

клиентский переводчик для веб-мастера



Алексей горский

Алексей Горский

**Клиентский переводчик
для веб-мастера**

«Автор»

2026

Горский А.

Клиентский переводчик для веб-мастера / А. Горский —
«Автор», 2026

Эта книга — для тех, кто делает сайты на заказ. Она не учит дизайну и не учит программированию. Она учит одному: понимать, что клиент имеет в виду, и фиксировать это так, чтобы работа не превращалась в бесконечные правки. Читать можно подряд, а можно открывать нужную главу перед созвоном или перед сдачей проекта. Второе — правильное.

© Горский А., 2026

© Автор, 2026

Содержание

Как понимать заказчика с полуслова и не работать бесплатно	5
Конец ознакомительного фрагмента.	6

Алексей Горский

Клиентский переводчик для веб-мастера

Как понимать заказчика с полуслова и не работать бесплатно

Глава 1. Почему клиент говорит «непонятно»

Клиент почти никогда не врёт и почти никогда не пытается вас запутать. Он просто не знает, как называется то, что он хочет. Он видел сайт у конкурента, и ему понравилось, «как там всё легко». Он не знает, что «легко» — это про навигацию, скорость загрузки и понятные кнопки. Он просто чувствует.

Ваша задача — не угадывать чувства, а переводить их в критерии. Пока критериев нет, любой результат будет «не то».

Есть три типа клиентских фраз. Первый — расплывчатые пожелания: «современный», «стильный», «продающий», «чтобы дышалось». Это не требования, а эмоции. Их нужно превращать в референсы. Попросите три-пять сайтов, которые нравятся, и три-пять, которые не нравятся. Попросите объяснить, что именно цепляет: шрифт, цвета, структура, тон текста, обилие воздуха.

Второй тип — сравнения с конкурентами: «сделайте как у них, но лучше». Здесь важно сразу развернуть разговор. «Лучше» — это дешевле? Быстрее? Понятнее? Больше заявок? Другой дизайн? Пока вы не вытащите конкретику, вы будете делать чужой сайт с другими цветами и злиться, что клиент недоволен.

Третий тип — ложные термины. Клиент говорит «адаптив», имея в виду «чтобы открывалось на телефоне». Говорит «SEO», имея в виду «чтобы быть первым в поиске». Говорит «лендинг», имея в виду вообще любой сайт. Здесь ваша работа — мягко уточнить, что человек имеет в виду, и записать это в переписке.

И главное правило всей книги: любая договорённость, которая не записана, считается несуществующей. В устной беседе клиент искренне забудет, что на что-то согласился. И будет прав — со своей точки зрения. Поэтому короткое сообщение после созвона с пятью пунктами «что мы решили» экономит десятки часов.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.