialist. Dacă aveți prieteni care lucrează în agențiile de marketing, atunci puteți cere o părere despre cum văd ei activitatea noastră. Cu siguranță, un ochi extern, va analiza obiectiv imaginea noastră, dar și a potențialilor clienți.

Nu de puține ori, eu întreb părerea celor din jur. Unii poate îmi răspund doar din complezență, dar insist să primesc orice feedback ca să știu ce trebuie îmbunătățit. Adunând toate aceste informații și puse în practică – rezultatele pozitive nu au întârziat să apară.

Să vă povestesc cum s-a întâmplat la noi:

Site-ul personal și promovarea acestuia

Site-ul Creativ Interior a avut un parcurs foarte diversificat. Domeniul a fost cumpărat încă din anul 2010 de către soțul meu Octav. Pe vremea aceea noi încă nu ne cunoașteam, iar el a încercat să înceapă această activitate pe cont propriu. Inițial site-ul a fost creat pe platforma HTML ceea ce însemna o dificultate în tot ce reprezintă postări de proiecte sau articole pe blog. Pe vremea aceea nimeni nu se gândea la SEO, optimizări, cuvinte cheie sau Adwords. Dacă stau să mă gândesc, atunci foloseam mai mult motorul de căutare Mozilla și nu Google. Dar din 2012 am decis să îl schimbăm pe platforma Wordpress și să ne concentrăm pe Google, care era deja pe val. O mică greșeală, sau mai bine spun, lipsa experienței și

pentru a economisi ceva bani, ne-a făcut să alegem un template de site tip blog, ceea ce l-a și poziționat în această zonă. Greșeala a fost remediata în 2013 când am zis că e momentul să ne permitem un site mai profesionist. Sincer, am primit multe feedback-uri pozitive că avem un site creativ și ușor de navigat, dar și acesta avea multe probleme. Astăzi însă, după atâția ani de „experimențe” am zis să facem o schimbare mai consistentă – un rebranding total, pentru a pune în valoare evoluția și experiența noastră.

De ce am început cu povestea mea? Ca să vedeți că orice lucru se învață în timp. Ce v-am ascuns, a fost faptul că pe parcursul acestor ani s-au cheltuit niște bani, uneori cu rezultate, alteori cu dezamăgiri. Dar nu am renunțat. Am mers înainte, am evoluat și considerăm că suntem (ca echipă) mai siguri pe noi și pe proiectele noastre.

Deci, site-ul (personal sau al studioului) - astăzi este o componentă obligatorie pentru promovare. Chiar dacă unii profesioniști cu mulți ani de experiență și cu un portofoliu consistent și-au dezvoltat de-a lungul anilor un renume foarte important în rândul clienților, posibil nu au nevoie de un site, deși mulți dintre ei oricum și l-au făcut. Un designer începător nu poate neglija acest mod de expunere!

Probabil, ați observat că toată lumea și viața se mută treptat în online, iar internetul reprezintă o sursă inepuizabilă de informații și tot mai mulți oameni înțeleg acest lucru. Cei care fac afaceri, chiar dacă acestea au fost înființate acum mulți ani când încă nu foloseam internetul, s-au aliniat cu cerințele pieții, pentru că au știut că aici este viitorul. Să vă dau un exemplu: Eram la o întâlnire cu un producător de mobilă clasică de renume de la noi din țară. Mirarea mi-a fost că directorul general al acestei companii a susținut că este pro online, și că prezența lor în acest mediu i-a ajutat să atragă și mai mulți clienți în perioada când showroom-urile fizice sunt deschise mai mult pentru angajați. Asta înseamnă să te conformezi cu prezentul!

Dacă doriți să fiți găsiți de clienți, trebuie să existați în online, iar dacă sunteți și activi – succesul va veni mult mai repede.

Inspirați-vă și de la alții. Nu este nimic rău în asta, e bine să analizați concurența. Dar această analiză să se rezume la un conținut pe care să nu îl repetați. Fiți original, creați-vă o poveste sau pur și simplu povestiți-o așa cum este ea, cum am făcut-o și eu. Pregatiți-vă portofoliul de lucrări, inclusiv cu descrierea acestora. Adăugați informații despre servicii și oferte interesante pentru a vă distinge printre alți designeri și studiouri.

Nu uitați să vă optimizați site-ul încă de la bun început pentru ca acesta să fie ușor de găsit în motoarele de căutare, de exemplu: Google. Vă recomand să apelați la un SEO specialist, care o să vă

ajute să optimizaţi site-ul, dar şi să creaţi campanii AdWords. Optaţi pentru platforma Wordpress ca să puteţi face singuri postările şi pentru plugin-ul Yoast SEO pentru a crea paginări personalizate. Pare complicat, dar vă asigur că se învaţă foarte uşor!

O dată create campaniile pe AdWords - pot fi lansate. Bugetul îl setaţi chiar voi şi pentru mai bune rezultate analizaţi cum merge campania. Orice feedback transmis la timp te ajută să evitaţi pierdere de timp şi de bani. După doar o săptămâna de campanie este irelevant să trageţi concluzii. Toţi cei cu care am colaborat au spus că rezultatele se văd după cel puţin o lună de zile, iar după 3-4 luni ştii sigur dacă campania a fost făcută bine şi target-ează corect clienţii.

Despre site am discutat, acum trecem la următorul pas:

Cât de importantă este prezenţa pe reţelele de socializare?

Este obligatorie, la fel ca şi un site. Şi acestea două trebuie să meargă în paralel. Cumva este inutil să ai un site perfect dacă foarte puţini ştiu de el. Sigur, optimizările SEO ajută potenţialii clienţi să te găsească pe Google, ceea ce vă şi doriţi, dar sunteţi conştienţi că următorul pas pe care îl fac este să intre pe pagina voastră de Facebook, să afle despre activitatea voastră zilnică, urmăritorii şi chiar review-urile.

Deşi în ultimii ani au apărut noi reţele de socializare, la noi în ţară Facebook-ul încă este numărul 1, chiar dacă din 2018, algoritmii schimbaţi, nu te mai avantajează să creşti organic pagina. Instagram-ul chiar dacă a prins o amploare pe piaţa internaţională, noi încă suntem la început de drum. După schimbarea algoritmilor de pe Facebook, majoritatea bloggerilor şi influencerilor s-au mutat pe Instagram, unde au prins o popularitate fantastică, dar încă multe companii naţionale sunt sceptice de a se promova pe acest canal. Haideţi să vă lămuresc şi eu de ce se întâmplă asta.

„Studiile arată că din 2015 încoace tinerii preferă alte reţele sociale decât Facebook, pentru a comunica între ei şi pentru divertisment,” (Sursa: <https://www.protv.ro/divertisment/tu-de-ce-mai-pierzi-vremea-pe-facebook-studiile-arată-că-tinerii-părăsesc-în-masă-această-reţea-de-socializare.html>), un studiu făcut pe publicul american, dar ştim foarte bine că tot ce prinde în afară, la un moment dat se va aplica şi la noi. Potenţialii clienţi, adică generaţia M, sunt încă prezenţi pe Facebook. Pe scurt, companiile mici şi la început de drum merg foarte mult pe principiul unui câştig mai rapid de aceea atacă mediul unde sunt prezenţi potenţialii şi actualii clienţi. Dar aţi observat cumva ce fac companiile mari din afară? De ce investesc atât de mult

în promovare pe rețelele de socializare unde stau doar copiii și teenagerii (generatia Z)?

Să explic:

Dacă tot am intrat în lumea influencerilor și al bloggerilor, am fost nevoită să înțeleg ce înseamnă publicul ținta și care este categoria de vârstă a potențialilor mei clienți. Așa că am ajuns la următoarea concluzie și se pare că este una realistă: Astăzi clienții mei sunt tineri cu vârstă cuprinsă între 28-45 ani; cu un venit, de la mediu în sus; persoane cu studii superioare, cu ceva experiență de viață; cei care au trecut chiar și printr-o criză economică, fiind conștienți de nesiguranța banului, dar care au avut acces la informații și au înțeles că este bine să investești în confortul personal și de ce nu să îți faci viața mai ușoară. O descriere destul de generalistă, dar la obiect a clienților mei. Totuși, prin blogul The Famous Design eu mă adresez și unui public cu venituri mici, care nu își permit să apeleze la serviciile unui designer și atunci primesc sfaturi cum să facă singuri un proiect de design. Pe Facebook, mă adresez atât celor din categoria descrisă mai sus, dar și celor care își petrec timpul pe Facebook pentru inspirație, relaxare și de ce nu să afle ceva interesant, poate chiar să și împartă postările mele și cu prietenii lor. **Facebook**-ul permite și distribuirea informațiilor pe grupuri, unde membrii sunt direct interesați de subiect. Dar a apărut Instagram-ul, o nouă rețea, unde lumea încet încet se mută. Mi-a luat ceva timp să găsesc o formulă să fiu prezentă și aici. De la început haotic, iar mai târziu am stat să învăț, în sensul cel mai direct al cuvântului, ce se petrece aici și de ce nu am rezultate. Posibil vă întrebați: Dar de ce mă chinui să creez popularitate într-o rețea unde media de vârstă este în jur de 16 ani? (Sursa: <https://craftinteractive.ro/instagram-încotro/>). Mi-am dat seama (ca și companiile mari) că aici este viitorul. Adică aici sunt clienții mei viitori :), cei care vor crește, vor face o facultate, se vor angaja în companii mari și vor avea acel venit cu care să își permită să apeleze la serviciile unui designer. Să nu uităm de **Youtube**. Încă nu i-am dat de cap și trebuie să mă hotărâsc totuși în ce direcție să o iau – să scriu, să inspir prin multe poze sau să vorbesc în fața camerei. Sunt în perioada de testare!

Sper că v-am deschis puțin ochii la realitatea „cruntă” :) Chiar nu e ușor să exiști online, oamenii așteaptă să faci ceva, să arăți ceva și chiar dacă nu au nevoie pe moment de tine sau de serviciile tale, își vor aduce aminte atunci când va fi momentul potrivit. Încearcă să te menții în „lumina reflectoarelor”, metaforic vorbind!

Iar ca un atu, ar fi bine să mai apareți din când în când și pe **LinkedIn**, deși în România, această platformă este utilizată mai mult de firme de HR (pentru angajări), străinii caută inclusiv servicii aici.

Mai există **Twitter**, **Pinterest** sau **Tumblr**, dar sunt poate mai puţin utilizate la noi. Deşi, atenţie la Pinterest. Deoarece domeniul nostru este foarte vizual, lumea intră aici, de aceea ar fi bine să fiţi prezenţi cu un profil şi să daţi PIN la toate lucrările voastre din portofoliu.

Gata, aveţi treabă de făcut!

PS. Sunt multe site-uri care scriu despre reţelele de socializare, daţi doar un search pe Google şi aflaţi exact ce vă interesează. Dar vă recomand să intraţi şi pe:

- www.zelist.ro pentru statistici şi noutăţi din social media;
- <https://socialmediaromania.ro/> - totul despre social media în România;
- <https://www.manafu.ro/> - Cu siguranţă aţi auzit măcar o dată de Cristian Manafu, pe blogul lui găsiţi foarte multe informaţii utile.

Recomandările

Acest lucru se va întâmpla inevitabil atunci când veţi începe activitatea propriu zisă. Dacă îi veţi face pe „clienţi fericiţi” (aşa cum îmi place mie să spun :) atunci recomandările vă asigur că o să înceapă să curgă! Dar ca să ajungeţi ca un proiect să iasă nu doar ok, ci foarte bine, este nevoie de multă muncă, ambiţie şi răbdare (despre asta am discutat în capitolele precedente). Încă de la începutul carierei încercaţi să puneţi accent pe calitate şi menţineţi-o tot aşa – acest lucru îi va face pe oameni să vină la voi.

Din experienţa mea, în jur de 60-70% din clienţi ne-au venit prin recomandări primite de la clienţii cu care am finalizat o lucrare. Dar am avut şi un caz în care cineva m-a recomandat pe Facebook, şi am luat lucrarea fără să mă cunoască personal. Însă discuţia pe care am avut-o telefonic, i-a făcut să ia decizia să mă aleagă pe mine, chiar dacă mi-au recunoscut ulterior că nu am dat cel mai mic preţ, dar am fost foarte sinceră şi explicită în ceea ce înseamnă serviciul nostru, ce puteam oferi şi la ce să se aştepte atunci când fac o amenajare, cu bune şi cu rele :) Am rămas în legătură bună şi acum cu clienţii respectivi.

Ca să vă recomande clienţii nu uitaţi să ţineţi cont de:

În primul rând, întotdeauna să finalizaţi proiectul. Şi aici nu mă refer că trebuie să deveniţi sclavul clientului şi dacă nu aveţi o armonie cu acesta, să vă chinuiţi să duceţi proiectul până la capăt. Sigur nu va ieşi bine. Dar trebuie să faceţi diferenţa între a înceta un proiect din cauza unor probleme mult mai serioase (neînţelegeri între client-designer-constructor, sau când clientul vă impune să faceţi alte lucruri decât cele negociate iniţial şi trecute în contract) şi neglijarea serviciului vostru (să zicem v-aţi plictisit de proiect care se

întinde pe o perioadă mai lungă decât ați preconizat, dar nu din cauza voastră sau nu vă mai faceți timp să vă întâlniți cu clienții pentru a alege materialele sau a lua niște decizii din cauză că ați luat mai multe lucrări în paralel și nu mai faceți față). Cele din urmă – nu sunt o scuză. Acest lucru înseamnă iresponsabilitate și în timp va duce la distrugerea imaginii voastre la care ați muncit mult.

În al doilea rând, creați relații prietenoase și armonioase cu clienții, dar fără a depăși limita bunului simț. Ce înseamnă asta? În cazuri în care puteți trece la discuții mai puțin formale v-ar ajuta să comunicați mult mai ușor și să luați decizii mult mai repede. Totuși există și un risc în care clienții consideră această abordare ca fiind una neprofesională, de aceea este bine să testați acest lucru încă de la bun început. Sau mai există cazuri în care „prietenia” poate să ducă la depășirea limitei voastre de intimitate. Vă recomand să discutați toate aceste aspecte cu clienții încă de la bun început ca să nu apară probleme pe parcursul lucrării, luând în calcul că proiectul poate dura de la câteva luni până la câțiva ani.

Fiți cât mai diplomat și modest. Nu divulgați informații despre clienți, orice bârfă poate să ajungă la cine exact nu ați vrea. Nu vorbiți de rău despre clienți, nici prietenilor, nici altor clienți, dar mai ales în rândul colegilor și concurenței.

Colaboratori sau parteneri

Cât despre colaboratori sau parteneri – se aplică aceeași regulă. Încrederea oamenilor se câștigă prin modul în care vă prezentați, în modul în care comunicați și relaționați. Eu mereu am zis că o bună comunicare poate rezolva 90% din probleme sau chiar să le evite.

Cunosc destul de multe cazuri în care designerii sau arhitecții primesc lucrări de la furnizori. Totuși, de cele mai multe ori aceste lucrări vin atunci când clienții nu se descurcă să ducă un proiect până la capăt și caută soluții, iar furnizorii, pentru „a face un bine” dau contactul vostru ca să îi ajutați pe acei oameni.

Scopul meu este să punctez, încă o dată, că o relație bazată pe încredere duce la mai mulți clienți și mai multe recomandări. Iar încercarea greș nu are. O opțiune ar fi să discutați cu managerul magazinului/showroom-ului și să veniți cu o propunere de colaborare în care să aibă de câștigat ambele părți. De exemplu, am o colegă care inițial s-a angajat într-un astfel de magazin, iar apoi când a simțit că e momentul să facă proiecte pe cont propriu, le-a propus să colaboreze pe proiecte: magazinul avea clienți care își cumpărau produsele și o recomandau pe colega mea, specialist în domeniu, să se ocupe de proiectul de design. Ea își lua banii pe proiect și chiar o mică parte din comision pentru că le propunea în

proiecte doar produsele pe care le aducea furnizorul respectiv, iar furnizorul câştiga de pe urma comenzilor. Deci, fiecare avea de câştigat.

Agenţii imobiliare

O sursă bună de recomandare după modelul B2B. În străinătate se practică demult acest tip de colaborare, în urma căruia fiecare are de câştigat – agentul imobiliar pe lângă serviciul pe care îl oferă clientului, de a îi găsi locuinţa perfectă, poate să îi ofere sau să îi recomande şi servicii adiţionale (proiect de design interior, echipa de constructori, furnizori de materiale, mobilier etc). În aşa fel, îi ajută pe colaboratorii săi, dar în acelaşi timp, poate câştiga şi un comision de pe urma acestui serviciu extra (aici în funcţie de cum s-a stabilit iniţial colaborarea).

Mare atenţie la agenţii „profitori”! Din păcate am tot auzit zvonuri şi am şi întâlnit personal multe persoane care se dau agenţi profi, dar care nu fac decât să îşi vadă interesul. Din propria experienţă, am încercat astfel de colaboări, dar nici una nu s-a materializat. În schimb eu am muncit degeaba. Să vă explic principiul colaborării: eu, ca designer, vin cu idei de amenajare, inclusiv propuneri de mobilare în plan, ca apoi agentul să convingă clientul că spaţiul este potrivit pentru acesta. Dacă clientul închiria/cumpăra spaţiul, agentul mă recomanda să lucreze cu mine. În cele 3 cazuri pe care le-am avut, nici un client nu a mai vrut să lucreze cu mine din cauza costului serviciului meu de proiectare, aşa cum nu au fost informaţi din partea agenţilor că este un cost extra. Concluzia acestor colaborări eşuate a fost că nu a existat o transparenţă între părţi, iar agentul şi clientul şi-au făcut treaba cu ajutorul meu gratuit. Iar eu am mai acumulat o experienţă profesională şi de aici încolo am fost mult mai atentă la astfel de situaţii.

Experienţa mea despre care v-am povestit mai sus nu este cea mai fericită şi plăcută, dar nu înseamnă că şi toţi agenţii sunt la fel. Unii sunt oameni care cred în relaţii frumoase de colaborare de lungă durată şi atunci încearcă să facă tot posibilul să fie bine tuturor, alţii în schimb sunt exact ca în exemplu de mai sus – profită de naivitatea noastră. Dacă totuşi sunteţi în tratative cu un agent imobiliar pe care nu îl cunoaşteţi dar cu care aţi dori să începeţi o colaborare, vă sfătuiesc să studiaţi istoricul acestuia, agenţia din care face parte şi de ce să nu primiţi şi o recomandare din partea unora din clienţii acestora sau a colaboratorilor.

Networking și întâlniri de afaceri

Trăim într-o perioadă în care online-ul este mediul în care ne petrecem cel mai mult timp, indiferent dacă este cu scop profesional, personal sau pur și simplu de a ne deconecta (entertainment), dar relațiile interpersonale sunt cele care câștigă încrederea cel mai ușor. A fost o perioadă în care mergeam destul de des la întâlniri de networking cu scopul de a cunoaște mai multe persoane din diverse domenii de activitate, pentru dezvoltarea comunicării cu persoane de business, pentru schimb de experiență cu cei care sunt la început de drum având propria afacere și de ce nu, să gădesc potențiali clienți. Am fost la întâlnirile de la BNI sau More Networking, Friday AfterWork (care din păcate nu mai există la noi în țară. Un concept interesant de socializare „after work” vinerea seara, unde se adunau mulți oameni de business sau corporații, dar și foarte mulți străini veniți să lucreze aici sau să își deschidă afaceri). Am fost chiar un an membră la Elite Business Woman, unde am avut ocazia să povestesc despre afacerea mea celor care făceau parte din această organizație și aici am și făcut multe relații care m-au ajutat destul de mult pe viitor.

Chiar dacă astăzi nu mai merg atât de des la astfel de evenimente, totuși încerc să nu ratez vreun eveniment important care m-ar ajuta să cunosc alți oameni sau să fac noi clienți. Sunt sigură că mulți dintre voi o să spună că nu este genul vostru, ce socializare, că este o pierdere de timp și bani (unele evenimente chiar sunt cu taxă de participare) și că șansele de a vă găsi clienți sunt foarte mici. Pot să confirm acest lucru, dar pe mine personal acea perioadă m-a ajutat să îmi depășesc cât de cât frica de a vorbi în public, am întâlnit persoane din media cu care țin legătura și acum, am cunoscut furnizori cu care am început noi colaborări și chiar s-au legat câteva proiecte chiar mari (am aflat acest lucru ulterior când am întrebat clienții cum au ajuns să ne cunoască). Mi-a luat aproape un an, dar roadele știți bine că nu vin imediat, trebuie să aveți răbdare. Și încă un lucru: aceste evenimente vă ajută în același timp să vă și deconectați de la muncă, muncă și iar muncă. Și când mergeți la aceste evenimente: **NU UITAȚI CĂRȚILE DE VIZITĂ!!!!**

Apariții media sau TV

Eu sunt de părere că orice fel de apariție media este în folosul vostru, atâta timp cât este una pozitivă. Nu sunt de acord cu asocieri care pot dăuna imaginii (de exemplu v-ați propus să deveniți o imagine premium în domeniul amenajărilor Horeca, dar în același

timp amenajaţi „cârciumi” cu specificele dansuri la bară, unde vin să pozeze toate tipurile de vedete apărute peste noapte), de aceea aveţi grijă pe unde apare numele vostru sau a studioului din care faceţi parte. În rest, fiţi deschişi la colaborările din presă. Ajută mult la vizibilitate.

Eu, de exemplu colaborez cu revistele Horeca Romania şi Forbes Life. Prima, este revista din domeniul profesional Horeca, unde eu scriu în rubrica dedicată designului. Iar cu Forbes Life am început colaborarea în idea de a ajunge şi la oamenii care nu au avut vreo tangenţă cu designul interior, dar cu această ocazie să se familiarizeze. Scopul meu din aceste colaborări nu este să fac rost de clienţi (deşi este foarte bine dacă vin şi clienţi), dar să cresc vizibilitatea. Şi vă asigur că funcţionează!

Apropo de TV, din statisticile pe care le-am citit pe net (1 din 5 români petrece între 4 şi 6 ore zilnic în faţa televizorului. În ceea ce priveşte programele preferate, 77% dintre consumatorii de TV din România se uită la buletinele de ştiri (Sursa: https://www.paginademedia.ro/2017/07/raport-românii-mari-fani-ai-tehnologiei-hd-consumatorii-de-tv-din-românia-au-chiar-şi-patru-televizoare-în-casă-dar-mulţi-nu-ştiu-că-există-mai-mulţi-cablişti)), poporul român chiar se uita la televizor. Aşa că, un mini reportaj la o ştire pe Pro TV sau Antena 1 ar prinde bine :) Iar dacă v-aţi propus să creşteţi rapid, atunci următorul pas este să faceţi parte din echipa „Visuri la Cheie”, o emisiune care are un mare succes.

Când este timpul să colaborezi cu un specialist în Dezvoltare, Marketing şi PR?

Când simţi că ai nevoie de o schimbare sau mai bine spus o îmbunătăţire a imaginii companiei.

De principiu, dacă eşti la început de drum şi nu ai un buget alocat pentru promovare şi dezvoltare din partea profesionistilor, eu zic că te poţi descurca bine şi de unul singur. În schimb, alocă timp să studiezi concurenţa şi să citeşti despre metode de promovare şi creşterea afacerilor (din cărţi sau online). Iar peste câţiva ani când deja te-ai pus pe picioare şi vei simţi că ai nevoie şi de un ochi profesionist, nu ezita să plăteşti şi o agenţie care să te ajute la asta.

De exemplu, te gândeşti să atragi un alt target de clienţi, mai premium, iar logo-ul şi site-ul tău arată prea old style, atunci sigur ai nevoie şi de un ajutor extern. O astfel de agenţie te poate ajuta să îţi schimbi direcţia de dezvoltare a afacerii: îţi poate recomanda şi sfătui ce tendinţe sunt actuale în urma studiilor făcute pe piaţă (naţională şi internaţională, mai ales dacă ţi-ai propus să te extinzi şi

în afara țării), îți poate crea o nouă imagine vizuală pentru a atrage clienții doriți și te poate promova prin mediile la care tu nu ai acces. O astfel de agenție are resursele necesare pentru toate cele enumerate mai sus.

Cât te costă toată povestea asta? Destul de mult, mai ales dacă apelezi la o agenție cu renume și clienți importanți în portofoliu. Aveți însă mare grijă și la aceste agenții, deoarece dacă v-ați propus rezultate rapide, nu toată lumea este dispusă să se implice sută la sută doar în proiectul tău, așa cum în paralel sunt mai mulți clienți, ca tine, care stau la rând :)

Nu vreau să vă dezamagesc, vreau doar să vă atenționez. Și vă dau exemple ca să știți la ce vă puteți aștepta. Când am fost angajată la o companie multinațională, făceam parte din departamentul de marketing, unde am avut șansa să văd exact cum se colaborează cu agențiile. Deși nu eu personal țineam legătura cu acestea, am tot auzit nemulțumirile colegilor. Mi-au povestit că la fiecare sfârșit de an se negociază contractul pentru partea de social media, DTP și grafică în așa fel ca în fiecare lună să se livreze anumite lucruri. Problema în cazul acestei agenții a fost (este una dintre cele mai cunoscute la noi pe piață) că avea un rulaj prea mare de personal și existau prea multe persoane implicate în proiectele companiei din care făceam parte. S-a ajuns la pierderea informației, prea multe discuții, explicații, mail-uri, modificări etc. Iar costurile pe lună erau chiar consistente. Trecând printr-o astfel de experiență (profesională), am ajuns la concluzia că eu, având o firmă mică, nu îmi permit să cheltui atâția bani așteptând momentul până când cei din agentie îmi vor livra și mie ceva. De aceea prefer să lucrez cu o agenție mai mică sau de ce nu cu un freelancer. Și cu freelancerii nu e lumea chiar roz, dar poate și cheltuielile sunt mult mai mici. Trebuie să mai riscați, asta-i viața!

PS. Încă o dată punctez: orice început de colaborare, indiferent de domeniu trebuie analizat atent! Cereți o recomandare, citiți recenziile de pe net, aflați cine au mai lucrat/colaborat cu acestea etc. Toate aceste informații vă ajută să câștigați din timp și să evitați cheltuieli prea mari, care pot deveni nejustificate.

CE ÎȚI DOREȘTI: EVOLUȚIE
CALITATIVĂ SAU CANTITATIVĂ?

NOT
SUCKING

SUCKING

THE PAST

THE FUTURE

09

CE ÎȚI DOREȘTI: EVOLUȚIE CALITATIVĂ SAU CANTITATIVĂ?

Toți ne dorim să avem succes, dar fiecare vede succesul diferit și alege drumul către acesta la fel de diferit. Decizia vă aparține.

De ceva timp urmăresc mai mulți designeri de interior pe Instagram și le admir munca. Dar și aceștia au început de jos și asta am identificat după ce am studiat portofoliul. Mie chiar mi se pare că e bine să prezinți cum ai evoluat, pentru că fiecare experiență adăugată te face să fii mai sigur pe tine și pe ceea ce faci. În același timp, suntem cu toții diferiți. Sunt designeri care văd aceasta profesie ca un job și fac proiecte pe bandă rulantă, având rulaj permanent de lucrări, pe când alții au 3-5 proiecte pe an, însă în care se vede cât de mult efort s-a depus.

Îmi aduc aminte discuția cu un furnizor de mobilier la comandă care mă tot întreabă de ce vin atât de rar cu proiecte noi, în timp ce alți designeri se adresează la ei mult mai des. Asta m-a făcut și pe mine curioasă - unde exact este problema, la mine că lucrez cam încet sau la ceilalți care au metode magice de a duce mai multe proiecte în paralel. În urma dezbaterii am descoperit că marea majoritatea a designerilor (masa) realizează proiecte destul de similare între ele, iar asta înseamnă piese asemănătoare de mobilier, în schimb eu stau și "îmi bat capul" cu fiecare detaliu ca să pot optimiza cât mai bine spațiul, ca să încadrez perfect toate unghiurile și colțurile, să fac cea mai bună compartimentare și organizare, iar acest lucru îmi ia mult mai mult timp. Și, recunosc, nu îmi place să repet proiectele, chiar dacă unele din acestea sunt pe buget redus. Cel mai simplu ar fi să refolosesc ideile din alt proiect, dar nu o fac. Mă pun întotdeauna pe locul clientului - dacă tot a apelat la mine și mai ales dacă a fost și o recomandare, de ce l-aș trata diferit? Dacă

va fi mulțumit cu siguranță mă va recomanda mai departe. Așa gândesc eu, și poate nu câștig chiar atât de bine pentru că nu am cum să iau mai multe proiecte decât pot să le gândesc în detaliu, în schimb, sunt mândră că fiecare proiect este diferit. Acest lucru mă motivează. Pasiunea este ca un drog pentru un artist, dacă nu este întreținută, îți distruge creativitatea și nu mai poți genera noi idei, iar provocările devin noi probleme.

Eu am ales calea proiectelor calitative și îmi asum să le explic fiecărui nou client despre procesul meu de lucru, despre așteptările pe care le am eu, dar și ei de la mine, despre problemele care pot apărea pe parcurs, despre termenele depășite, despre relațiile uneori eșuate cu furnizorii sau echipa de constructori, dar și despre bucuria de a fi prezent la materializarea proiectului și despre mult așteptatul moment când te simți cu adevărat fericit că ești ACASĂ! Îmi place să îi fac pe clienți fericiți!

Acum este rândul vostru să decideți cum vreți să evoluati. Important este să aveți răbdare și curaj, la un moment dat nici nu o să realizați unde ați ajuns deja. Profitați de perioada când învățați și experimentați (chiar și pe clienți, nu este un lucru rău!). Și nu uitați să vă bucurați de tot procesul experienței voastre !

Succes.. Sau mai bine - **Vă doresc MULT SUCCES!**

DICȚIONAR SPECIALIZAT

Trăim într-o lume cu o influență destul de internațională, de aceea în această carte veți găsi multe cuvinte tehnice și specializate. Poate o parte dintre voi deja cunoașteți semnificația acestora, totuși aș vrea să le trec în acest mic dicționar pentru cei care încă nu sunt familiarizați.

Relevu – din Dex: *RELEVÉU*- Măsurarea, desenarea și reprezentarea la scară a elementelor unei construcții, ale unui ansamblu de construcții sau ale unui detaliu constructiv. Schiță în care sunt reprezentate la scară aceste elemente

Soft – program pentru calculator sau laptop

3dMAX – Program profesional de modelare 3D de înaltă calitate

Vray - Pluggin de randare compatibil cu programul 3dMAX

Randare – imagine realistă creată datorită motorului de randare (de ex. Vray)

Memoriu tehnic – este un fișier scris în care sunt expuse situația existentă, ce s-a dorit prin realizarea proiectului, prezentarea pe scurt a situației proiectate, categoria de importanță a lucrării și toate detaliile și specificațiile tehnice din proiect

Tutorial – Un ghid scris sau video care oferă instrucțiuni despre utilizarea programului

Device – (din eng.) Dispozitiv

SEO (Search Engine Optimization) – pe scurt: optimizare pentru motoarele de căutare. SEO înseamnă un set de acțiuni întreprinse pe un site/blog cu scopul de a manipula favorabil ranking-ul cuvintelor cheie, relevante site-ului tău, în motoarele de căutare. Scopul SEO este să aducă trafic relevant către site-ul tău.

(<https://www.academiademarketing.ro/ce-este-seo-definitie-seo.html>)

Keyboard shortcut - Comenzi rapide de la tastatură, o combinație de intrări de taste care oferă acces mai ușor la o comandă sau o operație

Generatia M - Persoane născute între anii: 1977-1994

Generatia Z- Persoane născute după 1995

Influencer- o persoană care influențează

B2B - Business to business reprezintă un model de afacere în care tranzacțiile se realizează între companii și nu între companii și consumatorul final

BIBLIOGRAFIE

- ***Design Interior***, Autor: Natalia Mitina, Editura Alpina, 2013
- <http://www.bestinteriordesigners.eu/>
- <https://businessman.ru/>
- <https://habr.com/en/>
- <https://www.houzz.ru/>
- <https://www.pressfoto.ru/>

Poze preluate de pe <https://unsplash.com/>

SITE-URI UTILE

- <https://3dsky.org/>
- <https://3dwarehouse.sketchup.com/>
- <https://archive3d.net/>
- <https://www.canva.com/>
- <https://niice.co/>
- <https://realtimeboard.com/>
- <http://www.gomoodboard.com/>
- <http://www.sampleboard.com/>
- <https://olioboard.com/>

ANEXA 1

Lista de activități	Arhitect	Designer de interior	Decorator
Arhitectura generală a clădirii, amenajări, fațade	+		
Propunerea finisării pentru fațadă	+		
Coordonarea și ținerea legăturii cu constructorul, inginerul și structuristul	+		
Coordonarea și ținerea legăturii cu constructorul pentru partea de finisaje și instalatorul		+	
Organizarea spațiului	+	+	
Propuneri de tâmplarie pentru exterior și interior	+	+	
Circuitul electric al instalațiilor	+	+	
Iluminatul		+	+
Finisarea interioara a spațiilor (finisaje, culori)		+	+
Alegerea radiatoarelor		+	+
Alegerea mobilierului		+	+
Alegerea corpurilor de iluminat		+	+
Alegerea echipamentului sanitar		+	+
Alegerea textilelor		+	+
Alegerea decorațiunilor și a accesoriilor		+	+
Executarea schițelor tehnice pentru tot ce înseamnă mobilier la comandă		+	

ANEXA 2

Întrebări Generale:	
1.	Ce îți place sau nu îți place la casa ta acum? R:
2.	Care parte din casă o folosești cel mai des? Dar cel mai rar? R:
3.	Dacă ceva nu îți place, ce ai modifica? R:
4.	Care este intervalul de timp acordat proiectului? R:
5.	Care este destinația spațiului pe fiecare cameră în parte? R:
6.	Care este stilul dorit? Care sunt ideile la care te-ai gândit până acum? R:
7.	Ce se va păstra din elementele existente (mobilier, decorațiuni etc)? Pentru fiecare camera în parte. R:
8.	Care este bugetul total la care te-ai gândit pentru întregul proiect? R:
9.	Cât de mult dorești să te implici în acest proiect? R:
10.	Ce necesități speciale ai pentru amenajarea spațiului? Specifică. R:
11.	Ai animale de companie? Dacă da, ce anume și ce necesități au? R:
12.	Ați mai colaborat cu designer de interior până acum? Cum a fost experiența cu acesta? R:
13.	Îți place să ai musafiri? Dacă da, în jur de câte persoane primești de obicei? Cât de des vin în vizită și ce interval de vârstă au? R:
14.	Dacă îți place să gătești (sau poate cineva din cei care locuiesc cu tine sunt pasionați de gătit) de ce facilități ai nevoie în bucătărie? R:
15.	Ești colecționar de ceva? Dacă da, ce colecționezi? Cât spațiu de depozitare ai nevoie pentru acestea? R:
16.	Ce cerințe tehnice ai? Specifică R: Laptop, calculator, altele:
17.	Dacă ai copii: Ai loc unde te poți juca cu ei? Sau trebuie integrat într-o altă cameră (de ex. sufrageria)? R:
18.	Lucrezi de acasă sau poate lucrează cineva din familie? Dacă da, ce necesități speciale ai/are? (lumini/computer) R:
1.	Ce tip de depozitare preferi? Specifică:
2.	R: mobilă multifunctionala, dulapuri, corpuri ascunse, corpuri deschise

ANEXA 2

Tehnic și Design
1. Cum dorești organizarea lucrărilor? Specifică: R: Pe etape sau totul o dată
2. Pe timpul lucrărilor, locuința va fi liberă? R:
3. Ce se va păstra din următoarele materiale/finisaje/obiecte? Specifică sau crează o listă cu toate obiectele. R: Tâmplăria, pardoseala, instalația electrică, instalația sanitară, mobila, obiectele sanitare și bateriile, tapet, oglinzi, corpuri de iluminat, altele:
4. Care este atmosfera, sentimentul pe care dorești să îl obții? Specifică: 5. R: Casual; Formal; Spațios; Linii drepte; Cald/confortabil; Elegant; Sofisticat; Romantic; Contemporan; Altceva
1. Repoziționează în ordinea priorităților: Funcțional, Estetic, Nevoie personală, Altceva (specifică) R:
6. Selectează materialele preferate. Specifică: Lâna; Stofă carouri; Dungii; Piele; Modele îndrăznețe; Piele întoarsă; Mătase; Catifea; Bumbac; Altceva... R:
7. Selectează finisaje preferate. Specifică: Parchet, lemn masiv, tapet, lavabilă, profile decorative, vopsea decorativă, piatră, lemn natur, Pal, MDF vopsit, sticlă, textile, plăci ceramice, Altceva... R:
2. Care este gama cromatică care îți place? Poți alege din variantele de mai jos: R: Alb, Oranj-portocaliu, Albastru, culorile pastelate, Negru, Roșu, Auriu, Gri, Grena, culorile neutre, Bej, Roz, Maro, Culori calde, Galben pal ,Verde mentă ,Culori reci, Galben Lavandă, Verde măslină, Piersică, Indigo, Verde pădure, culori deschise, culori puternice
3. Ce culori nu îți plac? R:
4. Ce materiale/finisaje nu îți plac? 5. R:

Cartea „**Design interior - De la PASIUNE la AFACERE. Cum să devii designer de interior**” este PRIMA carte dedicată celor care vor să înceapă o afacere în domeniul designului de interior. O carte pe care am scris-o din pasiunea pentru design, dar și din nevoia de a-i ajuta pe cei la început de drum, atât studenți de la Arhitectură/Design, dar și pe cei care vor să-și schimbe domeniul de activitate și nu știu de unde să înceapă.

Natalia Berezovskaia, The Famous Design

