



Designbrief

Hvordan skrive en god designbrief

En designbrief er en plan for designeren som skisserer opp mål og milepæler for et designprosjekt. En grundig, velskrevet brief kan være kritisk for hele prosessen, og fungerer som et referansepunkt for både kunde og designer.

Den kanskje aller viktigste funksjonen til en designbrief er likevel at en får vurdert en rekke viktige designspørsmål *før* designeren starter på oppdraget. I dette dokumentet ser vi på noen viktige faktorer å ha i bakhodet når du skal skrive en designbrief.

Selskapets profil

Innled briefen med en kort og konsis - og ærlig - oppsummering av din bedrift og hva dere driver med. Ikke ta noe for gitt, og ikke gå ut fra at designeren aner noe om deres bransje eller spesialfelt.

Punkter som kan inkluderes er eventuell visjon, forretningsidé, kjerneprodukter, ansatte og fartstid i markedet.

Målsetting

God design kan være avgjørende for et selskaps markedsstrategi, men dette forutsetter at en jobber opp mot klare mål. Det er avgjørende at man vet hva en vil ha - er hovedmålet å få økt salg, oppmuntre kunder til å fortelle andre om dere, oppfordre publikum til å gi tilbakemelding, eller kanskje bare assosiere deres navn med en spesiell følelse?

Dersom målene deres ikke er såpass klare har designbriefen allerede tjent én hensikt. En av fordelene med å skrive en brief er at en får fokus på tankene sine, og dette kan føre til at en oppdager mangler i noe som i utgangspunktet virket som en kjempegod idé.



Målgruppe

Videre skal din primære, sekundære og tertriære målgruppe identifiseres. Forklar om dere ønsker å befeste deres posisjon i et eksisterende marked, eller om dere vil forsøke å nå ut til nye.

Skriv ned alle demografiske detaljer om målgruppen som kan være nyttige for designeren. Dersom det dreier seg om privatkunder kan slike detaljer være alder, kjønn, inntekt, yrke og bosted. Dersom dere først og fremst retter dere mot bedriftskunder kan detaljer være, omsetning, bransje, selskapsformer og så videre.

Budsjett og tidsrammer

Selv om dere ikke kan gi annet enn en vag antydning vil et estimat på budsjett være til stor hjelp når designeren skal danne et bilde av hvilke løsninger denne realistisk sett kan tilby.

Det er også viktig å si noe om hvilke datoer prosjektene er tenkt lansert, eller om det er andre tidsmessige aspekter som må vurderes. Dersom det plutselig dukker opp en deadline halvveis inne i prosjektet kan en i verste fall se at prosjektet sprenger budsjetttrammene, eller at det ikke lar seg gjøre å gjennomføre prosjektet i tide.

Snakk med kolleger

Konsulter med så mange som mulig innen din egen organisasjon før du sender fra deg designbriefen. Å vise briefen til forskjellige mennesker kan avdekke store forskjeller i hvilke tanker og syn de andre berørte kan ha rundt selskapets ønsker og målsettinger.

Dersom dere kan løse opp i meningsforskjeller alt nå vil dere kunne unngå betydelige forsinkelser, ekstraomkostninger og frustrasjon lengre inn i prosjektet.

Språkbruk

Briefen bør skrives på en klar, konsis måte for å unngå misforståelser, men du kan godt utdype hva du mener for å vektlegge *nøyaktig* hva det er dere ønsker å oppnå.



Eksempler

Å legge ved eller henvise til eksempler på hva du ser på som god, effektiv eller relevant design kan være til stor hjelp i en designbrief - både for deg som skriver og for designeren som skal lese den.

Husk også å legge ved eksempler på selskapets eksisterende materiell, om ikke annet så for å vise hvordan dere *ikke* vil ha ting gjort.

Hvis det er en stilart du liker særlig godt (eller dårlig), forklar hvorfor du mener dette i briefen. Hvis du ikke er sikker på hvorfor kan du prøve å vurdere farger, bildebruk, mengde og språkbruk i tekst, typografi, eller hele atmosfæren ett spesielt design skaper.

Ikke la deg begrense av det mediet dere skal ha design for. Dersom en TV-reklame eller musikkvideo har den "feelen" du ønsker at brosjyrene deres bør ha er dette et svært godt poeng å ha med i en designbrief.

Avslutningsvis

Jo flere spor til hva dere ønsker å oppnå dere kan inkludere, jo bedre. Å anta at designeren kan gjette seg frem til hva dere behøver gir skjeldent de beste resultatene.

Har dere konkrete ideer er det også godt å ta med disse, men husk at en profesjonell designer ikke vil kopiere utkast dere sender til denne - men bruke dem som utgangspunkt for en kreativ prosess.