

DIÀLEGS AMB DISSENYADORS ©

Un format senzill per comprendre problemes complexos en la gestió d'estudis de disseny.

CAPÍTOL 5

On comencem a descobrir que els clients no compren disseny, malgrat el nostre desig de vendre disseny.

Vaig estudiar disseny, vull vendre disseny.

Per Fernando Del Vecchio.

Desembre 2009

Aclariment: La present conversa és fictícia, ja que mai gravo les reunions amb clients. Tanmateix, representa els dubtes que es presenten a la pràctica professional quotidiana dels dissenyadors que porten endavant els seus propis Estudis de Disseny, així com d'aquells que treballen de forma independent.

Com puc vendre disseny?¹

Aquesta pregunta és una de les primeres que qualsevol dissenyador es planteja, o em planteja en començar a treballar en aquests processos d'assessorament.

Tanmateix, molts prenen consciència - en començar a tractar clients amb una perspectiva més àmplia - que vendre disseny és difícil, perquè els clients tenen una idea diferent sobre el que és el disseny. I en molts casos, els propis dissenyadors no saben com definir el disseny. Hi ha molts debats sobre el tema, i aquí no en començarem cap altre.

En general, el que compra un client és molt diferent del que un dissenyador creu que està venent o que proposa.

El que pot quedar clar, és que **si els clients no saben el que és el disseny, és possible que no comprin disseny**. D'aquesta manera, esbrinar què desitja el client, en termes de problema a ser resolt per les nostres habilitats, és una forma efectiva de començar a pensar la professió des d'una perspectiva diferent de la tradicional.

Pablo i Soledad són dissenyadors gràfics i han decidit associar-se, per crear un estudi de disseny.

Treballen junts des de fa tres mesos, i han començat a adonar-se d'algunes dificultats que no tenien fins al moment de quan treballaven de forma independent o en relació de dependència.

Les oficines de l'estudi de disseny es troben a la casa de Pablo, ja que - pel nivell d'ingressos que tenen actualment - els ha estat impossible llogar un espai de treball diferent.

Soledad: - Excel·lents notícies!

Pablo: - Demano perdó per ella... sembla que no comprèn la importància de saludar, abans de

¹ Poden llegir un article de la meua autoría en ForoAlfa, el títol del qual és aquesta mateixa pregunta. Disponible en http://foroalfa.org/es/articulo/197/Como_vender_diseño

començar a cridar per les bones notícies (riures).

Soledad: - (riures). Que sarcàstic que t'has aixecat avui!

Pablo: - Endavant... i bon dia...

Fernando: - Bon dia... No hi ha problema, de veritat.... Què ha passat? Per què aquesta cara de felicitat?

Soledad: - En realitat, res tan important, encara que és important per el que vam parlar en l'última reunió.

Fernando: - A què et refereixes? A aconseguir nous clients, a comprendre l'estat econòmic i financer de l'estudi... a què?

Soledad: - Resulta que amb prou feines arribem a la casa de Pablo... perdó, a l'estudi, teníem al contestador automàtic un missatge. Era una persona que em demanava que el truqués, perquè volia encarregar-me un treball.

Fernando: - Ara entenc... bé, m'alegra que hagin aconseguit aquest potencial projecte. Perquè en l'última reunió havíem vist que la situació econòmica a curt termini era complicada.

Pablo: - Bé, en realitat, el treball encara no ho ha aconseguit.

Fernando: - No "l'ha" aconseguit?

Pablo: - No, es tracta únicament d'una trucada per una consulta...

Fernando: - Jo em refereixo que el projecte és de l'estudi. En aquest cas, "no ho han aconseguit".

Pablo: - Així és... és que estem tan acostumats a treballar cada un pel nostre compte que...

Fernando: - M'adono.

Soledad: - Però crec que haver rebut aquesta trucada és una bona notícia, no?

Fernando: - Sens dubte que sí. També t'he de dir, sense intentar desanimar-te, que la situació de la setmana passada no ha canviat res. Seguim igual que abans, amb la diferència que existeix la possibilitat d'obtenir aquest projecte. De què es tracta?

Soledad: - Bé, en realitat es tracta d'una persona que em truca per recomanació d'un dels meus clients actuals. Perdó, dels nostres clients actuals. He d'enviar-li un pressupost per una web. Així que avui a la tarda el preparo i l'hi envio.

Fernando: - Aquesta és tota la informació que tens?

Solitud: - Sí. Per què m'ho preguntes?

Fernando: - Per curiositat només. És a dir, a veure si entenc bé: un potencial client et truca per demanar-te un pressupost per fer una web i li enviaràs un preu per fer aquest treball. És així, no és cert?

Soledad: - Sí, així és. Bé, en aquest cas, es tracta únicament de cotitzar una web, així que li envio el preu del disseny per mail i esperarem que ens contesti que sí. Tinc una lleu idea de què és el que pot estar esperant, així que no veig complicat per enviar-li el pressupost.

Fernando: - Pablo, què és el que vénen vostès?

Pablo: - En aquest cas, disseny....

Soledad (interrompent): - Obvi! Disseny...

Fernando: - Perdonin la meva falta d'enteniment del tema, però: el client compra disseny?

Ambdós: - ...

Soledad: - I si no compra disseny, per a què truca a una dissenyadora? O a un estudi de disseny?

Fernando: - Potser només sap que vostès fan webs. És així com es donen a conèixer? Són dues persones que fan webs?

Pablo: - Fem molt més que webs, tot el món sap això. Bé, els clients que tenim actualment, ens encarreguen tot tipus de feines, principalment web.

Fernando: - Qui és tot el món?

Soledad: - Tots els nostres clients.

Fernando: - Tots els clients... els clients que els tenen contractats amb honoraris fixos mensuals.

Pablo: - Així és. És molta feina per a la quantitat de diners que ens paguen, però m'agrada aquesta forma de treballar perquè em dóna molta seguretat.

Soledad: - Encara que la quantitat de feina que tenim, de vegades és massa...

Fernando: - I qui són aquests clients?

Pablo: - Són altres estudis de disseny, que treballen per a clients més grans... agències o productores, crec. La pròxima vegada et porto un detall, perquè vegis que estem treballant per a grans marques.

Fernando: - No. Si he entès bé, vostès treballen per a altres estudis de disseny, que són contractats per productores, que són contractades per agències, que són contractades per aquests clients, als què et refereixes com "grans marques".

Pablo: - Així com ho dius... sembla estrany.

Fernando: - Podeu dir-me que treballem per a una empresa de primera línia de productes de neteja, i a la teva web - quan la tinguis - comunicar-lo d'aquesta manera, però la realitat és que no és així. De tota manera, seguim amb el que estàvem veient. Quants treballs han realitzat últimament que no siguin "web", o de disseny web?

Soledad: - Aquest any, cap. Però l'any passat vaig fer un treball d'identitat institucional.

Fernando: - Un de sol...

Soledad: - I era per a una amiga, que treballa en una ONG² ... és a dir que no em van pagar. Però va ser un treball molt satisfactori per a mi.

Fernando: - Clar que sí... espero que no tinguis aquesta excusa quan vagis al supermercat... que fas treballs molt importants, que poden canviar el món, però gratuïts... crec que a la caixa no li importarà gaire. Ni a ella, ni a l'empresa d'electricitat que et dóna el servei perquè facis el treball que no et poden pagar.

² Organització No Governamental, sense fins lucratiu.

Soledad: - Sembla que algú no s'ha aixecat gaire feliç que diguem... (riures).

Fernando: - Ja vam parlar que si el client no pot pagar la feina, és una elecció comercial de l'estudi o del dissenyador acceptar o no aquesta proposta. Però si s'accepta, cal assumir totes les responsabilitats. Encara el fet que el client vulgui un treball perfecte, en el menor temps possible. Però si et fa feliç, endavant.

Pablo: En el meu cas, jo vaig fer dos treballs l'últim any que no tenien a veure amb disseny web. Clar, en realitat els meus últims treballs són tots webs... o treballs relacionats amb webs.

Fernando: - És a dir que el mercat els coneix d'aquesta forma. Són dissenyadors - ara un estudi de disseny - que fan webs.

Soledad: - Podríem dir que sí. Necessitem unes targetes de presentació, no et sembla?

Fernando: - De vegades crec que em fas aquest tipus de preguntes per provocar-me...

Pablo: - (riures).

Fernando: - En la mesura que no es preocupin en comunicar-li al mercat què és el que són i què és el que fan, el mercat es farà una idea sobre vostès i sobre el seu treball a partir del que cregui que és. I això segurament serà diferent del que vostès desitgen que sigui. Per això unes reunions enrere els vaig recordar que encara no havia vist la web de l'estudi. Tampoc no tenen targetes de presentació. Ja li han posat nom a l'estudi?

Pablo: - Ho hem pensat, però...

Fernando: - De quina forma creuen que és millor comunicar el que fan, que tenint una web que expliqui el que vostès són i el que vostès fan? És més, si el mercat creu que vostès fan webs, com pot ser que no tinguin si més no la seva pròpia?

Pablo: - Això li passa gairebé a tots els dissenyadors...

Fernando: - Realment m'importa bastant poc. A mi m'importa que vostès tinguin la seva web llesta; el comportament de la resta dels dissenyadors és responsabilitat d'ells.

Soledad: - Bé, veníem amb bones notícies i el primer que fas és baixar-nos del núvol³.

Pablo: - Clar, deixa'ns fantasiejar una mica (riures).

Fernando: - El que succeeix és que el temps passa, i no assumeixen algunes responsabilitats importants. Entenc l'alegria de rebre aquesta comanda de pressupost, però aquesta mateixa alegria és un símptoma inequívoc de la incapacitat per elegir el tipus de client que desitgen tenir, a partir del tipus de servei en el que desitgen treballar.

Soledad: - Ja comencen les recriminacions... (riures).

Pablo: - No sé... em sembla que el que diu Fernando és cert. Em refereixo que si algú em pregunta a què em dedico, l'únic que puc dir-li en aquest moment és que "faig webs". I la veritat és que aquest tipus de treball no sol no m'agrada, sinó que m'avorreix bastant.

Soledad: - I que t'agradaria fer llavors?

Pablo: - No sé, però no puc continuar així. No podem continuar així. És cert que si pensem en la quantitat d'hores que treballem, tenim molta feina. Però acord als números que vam veure la setmana passada. No són bons, i si seguim així, ens acabarem barallant entre nosaltres... ho sé perquè ho he vist en altres oportunitats, amb altres amics dissenyadors.

³ Expressió que significa "fer-los caure en la realitat".

Fernando: - Pot succeir...

Pablo: - És més, ara m'adono que una de les coses que tenia pensat que podia arribar a succeir a partir de la posada en marxa d'aquest estudi amb tu, era canviar una mica el tipus de treball que vinc fent des de fa tant temps...

Fernando: - I tu Soledad, quines idees o expectatives tenies en el moment en què van començar a treballar junts?

Soledad: - Jo... una mica com diu ell. Volia veure si podia canviar la forma com aconseguixo clients, que no em truquessin sol per fer webs... i guanyar més diners.

Pablo: - Si, guanyar més diners també.

Fernando: - I fins ara què van aconseguir de tot això?

Ambdós: - ...

Pablo: - ...

Soledad: - Però què és el que estem fent malament?

Fernando: En realitat, estan fent el que creuen que han de fer. Em sembla que estan fent el que poden, a partir de la forma com entenen la professió, el mercat i el servei que donen.

Pablo: - Pots ser una mica més clar?

Fernando: - Per exemple, fa una estona m'has dit - o almenys jo ho he entès així - que un client compra disseny.

Soledad: - Clar. O almenys en aquest cas, em truquen per cotitzar una web.

Fernando: - Bé. Em posaré d'exemple. Jo sóc llicenciat en administració. Treballo com a entrenador en desenvolupament d'habilitats de gestió per a empreses del sector de disseny...

Soledad: - M'havia oblidat que no ets dissenyador (riures).

Fernando: - ... així és, i desitjo tenir la meua pròpia web. Llavors, et truco a tu, perquè un amic t'ha recomanat, i et pregunto quant em pot costar una web. Tu creus que jo estic comprant disseny?

Soledad: - Bé, jo he de dissenyar la web... i això...

Fernando: - Clar, tu tens que pressupostar el treball de dissenyar aquesta web, però aquest disseny és un procés que realitzaràs per aconseguir lliurar-me un resultat, un producte: la web. I per què et contracto a tu, o almenys per què et truco a tu per demanar-te un pressupost? Jo no tinc idea sobre les teves habilitats de disseny. M'han recomanat parlar amb tu, perquè la meua intenció és comunicar les meves activitats utilitzant aquesta eina anomenada web. I desitjo que aquesta comunicació sigui eficaç. M'explico? Jo no compro disseny. No sé què és el disseny i - honestament - no desitjo ni tinc temps d'indagar sobre això. Només vull una web. No compro disseny, compro una eina de comunicació. Compro una solució a un problema.

Pablo: - Així com ho plantejes, em dóna la sensació que el disseny és una mica secundari, gairebé sense importància.

Fernando: - Si jo fos el client, no em preocuparia gens que ho pensis d'aquesta manera. Podria ser que per a mi el disseny no fos important, et molesta?

Pablo: - ... una mica sí.

Fernando: - Per què et molesta?

Pablo: - Perquè el disseny és important.

Fernando: - Per a qui?

Pablo: - Per a mi, per a ella, per a tots els dissenyadors...

Fernando: - Jo com a client, puc pensar diferent. Puc pensar en el disseny com a una cosa "bonica". Estic molt equivocat?

Pablo: - ... em molesta.

Fernando: - El que pretenc que vegin és que el client no compra disseny. El client pot pensar en el disseny com a concepte molt diferent que tenen vostès. Perquè no sap. Però així com el client no sap el que és, també hi ha molts dissenyadors que no tenen idea de com explicar què és el disseny. Però en aquest cas, si vostès continuen parlant amb aquest client o potencial client pensant que compra disseny, hi ha una bretxa de comunicació i comprensió sobre la seva necessitat o desig... aquesta bretxa és molt gran⁴.

Soledad: - ... no compra disseny...

Fernando: - No, compra la solució a un problema de comunicació que té. Una solució que podeu donar-li, en forma de web, utilitzant una habilitat, l'habilitat per dissenyar aquesta solució.

Pablo: - Però si la seva necessitat és la de comunicar, això es pot aconseguir de moltes maneres. Per que només demanen pressupostos per fer una web?

Fernando: - Possiblement perquè no saben, o possiblement perquè han comprès que vostès es dediquen únicament a això. Això ja ho hem vist abans, quan vam parlar sobre la forma de plantejar la conversa amb un client que sol·licita el pressupost per fer un logotip. Hem de comprendre el problema darrere de la comanda explícita del client, perquè aquesta comanda és la solució que proposa el client a un problema que, potser, no comprèn.

Soledad: - Llavors, hauríem de començar a definir què és el que fem, i comunicar-ho eficaçment. L'habilitat per fer-ho la tenim. Hauríem de començar com més aviat millor.

Pablo: - La pròxima vegada, et mostrarem el projecte de la web de l'estudi.

Fernando: Només la web? He pensat que a partir de tot el que havíem parlat, anaven a començar el projecte de definir la identitat de l'estudi, amb totes les eines de comunicació que això implica. També cal definir la proposta de l'estudi... en definitiva, una gran quantitat d'ítems que determinin qui són.

Pablo: - Bé, tampoc no ens omplis de feina per a casa.

Fernando: - No és feina per a casa. Crec que és el primer pas en una direcció de treball. Fins al moment vam estar conversant sobre qüestions menors. És moment que comencin a formular un clar procés de feina. Per a això, necessitem repassar alguns conceptes sobre estratègia i tàctica de negoci.

Soledad: - I els veurem just ara? Perquè he d'anar a fer aquest pressupost per la web.

Fernando: - No, possiblement ho comencem a veure la pròxima reunió... però només en la

⁴ Llegir l'article "Parlar l' idioma dels clients", de Josefina Ramírez Tuero. Publicat en ForoAlfa, disponible en http://foroalfa.org/es/articulo/202/Hablar_el_idioma_de_los_clientes

mesura que serveixi als nostres propòsits.

Soledad: - Està bé. La veritat és que al principi, abans de la nostra primera reunió, vaig pensar que ens donaries solucions, i veig que estava totalment equivocada....

Pablo: - Veus? Et vaig dir que ja m'ho havien advertit....

Soledad: - Bé, almenys la font és fiable (riures).

Fernando: - En realitat, els primers passos són els que més costen, perquè hem de modificar alguns patrons de conducta que determinen els resultats que estan obtenint avui. És qüestió de temps, treball i - per sobre totes les coses - constància, o disciplina, encara que no utilitzo gaire aquest terme perquè hi ha molta gent que el rebutja.

Pablo: - Llavors... ens anem.

Fernando: - I com cotitzaràs aquest projecte?

Soledad: - Li enviaré un pressupost per dos mil cinc-cents pesos. Et sembla bé?

Fernando: - No, em sembla que hauries de reunir-te amb la persona, per saber què és el que té en ment. Només a partir d'aquesta reunió tindràs una idea de la magnitud del projecte, i del preu que podries cotitzar en conseqüència.

Soledad: - No hauria de tenir en compte el tema dels costos?

Fernando: - No et compliquis amb això... cotitzar un projecte sota el model de "costos més un benefici" és una forma de presentar un pressupost. És molt bàsic, i pot ser útil per a alguns... ja parlarem sobre això.

Soledad: - I llavors què he de tenir en compte?

Fernando: - L'eina que tens que observar tot el temps i tenir actualitzada és el flux de caixa. Quan acabis la teva reunió amb aquest potencial client, parlem per telèfon. No fa falta que en la reunió plantegis el tema preu. Simplement, fa atenció al que aquest client projecta, per saber si la proposta ha d'incloure el disseny d'una web, o una cosa diferent.

Pablo: - Jo aniré amb ella. Vull que comencin a veure'ns com a equip de treball.

Fernando: - Molt bé. Parlem després de la teva reunió amb el client, abans de presentar-li la proposta de serveis.