

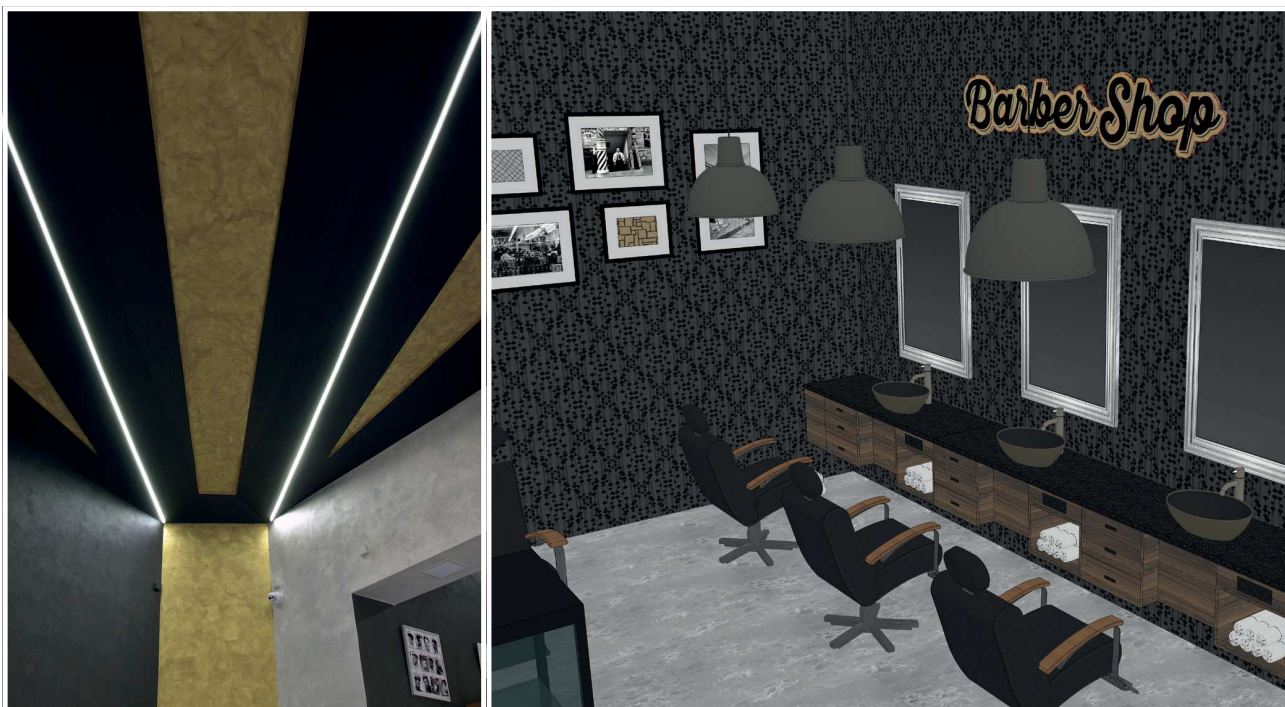


RYCHLE, LEVNĚ A JEŠTĚ V CIZÍM JAZYCE

PETR ARAZIM, DIS.
MOOD DESIGN

Zakázku na design Barber Shopu mi dohodil známý. Prý mi bude volat jeho soused, cizinec, který potřebuje poradit poměrně rychle s pánským holičstvím. Oběma jsem sdělil, že nemám kapacitu pustit se okamžitě do zakázky takového rozsahu, aby bylo možné pánské holičství do 8 týdnů otevřít! To vše v období letních prázdnin a dovolených! Nechal jsem se však přemluvit alespoň k jedné schůzce, a pokud jste někdy navštívili obchůdek někde na bazaru v Orientu, tak si dokážete živě představit, jak přemlouvání probíhalo (včetně dalších schůzek). Domluvili jsme se, že bude stačit konzultace nad barvami a vše ostatní už si nějak zařídí sami!

Klienti byli dva „orientálci“, kteří mi začali lámanou češtinou tykat a při komunikaci intenzivně narušovat osobní zónu. Měli jen mlhavou a zidealizovanou představu o tom, co obnáší kompletně zařídit čerstvě pronajatý, nadstandardně velký prostor s vysokými stropy ve staré výstavbě na prominentní adrese v centru Hradce Králové. Umírněnější z dvojice byl hlavní investor, zatímco ten mladší, s hlavou v oblacích, jeden z nejuznávanějších pánských holičů u nás. Brzy bylo jasné, že s několika radami na jedné schůzce se to neobejde, a podlehl jsem tlaku, abych připravil alespoň jednoduchý návrh.



Už nevím, jak jsem to dokázal, ale návrhy byly do 3 dnů hotovy. Poté už nebylo úniku. Klienti stupňovali tlak, nemohly nenásledovat výkresy nových rozvodů elektřiny, pokládky podlahy, výrobní dokumentace nábytku. Řemeslníky měli zajištěny vlastní, ne všichni však vydrželi tlak na termín, a za pochodu bylo nutné hledat nové truhláře či malíře. Přiznám se, že asi po 14 dnech jsem cítil na svou osobu tak vysoký nápor, že jsem probděl 2 noci v obavách, že se lidé z této komunity už nikdy nezbavím, že mě budou pronásledovat, ohrozí mou rodinu, pokud vše nedopadne dle jejich představ a v daném termínu. Až později jsem se dozvěděl, že to nejsou žádní „turečtí mafiáni“, ale solidní lidé trvale žijící v Čechách s českými manželkami a dětmi.

Barevnost interiéru byla ústředním tématem celé realizace. Každý z klientů měl trochu jinou představu a velký vliv měly i naše kulturní odlišnosti. Jeden požadoval v interiéru víc zlaté, druhý naopak preferoval barvu stříbrnou. Při prezentaci návrhů mi řekli, že takto se jim to celé líbí, nicméně se mě 3x týdně při každé další schůzce ptali, jakým odstínem jakou stěnu upravíme a jestli to opravdu myslím vážně. (Svou roli zde sehrál i jiný problém dneška, a to že většina klientů si soubory s projektem otvírá pouze v mobilech, kde spousta detailů nejsou schopni zachytit.) Nekompromisně jsem prosazoval, aby základní barvou byla antracitová, a to včetně stropů, která prostor s vysokými stropy zmenší a přiblíží pánské klientele. Zlatá a stříbrná barva se prolínají v menších plochách, kdy zejména prosazení vymalování zlatou barvou špalety výloh a klenby stropů byl úkol nejnáročnější. Dalším krokem bylo vybrat techniku. Původně jsem navrhoval klasickou malbu v kombinaci s tapetou, následovalo vzorování cementových stěrek, vše však bylo na klienty drahé a časově náročné. Nakonec se našel kompromis a interiér se vymaloval dekoračními malbami, přesně dle projektu.

S odstínem nábytku to bylo podobné. Těsně před započítím výroby, tak trochu náhodou, mi truhlář ukazoval úplně jiný dekor lamina, než jsem navrhoval, s tím, že si ho klient vybral. Na poslední chvíli se mi tak podařilo odvrátit katastrofu.

Jak už to bývá, nakonec vše dobře dopadlo, Barber Shop se sice otevřel s měsíčním zpožděním, ale pořád o dost dříve, než je v českém prostředí obvyklé. S klienty navíc udržujeme vřelý vztah a i po otevření hledáme způsoby, jak interiér doplnit a vylepšit. Reakce veřejnosti jsou velmi pozitivní, klienti jsou na svůj interiér pyšní a pomáhá jim zlepšovat business. Sám jsem se stal pravidelným zákazníkem holičství, od mistra Mida mám opakovaně břitvu na krku, o svůj život se však už nebojím!

POUČENÍ:

Když se do toho pustíte, dodělejte to do konce!

www.mood-design.cz