



# Советы от разработчиков и дизайнеров: как НКО не быть «клиентом из ада»

Екатерина Измestьева

<https://te-st.org/2013/07/18/how-not-to-be-clients-from-hell/>

Статья обновлена 01 июня 2023



Однажды мы уже писали о сайте «Клиенты из ада», где дизайнеры и разработчики делятся своими историями общения с заказчиками. Мы решили, что было бы интересно и полезно подойти к ситуации более основательно – мы взяли интервью у трех дизайнеров и разработчиков, которые дают советы и рекомендации для НКО и рассказывают, как им нужно вести себя, чтобы не быть «клиентами из ада».

## Анна Ладошкина. Веб-дизайнер, директор по разработке в Теплице социальных технологий

### 1. С какими основными проблемами при взаимодействии с клиентами вы сталкиваетесь, и что является причиной возникновения таких проблем?

Проблемы, конечно, самые разнообразные бывают, но откровенно говоря, ничего такого, с чем не мог бы справиться человек. Преимущество фрилансера в том, что в отличие от работы в студии, у него есть некоторый выбор и возможность не работать с неадекватными клиентами. Но корень всех этих проблем, действительно, общий и держится он на следующих, как мне кажется, причинах.

**1. Коммуникация.** При удаленной работе это вообще краеугольный камень и составляющая

успеха и неудачи. Но не все ответственно относятся к своим коммуникациям. При удаленной работе, когда человек неделю не отвечает на письма, не слишком понятно что случилось – то ли он заболел, то ли для него это нормально, то ли он нашел другого подрядчика и твои услуги ему не требуются.

**2. Иллюзии и мифы.** Их вокруг сайтов и работы разработчика просто невероятное множество, и люди, как правило, особенно на ранних этапах начала работы (которые как раз и являются самыми важными), руководствуются этими иллюзиями, а не реальностью.

- Нам на сайте нужен форум!
- Зачем?
- Нет, ну нужен же форум!
- А вы сможете его поддерживать и модерировать?
- А что это?

•

*Сейчас «мы построим второй Facebook за пару дней и обретем вечную славу Цукерберга».*

•

Ну и всё в таком духе. Мы неизбежно находимся в такой позиции, что должны развенчивать эти мифы и «вытаскивать» на свет божий реальные задачи, а не фантазии, что сейчас «мы построим второй Facebook за пару дней и обретем вечную славу Цукерберга».

Из этих мифов мой самый «любимый» заключается в том, что очень многие заказчики думают, что вот, они нашли разработчика, отдали ему ТЗ, скачанное из Интернета, и все... Жизнь удалась — у них появится чудесный сайт, который будет, по всей вероятности, сам себя поддерживать, сам для себя статьи писать и т.п. А когда выясняется, что вообще-то им тоже нужно потрудиться (ТЗ нужно дорабатывать, нужно смотреть и комментировать макеты, нужно переписывать тексты, потому что старые никуда не годятся, а потом еще готовить и публиковать материалы) — тут-то и наступает момент истины...

- Нужно фотографии одинакового размера разгружать.
- Но ведь они и так одинаковые...
- Нет, они разного размера и выглядят соответственно.
- Но это что же нужно КАЖДУЮ обрезать?

Забавно, что часто такие представления и фантазии, возникшие по причине того, что «Вася сказал» (кто это Вася и что он знает о веб-сайтах — большой вопрос) оказываются сильнее, чем мнение профессионала, которого вообще-то нанимают за деньги и часто немалые...

## **2) К чему приводят эти проблемы, и какие, по-вашему, существуют способы их решения?**

Ну, по большому счету это приводит к неудаче — к тому что проект не получается таким, какой должен быть, не работает эффективно, не решает своих задач.

Еще, к большому сожалению, это приводит к дискредитации профессии веб-дизайнера — что «они мол недоделанные придурки, фигню какую-то сделали и еще денег хотят и т.п.».

Способы... честно скажу, не знаю какие способы... Это примерно как похудеть – один человек однажды понимает, что ему не надо есть на ночь, перестает и через какое-то время становится стройным и красивым. А другой – сколько ему не талдычь об этом, все равно не будет этого делать.

### 3) На что НКО следует обращать внимание при работе со сторонними разработчиками и дизайнерами?

Конечно, в каждом конкретном случае есть своя специфика, но есть и несколько по-настоящему важных моментов.

Когда нанимаешь разработчика или студию нет ничего зазорного в том, чтобы выяснить, что он/они из себя представляют — посмотреть портфолио, почитать статьи, обновления в социальных сетях. Но делать это нужно до того, как работа начата. Чтобы, с одной стороны, не кусать локти потом, а с другой — не тратить впустую время, свое и чужое...

•

*Мы, конечно, таланты и большие молодцы — но телепатия пока не является языком программирования.*

•

Нельзя судить о студии или человеке только по портфолио — потому что наличие даже самого прекрасного портфолио в мире не гарантирует успеха в отдельно взятом конкретном проекте, а успех гарантирует только взаимопонимание, возможность найти общий язык. Поэтому нужно понять — можете найти с этими конкретными людьми общий язык или нет, а для этого нужно говорить — в том числе и представителям НКО. Если вы не отвечаете на вопросы и запросы разработчика и думаете что он «сам все поймет» – это мало вероятно. Мы, конечно, таланты и большие молодцы – но телепатия пока не является языком программирования ☐

Можно и нужно обсуждать с разработчиком или студией какие-то вопросы по проектам, у заказчика может и должно быть свое мнение, и к тому же оно совсем не обязательно неверное. Но после того, как решение принято, нельзя менять его просто так – потому что захотелось. Либо должно быть серьезное и существенно основание, что действительно что-то получилось плохо и требует доработки, либо все должно остаться как есть. Аргументы вроде «жене нашего директора не понравилось» к таким причинам не относятся ☐



#### **Алексей Сидоренко, руководитель Теплицы социальных технологий**

##### **1. С какими основными проблемами при взаимодействии с клиентами вы сталкиваетесь, и что является причиной возникновения таких проблем?**

Основные проблемы связаны, прежде всего, с низкой квалификацией, но даже больше с нежеланием вникать в детали. Это нежелание и неточность формулировок вместе с боязнью показаться некомпетентным (ой) создают некоторую предрасположенность подходить к

процессу создания сайта поверхностно и на вопросы дизайнера отвечать либо неохотно, либо с некоторой дистанцией, как бы обороняясь. Хуже всего, когда бенефициары говорят «Сделайте как мы хотим, наш начальник так решил». Такая ситуация вообще говорит о нездоровом процессе принятия решений, когда фактически наиболее ответственное лицо отсекает себя от потока обратной связи и адекватных аргументов. Если директор относится так к сайту, как он (она) относится к остальным моментам деятельности организации?

## **2) К чему приводят эти проблемы, и какие, по-вашему, существуют способы их решения?**

В целом, поведение клиента «из ада» приводит к увеличению напряжения между заказчиком и исполнителем, увеличением сроков работ (с одной стороны, исполнитель отодвигает работу с трудным клиентом на второй план, с другой – заказчик начинает нервничать). В итоге, обе стороны приходят к некоторому состоянию клинча друг с другом. Страдает от этого клинча, прежде всего, конечный результат – т.е. сайт.

## **3) На что НКО следует обращать внимание при работе со сторонними разработчиками и дизайнерами?**

Тут стоит скорее прояснить, что такое поведения клиента «не из ада». Поведение «не из ада» – это поведение человека, который:

- доверяет специалисту
- пытается разобраться в теме и готов учиться
- не говорит «я так не хочу», а задает вопросы типа «Почему вы решили выбрать такое решение?» или «Какая внутренняя логика стоит за подобным решением?»

Открытая постановка вопроса сама по себе сможет заставить дизайнера задуматься, а вообще стоит ли сделать что-то подобное или нет. Осмысление сделанного важная часть работы над дизайном и клиент очень может помочь творцу.

Открытость для дискуссии является чрезвычайно важным аспектом «правильного» поведения клиента. Вместе с открытостью, однако, внимание к деталям и отслеживание работы.

•

*Менять решения туда-обратно – это точно поведение клиента «из ада».*

•

Еще один очень важный элемент «правильного» поведения – последовательность. Очень плохо говорить «сделайте фон красным – мы посмотрим», лучше попросить на этапе создания макета «вариант с красным», окончательно решить, что вам подходит или нет, но менять решения туда-обратно – это точно поведение клиента «из ада».

Вопрос требований к работе – двоякий. С одной стороны, плохо придирается ко всему. С другой стороны, конструктивное участие в работе и внимание к деталям – не только приводит к более высокому качеству работы, но и заставляет работающего с вами творца самосовершенствоваться.



## **Никита Зимин, веб-дизайнер**

### **1. С какими основными проблемами при взаимодействии с клиентами вы сталкиваетесь, и что является причиной возникновения таких проблем?**

Основные проблемы вытекают из следующих предпосылок:

- Клиент не разбирается в вопросе (дизайн/разработка) и/или клиент считает, что разбирается в вопросе дизайна/разработки лучше всех;
- Клиент не понимает, что нанимает профессионала (или, наоборот, осознано нанимает профессионала, чтобы тот выполнял черную работу);
- Психически неадекватен и не умеет планировать работу.

Эти ситуации в основном приводят к размещению цитат из писем клиентов на соответствующих сайтах. И это неинтересно. Поэтому самая главная беда — это отсутствие у клиента понимания того, какие проблемы есть у организации и какими средствами их решать.

Самым распространенным результатом становится то, что ставится такая задача, в решении которой у клиента нет необходимости, и в процессе работы он начинает понимать, что что-то не так.

### **2) К чему приводят эти проблемы, и какие, по-вашему, существуют способы их решения?**

Как только такой клиент осознает, что что-то идет не так, первым делом он начинает нервничать и вмешиваться в процесс, порой сильно мешая продвигаться к запланированному результату. Другой вариант (а иногда — просто следующая стадия) — это переосмысление задачи. Это очень правильная мысль, но она должна была быть первым, о чем надо было подумать до начала работ. Это приводит к тому, что сроки производства начинают либо сдвигаться, либо задача перестает быть решаемой за оставшееся время. В такой ситуации падает интерес к процессу у обеих сторон, и на выходе скорее всего получается продукт, за который будет всем стыдно.

### **3) На что НКО следует обращать внимание при работе со сторонними разработчиками и дизайнерами?**

На мой взгляд, самым важным моментом является процесс осмысления своих проблем и правильная постановка задачи. Стоит иметь в виду, что скорее всего отдельный дизайнер или разработчик не сможет оценить их за НКО. Или не сможет сделать это моментально. Поэтому всегда стоит анализировать то, что происходит с организацией (её средством коммуникации,

ПО и т.п.), и делать выводы до обращения к подрядчику. Необходимо пытаться проверить свои идеи на уровне модели, понять, как они помогут решить существующие проблемы. Либо делать это с привлечением специалистов. Надо понимать, что на этом не стоит экономить время — ведь потери от плохо продуманных шагов будут гораздо значительнее.

•

*Самым важным моментом является процесс осмысления своих проблем и правильная постановка задачи.*

•

Другой важный элемент — это планирование времени производства. Всегда стоит обращать внимание на план работ. Это нагляднейший инструмент, демонстрирующий связность всех этапов разработки. Он также помогает избежать внедрения новых «гениальных» идей в самый неподходящий момент (а момент всегда неподходящий), потому как станет очевидно, что для этого понадобится остановить процесс такой-то и перевести ресурсы, занятые на нем, на новую задачу, что повлечет за собой остановку связанных процессов, и в итоге это приведет к описанным проблемам.

Нет рецепта, позволяющего найти идеального исполнителя или стать идеальным заказчиком, но если перед началом работы есть четкая задача, которую понимают обе стороны, результат оправдает и время, и силы, затраченные на его достижение.