

FREEBIE TUTTO D'UN PEZZO



MINIGUIDA DI BRAND DESIGN PER GENTE CREATIVA E SCOPPIATA.

Virna Sabbatini

Studio Taboom



INDICE

03. Ci conosciamo?

04. Come (non) formarsi da designer

05. Parliamo di processi creativi

06. Briefing

07. Moodboard

08. Brainstorming

09. Sketch

10. Presentazione

EHILÀ!

Ci conosciamo?
Ci siamo già detti "ciao" come si deve?

Io sono Virna e sono una persona ordinariamente piena di straordinari casini. Con la sfortuna/fortuna **che sono pure brand designer.**

Sono cresciuta nella piazza di un paesello di provincia in Emilia decisamente meno folkloristico di Brescello, ma non si può avere tutto dalla vita.

Quelli per me erano gli anni dei primi Game Boy, di Dragon Ball su Italia Uno dopo scuola e delle partite di calcio nel campetto della canonica del prete.

Sono venuta su più o meno così, tra voti davvero buoni a scuola e pomeriggi trascorsi a scorrazzare in giro come Mowgli nella giungla.

Alzi la mano chi al liceo faceva parte del gruppo "Senta, sua figlia ha tanto potenziale, ma si fa trascinare dai suoi compagni più scapestrati".

Io ero proprio in quel gruppo lì.
Quelli dell'8 in condotta in pagella.

Qui sotto in realtà ero ancora piuttosto tranquilla. Credo.



COME (NON) FORMARSI DA DESIGNER.

Dopo il diploma è iniziato il **casino**.

Ero circondata da amici e amiche che andavano alla grande all'università o che iniziavano a lavorare e a conquistarsi la tanto agognata indipendenza... mentre io mi ero persa di brutto e **non avevo la più pallida idea** di cosa cavolo avrei fatto della mia vita.

La pressione per le aspettative che sentivo di stare deludendo si facevano di anno in anno sempre più insopportabili.

Le avevo provate tutte: mi ero perfino iscritta a Lettere convinta che bastasse amare leggere e scrivere per avere una strada da seguire (spoiler: non è vero).



Un giorno, di punto in bianco, mi ritrovo a improvvisare **una brutta locandina** per una Festa Giovani che stavamo organizzando qui in paese e... boom!

D'un tratto c'era qualcosa che finalmente **mi piaceva fare sul serio**, anche se all'epoca facevo ancora schifo a farlo. Allego testimonianza fotografica.

Ho continuato la formazione fuori dall'università, tra corsi, webinar e infinite pile di **libri di designer incredibili** (mostri sacri come Carolyn Davidson, Milton Glaser, Paula Scher, Paul Rand, e via dicendo...).

Alcuni di voi su Instagram mi hanno chiesto se ho fatto l'università e se penso sia necessaria per intraprendere questa carriera.

La risposta è **no** a entrambe le domande.

Ci sono vantaggi e svantaggi, proprio come in ogni altra cosa. Ciò che conta è non farsi condizionare dal tipo di percorso formativo che abbiamo avuto e lasciarsi guidare da **passione e intraprendenza**, avere pazienza e non smettere mai di imparare e migliorare.

Se fossi una Boomer, ad esempio, io vi direi che mi sono fatta le ossa lavorando. Sbagliando. Riprovando.

Cercando di superare **quella vocina malefica dentro la mia testa** che mi gridava di essere una fallita ad ogni minimo errore.

Ma visto che sono una Millennial, vi dico che sbagliare **è quella cosa senza la quale nessuno può crescere.**

Io per fortuna sono cresciuta. E almeno non ho più 8 in condotta.

Questa è probabilmente la mia prima produzione grafica. Fatta con GIMP. Non voglio aggiungere altro.

ANDIAMO AL SODO. PARLIAMO DI PROCESSO CREATIVO.

Premessa doverosa.

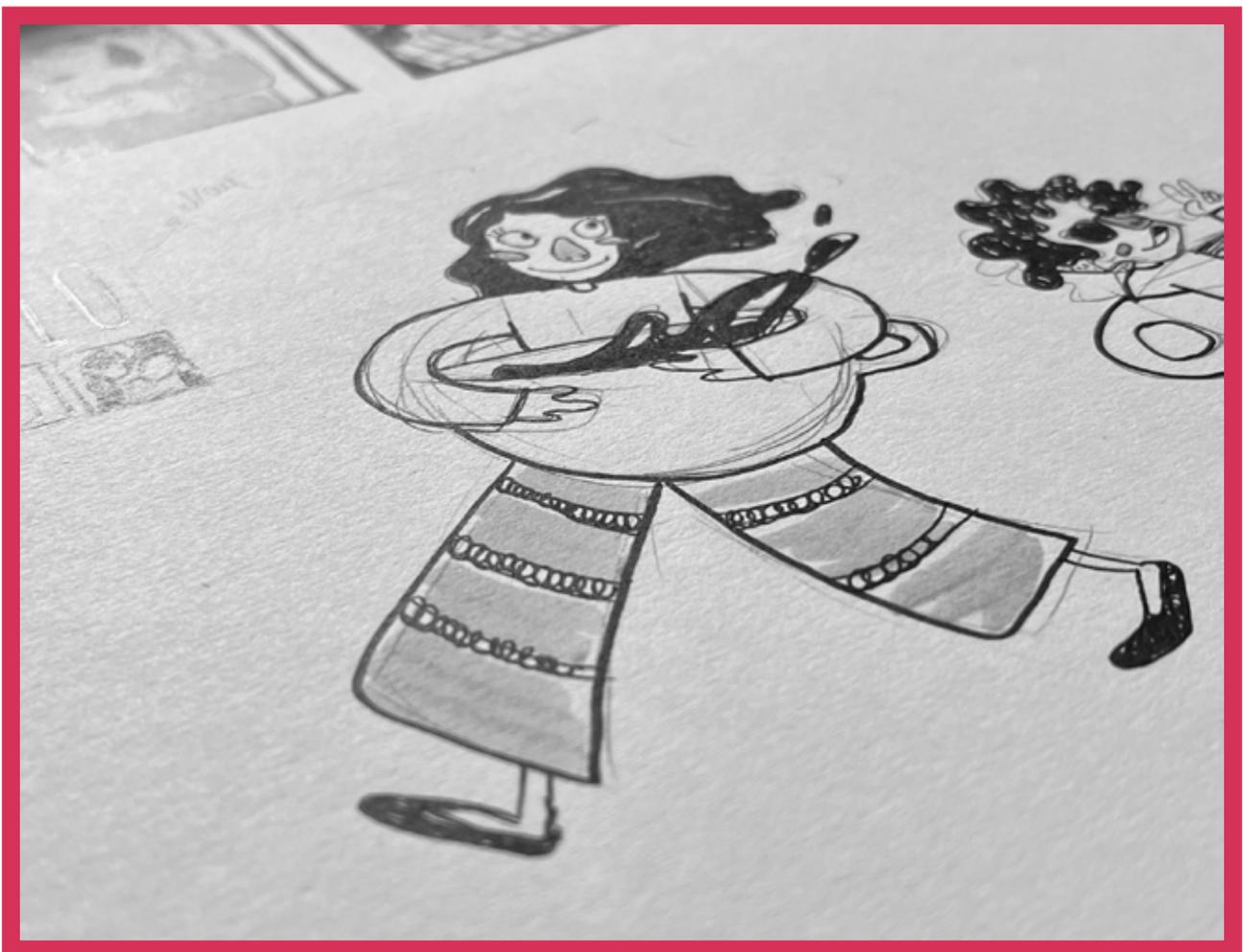
Io non sono qui a illuminarvi dall'alto della mia somma esperienza e a dirvi "si fa così" e "non si fa così".

La verità è che, proprio come la formazione, con il passare del tempo ognuno sviluppa e matura il suo personale approccio al design.

Concedetevi sempre il tempo di maturare.

Però qualche suggerimento mentre vi racconto il mio metodo magari vi è utile. Parleremo quindi di **briefing, moodboard, brainstorming, sketch e presentazione!**

Mica roba da poco, eh.



1. BRIEFING

PARTI SEMPRE DALLE ORECCHIE

Non c'è niente che possa fregare un designer più del **non voler stare a sentire i propri clienti**.

Saper ascoltare i nostri clienti è fondamentale per capire davvero i loro bisogni, soprattutto nelle prime fasi, quelle in cui parliamo del loro progetto, di strategia... il famoso briefing, insomma.

Fateli parlare, **spingeteli a raccontare...** e ascoltate le loro storie.

Spronateli a parlarvi di loro stessi e di tutti quegli eventi che li hanno portati alla loro attività professionale.

È da quella storia che dovete tirare fuori il vostro progetto di design. Ascoltate, ascoltate e ascoltate **sempre**.

E non dimenticate di farlo anche durante ogni briefing ed ogni feedback successivo.



ECCO ALCUNE DOMANDE CHE MI PIACE FARE:

Quali avvenimenti ti hanno portato oggi a parlare con me?

Cosa ti spinge ogni giorno a fare il tuo lavoro?

C'è qualche aneddoto interessante dietro alla nascita della tua azienda o della tua attività professionale?

In cosa credi? Quali sono i tuoi valori?

Dove e come immagini te e il tuo brand tra dieci anni?



2. MOODBOARD

NON FARE COSE A CASO

All'inizio della mia carriera non sapevo nemmeno cosa cavolo fosse una moodboard.

Partivo con due o tre proposte di loghi completamente diversi e lasciavo che fosse il cliente a scegliere quella che preferiva.

Cosa succedeva?

Succedeva che il cliente si ritrovava improvvisamente a guardare non uno, ma tre possibili soluzioni di cui **non aveva avuto alcuna anticipazione visiva**, né di stile né di direzione.

Era tutto nuovo e moltiplicato per tre.

Una gran confusione, a cui spesso seguivano tentativi di mescolare le idee insieme senza esattamente un motivo, i classici "proviamo e vediamo come viene", ecc, ecc.

La moodboard è fondamentale perché ci permette di **costruire progetti più**

allineati con le aspettative e i desideri dei nostri clienti, risparmiare tempo e far sentire coinvolti e partecipi i clienti.

Non c'è un modo esatto per fare una moodboard. Potete anche scegliere di condividere insieme delle bacheche su Pinterest, oppure lavorare sulle classiche griglie che mostrano più elementi... io ultimamente adoro la moodboard a tutta pagina, per esempio.

L'importante è che sia una moodboard **espressiva** (cioè deve trasmettere la stessa emozione che darà il brand) e che contenga al suo interno gli elementi di ispirazione più importanti: stile, colori, font, illustrazioni...

Ultimamente mi piace un sacco presentare le moodboard in questo modo.

A volte uso anche le bacheche condivise di Pinterest insieme ai miei clienti. Dipende dal progetto. E dal cliente.



3. BRAINSTORMING

STRIZZA LE MENINGI

Se non lo sapevate, sappiatelo ora.

Il brainstorming può essere un delirio, **ma vi salva la vita.**

Ci sono moltissimi modi di fare un brainstorming. Il più comune è forse la **mappa mentale**, dove si parte da un concetto iniziale e si va poi a ramificare per trovare sempre più concetti e associazioni.

Se volete approfondire l'argomento, io vi suggerisco **"Graphic Design Thinking: Beyond Brainstorming"** di Ellen Lupton.

È super concreto ed efficace, secondo me qualunque designer dovrebbe leggerlo.

Io di solito lavoro bene sulle mappe mentali (mi sono appena comprata una lavagnetta, perché mi aiuta a

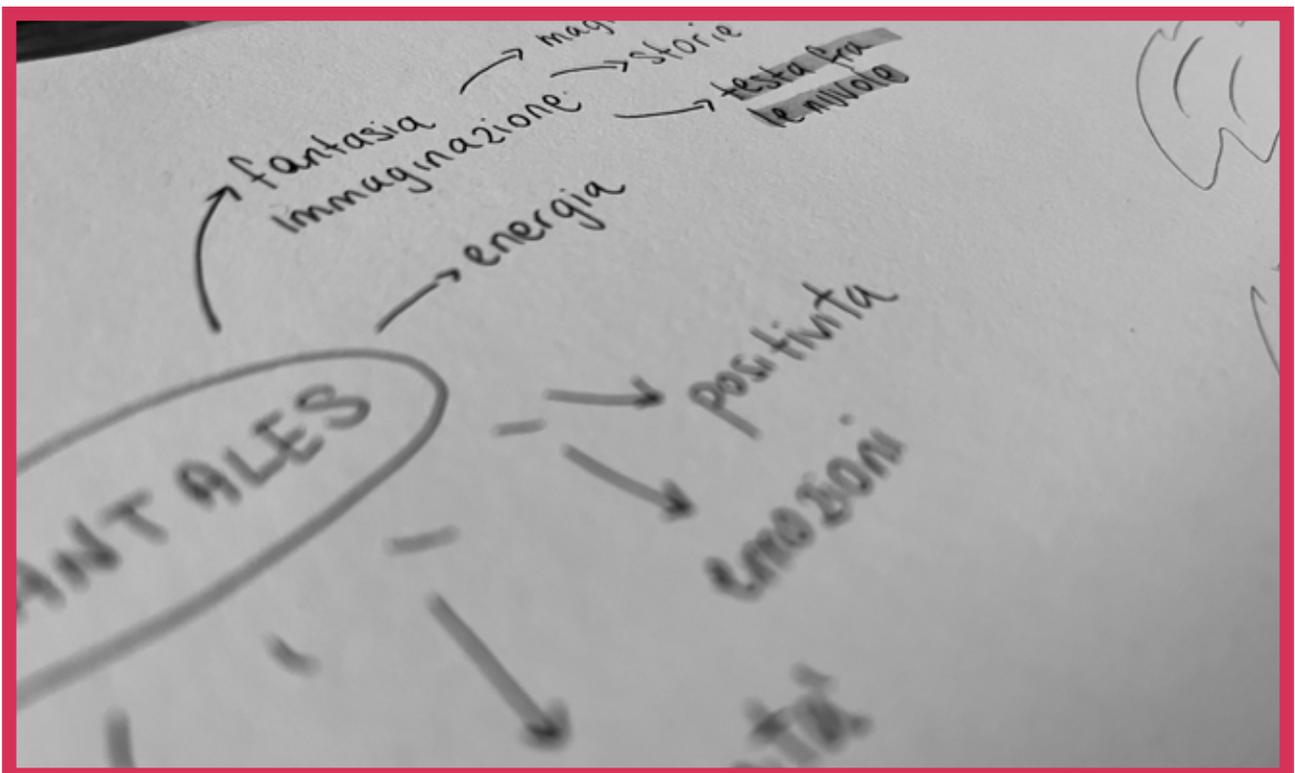
concentrarmi e fa un sacco professionale qui in studio).

A volte invece uso la tattica dei bambini, cioè mi ripeto a oltranza **"perché?"** fino a quando non so più rispondere e non arrivo a un concetto super-semplice su cui lavorare.



ALCUNI SUGGERIMENTI SCONTATI

- Crea un ambiente rilassato e che trovi stimolante.
- Non aver paura di lanciare idee pazzesche o che per ora trovi insensate.
- Scrivi tutte le idee che vengono fuori.
- Non giudicare subito le idee ma valutate una per una solo in un secondo momento.



4. SKETCH

SCARABOCCHIA COME SE NON TI VEDESSE NESSUNO (E INFATTI È COSÌ)

Per essere buoni designer bisogna saper disegnare?

No.

Alcuni dei designer più famosi hanno sempre candidamente ammesso di non saper nemmeno tenere in mano una matita come si deve.

Nel mio caso specifico, io amo realmente disegnare e sono sopravvissuta al Liceo Artistico, quindi passo molto tempo sullo



sketchbook prima di passare in digitale.

A volte prendo l'album sotto braccio e vado a disegnare all'aperto e sto cercando di prendere l'abitudine di tenere sempre con me un notebook più piccolino per aiutarmi a staccarmi dal mondo digitale e dai social.

Continuate a lavorare sullo sketch fino a quando non vi sentirete **davvero convinti del risultato**.

Il rischio di affrettare questa fase è quello di iniziare a lavorare in digitale su uno sketch che non funziona e perdere poi tantissimo tempo su Adobe Illustrator e non dare più focus al concept del progetto.

Una cosa importante: lo sketch non deve essere sempre bello, anzi.

Non ha senso pensare che il disegno in questa fase e in questo settore debba essere bello.

Siamo designer, non artisti: lo sketch è uno **strumento per creare**.

ALCUNI SUGGERIMENTI SCONTATI

- Non aver paura di sbagliare.
- Disegna in modo libero e spontaneo.
- Concentrati sul processo, non sul risultato.
- Ricorda di fare qualche foto o video per condividere il processo sui social!



5. PRESENTAZIONE

IL MOMENTO CATARTICO

Hai terminato il design finale.

Anche in questo caso ci sono molti modi in cui puoi presentarlo: puoi mandare una presentazione in formato PDF oppure presentarlo in videoconferenza.

Io sinceramente preferisco la seconda soluzione perché mi permette di continuare ad **accompagnare il mio cliente** lungo il processo di creazione e di essere pronta a rispondere subito a qualunque dubbio o perplessità.

Ci sono però due cose importantissime che la tua presentazione deve sempre mostrare: **il concetto creativo e gli esempi pratici**.



IL CONCETTO CREATIVO

Spiega al cliente **quale idea e quale concetto** ti ha portato alla realizzazione del design finale.

Questo significa illustrare in modo chiaro e coinvolgente la storia che c'è dietro al tuo progetto, i valori che rappresenta e il messaggio che vuole trasmettere.

GLI ESEMPI PRATICI

Usa dei mock-up per mostrare fin da subito le potenzialità reali del tuo progetto.

I mock-up sono delle simulazioni visive che permettono al cliente di vedere come il tuo logo, la tua identità visiva o il tuo design si integreranno nel mondo reale.

Ancora meglio se i mock-up mostrano il tuo lavoro in un contesto in cui il cliente può rivedersi. Ad esempio, se il progetto riguarda una caffetteria, potresti mostrare il logo in azione su una tazzina di caffè, o ancora meglio su una tazzina di caffè in mano a un cliente (del tuo cliente!)

Non sottovalutare mai l'importanza della figura umana nei tuoi progetti: mostrare il tuo lavoro in un contesto reale con persone che lo utilizzano aiuterà il cliente a immaginare meglio come il tuo design potrà impattare sulla sua attività.

Ci sono tanti ottimi siti dove puoi trovare mock-up free o su abbonamento. Io adoro Mr. Mockup e Pixeden, anche se ultimamente sto usando moltissimo Midjourney insieme a Photoshop per ricreare del mock-up super coerenti con il brand dei miei clienti.



TUTTO QUI. PER ORA.

Insomma, gente, **non c'è una strada univoca da seguire.**

Non c'è nel processo creativo, ma non c'è neanche per la nostra carriera professionale.
E se c'è, io non la conosco.

L'importante è avere curiosità, pazienza e godersi il viaggio della crescita, con tutte le sue sfide e soddisfazioni.

A me piace ogni tanto ripensare all'adolescente con l'8 in condotta che sono stata un tempo.

Mi aiuta a focalizzarmi non solo su quanto sono già cresciuta, ma soprattutto su quanto posso ancora crescere. Perciò per il momento vi dico... a presto!

(Te lo dico se ti sei iscritt* alla newsletter Brand Boom... se non lo hai fatto, fallo, oh ma cosa aspetti?)

Virna Sabattini

Studio Taboom

