



A BOOK APART

*Les livres de ceux qui font le web*

NO.

7

Mike Monteiro

---

# MÉTIER WEB DESIGNER

---

PRÉFACE DE Erik Spiekermann

EYROLLES

---

Les compétences techniques ne suffisent pas à faire un bon web designer. Le web design, c'est un métier et Mike Monteiro, cofondateur de l'agence Mule Design, veut vous aider à bien faire votre travail en vous livrant dans son ouvrage une multitude de conseils sur les aspects pratiques de la profession et les écueils à éviter : comment trouver, choisir et gérer ses clients, comment parler d'argent, pourquoi établir un contrat, comment vendre son travail, comment se faire payer, comment travailler en équipe, etc. Un petit guide unique en son genre, qui décrit simplement et sans langue de bois la recette du succès !

---

## Au sommaire

Qu'est-ce qu'un designer \* Trouver des clients \* Les recommandations \* **Choisir les bons clients** \* Pouvez-vous faire du bon travail pour ce client ? \* Comprend-il ce que vous pouvez lui apporter ? \* Ce projet est-il essentiel pour leur activité ? \* Votre responsabilité éthique \* **Facturer votre travail** \* Parlons d'argent sans gêne \* Combien faire payer \* Donner son tarif \* **Travailler avec des contrats** \* Trouvez un avocat \* Qu'est-ce qui fait un bon contrat ? \* Faire appliquer le contrat \* Travailler avec des amis \* **Rester fidèle à son processus** \* Comment assurer à votre client que tout va bien \* **Présenter un design** \* Parlez d'objectifs, pas de fonctionnalités \* Présenter en équipe \* Acceptez d'avoir tort \* Ne mettez jamais votre client dans l'embarras \* **Gérer le feedback** \* Consignes de feedback \* Comment lire le feedback d'un client \* Organiser le feedback \* Quand les clients font des maquettes \* **Se faire payer** \* Structurer les paiements \* Gérer les retards de paiement \* Quand les finances ne suivent pas \* **Travailler avec les autres** \* Les autres designers \* Les autres collaborateurs \* Se retrouver aux commandes



A BOOK APART

*Les livres de ceux qui font le web*

**Mike Monteiro**

---

# MÉTIER WEB DESIGNER

**EYROLLES**



ÉDITIONS EYROLLES  
61, bld Saint-Germain  
75240 Paris Cedex 05  
www.editions-eyrolles.com

Traduction autorisée de l'ouvrage en langue anglaise intitulé *DESIGN IS A JOB* de Mike Monteiro (ISBN : 978-1-937557-04-1), publié par A Book Apart LLC

Adapté de l'anglais par Charles Robert

© 2012 Mike Monteiro pour l'édition en langue anglaise  
© Groupe Eyrolles, 2012, pour la présente édition, ISBN : 978-2-212-13527-5

Dans la même collection

**HTML5 pour les Web Designers**, Jeremy Keith, 2010, 96 pages.

**CSS3 pour les Web Designers**, Dan Cederholm, 2011, 128 pages.

**Stratégie de contenu Web**, Erin Kissane, 2011, 96 pages.

**Responsive Web Design**, Ethan Marcotte, 2011, 160 pages.

**Design émotionnel**, Aarron Walter, 2012, 118 pages.

**Mobile First**, Luke Wroblewski, 2012, 144 pages.

En application de la loi du 11 mars 1957, il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement le présent ouvrage, sur quelque support que ce soit, sans autorisation de l'éditeur ou du Centre Français d'Exploitation du Droit de Copie, 20, rue des Grands Augustins, 75006 Paris.

# TABLE DES MATIÈRES

|     |                                             |
|-----|---------------------------------------------|
| 1   | <i>Introduction</i>                         |
| 5   | CHAPITRE 1<br>Qu'est-ce qu'un designer ?    |
| 11  | CHAPITRE 2<br>Trouver des clients           |
| 23  | CHAPITRE 3<br>Choisir les bons clients      |
| 32  | CHAPITRE 4<br>Facturer votre travail        |
| 46  | CHAPITRE 5<br>Travailler avec des contrats  |
| 59  | CHAPITRE 6<br>Rester fidèle à son processus |
| 69  | CHAPITRE 7<br>Présenter un design           |
| 79  | CHAPITRE 8<br>Gérer le feedback             |
| 92  | CHAPITRE 9<br>Se faire payer                |
| 106 | CHAPITRE 10<br>Travailler avec les autres   |
| 136 | <i>Conclusion</i>                           |
| 138 | <i>Ressources</i>                           |
| 140 | <i>Remerciements</i>                        |
| 142 | <i>Index</i>                                |



*Ce livre est dédié à mon fils Henry.*

*Parfois, quand on ne trouve pas ce que l'on cherche, c'est juste parce  
qu'on ne l'a pas encore fait. Maintenant, c'est à ton tour.*



## AVANT-PROPOS

SUR LE NET COMME DANS LA VIE, Mike Monteiro est connu pour son franc-parler. Il détecte le blabla à des kilomètres et ne supporte pas les imbéciles. Peut-être parce qu'il a commencé sa carrière en concevant des logos en trente minutes chrono dans un atelier de reprographie à Austin, sans qualification préalable. La peur d'être démasqué est terrible, mais elle vous tient sur vos gardes. J'en sais quelque chose : j'ai commencé en dessinant des logos pour une petite imprimerie à Berlin, sans aucune qualification de designer moi non plus. Alors Mike et moi savons reconnaître une imposture quand nous la voyons, étant donné notre expérience personnelle en la matière.

Être un designer, c'est une question d'attitude. Bien sûr, il faut connaître son métier, mais comme nous en avons fait l'expérience, on peut quasiment tout si l'on est disposé à prendre le temps d'écouter, de regarder et d'apprendre. Toutefois, sans la bonne attitude, vous resterez un prestataire pour certains, un artiste fou pour les autres.

Vos clients doivent comprendre qu'ils vous ont engagé pour faire quelque chose qui les dépasse. Et qu'ils doivent vous payer pour vos connaissances, vos compétences, votre expérience, et oui, aussi votre attitude. Être qualifié de « créatif », c'est être considéré comme intellectuellement inférieur.

Contrairement à une idée répandue, les designers ne sont pas des artistes. Nous employons des méthodes artistiques pour visualiser une réflexion et un processus, mais à la différence des artistes, nous travaillons pour résoudre le problème d'un client, pas pour présenter notre vision du monde. Nous adorons les contraintes, mais nous détestons les compromis. Pour qu'un projet de design soit considéré comme réussi - la réussite étant la seule vraie mesure de la qualité - il doit non seulement apporter une dimension esthétique, mais également résoudre le problème donné.

Ce livre vous apprendra à faire partie d'une industrie de services sans devenir un serviteur. Mon conseil, c'est le même depuis toujours : apprenez, apprenez, apprenez. En commençant par ici.

Erik Spiekermann



# INTRODUCTION

## J'AIME LE DESIGN.

J'aime ce qui est bien conçu. J'aime le processus qui permet d'y parvenir. J'aime les problèmes intéressants rencontrés en cours de route. J'aime avoir la possibilité de gagner ma vie en travaillant dans une agence que ma partenaire et moi-même avons bâti de nos mains. J'aime le débat et la critique. J'aime voir qu'une personne que j'ai embauchée il y a trois ans est maintenant capable d'améliorer *mes* designs. Et j'aime passionnément les clients qui rendent tout cela possible.

Ce qui m'amène à vous. Car c'est *vous* que j'aime par-dessus tout. Et j'en ai marre que vous vous fassiez regarder de travers parce que personne ne vous a appris les bonnes manières. Marre que vous ne vous fassiez pas payer. Marre que vous travailliez la nuit et le week-end. Marre que vous acceptiez des boulots spéculatifs parce qu'on vous a convaincu que ça ferait joli dans votre portfolio. Marre que vous restiez les bras croisés en espérant que votre travail se vendra tout seul.

Alors j'ai écrit ce livre pour vous. Il a une colonne vertébrale, et quand vous l'aurez fini, vous en aurez une aussi.

Ce livre est un guide pour gagner sa vie en tant que designer. Il aborde les fondamentaux du travail de designer, comme travailler avec des clients et d'autres personnes, savoir apprécier son travail à sa juste valeur et se faire payer. Il explore diverses manières de communiquer et d'appliquer ces principes fondamentaux dans chaque aspect de votre travail. L'objectif est d'élargir votre vision du travail de designer pour ne pas seulement prendre en compte votre talent, mais également les aspects business et communication.

J'ai fait en sorte que cet ouvrage soit court afin que vous retourniez rapidement au travail.

Ce livre ne contient pas de « système ». À la fin de votre lecture, vous n'aurez pas besoin de courir acheter les 43 fiches mémo. Vous n'y trouverez pas de slogan accrocheur ni de secret bien gardé. Vous aurez en revanche davantage confiance en vous et une meilleure compréhension de votre métier.

## Pourquoi m'écouter ?

Je dirige l'agence Mule Design avec ma partenaire Erika Hall depuis bientôt dix ans. Avant cela, j'ai travaillé dans des start-up, dans des services de marketing internes et pour d'autres agences. J'ai travaillé en freelance, sous contrat, et j'ai probablement été le pire employé du monde. J'ai carrément menti sur mes qualifications pour obtenir mon premier poste de « designer », qui consistait à créer des logos en trente minutes pour le service de PAO d'un petit atelier de reprographie à Austin, au Texas. J'ai passé des années à craindre que quelqu'un ne finisse par s'apercevoir que je n'avais aucune idée de ce que je faisais.

J'ai créé mon propre studio de design pour plusieurs raisons. D'abord, j'étais un piètre employé. J'étais convaincu de pouvoir diriger une agence de design mieux que tous mes précédents employeurs, et je ne comprenais pas pourquoi ils avaient tant de mal à le faire. (En fait, le problème qu'ils avaient tous en commun, c'était moi.)

Ensuite, je voulais choisir le type de clients avec qui je travaillais. Je crois fondamentalement qu'en tant que designer, vous êtes responsable de ce que vous mettez au monde. Quand vous travaillez pour quelqu'un d'autre, vous n'avez pas toujours la possibilité de choisir vos projets. Nous faisons en sorte que Mule reste une petite structure afin que nous n'ayons jamais à accepter un projet contraire à notre éthique, juste pour faire tourner la boutique.

Enfin, j'ai trouvé une bonne partenaire. Et j'ai voulu la garder à mes côtés.

Nous avons commis toutes les erreurs possibles et imaginables en cours de route. Nous avons travaillé gratuitement. Nous n'avons cessé de changer de stratégie. Nous sommes restés assis à attendre que le téléphone sonne. Nous nous sommes fait doubler. Nous avons perdu des appels d'offre pour des raisons stupides. Nous avons travaillé sans contrat. J'ai commis toutes les erreurs que je vous dis de ne pas faire dans ce livre. Et je vous garantis que vous en ferez vous aussi. Peut-être pas les mêmes, mais vous en ferez de nouvelles et de meilleures. Parce qu'on ne devient pas bon dans un domaine en ne commettant aucune erreur, mais en se relevant après chaque chute, et en

posant un panneau pour prévenir les autres. Ce livre, c'est mon panneau d'avertissement pour vous.

Parce que je veux que vous fassiez mieux que moi. Que vous vous démeniez de toutes vos forces au travail. Et que vous en récoltiez les bénéfices. Parce que designer Web, c'est un métier.

### **Pourquoi ce livre est pour vous**

Évidemment, j'aurai beau essayer de parler au plus grand nombre, j'écris du point de vue d'un prestataire de service. Et d'un designer Web. C'est mon travail. Mais que vous travailliez avec des clients ou pour votre compte, dans une start-up ou dans une grosse entreprise, ce livre vous apprendra quelque chose. En fait, vous n'avez même pas besoin d'être designer pour en retirer quelque chose. Que vous soyez designer visuel, designer graphique, designer Web, designer d'interaction, photographe, simple blogueur ou amateur de danse moderne, vous trouverez quelque chose dans ce livre qui vous rendra meilleur dans ce que vous faites.



# QU'EST-CE QU'UN DESIGNER ?

« FAITES ENTRER LES CRÉAS ! »

Laissez-moi vous conter une belle histoire. Vous la vivez peut-être en ce moment même, petits veinards. Cette histoire se déroule dans un pays lointain avec un ciel azur, un océan de possibilités sur écran vert, des arbres-sucettes dégoulinant d'inspiration et la danse sensuelle de muses exotiques sur le battement électronique d'une musique tribale. Miam.

Dans ce monde merveilleux, il n'y a pas de réveil. Après tout, la créativité demande son quota de sommeil. Vous allez au travail quand bon vous semble, faisant fi de ces ogres pressants qui ont le culot d'organiser leurs abominables réunions avant 11 h du matin (pas besoin d'y aller après 11 h non plus), vous vous glissez dans votre fauteuil Mirra, déclinez quelques demandes de réunion sur votre écran 30 pouces, vous lancez iChat, et puis vous attendez que l'inspiration vous vienne.

Mais voilà, c'est déjà l'heure du déjeuner.

Le « créatif », c'est ce mythe merveilleux que vous représentez. Vous avez beaucoup de chance. Alors que tous les autres sont écrasés par le poids des contraintes, des mesures, des tests