

WORK FOR MONEY, DESIGN FOR LOVE

侯鸿儒 译

 **人民邮电出版社**
POSTS & TELECOM PRESS

为自己工作

世界顶级设计师成功法则

WORK FOR MONEY, DESIGN FOR LOVE

[英] David Airey 著

侯鸿儒 译

人民邮电出版社

北 京

图书在版编目 (C I P) 数据

为自己工作 : 世界顶级设计师成功法则 / (英) 艾雷 (Airey, D.) 著 ; 侯鸿儒译. -- 北京 : 人民邮电出版社, 2013. 8

ISBN 978-7-115-31983-8

I. ①为… II. ①艾… ②侯… III. ①艺术—设计—问题解答 IV. ①J06-44

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第151045号

版权声明

Work for Money, Design for Love

ISBN: 9780321844279

Copyright © 20113

Authorized translation from the English language edition published by New Riders.

All rights reserved.

本书中文简体字版由美国 **New Riders** 出版公司授权人民邮电出版社出版。未经出版者书面许可, 对本书任何部分不得以任何方式复制或抄袭。

版权所有, 侵权必究。

◆ 著 [英]David Airey

译 侯鸿儒

责任编辑 赵 轩

责任印制 程彦红 焦志炜

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号

邮编 100061 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

大厂聚鑫印刷有限责任公司印刷

◆ 开本: 880×1230 1/32

印张: 7.875

字数: 206 千字

2013 年 8 月第 1 版

印数: 1-3 500 册

2013 年 8 月河北第 1 次印刷

著作权合同登记号 图字: 01-2012-8403 号

定价: 39.00 元

读者服务热线: (010)67132692 印装质量热线: (010)67129223

反盗版热线: (010)67171154

内 容 提 要

随着设计行业的逐步成熟以及设计人员数量和水平的逐步提高，有越来越多的设计师成为了自由职业者，而且其中的一些人甚至成立了自己的设计公司。但设计和经商毕竟是截然不同的两种技能，即使之前的工作经验或者经商天赋能够为你提供一些帮助，你却依然难以照顾到方方面面。本书总结了设计师们在经商过程中最常遇到的一系列问题，并提供了这些问题的解决方案。此外，本书还囊括了由设计师们所总结出的大量宝贵经验，从选择直接与客户打交道还是承包项目，到如何给公司起名字；从如何起草合同，到如何获得被动收入等等，可谓应有尽有。

本书适合自由职业设计师、设计公司创业者，以及对设计行业有兴趣的相关人士阅读。

献给每一位访问过我的网站、给予我的设计以反馈、给我发送过善意的邮件并鼓励过我的人。

献给 Cathy、Nikki 以及每一位幕后英雄，感谢你们的辛勤劳动赋予了这本书生命。

献给所有为本书贡献内容的人，感谢你们的仁慈与慷慨。

献给我的父母，感谢你们一直以来的爱与支持。

献给我的妻子，谢谢你在我选择了你时也选择了我。

最后也献给你，谢谢你翻开了这本书。

译者序

身处当今，我已经很难在身边找出一样未经设计过的东西了。

设计师们无疑是幸运的，他们可以凭借手中的画笔或是鼠标，带给自己和他人美的享受以及解决问题后的种种满足；但同时他们又是不幸的，因为多数设计师在公司里都缺乏话语权，而且对于设计什么项目也缺乏选择的权利。于是便有越来越多的设计师决定辞职，加入到自由职业者的行列中来，以便获得更大的自由。

然而，自由都是要付出代价的——在哪里办公、如何搭建在线作品集、如何与客户沟通、怎么写合同、如何收款等等问题都会接踵而至。而你也不再单单是一位设计师了，你还是老板、程序员、销售人员、法务人员、出纳……是不是已经被这些杂七杂八的身份搞得忧心忡忡了呢？幸好，本书的作者 David 根据自己以及其他优秀设计师们的亲身经历，在这本书中为我们总结并分享了上述一系列问题的答案。

作为一名设计爱好者，一年前我曾在学校图书馆里无意间翻到了 David 的第一本书——《超越 LOGO 设计》，正是那本书带我领略了 LOGO 中令人叹为观止的一面，并让我喜欢上了各种 LOGO。而在一年之后，我能够有幸成为 David 第二本著作的译者，我想这一定是冥冥之中的某种缘分。David 不仅是知名的品牌标识设计师，而且待人非常友善——对于我在翻译过程中的一些不确定之处他都通过邮件一一给予了耐心的回复，而这也恰好印证了他在书中对于设计师道德修养的重视。能够与这样的设计师合作，着实是我的荣幸。

感谢人民邮电出版社的编辑将这本自由职业设计师必备的图书介绍与我，并让我结识了 David 这位世界级设计师；感谢杜思齐、魏晨曦以及孙杨在翻译及校对过程中的慷慨相助，如果说译者已

然在幕后，那么他们则是在幕后的幕后。身为年轻译者，翻译功力还略显稚嫩，不妥之处恳请广大读者朋友批评指正。若有任何关于本书翻译的意见，欢迎发送邮件至 i@houhongru.com 与我交流。

很多设计师都是完美主义者，他们有着比常人更加细腻的心思以及对细节的不懈追求。如果你也足够细腻的话，你会发现这本书中并非只有表面所说的各类设计经商策略，希望你也能领悟到作者字里行间里的种种微言大义。

侯鸿儒

2013 年 4 月 6 日于北京理工大学图书馆

前言

这是一本在我当初成为一名独立平面设计师时很想读到的书，因为这本书中包含了我希望给年轻时的自己的一些建议——如果当时的我能够得到这些建议的话，那么我一定会比现在走得更远。

起初，我想在这本书中涵盖我所知道的有关设计公司的一切，但我后来觉得，如果我能专注于那些最为重要的话题——那些经常出现在网友们所提出的成百上千个问题中的话题，那么也许这本书会对你有更大的帮助。

这本书中并非只有我一个人提的建议，还包括大量来自世界各地并且拥有丰富经验的设计师们所贡献的宝贵知识，这些设计师都已在商场打拼了多年，可谓极具商业头脑。

成为独立设计师是我做过的最棒的商业决定，而我之所以要写这本书，是为了帮助你也作出自己的决定，并使你能从中受益。因此，这里将成为你通往成功并感受沿途所有梦幻时刻的起点。

我很高兴，你在这里。

目 录

第一部分 从何开始 2

第 1 章 本质特征 4

- 1.1 有好奇心 5
- 1.2 有同情心 7
- 1.3 有信心 8
- 1.4 你是经理 9
- 1.5 自我激励 9
- 1.6 专业 10
- 1.7 平衡 11
- 1.8 不要盲目相信你的经验 12
- 1.9 别忘了..... 13

第 2 章 学无止境 14

- 2.1 终身学习 15
- 2.2 设计学院没有教你的事 17
- 2.3 其他学习途径 22

第 3 章 寻找利基 24

- 3.1 什么是利基 25
- 3.2 为何要专攻 28
- 3.3 分散风险 29

第 4 章 创业的利与弊 32

第二部分 你需要成为什么样的人42

第 5 章 直接与客户打交道还是做一名承包者 44

5.1 直接与客户打交道 45

5.2 从代理机构承包 48

第 6 章 为成功而规划 52

6.1 事实 55

6.2 主张 56

6.3 资金 57

6.4 替代方案 59

6.5 人员 60

6.6 多少页的计划 61

第 7 章 品牌命名 62

第 8 章 设计品牌形象 72

8.1 图形标识 73

8.2 形象设计的其他方面 78

第 9 章 何处办公 82

9.1 在家工作 83

9.2 租用办公地点 87

9.3 健康工作 89

第 10 章 在线展示 92

10.1 必备基本要素 93

10.2 来之不易的教训 100

10.3 视竞争对手为盟友 103

第 11 章 推销自己，寻找好客户	106
11.1 为了公益	107
11.2 善待现有客户	111
11.3 在线免费推广	112
11.4 事半功倍	113
11.5 你认识的人	115
11.6 接触其他设计机构	116
11.7 与众不同	116
11.8 展现真才实学	117
11.9 灵机一动	118
11.10 在当地做生意	120
11.11 遇到错误时	120
第 12 章 为何公司并非越大越好	122
12.1 亲自接洽	125
12.2 客户需要的是你	125
第 13 章 合法性、诚信以及道德	130
13.1 合法性	131
13.2 诚信	135
13.3 道德	138

第三部分 如何管理项目 140

第 14 章 明智地选择客户	142
第 15 章 应对客户之道	154
15.1 客户问卷调查	155
15.2 避免浪费时间	159

15.3	迈对步子	160
第 16 章	如何定价	162
16.1	定价	163
16.2	分解提案	165
16.3	并非总要涉及钱	166
16.4	了解采购部门	167
16.5	如何谈判	169
16.6	提高现有用户的价格	169
16.7	“你应该多要一些”	171
第 17 章	合同条款	174
17.1	Pear Deli 和达摩克利斯之剑	175
17.2	成长之痛	179
17.3	要包含哪些内容	181
17.4	这很常见	183
第 18 章	如何更好地展示作品	186
18.1	倾听客户并与之建立融洽的关系	187
18.2	引导客户	190
18.3	远离“极品”客户	191
18.4	太多的想法	192
18.5	专注大局	193
18.6	在上下文中展示作品	194
18.7	接受反馈	194
18.8	客户也许是粗鲁的，但他们没错	195
18.9	展示技巧	197

第四部分 出发之前 198

第 19 章 经验之谈 200

- 19.1 与不同的专家合作 201
- 19.2 签合同前先什么都别干 201
- 19.3 客户能助你成长 203
- 19.4 不要限制自己的发挥 204
- 19.5 30 年积累的建议 204
- 19.6 以往的工作经验是关键 205
- 19.7 寻求客户反馈 206
- 19.8 来自 Behavior 的教训 206

第 20 章 没有客户的未来 212

- 20.1 在线广告 213
- 20.2 与人结盟 216
- 20.3 发布产品 216
- 20.4 写一本书 218
- 20.5 收入即能量 219

第 21 章 永不止步 222

- 21.1 追逐机会，而不是钱 223
- 21.2 证明自己 225
- 21.3 先考虑和谁工作，再考虑做什么 226
- 21.4 设计出人意料的作品 227
- 21.5 专注于适合你的项目 228
- 21.6 拥有控制权 229
- 21.7 通过坏客户来欣赏好客户 229
- 21.8 拒绝自我放纵 230

21.9	全心投入	230
21.10	换个角度思考	230
21.11	设计漂亮的东西	231
21.12	要有满足感	231
21.13	加入社区	232
21.14	要感到自豪	233
21.15	离开特定领域	233
21.16	通过他人激励自己	234
21.17	取舍之间	234
21.18	做一些自己的小项目	235
21.19	热爱你的职业	236

第一部分

从何开始

当我还是个小孩子的时候，常常梦想长大后能够当一名士兵。之后，我的梦想又变成了警察、消防员、足球运动员、电工、建筑师。最后在我十几岁时，我决定要成为一位设计师。

也许你也有过类似的经历，或者你经历了更长或者更短的转变才迈入设计行业。但无论如何，既然你的生活经历已经把你带到了这里，带到了这本书面前，那么说明你已经准备好要运营一家自己的公司了，而且你会尽自己最大的努力来把它做到最好。

在这一部分内容中，我将会讨论那些将毕生精力都奉献给设计公司的人们，以及为了取得成功你需要关注哪些方面的内容。虽然我从未后悔成立一家自己的公司，但我还是要与大家分享为什么有时寻找成功并不像在公园里散步那样简单。