

# چگونه یک کار گرافیکی را به مشتری ارائه کنیم؟

How a Graphic work should be submitted to a client.

حق با مشتری است.

این شعار همه فروشندگان است اما بسیاری آن را رعایت نمی‌کنند و خوب احتمالاً در مسیر کاری خود دچار مشکل خواهند شد. در کار گرافیک نیز کارفرما یا مشتری حرف اول و آخر را می‌زند و طراح گرافیک بایستی حرف اول و آخر را جوری به هم وصل کند که در این میان کار، زیبا انجام شود (البته چندان ساده نیست). بخصوص زمانی که سلیقه مشتری در حد پایینی قرار دارد، اما چون چاره‌ای نیست، طراح گرافیک بایستی آرام آرام، ایده‌های پخته، علمی و زیبایی خود را به کارفرما تزریق کند.

اما صحبت ما در اینجا شیوه ارائه کار به مشتری است یا چگونه کار گرافیکی نهایی را به مشتری ارائه کنیم؟

قاعدتاً وظیفه هر طراح گرافیک است که پوشه‌ای برای سفارش مشتری آماده و پس از اتمام کار و نهایی شدن به مشتری تحویل دهد. نحوه ارائه بایستی به شکلی زیبا و دلنشین و در حد یک کار گرافیکی باشد. اما معمولاً چنین اتفاقی نمی‌افتد و در بسیاری از موارد مشتری سفارش می‌دهد، طراح اتود می‌زند، مشتری می‌بیند، بعد از چند بار رفت و آمد بالاخره تأیید می‌کند و در آخر کارها طبق سفارش، چاپ و تحویل مشتری می‌گردد

و همه چیز تمام می‌شود.

احتمالاً مشتری برای مدتی ناپدید می‌شود و اگر ارتباط مستمری نباشد ممکن است کارهای دیگر مشتری به جای دیگر سپرده شود. در این حالت اگر ارائه کار اولیه با نظم و ترتیب صورت نگرفته باشد کارهای بعدی دچار تفاوت‌هایی در شکل فرارگیری علائم، نوع فونت، اندازه‌ها و فواصل، رنگ و ... ایجاد می‌گردد و صد البته اینکه مشتری غیر حرفه‌ای ناخواسته ضرر خواهد کرد.

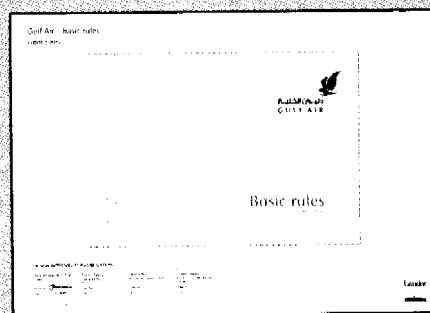
چگونه کار را ارائه کنیم؟

برای اینکه نظم و نظام به کارهای خود بدهید به شکل زیر عمل نمایید:

۱- تهیه فرم ارائه کار

شما مشتریان مختلفی خواهید داشت که ممکن است سفارشات متعدد و متفاوتی بدهند این سفارش می‌تواند از لوگو تا حتی طراحی سایت را دربرگیرد. قصد این است که پس از اتمام سفارش به همراه ارائه نمونه کارهای انجام شده بر روی CD نسخه‌ای نیز با ذکر جزئیات هر سفارش به کارفرما داده شود. قدم اول در ارائه کار، تهیه فرم یا مشخصات دفتر طراحی گرافیک می‌باشد. این فرم می‌تواند شبیه به شکل ۱ باشد.

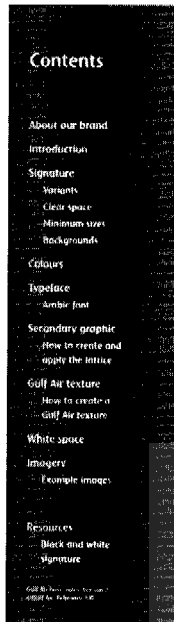
فرم تهیه شده را در کامپیوتر خود با فرمتی که راحت‌تر هستید ذخیره نمایید. فرمت



شکل ۱. طرح کلی جهت ارائه به کارفرما

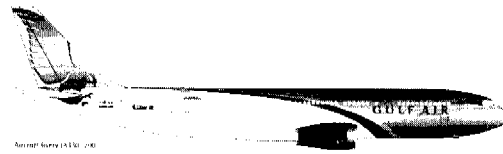
## Gulf Air – Basic rules

Examples: Possible application examples



Examples: Possible application examples

18



Aircraft: Boeing 747-400



In: Digil magazine front cover



Alto: M. Boudry front



Blue tag and pink water

Shown here are further examples of the Gulf Air look and feel, when applied across a variety of applications. These examples illustrate how combining the various Gulf Air elements create a unique, highly recognizable, and distinctive brand for Gulf Air.

Images supplied courtesy of: Daniel Caporaso of: Alamy Images, www.alamy.com

DESIGN APPROVED FOR PUBLICATION

Peter Knapp/John Brash  
London  
21.02.03

Shane O'Hare  
London  
21.02.03

John Butler  
London  
21.02.03

Liam Hogan  
London  
21.02.03

© 2003 Gulf Air Association

Landor

Landor

شیوه نمایش و چیدمان نوشته‌ها در فضاهای تبلیغاتی اهمیت بسیار دارد.

را نیز ارتقاء خواهد داد.

### ۳- ذکر جزئیات و چیدمان کار

این هم از کارهای مضاعفی است که طراح گرافیک بایستی انجام دهد تا کارفرما متوجه دقت نظر و حرفه‌ای بودن کار شما شود. بدین ترتیب که برای هر چیز لازم که طراحی کرده‌اید جزئیات را ارائه نمایید. برای مثال لوگویی را که طراحی کرده‌اید به چه شکل‌هایی در صفحه قرار می‌گیرد و چه حالت‌هایی مجاز است، فونت مورد استفاده چیست، (از آنجایی که فونت‌های فارسی روایت‌های مختلف و گاهاً متفاوتی دارند بهتر است نام فونت کامل نوشته شود مثلاً F-roya که مربوط به فارسی ساز مریم است و حتی اگر لازم دانستید که به نظر می‌رسد لازم باشد نسخه فارسی ساز را نیز ذکر کنید) وضعیت قرارگیری نوشته‌های فارسی و انگلیسی و فاصله آنها از هم

برداری همچون (FreeHand) fh, (CorelDRAW) cdr یا در محیط word به فرمت doc بهتر است بدین ترتیب در فضای وسط فرم می‌توانید نمونه کار گرافیکی را قرار دهید.

### ۲- ارائه توضیحات ایده کلی کار:

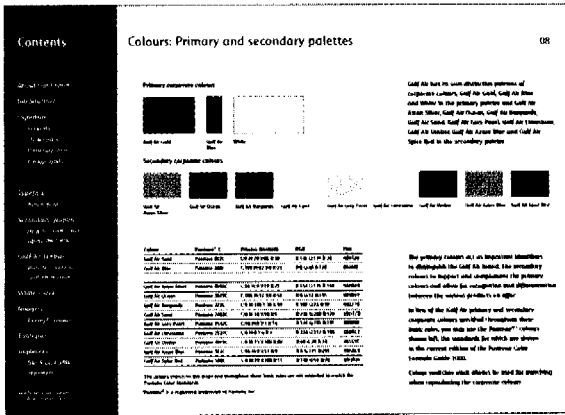
معمولاً این کار به دلیل انجام غیر حرفه‌ای کارهای گرافیکی سخت به نظر می‌رسد. اما شاید این کار تمرین خوبی برای حرفه‌ای شدن باشد.

تهیه چنین اطلاعاتی طراح گرافیک را ملزم می‌کند که با اندیشه و تفکر حرفه‌ای و درست، کار گرافیکی خود را شروع و به سرانجام برساند. در واقع نوعی تعهد حرفه‌ای ایجاد می‌کند و در نظر کارفرما نیز گرافیکست را حرفه‌ای و قدرتمند جلوه می‌دهد.

بنابراین به درد سرش می‌آورد، به علاوه در مقیاس بالاتر سطح سفارش گرافیکی کشور

# Gulf Air – Basic rules

Colours: Primary and secondary palettes



جدول مشخصات رنگ جهت ارائه به کارفرما

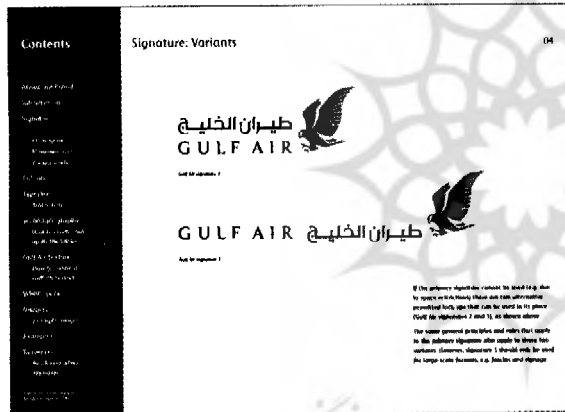
DESIGN APPROVED FOR PUBLICATION

Approval table with columns for Name, Title, Signature, Date, and Department. Includes names like Peter Knapp/Felix Busch, Maria O'Hare, Jeff Budde, and James Hogan.

Landor

# Gulf Air – Basic rules

Signature: Variants



چیدمان لوگو در کنار متن به اشکال مختلف، بایستی به کارفرما ارائه گردد تا در موارد متعدد آنرا بکار گیرد.

DESIGN APPROVED FOR PUBLICATION

Approval table with columns for Name, Title, Signature, Date, and Department. Includes names like Peter Knapp/Felix Busch, Maria O'Hare, Jeff Budde, and James Hogan.

Landor

- با رنگ‌هایی که نمایش مناسبی در چاپ ندارند. محدودیت‌ها را بایستی بسته به گستره کاربردهای آن تعیین و مکتوب کرد تا یکدستی و یکپارچگی کار طراحی حفظ شود.
- موارد بسیار دیگر نیز می‌توان به کارفرما ارائه کرد که همگی به حجم کار مشتری و نیازهای او مربوط می‌شود، از جمله موارد دیگری که می‌توان به آن پرداخت:
- حداقل اندازه مجاز استفاده از لوگو
- فونت‌های مجاز ثانویه برای متن و ...
- گرافیک کلی کارها
- قالب کلی اوراق اداری و ...

بزرگ می‌آید که تنوع استفاده آنها از نشان، در موارد مختلف زیاد است.

### ۶- رنگ‌های سازمانی شرکت

تعیین رنگ‌های مورد استفاده هر شرکت آن هم در مدهای مختلف بسیار ضروری است. معمولاً هر شرکتی مضاف بر کارهای چاپی که شامل اوراق اداری، بروشور و ... می‌شود، دارای سایت نیز هم هست علاوه بر آن ممکن است نیاز به تعیین رنگ‌های به شکل Pantone و CMYK باشد تا برای کاربردهای مختلف چاپی استفاده شود.

۷- محدودیت‌های استفاده از لوگو این محدودیت‌ها شامل موارد مختلفی است همچون استفاده از پس زمینه رنگی

### ۴- حالت‌های مختلف ارائه

معمولاً بهتر است که لوگوی شرکت‌های بزرگ به دلیل تنوع استفاده به حالت‌های مختلف در نظر گرفته شود. برای مثال صنایع هوایی Gulf Air از لوگوی خود در موارد مختلف همچون اوراق اداری، پوشش کارکنان، روی هواپیما و ... استفاده می‌کند بنابراین اگر برای شرکت بزرگی کار می‌کنید بهتر است تا ته داستان را بخوانید و بدانید، بعد شروع به کار کنید تا چیزی از قلم نیفتد.

### ۵- فضای خالی اطراف

در اینجا نیز بهتر است فضای خالی اطراف فرم‌های مختلف را مشخص نمایید. البته این کار نیز بیشتر به کار شرکت‌های