

صحبت کوتاه

چند دقیقه با مشتری صحبت کنید تا ایجاد صمیمیت شود. در صورت بچه‌دار بودن مشتری در مورد بچه‌های آنها و نیز حیوانات خانگی که احتمالاً آنها در منزل از آنها نگهداری می‌کنند گپ بزنید. این صحبت سبب می‌شود که وضعیت آرام و صمیمی ایجاد گردد و به دلیل راحت‌تر بیان کردن مسائل توسط مشتری شما راحت‌تر بتوانید نظرات و دیدگاههای آنها را دریابید.

بحث در مورد طراحی و نقشه

مکان آرام

برای نشستن و صحبت کردن مکانی آرام مانند آشپزخانه، اتاق نشیمن یا حتی بیرون از منزل ورودی و روی بالکن را انتخاب کنید (شکل 10-1) که حداقل ایجاد حواس‌پرتی و اشیایی که سبب آن می‌شوند (مانند تلویزیون) را نداشته باشند. در انتخاب جای آرام و ساکت تعارف نداشته باشید و به راحتی و بدون کمرویی این خواسته را مطرح نمائید. اگر مشتریان خواستند که اطراف خانه قدم زده و در مورد پروژه صحبت کنند، حتماً بپذیرید زیرا در این حالت بررسی محل اجرای طرح بهتر صورت می‌گیرد. زمان ملاقات حضوری در محلی نشسته و در مورد سرویسهای مورد ارائه و چگونگی عقد قرارداد و قیمت‌ها صحبت نمائید.

هدف طرح

مشتری در اولین برخورد زمان زیادی نیاز دارد تا در مورد آنچه در ذهن خود دارد بحث و صحبت کند و شما نیز بهتر است که در چند دقیقه در مورد هدف طرح و طراحی فضای سبز توضیح دهید. در این زمان می‌توانید کاتالوگ خود را که حاوی تصاویری از کارهای قبلی یا کارهای در دست انجام است به مشتری نشان داده و در مورد چگونگی کیفیت طرح‌ها، اهداف اجرای طرح و یا سادگی مراقبت و نگهداری از طرحها توضیح دهید.



شکل 10-1. نشست دور میز

هنگامی که می‌خواهید در مورد طرح فضای سبز صحبت و مذاکره کنید جایی را انتخاب نمایید که مشتریان دچار حواس پرتی نشده و به راحتی و با حواس جمع بتوانند در مورد ایده‌هایشان صحبت کنند.

باید مشتری را در مورد قیمت سرویس‌های مورد نظر مطلع نمود. اگر بخواهید احتیاط کنید و در مدت ملاقات حضوری به دلیل وارد نکردن شوک ناشی از شنیدن قیمت، قیمت طرح را به مشتری نگوئید زمان خود را بیهوده تلف نموده‌اید. بهتر است در همان ابتدا و پس از مباحثه اولیه در مورد قیمت صحبت کرده و در صورت توافق در مورد دامنه قیمت توسط مشتری و طراح، مباحث مربوط به ملاقات حضوری را آغاز نمایند. با این اوصاف گاهی اوقات نیز ممکن است بدون طرح موضوع با ارائه قیمت‌های مختلف مربوط به طرحها، مشتری با قیمت‌ها کنار آمده باشد که این موضوع از طرز برخورد و حرکات مشتری مشخص می‌شود.

آغاز بحث در مورد طرح

به مشتری اجازه دهید آنچه را که دوست دارد بگوید. برای آغاز بحث می‌توانید سؤالی را مطرح کنید:

چگونه من می‌توانم به شما کمک کنم؟ یا از دست من چه کاری برای شما بر می‌آید؟

این سؤال به مشتریان فرصت می‌دهد که بحث را شروع کرده و در صورتی که ایده‌هایی جهت طراحی و ایجاد روشهای طراحی دارند، به راحتی بیان کرده و ارتباط موثری با طراح برقرار نمایند. هنگام صحبت کردن مشتریان باید به دقت آنها را زیر نظر گرفته و با شناختن نیازها و آرزوهایشان روش کار خود را برایشان توضیح داده و برای طرح مورد نظرشان به آنان کمک نمایید. در صورتیکه به مشتری فرصت دهید تا خواسته‌هایش را بطور کامل توضیح دهد، مشتری احساس راحتی تری با شما داشته و می‌توانید بهتر با او بر سر چگونگی انجام طرح به توافق برسید.

گوش دادن و توجه به مشتری

با توجه به اینکه طراح مشاهدات و نتایج تجزیه و تحلیل خود را از محیط یادداشت می‌کند باید توجه داشته باشد که منبع مهم جمع‌آوری اطلاعات، خود مشتری می‌باشد. در هنگامیکه مشتری صحبت می‌نماید باید نکات مهم را به دقت بر روی کاغذی که بر روی تخته رسم گیره‌دار قرار داده‌اید منظور کنید. یادداشت این نکات فوایدی دارد که عبارتند از:

- سبب می‌شود که در هنگام ترسیم نقشه بر روی میز طراحی نکاتی را که فراموش کرده‌اید یادآوری کند.
- به مشتری القا می‌شود که طراح بطور فعال به سخنان او گوش می‌دهد. یادداشت سریع هر نکته سبب می‌شود که مشتریان یا مشتری آرام آرام به طراح اطمینان پیدا نماید.
- کمک می‌کند که در بحث‌های بعدی بین مشتری و طراح شما نکات پروژه را با مراجعه به یادداشت‌ها به سرعت به یاد آورده و با توجه به آنها نکات مهم و تغییرات لازم را اعمال نمایید.

به مشتری فرصت دهید که به راحتی بتواند مدت زمان زیادی در مورد خواسته‌ها و ایده‌هایش صحبت کند. برای شنیدن و فهمیدن عقاید مشتری زمان بگذارید. اگر متوجه شدید مشتری نکات نامعقولی را مطرح کرده و یا مطالبی را می‌گوید که دستیابی به آنها امکانپذیر نمی‌باشد باید برای آنها راه حل مناسبی پیدا کرده و پیشنهادات جایگزین ارائه کرد. عقاید خود را به مشتری تحمیل نکنید.

مشتریان خواهان چه چیزهایی هستند؟

اغلب مواقع یکی از کارهای طراحی این است که به مشتری کمک نمایند تا خواسته‌هایش را بشناسد. در بعضی حالات ممکن است مشتری چیزهایی را بخواهد که در تضاد کامل با شیوه زندگی است. از این گروه می‌توان به مشتریانی اشاره نمود که دارای شیوه زندگی رسمی بوده و خواهان باغچه‌هایی از گلهای وحشی هستند یا مشتریانی که گونه‌هایی از گیاهان را می‌خواهند که در آن محل یا موقعیت اصلاً امکان رشدشان وجود ندارد (مثلاً گیاهان گرمسیری برای منطقه سردسیر). در مورد این خواسته‌هایی که تا حدی غیر معمول است باید با رعایت ادب و احترام اول با مشتری بحث نمایید تا مشخص شود که مشتری به چه دلیل این انتخاب را انجام داده است. ممکن است مشتری دلیل انتخابش از گیاهان وحشی این باشد که علاقه زیادی به تعداد زیادی رنگ دارد و یا اینکه مشتری هدفش از انتخاب یک گیاه ویژه این است که گیاهانی با ویژگی‌های گیاهان گرمسیری را دوست دارد.

هزینه پروژه

ممکن است در طول مدت ملاقات در مورد قیمت پروژه‌های مختلف بحث و صحبت شود اما مشخصاً روشن شود که مشتری چگونه می‌خواهد این هزینه را پرداخت نماید؟ چگونگی پرداخت هزینه بر روی مدت اجرای طرح و چگونگی اجرای طرح که شامل خواسته‌های مشتری است تاثیر خواهد گذاشت. بعنوان مثال اگر مشتریان بخواهند پاسیو با سنگهای پهن برایشان طراحی و اجرا شود و فقط 200 دلار هزینه پرداخت نمایند باید برایشان توضیح دهید که هزینه ساخت این پاسیو به چه صورت بوده و برای آنها چه مقدار تمام خواهد شد. دلیل این توضیحات نیز این است که بسیاری از

مشتریان محدوده مشخصی از هزینه را مد نظر دارند که برای فضای سبز منزلشان پرداخت نمایند.

در اینجا مواردی مطرح می‌شود که چگونه به مشتری یادآوری نمایید که فضای سبز و طراحی آن، سرمایه‌گذاری خوب برای آنها بشمار می‌رود. این موارد عبارتند از:

- فضای سبز و ایجاد آن می‌تواند باعث افزایش حدود 10 درصدی قیمت ارزش خانه شود.
 - هزینه طراحی فضای سبز و اجرای آن سبب می‌شود که ارزش افزوده‌ای به اندازه 100% تا 200% ایجاد نماید.
 - فضای سبز و ایجاد آن سبب کاهش هزینه انرژی تا حدود 50% می‌گردد.
- بعضی از طراحان اینگونه برآورد می‌نمایند که طراحی و ایجاد فضای سبز می‌تواند حدود 10 درصد قیمت محل مسکونی باشد. بعنوان مثال اگر محل مسکونی 100 هزار دلار ارزش دارد پس می‌توان گفت که ارزش فضای سبز آن حدود 10000 دلار می‌باشد. روش دیگر این است که برای هر فوت مربع 2 دلار هزینه و سرمایه‌گذاری می‌کنند. در هر دو حالت تخمین فوق، قیمت‌ها فقط مربوط به گیاهان و اشیای موجود در فضای سبز می‌گردد. در بسیاری حالات آمار و ارقام حاصله از هر یک از این روشهای تخمین بسیار بیشتر از قیمت در دست اقدام یا انجام شده می‌باشد. اکثر مشتریان در صدد این هستند که نیمی از قیمتی را که به روشهای فوق تخمین زده می‌شود پرداخت نمایند و بیش از آن هزینه‌ای را نپردازند.

نکته مهم: مرحله‌بندی جهت اجرای طرح فضای سبز

یکی از راه‌حل‌ها برای اینکه مشتریان از شنیدن قیمت طرحها شوکه نشوند این است که طرح را برای آنها مرحله‌بندی کنید بدینصورت که طرح در مدت سه تا پنج سال و در چند مرحله اجراء شود. می‌توان برای قسمت جلوی خانه در سال اول، برای بالکن در سال دوم و برای باغچه‌های پشت منزل در سال سوم طرحهایی را ارائه و اجرا کرد و در سال چهارم بعنوان آخرین مرحله طراحی فضای سبز طرفین خانه را انجام داد. با این روش، اجرای پروژه امکانپذیرتر و عملی‌تر می‌گردد.

اطلاعات مشتری

مباحث مربوط به این بخش را می‌توان در خلال مدت ملاقات حضوری مطرح نمود و برای طرح آن مرحله و ترتیب خاصی وجود ندارد. در بسیاری از حالات می‌توان اینگونه صحبتها را در سراسر مدت ملاقات حضوری انجام داد. سؤالهایی که در زیر مطرح می‌گردند سؤالاتی هستند که باید از مشتریان پرسیده شده و جواب آنها ثبت گردد. اینگونه سؤالات را مسلماً نمی‌توان تا آنجا ادامه داد که تمام وقت ملاقات را بگیرد، اما طبیعتاً بسیاری از این سؤالات سبب ایجاد سؤالات دیگر و گفتگوهای بیشتر شده که در نهایت خواسته و میل مشتری را نشان خواهد داد.

خانواده

خانواده شما چند نفری است؟

سن افراد خانواده چقدر است؟

شغل افراد خانواده چیست؟

آیا آلرژی خاصی مثلاً به زنبور یا گیاهان خاصی در اعضای خانواده وجود دارد؟

آیا اعضای خانواده حیوانات دست‌آموزی را در محل سکونت نگهداری می‌کنند؟

سگها معمولاً اغلب سبب تخریب گیاهان می‌شوند. اگر خانواده‌ای سگ داشته باشد باید پرسید که مایلند سگ خود را نگه دارند یا خیر؟ در صورتی که جواب مثبت باشد باید گیاهانی را انتخاب نمود که نسبت به لگد مال شدن مقاوم باشند مانند گیاهان یک ساله و چند ساله.

اهداف طرح

همیشه باید به مشتری این فرصت داده شود که اهداف خود از طرح مورد نظرش و نیز چگونگی کیفیت آنرا توضیح دهد. برای این کار هنگامیکه در مورد پروژه می‌خواهید بحث و صحبت کنید، جمله چگونه می‌توانم کمکتان کنم را بکار ببرید تا مشتری تمام

نقطه نظرات خود را بگویید. علاوه بر این موارد، سایر جنبه‌های طرح مورد نظر نیز در خلال مدت ملاقات مطرح خواهد شد.

شیوه زندگی

از مشتریان بپرسید که آنها از محل سکونت خود چگونه استفاده می‌کنند یا دوست دارند چگونه از محل زندگی خود استفاده کنند زیرا با مشخص شدن شیوه زندگی هم می‌توان نیازهای مربوط به پروژه را مشخص نمود و هم می‌توان مشتری را در یافتن ایده‌های جدید و بهتر کمک نمود. سوالهایی که بعنوان مثال می‌توانید بپرسید اینها هستند:

شما دوست دارید چه چیزهایی در قسمت جلو، طرفین جانبی و عقب منزل وجود داشته باشد؟

بعنوان مثال، آیا شما دوست دارید محیطی برای سرگرمی در فضای خارج از منزل داشته باشید؟ یا نیاز به انباری دارید؟ یا اینکه شما زمانهای استراحت، سرگرمی و تفریح خود را کجا صرف می‌کنید یا دوست دارید صرف کنید؟

تفریحات

آیا شما سرگرمی خارج از منزل مانند باغبانی را دوست دارید؟ در مورد کودکان می‌خواهید فضایی وجود داشته باشد که آنها در این فضا بازی کرده و سرگرم باشند؟

مهمانی

آیا شما زمانی را برای مهمانی دادن در نظر دارید؟ جمعیتی که معمولاً بعنوان مهمان دعوت می‌کنید تعدادشان چند نفر است؟ آیا نیازی به یک بالکن یا پاسیو وجود دارد؟ اگر نیازی به بالکن یا پاسیو وجود دارد اندازه و بزرگی آن چقدر باشد؟ آیا شما نیاز به مکانی در خارج از منزل دارید که در آنجا غذا طبخ کرده و تناول نمایید؟

منظره

آیا مناظر یا چشم‌اندازهایی وجود دارد که شما بخواهید آنها را نگهدارید؟

آیا مناظر یا چشم‌اندازهایی وجود دارد که شما می‌خواهید آنها را حذف کنید؟
 آیا اشیاء یا چشم‌اندازهای نامطلوبی مانند جعبه برق، واحد تهویه هوا یا پیاده‌روی شلوغ
 وجود دارد که شما بخواهید آنها را پوشانده و از نظر دور نگه دارید؟
 چه چیزهایی در طرفین خانه وجود دارد و چشم‌انداز آنها چگونه است؟
 آیا نیاز دارید که حریمی بین منزل شما و منازل مجاور وجود داشته باشد؟

اولویت‌های مشتری

باید اولویت‌های مشتری را در مورد گیاهان، اشیاء و دیگر موارد موجود در فضای سبز
 مشخص سازید. سؤالی که در این مورد می‌توان مطرح نمود تا نظرات و اولویت‌های
 مشتری مشخص گردد عبارت است از:

آیا شما ترجیح می‌دهید قسمتهای طبیعی موجود در فضای سبز را بصورت غیر رسمی
 طراحی کنید یا بیشتر متمایلید بصورت رسمی طراحی شود؟
 البته باید دقت داشت که چگونگی کیفیت فضای سبز به عادات زندگی مشتریان، شیوه
 زندگی آنها، شیوه طراحی خانه و دکوراسیون آن نیز ارتباط زیادی دارد.

چه چیزهایی را مشتری دوست دارد که در فضای سبز نگه دارد؟ (چیزهایی که در
 فضای سبز قبل از طراحی وجود داشته و مشتریان دوست ندارند با ایجاد طراحی جدید
 این قسمتها یا اشیاء از بین برود)

در اکثر مواقع مشتریان زیاد تمایل به ایجاد طرحهایی که هزینه نگهداری آنها بالا باشد
 ندارند. اینگونه مشتریان حتی صحبت در مورد اینگونه هزینه‌ها را دوست نداشته و در
 صورت صحبت و توضیح نهایتاً فقط راضی به پرداخت هزینه نگهداری بسیار اندکی
 می‌باشند. در اینگونه موارد اگر مشتریان طرحی را مد نظر دارند که هزینه نگهداری آن
 بالاست، وظیفه طراح این است که حتماً این موارد و دلایل آنها را ذکر نماید زیرا مثلاً
 شاید مشتری دوست داشته باشد باغی از گلها داشته باشد، پس باید هزینه نگهداری این
 باغ را برای او به دقت محاسبه نموده و به او ارائه نمود.

گیاهان مورد نظر مشتری چیست؟

ممکن است مشتریان به گیاهانی خاص علاقه داشته باشند یا اینکه از گیاهانی که دارای
 یکسری ویژگی‌های عمومی هستند لذت ببرند. مثلاً یک مشتری می‌گوید من از لاله‌ها

خوشم می‌آید، مشتری دیگری می‌گوید من از گل‌هایی که دارای بوی خوشی هستند خوشم می‌آید. ممکن است یکسری مشتری‌ها نیز بگویند ما از گیاهان تیپ گرمسیری مانند نخل خوشمان می‌آید.

چه گیاهانی دارای حداقل مطلوبیت در نظر مشتری هستند؟

باید از مشتری بپرسید و مشخص سازید که چه گیاهانی برای مشتریان آلرژی‌زا و یا ناخوشایند هستند. ممکن است بعضی مشتریان مطرح کنند که از درخت توت خوششان نمی‌آید زیرا پرندگان از میوه‌های آن تغذیه نموده و بعد آنها را ترک می‌کنند. تعدادی از مشتریان ممکن است بگویند ما هیچکدام از گیاهان خانواده یوکا را نمی‌خواهیم. تعدادی از مشتریان هم شاید نظرشان این باشد که از گیاهانی که نیاز به هرس زیاد دارند اجتناب نمایند.

نکته مهم: مثالهایی از طرحهای فضای سبز

باید از مشتریان پرسید که چه چیزهایی در فضای خارج از خانه وجود دارد که آنها دوست دارند این اشیاء بماند و چه چیزهایی را باید حذف نمود. اگر در این مورد مشتریان سردرگم بوده و شک داشتند، باید طرح و ایده‌های دلخواه آنها را پرسید تا بتوان در طراحی فضای سبز به آنها کمک نمود. باید از مشتریان پرسید که چه اشیاء و گیاهانی را دوست دارند و از چه چیزهایی بدشان می‌آید یا برایشان ناخوشایند است. در مورد چیزهای دیگر مانند حوض، آبشار، نور پردازی با ولتاژ پایین (Low-voltage lighting) یا طراحی سیستم آبیاری گیاهان نیز باید از مشتری سؤال‌هایی را پرسید.

پرسشنامه

توصیه می‌شود پرسشنامه تهیه کنید که در صورت امکان در طول مدت ملاقات حضوری، و در صورت عدم امکان پس از جدا شدن از مشتری، مشتری به این سؤالات که بصورت جامع و هوشمندانه تهیه شده است، پاسخ گوید (شکل 1-11).

هزینه طراحی و قرارداد

بعضی از طراحان ترجیح می‌دهند که در اوایل مدت زمان ملاقات حضوری در مورد قیمت‌های طرح‌های مختلف صحبت کنند و در صورت توافق نسبی ادامه صحبت‌ها را انجام دهند. این نظر در مورد مشتریانی که در مورد قیمت، دارای ایده‌هایی برای خود می‌باشند روش خوبی است و سبب می‌شود که از صحبت طولانی که فاقد نتیجه بوده و فقط به دلیل عدم توافق بر سر قیمت بدون نتیجه می‌ماند جلوگیری شود.

مشخصات کارفرما

نام:

آدرس:

شهر، استان و آدرس پستی:

خانواده:

نام و سن اعضای خانواده ذکر شود.

آیا حساسیتی در بین اعضای خانواده وجود دارد؟ آری یا خیر

بودجه

آیا این طرح توسط صاحب خانه قرار است اجرا شود یا پیمانکار؟

بودجه پیشنهادی برای طراحی فضای سبز و اجرا آن چقدر است؟ دلار یا نیاز به

مشاوره وجود دارد؟ (بلی یا خیر)

زهکشی خاک

آیا مشکلاتی مانند آب جمع شدگی در بخشی از محوطه باز محل سکونت وجود دارد؟ (آری یا خیر)

خاک شما دارای بافت سنگین رسی است یا شنی؟

آیا بخشی از محوطه باز محل سکونت دارای شیب تند است؟ (آری یا خیر)

منظره (چشم‌انداز)

کدامیک از اتاقها در خانه عمده‌ترین و بیشترین چشم‌انداز را بطرف بیرون از خانه دارند؟

آیا نیاز به ایجاد مناظری مانند محوطه پذیرایی از مهمانها وجود دارد؟ (آری یا خیر)

آیا بخشهایی وجود دارد که از نظر شما ناخوشایند بوده و نیاز به استتار و پوشیده شدن آنها از منظر

عمومی داشته باشد (مانند کنتور برق، پیاده رو یا اتاقک تهویه هوا)؟

آیا شما نیازی می بینید که یک منطقه خلوت و دارای حریم در فضای سبز مورد نظر ایجاد شود؟

اقلیم‌های کوچک

پاسخ دادن به هر یک از سؤالات زیر در اجرای طرح بسیار مؤثر و مهم است.

آیا قسمت‌هایی هستند که دارای سایه مطلق یا آفتاب مطلق باشد؟

آیا قسمت‌هایی هستند که نیاز باشد سایه بیشتری برای آنها ایجاد شود؟

آیا جایی هست که نیاز باشد شلوغی آن قسمت کاهش یابد؟

آیا قسمتی وجود دارد که نیاز به سایه بان داشته باشد؟

آیا قسمت‌هایی که زیاد بادگیر هستند وجود دارد؟

آیا در هنگام بارندگی برف یا یخ‌زدگی مشکلاتی وجود دارد؟

انتخاب گیاه

پاسخ به هر یک از سؤالات زیر در اجرای طرح مهم است.

نام گیاهان مورد علاقه:

نام گیاهان یا اشیایی که دوست ندارید:

نام رنگهای مورد علاقه:

دوست دارید گیاهان موجود در فضای سبز شما خوشبو، یکساله یا بومی باشد؟

گردش

آیا نیازی هست که پیاده‌رو بسط و گسترش یابد؟ (آری یا خیر)

آیا قسمت پیاده‌روی جلوی ساختمان نیازی به مرمت یا بهتر شدن دارد؟ (آری یا خیر)

آیا قسمت‌های گشت و گزار و راه رفتن در بخشهای دیگری وجود دارد که نیاز به تعمیر داشته باشد یا

در جاهایی نیاز به ایجاد پیاده‌رو وجود دارد؟

پذیرایی

میانگین تعداد مهمان‌های شما در مهمانی‌ها چند نفر است؟

آیا مایل هستید که یک سکو یا پاسیو برای پذیرایی از مهمانها ایجاد کنید؟

خدمات

آیا نیازی هست که جایی بعنوان انباری ساخته شود؟

سطل آشغال و محل آن به چه صورت است:

سهل الوصول است؟ (آری یا خیر)

بد منظره است یا جلوه بدی دارد؟ (آری یا خیر)

باید تغییر مکان یابد؟ (آری یا خیر)

آیا نیازی به محلهایی مانند محل انبار کردن هیزم، محلی برای ایجاد کود سبز (کمپوست)، باغچه سبزی، آلاچیق (کپر) وجود دارد؟

فعالیتها

لطفاً هر یک از بخشهای زیر را به دقت خوانده و در صورتی که نیاز به ایجاد آنها در فضای سبز وجود دارد آنها را علامت بزنید.

- محل بازی بچهها
 محلی برای غذا پختن و صرف غذا
 بخشی خلوت و دارای حریم
 محلی تفریح (مثلاً زمین والیبال یا زمینی برای بازی با شن)
 اجاق

موارد متفرقه

هر یک از موارد زیر را در صورتیکه مایلید در فضای سبز شما وجود داشته باشد علامتگذاری کنید:

آبخار یا حوض آب نوردهی با ولتاژ کم **Low-voltage lighting**

مجسمه باغ پروانه

پرچین ذخیره انرژی

توضیحات اضافی

اگر موارد یا مشکلاتی وجود دارد که در این پرسشنامه ذکر نشده است در این بخش ذکر نمایید.

شکل 11-1. پرسشنامه

می توانید یک پرسشنامه برای مشتری قبل از ملاقات حضوری یا در وب سایت قرار دهید که در جلسه ملاقات بر روی آنها صحبت و مباحثه کنید.

هزینه های طراحی

تفاوت قیمت بین هزینه های طراحی فضای سبز مختلف زیاد است و بسیاری از طرحها بسته به میزان مواد بکار رفته و تجربه طراحی متفاوت می باشد. قیمت برای هر ساعت کار طراحی از 20 تا 100 دلار متفاوت می باشد. بعضی طراحی ساعتی کار نمی کنند بلکه قیمت را با توجه به طرح تعیین می کنند. بعنوان مثال قیمت طرح عادی منزل از 100 تا 500 دلار متفاوت است.

گاهی بعضی از طراحان هم کار طراحی و همه کار اجرای پروژه را انجام می‌دهند بدین صورت که مانند پیمانکار در اجرا و نگهداری طرح‌ها نیز سهیم هستند. در این حالات باید توجه داشت که هزینه طراحی و هزینه اجرای طرح جدا از هم می‌باشد. اگر طرح تازه کار باشد معمولاً هزینه کمتر یا قیمت کمتری برای طراحی می‌گیرد. زیرا این طراحان به این دلیل با هزینه کمتری طراحی می‌کنند که بتوانند کار خود را تبلیغ نموده و کاتالوگی از کارهای خود تهیه نمایند. اما به یاد داشته باشید که اگر طرح تازه کار نیز می‌باشید خود را به بهای اندک نفروشید (برای خود و کار خود ارزش قائل باشید) و به خاطر خود بسپارید که شما در زمینه طراحی و گیاهان مهارت دارید. این نکات خیلی مهم است زیرا در مراجعه و برخورد با مشتریان خواهید دید که بسیاری از مردم در مورد گیاهان اطلاعات بسیار کمی دارند. مبلغ و هزینه طراحی فضای سبز در مورد یک باب منزل مسکونی با توجه به پروژه‌ها، نوع آن و نیز طراحان تفاوت زیادی دارد. بسیاری از طراحان برای طراحی یک طرح متوسط بطور میانگین 5-10 ساعت زمان صرف می‌کنند. طراحان معمولاً در فازهای مختلف ایجاد طرح، زمانهای مختلفی را بر روی آنها صرف می‌نمایند. مثالی از چگونگی تقسیم زمان برای طراحی به صورت زیر است:

اندازه‌گیری، لیست کارهای موجود و تجزیه و تحلیل: 1-2 ساعت
 طرح‌های اولیه و شبیه‌سازی دیجیتالی: 2-4 ساعت
 ارائه و توضیح طرح‌های اولیه: 1 ساعت
 نقشه جامع و کامل نهایی: 2-3 ساعت

قرارداد

پس از اتمام اولین جلسه ملاقات حضوری می‌توان میزان زمانی را که باید برای تکمیل پروژه صرف نموده و متناسب با این زمان، قیمت طرح را ارائه نمود (شکل 11-12). بعضی از طراحان ترجیح می‌دهند که پیش طرح (Proposal) اولیه رسمی را تهیه و چند روز پس از عقد قرارداد برای مشتری بفرستند.