

---

WHAT WE THINK

**NADESIGN**

СЪЩЕСТВУВАТ ТРИ ПЪТЯ НА ВЪЗПРИЯТИЕ.

ТОВА СА **МИСЪЛТА, ЧУВСТВОТО И ИНТУИЦИЯТА.**

РАЗВИВАЙКИ ГИ МОЖЕ ДА ОФОРМИМ ОТНОШЕНИЕТО СИ КЪМ ЖИВОТА..

# ВЪЗДЕЙСТВИЕ

Светът, в който живеем е еднакъв за всички ни....въздухът, който дишаме....сградите, които обитаваме.....горите..... Различен е начинът, по който всеки от нас възприема заобикалящата го среда, защото гледната ни точка е израз на едно субективно възприятие.

Ние всички имаме предпочитания и мнение кое е най-доброто за нас, постигнато посредством технически познания, визуално присъствие, натиск, препоръки, или просто защото дизайнът, маркетингът и рекламните специалисти имат възможността да въздействат на нашето решение.

Той е форма на визуална комуникация, творческо и критично мислене, маркетингов инструмент, комерсиално изкуство, концепция или просто мода.

Кое то и описание да Ви допада, графичният дизайн не е реклама, не е печат, не е фотография или илюстрация, а ... „...процес за творческо и критично мислене, който позволява да бъдат организирани информация и идеи, да бъдат вземани решения, да бъдат подобрявани ситуации, и да се печели познание.“

CHARLES BURNETTE

## Три допълващи се елемента на въздействащия дизайн

### Яснота

Най-добрият дизайн ясно контактува с желаната публика. Претрупаните дизайни често са резултат на неподредено мислене – съмнение какво наистина трябва да бъде казано, или опит да се каже твърде много наведнъж. Вместо да се притеснявате дали сте сложили всичко, за което се сещате, опитайте се да махнете колкото се може повече, докато остане само най-същественото.

Стигнете до същността.

Белите пространства са Ваш приятел.

Не изпипвайте излишно.

### Човечност

Без значение колко технологията промени нашия свят, хората отговарят/реагират на хора. Игнорирайки човешкото във Вашата публика, комуникацията ще стане студена и ще я забравят. Разпознавайки човешкото, имате шанс да породите емоционален отзвук.

Разкажете история.

Сложете ѝ лице.

Бъдете истински.

### Цялостност

Клиентите, които Ви вярват, струват теглото си в злато. Нищо не разрушава доверието по-бързо от липсата на връзка между възприятието и реалността.

# ПРИЯТНО

Ако нямате нищо ценно да кажете, което е истина, тогава имате по-важна работа от маркетинговата комуникация. Но ние предполагаме, че имате заслужаваща си история и бихме желали да Ви помогнем да я разкажете.

Вярвайте в силите си.

Бъдете последователни.

Кажете го както си е.

## За цената

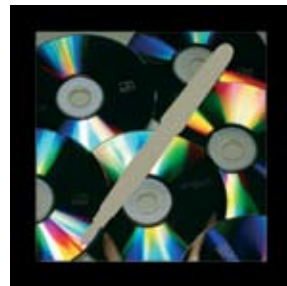
Неразумно е да се плати твърде много,  
но е по-лошо да се плати твърде малко.  
Когато плащате твърде много,  
Вие губите малко пари - това е всичко.  
Когато плащате твърде малко,  
понякога губите всичко,  
защото това което сте купили  
е неспособно да направи това  
за което сте го купили.

Елементарният закон за бизнес баланса  
забранява плащането на малко и взимането на много.

Ако купувате на ниска цена,  
добре е да добавите нещо  
за риска, който поемате.

И ако направите това -  
тогава ще имате достатъчно  
да платите за нещо по-добро.

JOHN RUSKIN  
(1819-1900)



Ние се отнасяме с **ДИЗАЙНА** като с  
форма на **ИЗКУСТВО**, не само като  
търговски продукт. Когато хората започнат да  
чувстват това което виждат, когато изпитват  
**УДОВОЛСТВИЕ** от нашия дизайн с  
душите си, тогава сме си свършили работата.

# ЖЕЛАННИЕ

Ч Е С Т О това което сме не е това което ни възприемат ...



[HTTP://NADESIGN.EU](http://naesign.eu)