

NAVRHOVÁNÍ INTERIÉRU ON-LINE!?

ING. JAN OPITZ

On-line je dnes kdekdo, většinou nám tato možnost vyřízení usnadňuje, přece jen možnost vlastní volby místa a času je v mnoha ohledech efektivnější. Určitě se však najdou služby nebo zboží, u kterých s on-line nákupem či vyřízením zaváháme. Jak je to v případě on-line návrhů interiéru? Ať už jste na jakékoliv straně, jako designér, který možná zvažuje o takovou nabídkou své služby rozšířit, nebo klient, který neví, co od takové služby může čekat, mohly by vám následující řádky pomoci při hledání odpovědi, možná objevíte další otázky, o kterých jste původně neuvažovali. Snad vám článek pomůže předejít některým očekáváním a nebo alespoň prozradí, jaké mají on-line služby svá výrazná „pro“ a výrazná „proti“.

ZAŽITÁ PRAXE

Nebylo by jinak zapotřebí si běžný postup připomínat, ale učiňme tak, ať můžeme později objektivně srovnávat. Klient osloví designéra, architekta nebo studio často na základě referencí, které dostal nebo vyhledal. Po úvodní a nezávazné komunikaci povětšinou následuje osobní schůzka, kde se zadání konkretizuje. Na obou stranách se vymezuje oblast řešení, rozsah i hloubka, navrhne se harmonogram spolupráce a s ním i cena nebo zatím jen cenová nabídka. Standardně se také designér s místem budoucí realizace seznámí spolu s klientem. Jaké vstupní informace je možné (taxativně) obsáhnout textem v e-mailu nebo po telefonu? A je pro dobré zvládnutí projektu (pochopení přání) důležité jen samotné zadání, a nebo také projev a osobnost klienta – uživatele? Možná si zkusíte odpovídat již sami. Ať tak či onak, může to být skutečně relativní, míru rizika nese každá strana, ale především designér by si měl být závažností možných rizik vědom a podle toho s nimi nakládat. O jaká rizika se jedná? Pojďme se na věc podívat očima klienta, době z toho odvodíme, jaká rizika to pro obě strany přináší.

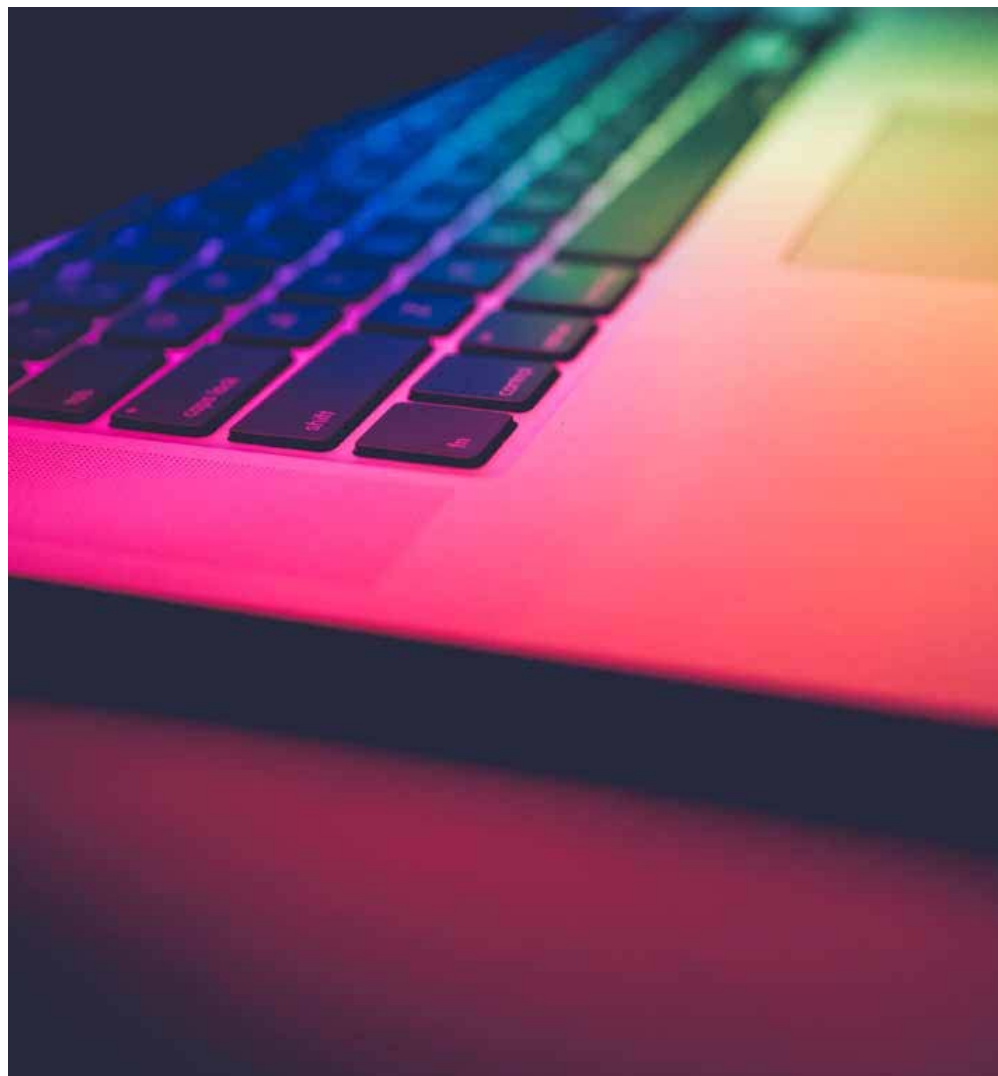
RIZIKOVÝ FAKTOR KOMUNIKACE

Co vede klienta k tomu, aby namísto obvyklého postupu zvolil on-line služby návrhu interiéru? Na předním místě je to jistě úspora času, snad i financí (s on-line návrhy jsou uváděny nižší než obvyklé sazby), možná otázka fyzické dostupnosti a celkově předpoklad méně vynaložené osobní energie. Nepřikládá však takový klient řešení interiéru, ať už jde o bytový, či jiný, tímto výběrem menší důležitost, než by si svým významem a konečným dopadem na uživatele zasloužilo? Záleží na tom, co si od požadované služby slibuje. Komplexní a na míru šité řešení však čekat nemůže. A proč? Vezmeme-li to od začátku, je zde velké riziko již při vlastním zadání. Vyslovené přání klienta nikdy není celým zadáním, to si musí postupně doplňovat a aktualizovat zkušený designér ze společných konzultací.

V oboru navrhování je klient nezkušený, i kdyby měl smysl „pro výtvarno“, nemusí již dohlédnout užité funkce, ergonomii, ekonomickou efektivnost nebo časově závislou flexibilitu řešení interiéru v pozdějších podmínkách, které s sebou život přirozeně přináší. Stejně jako bolest zad může mít mnoho příčin, je i tady potřeba přistupovat k úspěšnému řešení skutečně komplexně. To žádný dotazník nebo e-mailová korespondence dostatečně neobsáhnou. A zadání, přesněji správné zadání, je základním stavebním kamenem úspěchu už na počátku. Bezprostřední komunikace s klientem, zvláště osobní, napomáhá zadání efektivně doplňovat, ale neopomenutelnou službu také poskytne nonverbální komunikace, neboť zejména ta mnohé prozradí. Váháte? Jak silné je vaše „ne“ nebo „ano“? Je zjištěno, že námi vysílané signály, které nejsou vyřčené, dokonce převažují nad informacemi, které druhé straně sdělujeme řečí. Tato celá část informací zcela odpadá v případě elektronicky psané komunikace, možná ji trochu dovede suplovat webová kamera, méně však už telefonní rozhovor. A designér nebo architekt musí být trochu psycholog, aby dovedl číst „mezi řádky“, neboť samotné napsané řádky dostatečnou informaci mnohdy nepodávají. Empatický designér se na klienta potřebuje „naladit“, aby spolu zadání teprve vytvořili.

RIZIKOVÝ FAKTOR PROSTORU

Dalším úskalím jsou informace o prostoru samotném. A k čemu jsou okótované zákresy, nebo dokonce fotografie z mobilního telefonu? Samozřejmě, bez nich to nepůjde a koneckonců si je vytváří i designér sám. Ale jistě máte zkušenost, například z dovolené, kdy jste chtěli na fotografii zachytit úchvatnou scenérii právě navštíveného místa, genius loci ..., a ani po sérii fotografií nemáte pocit, že se tomu vaše další a další fotografie podobá. Něco jiného je totiž skutečný prostor a něco jiného 2D interpretace a její výšeč. Prostor může být i zastavěný, ale fyzická přítomnost na místě především v počátku napomáhá designérovi nejen v dispozičních úvahách. Může také napovědět o charakteru finálního vizuálního působení, které v souvislostech na místě odporovaných bude s okolím lépe korespondovat než izolované řešení výkresem nebo fotografií ohraničeného prostoru. Velký vliv hraje také denní světlo a jeho distribuce v prostoru, které mohou být i na fotografiích nejen expozičně dosti zkraslené. U tvarově složitějších místností (půdorysně atypických, podkrovní aj.) je nezanedbatelný „pocit“, který může být umocněn sbíhavostí, zužováním, rozšiřováním nebo snižováním prostor a může hrát zcela zásadní roli v objemovém nasycení prostoru zařizovacími prvky nebo jen povrchovou úpravou a výběrem materiálu pro stěny a podlahy. I zkušeného designéra nebo architekta při interpretaci 2D výkresu do jeho „virtuálního“ prostorové představy čas od času přece jen něco ve finále překvapí. A máme tu konzultace v průběhu navrhování a následný výběr z nabízených variant řešení. Každé řešení potřebuje obhajující komentář, který pomáhá pochopit myšlenky a záměry designéra, jeho cíl (dle zadání). Ano, opět je možné doplnit textem, ovšem o bezprostřední reakce klienta jsme ochuzeni. I když se názor po přečtení komentáře může změnit (přiblížit víceméně souhlasnému stanovisku), efektivnější osobní jednání nad návrhy napomáhá efektivně zpřesňovat zadání pro úpravy a pochopení klienta i designéra na obou stranách. Opět lze zmínit absenci nesporného přínosu nonverbální komunikace.



O nějakém rychlém společném zalistování v podpůrných materiálech, vzornících nebo rychlém vysvětlujícím skicování nemůže být řeč. A co je výstupem? Vizualizace? Ano, vizualizace a výkres – podklady pro realizaci. Ale nejsou cílem, tím je bezesporu dobrá užitná hodnota interiéru a jeho vizuální ztvárnění. Poznává zákazník, kdy nakoupil dobrou službu – podklady pro realizaci, a tím také svoji budoucí spokojenost, a kdy zaplatil jen za hezké obrázky – vzdušné zámky? Na základě výše zmíněného se obávám, že riziko druhé možnosti je zde daleko větší než při „klasické spolupráci“, tj. osobním kontaktu designéra s klientem a řešeným prostorem. I kdyby byla snaha designéra sebevětší, pravděpodobnost úspěchu bude objektivně menší.

ON-LINE, NEBO OFF-LINE?

Jsou vůbec nějaké kladné stránky on-line návrhů interiéru? Jak již bylo zmíněno, časová a fyzická nezávislost jednoznačně. A lze ji tedy nějak bez rizika využít? Ale také ano! Použijí příměr s naším zdravím. Jestliže se objeví méně závažné zdravotní komplikace, jsme schopni na základě zkušeností některé z nich zvládnout sami, aniž bychom lékaře například osobně navštívili, neboť symptomy jsou například jednoznačné a míra případného rizika zanedbatelná. Kdyby se však jednalo o zlomeninu nebo virové onemocnění, asi nikdo nebude aplikovat léčbu sám. Obdobné doporučení bych měl pro užití služeb on-line návrhů. Pokud se má jednat o počáteční studii, která má ověřit paletu možností řešení interiéru, nebo jedná-li se o menší či méně komplikovaný a užíváním nenáročný prostor, podstupujeme určité menší riziko, že výsledek nebude objektivně použitelný. Co je však naprosto zásadní, je výběr designéra nebo studia. Jestliže se studio specializuje převážně či výhradně na on-line návrhy, byl bych jako potenciální klient značně obezřetný, neboť to může také znamenat, že „neosobním“ způsobem poskytování služeb mohou maskovat svou neprofesionalitu a malou zkušenost. I slušná úroveň prezentace na webových stránkách, při dnešních možnostech, může být zavádějící. A na závěr bych měl ještě jednu radu klientům interiérových designérů: jestliže je vašim přáním mít dobře fungující i vypadající interiér, kde se budete cítit příjemně nebo pracovat v dobré atmosféře, neváhejte věnovat řešení více energie, než byste vynaložili u korespondence s počítačem. A doporučení designérům: berte v úvahu rizika spojená s on-line navrhováním, dáváte více, než je obvyklé, všanc výsledek své práce a své jméno. Poznejte raději své klienty, osobní komunikace s nimi je neodmyslitelnou, povětšinou příjemnou součástí naší profese a udělá mnoho a mnoho práce!