

Proces van de ontwerpdienst

Potentiële opdrachtgevers vinden mij via internet (www.thijsdejong.nl) of via mond tot mond reclame. Ook op de ontworpen producten wordt vaak naar mij verwezen, tenzij de opdrachtgever dat expliciet niet wil. Ik ontwerp voornamelijk voor drukwerk/print. Voordat ik voor de opdrachtgever aan het werk ga stuur ik hem eerst een offerte opdrachtbevestiging toe. Puntgewijs worden de onderwerpen /afspraken genoemd die in een offerte kunnen worden opgenomen. Uiteindelijk zal de aard van de opdracht bepalen hoe de offerte er uit komt te zien. Zo kan het verstandig zijn om de offerte uit te breiden, bijvoorbeeld als de opdrachtgever veel materialen op veel verschillende momenten aan zal leveren. Het beste kan dan een planning opgenomen worden. In de offerte dient dan een verwijzing naar deze planning te worden opgenomen.

Ook kan het zijn dat er om een offerte wordt gevraagd op een moment dat het nog niet volledig duidelijk is wat er gaat gebeuren. In dat geval dient het voorlopige karakter van de offerte uitdrukkelijk naar voren te komen en benadrukt te worden dat het gaat om een geheel vrijblijvende offerte. Op het moment dat er meer duidelijkheid is, kan dan onmiddellijk een meer gespecificeerde offerte gestuurd worden, die ook weer door de opdrachtgever ondertekend dient te worden. Opdrachtgevers huren mij vervolgens per uur. Een opdrachtgever krijgt verschillende schetsfases via de e-mail. Hierbij zit (wanneer de opdrachtgever dit wenst) ook een urenlijst zodat er altijd een overzicht is van de tot dan toe gemaakte kosten.

Voor het vervaardigen van een concept en het ontwerpen van een logo/beeldmerk/woordmerk en de bijbehorende visuele identiteit krijgt de opdrachtgever een vragenlijst geleverd. Op verzoek van mij word deze door de opdrachtgever ingevuld. Deze ingevulde lijst dient dan als vooronderzoek voor het ontwerp.

Vragenlijst voor de opdrachtgever:

1. Wat is de doelstelling van het merk/bedrijf/evenement?
2. Omschrijf wat het merk/bedrijf/evenement te bieden heeft in enkele trefwoorden?
3. Omschrijf wat de kwalificaties van het merk/bedrijf/evenement moet krijgen?
4. Wat is de missie in enkele zinnen.
5. Wat is de doelgroep van het merk/bedrijf/evenement?
6. Wat is het beeld wat de doelgroep van het merk/bedrijf/evenement moet krijgen?
7. Is er een concurrerend merk/bedrijf/evenement?
8. Hoe gaat het merk/bedrijf/evenement zich ontwikkelen de komende 5 jaar?
9. Wat word de 'tone-of-voice'?
10. Vergelijk het merk/bedrijf/evenement met een publiek persoon.
11. wensen mbt. een slogan.
12. wensen mbt. kleuren.
13. wensen mbt. symbolen.
14. wensen mbt. beeld
15. Is er een 'pay-off'?
16. Is er een betrokkenheid van een merk/bedrijf/evenement wat zichtbaar moet zijn?
17. Zijn er belangrijke data verbonden aan het merk/bedrijf/evenement wat zichtbaar moet zijn?

Het resultaat van het vooronderzoek (zie vragenlijst hierboven) kan in enkele regels samengevat worden. Deze uitkomst, de boodschap, wil je op een dusdanige manier overbrengen op de ontvanger, dat deze begrepen word, maar ook beklijft. De manier waarop, wil je onderscheidend laten zijn. Zodat de boodschap enig belang krijgt. En dat de ontvanger deze boodschap/vorm zich kan herinneren, als een vorm gerefereed wordt, in later instantie, als er wederom een boodschap van dezelfde opdrachtgever/merk/evenement gecommuniceerd wordt.

De manier waarop ik de boodschap overbreng, en de vorm die het vervolgens krijgt, moeten goed passen bij de boodschap zelf. De manier en vorm hiervan zitten verborgen in de informatie uit het vooronderzoek. Om het resultaat uit het vooronderzoek helder te kunnen formuleren in enkele regels heb ik voor mijzelf een werkwijze opgesteld.

Werkwijze van de ontwerper:

1. Omschrijf de boodschap in enkele trefwoorden.
2. Stel nav. deze trefwoorden een lijst op met associatieve trefwoorden (denk nog niet aan een ontwerp)
3. Kijk of er gemene delers zijn.
4. Stel een selectieve lijst op van de trefwoorden.
5. Bij deze trefwoorden zoek je associatieve, **BEELDENE** trefwoorden (denk nog niet aan een ontwerp)
6. Groepeer.
7. Denk na over een idee waarmee je de selectie beelden kan communiceren.
8. Geef het idee vorm nav:
 - de 'tone of voice' van het idee
 - het vooronderzoek, (voorkeuren, visuele identiteit bedrijf)
 - de doelgroep
 - de beperkingen van het budget

Uiteindelijk wordt het ontwerp digitaal en drukklaar aangeleverd in pdf formaat. De opdrachtgever geeft dan vervolgens een akkoord en stuurt het zelf naar de drukkerij. Ik benadruk meerdere malen dat de opdrachtgever het ontwerp voor verzenden controleert. Zodoende zijn er bij de uitvoering van mijn ontwerpen nog geen drukfouten gemaakt. Zouden ze echter gemaakt worden, dan is de opdrachtgever voldoende gewaarschuwd en zijn de herstellkosten voor zijn rekening. Daarnaast begeleid ik het drukproces als extra service.

Betalingsplicht

Na de ontwerp levering stuur ik de opdrachtgever een factuur toe en word men vriendelijk verzocht om binnen twee weken te betalen. Na een maand volgt de eerste aanmaning (na 30 dagen), en na twee maanden de tweede (na 60 dagen). In de algemene voorwaarden van de offerte /opdrachtbevestiging kunt u meer lezen over de betalingsplicht. Wanneer de opdrachtgever dan nog steeds niet heeft betaald, wordt deze vriendelijk opgebeld met het verzoek om zo spoedig mogelijk de factuur te betalen, echter wel binnen een afgesproken datum. Als de opdrachtgever dan nog steeds weigerd te betalen, zal overwogen worden of de factuur financieel groot genoeg is om een incasso bureau in te schakelen. Er zullen ook geen werkzaamheden meer voor de opdrachtgever worden verricht en zal er in ieder geval een melding worden gedaan bij een landelijk meldpunt van de KvK.