

Crowdsourcing v grafickém hávu

Největší nevýhodou spolupráce firmy s grafickým studiem je platba předem a nemožnost si firmu prověřit.

B2B KOMUNIKACE

Problém nevyhovující spolupráce s grafickým studiem ve věci konkrétního návrhu třeba loga nebo letáku se rozhodli řešit tvůrci portálu Topdesigner.cz, založeného na principu crowdsourcingu. Zadavatelé zde vypisují soutěže na své požadavky a vybírají si z mnoha návrhů grafiků, kteří zde přímo na jejich pokyn prezentují svoji práci. Spolupráci si pochvalují grafici i firmy.

Hodně muziky za málo peněz

„Vzhledem ke změnám v komunikaci jsme se rozhodli vytvořit nové logo, bližší zákazníkovi,“ uvedl marketingový ředitel společnosti Acema Credit Petr Šíma. „Nadchla nás možnost dát příležitost mladým a kreativním designérům plných nápadů místo toho, abychom se obrátili na zavedené agentury, kde se dnes platí již jen za otevření dveří. Na malé zákazníky navíc často nemají čas a práci u nich realizují grafici na částečný úvazek nebo na praxi, ke kterým jsme se takto měli příležitost dostat napřímo,“ vysvětlil.



Vítězné návrhy na novou krabičku Pražských oplatek a loga Acema Credit.

Vítězi soutěže byla nabídnuta částka 20 tisíc korun, která nabídky zadavatelů na serveru o dost převyšuje, o soutěž byl tedy velký zájem. Sešlo se přes 80 návrhů, které firma aktivně komentovala a vedla tvůrce k úpravám přesně podle svých představ. Výsledkem bylo

nové logo, se kterým je firma velmi spokojená a aktuálně ho používá. Služby portálu využívá společnost i nadále.

Službu využila i společnost vyrábějící Pražské oplatky. „Letos plánujeme větší marketingovou kampaň, tak jsme se rozhodli, že uděláme i kompletně novou grafiku a korporátní identitu. Vyhovovalo nám, že jsme mohli vybírat z více návrhů, než kdybychom oslovovali grafiky individuálně,“ uvedl **Jakub Esterka** ze společnosti. S návrhy, které nakonec firma vybrala, byla spokojena, stejně jako s rychlostí a hladkostí celého procesu. Esterka za příčinu úspěchu považuje i podrobně napsané zadání s přesnou specifikací toho, co si firma představuje a co naopak ne. Po skončení soutěže zadavatel vybíral ze 33 návrhů. Tři nejlepší byly oceněny 5000, 600 a 400 korunami a s nejlepším grafikem společnost navázala spolupráci.

Designéři jsou spokojeni

Spolupráci si chválí i designéři, a to i přesto, že musí vynaložit mnoho práce zdánlivě zbytečně, bez patřičného ohodnocení. „Oceňuji rozsah klientů od malé přes střední až po významné firmy,“ uvedl designér **Marián Greššák**. To, že některou práci odvádí zadarmo, mu nevádí. Mnoho projektů, které se na portálu neuchytí, využije pro svoji další práci. Jeho kolega **David Kolecký** s ním souhlasí v tom, že velkou předností portálu je rozmanitost pořádaných soutěží. „Líbí se mi jednoduchost celého portálu TopDesigner a možnost porovnávat se s ostatními designéry,“ uvedl. Jako zajímavé vylepšení by uvítal třeba to, kdyby v případě sporů mezi designéry o původnost sama komunita designérů hlasováním rozhodla o tom, kdo od koho „opisoval“, nebo možnost proděje nevyužitých soutěžních designů. Jeho kolegu **Tomáše Vachudu** vedla ke spolupráci s portálem možnost

doplňkového výdělku, ale později zjistil, že ještě cennější je zpětná vazba přímo od zadavatelů. „V předchozí činnosti na zakázky jsem se nemohl příliš rozvíjet a zjišťovat, co se lidem na tom či onom logu líbí a co ne,“ uvedl.

Práce zadarmo nevádí. Příležitostí je málo

Podle něj je v segmentu grafické tvorby tak velká konkurence, že je třeba se například tímto způsobem stále učit a zvláště začínající autoři musí využít každou vhodnou příležitost. Jako jednu z nepříjemností vidí zadavatele, kteří se neangažují – nekomentují a nehodnotí. „Asi bych povolil nedávno zakázané diskuse k jednotlivým vkladům. Ty byly zakázané kvůli pár jedincům, co se všude montovali, provokovali a shazovali cizí práce. Myslím, že už z portálu odešli a diskuse by bylo možné obnovit, je velká škoda konstruktivní kritiky nebo naopak chvály, která se tak dala projevovat,“ myslí si Vachuda.

Občas vážně komunikace

Komunikaci mezi zadavateli a designéry vidí jako možný zdroj problémů i jeden ze zakladatelů portálu **Petr Synek**. „Zatím se nám například nepodařilo najít způsob, jak zajistit aktivní zapojení všech zadavatelů do soutěže,“ konstatuje. „Designéři zase mají v některých případech problém akceptovat rozhodnutí zadavatele o vítězi nebo tendenci zpochybňovat zadání a jednotlivé požadavky zadavatele. Proto je potřeba průběh soutěží neustále sledovat, což je časově velmi náročné,“ doplňuje. Důvodem k založení portálu byly podle jeho slov negativní zkušenosti se spoluprací například s některými profesionálními grafickými studii, nespokojenost a nutnost zaplatit za něco, co nebylo nakonec použito. ✕
text Tereza Meravá

INZERCE



**ČESKÝ DIREKT
& PROMO**

11. ROČNÍK JE ZDE!

Proč se zúčastnit soutěže?

- Posílení image firmy
- Šance pro podlinky i nadlinky, papírové, digitální i integrované kampaně
- Body do soutěže Agentura roku
- Vítězové získají právo postoupit do evropské soutěže IMC European Awards

• 9 kategorií • přihlášky v češtině • nové webové stránky • 9 kategorií • přihlášky v češtině •

Veškeré informace a kontakty najdete na webu www.ceskydirekt.cz • Uzávěrka přihlášek: 25. března 2013

Pořadatelé: **admez** **ibt1** při AKA

Hlavní
mediální partner:

**Marketing
& Media**