

避けたほうがいいクライアント、積極的に受けた方がよいクライアントは？仕事の選び方と見分け方

前提として
実績が少ないうちは、選べる段階じゃないので、実績作りに集中した方がよい
嫌だったら次は断れば良いだけ
経験ベースでお話しします。好みも入りますが、小山の考えをお伝えします
良いお客さん やりやすいお客さん、経験や実績につながるお客さん
LPでいえば1000本は作っていて、その分色々なお客さんと取引させて頂いているので、実際に起こった経験ベースでお話しします

避けた方が良い
最初からねぎってくる人
最初からねぎってくる人は、お金だけで見ている人が多い
頼む理由が「良いデザインを作ってくれそうだから頼む」ではなく「安いから頼む」になっている
感謝の気持ちがない
「また次も頼むので今回は安く」 次頼まれるかは分からないので自分はスルーします いろんな要因で次依頼が来るか何とも言えないため
人のせいにしがちな人
一番うまくいくパターン 依頼側も制作側も自己責任と考えているパターン
そうすると、常に改善することを考えるためうまくいきやすい
腰が低すぎる人
これは経験上ですが 理由は不明ですが
どの程度、というのは少し難しいですが
飛んだ人全員 腰が低すぎる人でした
やっつけ仕事っぽく仕事をこなしている人も 安く受けているから適当でっかい人
ビジネスライク=関係を切りやすい 友達はなかなか裏切れない
支払い関係はしっかりしつつ、友達に近い関係を結ぶ方がよい
支払いが何回も遅れる人 デザイナーが納期を守るのと、支払い納期を守るのは同じ

受けた方が良い
実績の大きい人
本出していたり
上場企業
有名企業
影響力のある人
インフルエンサー
ちゃんと仕事をこなし、信用を得れば紹介してくれる
実績として信頼を得やすい
良いお客さんになる可能性が高い

受けた方が良い
指示の仕方がわかりやすい
指示書の内容がわかりやすい
ただ、これは理想的な場合も多いので
デザイナー側が不明点やイメージをヒアリングする姿勢も重要
商品を持っているお客さん直の場合
コピーライター、マーケター
文章がわかりやすい コピーライターなのに、言葉足らずな人も結構いる
文章が冷たすぎない(笑)
これは好みの問題かもしれないですが、文章が冷たすぎるとモチベーションが
ただし、逆もそうであるとも考えるのも忘れずに 自分も冷たい文章で送っている可能性もあり
自分が単純に「良い」と感じるお客さん 人間なので相性はやっぱりある
中小企業、小規模の会社
デザインを説明できるようにしておく
説明する
デザインのクオリティの再現性が上がる
言語化できるようにしておく

ただし
面倒臭いと感じるお客さんの方が成長はする
今まで気づかなかった部分に気付いて、より技術力が上がった
職人あるあるなのが、テクニックに依存しがち
最終的には、そのページを見た人がどう感じるか？ ターゲットとなる人がどう感じるか？ 行動してくれるか？
何が大事か思い起こす良い機会になる
すごいテクニックを使ってるから良いデザイン、というわけでは全くない
デザインはマーケティングのツール
サムネイルならタップしてもらいやすくなる、見てみたくなること
LPだったらターゲットになる人が好む世界観か？
購入ボタンがわかりやすいか？ ボタンが目立たないと気づいてもらえず離脱原因になる
ただ、それっぽいキレイなものを作るのがデザインではない
新しいテイストのデザインが出来るようになったり、実績ができたり
面倒だと感じるのは自分が今までやったことないジャンルのデザイン
例えば、クリーン系が得意だけど、インパクトあるデザイン作るのが苦手なデザイナー、結構いる
ただし、インパクト系のデザインを出来るようになると幅が広がる
ただ、合う合わないもあったりする
本当に嫌だったら次は断りましょう
最初から分からない場合もある
今日の内容を参考にしつつ、行動すること、まずは量やる方が大事なので、行動ベースで行きましょう