



Automatisering: To flow or not to flow

In de loop der jaren zijn vrijwel alle creatieve applicaties op de een of andere manier voorzien van gereedschappen om (deel)processen te automatiseren. Vooral de Adobe- applicaties zijn voorzien van een rijke hoeveelheid gereedschappen op dit gebied, die al dan niet door de verschillende spelers in de keten worden gebruikt.

Ontwerpers moeten doorgaans niet zo heel veel hebben van 'bijzaken', die vrijwel niets met het creatieve ontwerpproces te maken hebben. Door alle mogelijke online beheertaken te koppelen, gaat ook de ontwerper deel uitmaken van een keten waarin automatisering voorop staat om het proces wat betreft ontwerp-, productie- en doorlooptijd in de hand te houden. Versiebeheer, contentmanagement, workflowmanagement en koppelingen met administratieve systemen zijn zo'n beetje de laatste stukjes gereedschap om de kosten zo laag mogelijk te houden, opbrengsten te optimaliseren en vooral de klant op maat, snel en inzichtelijk te bedienen.

De werkstromen worden dus beter en beter en gaan zelfs de eigen bedrijfsmuren te buiten. Ja, de ontwerper vult zelf al 'formulieren' in, die in de werkstroom 'meefietsen' met het creatieve document door de gehele keten. Leuk? Misschien niet, maar wel noodzakelijk. De tijd is voorbij dat creatieven zich kunnen onttrekken aan de vele bijtaken, die niets met hun eigen vak te hebben hebben. Maar dat geldt voor vrijwel alle disciplines in het veranderende medialandschap. Ook de vertegenwoordiger moet het nodige weten van media- assetmanagement, contentmanagement, workflowmanagement en zelfs van sociale netwerken. Want in die netwerken wordt over je bedrijf gepraat, over de kwaliteit van de diensten en producten en over de wijze waarop je dat doet.

Alles zit in de flow, of je nu wilt of niet. In een 'connected' wereld werken we met elkaar samen op alle mogelijke niveaus. Dus we kunnen ons niet meer onttrekken aan het moeten gebruiken van nog meer gereedschappen, allemaal met hun eigen eigenschappen. Nee, goed kunnen ontwerpen is niet meer genoeg, goed met creatieve applicaties omgaan is vanzelfsprekend. Goed met het geheel van bedrijfsprocessen omgaan is nog steeds redelijk uniek.

Ook ik kom dus nog 'Photoshop- specialisten' tegen, die wat betreft kennisniveau zijn blijven steken bij versie 3.0. In dat geval dus geen automatisering van repeterende taken, geen versiebeheer en ook geen zicht op wat er verder binnen de workflow gebeurt. Maar ook de werkgever is hier schuldig aan. Vaak laat deze het opleiden van medewerkers achterwege, omdat hij veelal denkt: ach, dat wordt in de praktijk wel bij geleerd. Als je een professioneel ontwerper bent, moet je twee dingen goed in de gaten houden. Verbreed je eigen vak, beperk je dus niet tot alleen creativiteit; je zult versteld staan wat er op dat gebied al te automatiseren is. Kijk ook kritisch naar je werkgever. Zodra je je beperkt voelt in het speelveld waar je je in bevindt, zeg het dan gewoon en zeg dan dat je verder wilt. Echte werkgevers zullen dat waarderen.

Ook zullen we steeds meer moeten leren van het communicatieproces... alweer een flow. Hoe wordt wat jij hebt gemaakt uiteindelijk geproduceerd, gedistribueerd en geconsumeerd? Het werk is niet meer geïsoleerd, maar wordt met steeds meer openheid omgeven. Ook ontwerpers moeten kunnen meedenken met het uiteindelijke doel van een media- uiting. Juist daardoor moet alles zo efficiënt mogelijk worden ontworpen, geproduceerd en gedistribueerd. Dus of je nu wilt of niet: je zit in een flow van door geld bestuurde processen, met steeds kortere productie- en doorlooptijden. Maar laten we niet vergeten dat echte creativiteit nog steeds bestaat. En dat we met alle gereedschappen die ons ten dienste staan, nog steeds hele mooie dingen kunnen maken, al moet het dan allemaal wat sneller en effectiever. De ontwerper van deze tijd kan dat aan.

TEKST: PETER LUIT