

FITXES ©

Reflexions per a professionals dissenyadors i creatius que dirigeixen estudis consolidats.

NEGOCIS RENDIBLES

Sobre models de negoci i rendibilitat.

Per Fernando Del Vecchio.

Juny 2010

Traducció al català: Marta García.

Febrer 2011

Com fer el meu negoci rendible?

Els qui porten endavant un estudi rendible, no han reinventat la roda, ni han identificat una fórmula màgica fora de l'abast de la resta (majoria) dels dissenyadors.

Els qui porten endavant un estudi rendible, gestionen eficaçment el seu negoci. I aquesta gestió eficaç de l'estudi no es relaciona directament amb el talent o amb la capacitat per dissenyar millor que els altres.

Llavors: com fer el meu estudi rendible?

Primer, tenir un estudi rendible no vol dir que faig únicament el que m'agrada, no vol dir que els meus clients em contracten com a "assessor", en lloc de contractar com a "xofer de ratolí", no significa que els clients em paguen puntualment. Tenir un estudi rendible significa, de forma molt simplificada, que els ingressos superen els costos, més les despeses, més els impostos, més aquella porció que he de destinar a la renovació a futur dels meus equips (amortització).

Cal tenir en compte que es pot guanyar diners, sense ser rendibles.

La rendibilitat és conseqüència d'una gestió efectiva. I una gestió efectiva és conseqüència de ser eficaços i eficients.

Què significa ser eficaç? Significa fer el correcte: satisfer la demanda del client (entre altres coses).

Què significa ser eficient? Significa fer-ho correctament: fent un ús adequat dels recursos.

Per què molts estudis no són rendibles? Perquè, en algun punt, no són efectius. Creuen que sí, però no ho són.

Hi ha alguna causa sobre la qual puguem treballar?

Ser efectiu, per al dissenyador, és diferent a ser efectiu des de la perspectiva del client.

Quan un client contracta els serveis d'un dissenyador perquè tradueixi una idea a format visual (el que molts consideren com "em contracten com xofer de ratolí"), ser eficaç significa lliurar al client la peça que ell visualitza en el seu cap, malgrat els desitjos del dissenyador per fer una altra cosa. Podem suggerir modificacions, i tractar d'assessorar el client, però si persisteix en la seva idea, hem de comprendre que no ens han contractat com a assessors en comunicació, sinó com un parell de mans per tirar endavant una feina que ell no pot fer (possiblement tampoc té un nebot que ho faci per ell). En aquest cas, ser eficaç significa entendre aquesta situació i tractar de complir amb la comesa (lliurament de la peça requerida) en el menor temps possible (el temps promès).

Lliurar el treball demanat en el temps demanat, complint l'acord (promesa) pautat, significa, en aquest cas, ser efectiu.

Però pot ser que, fins i tot en aquest cas, el nostre treball no sigui rendible, perquè el preu que hem cobrat per la nostra feina no supera els ítems que hem esmentat més amunt.

Com el preu que podem cobrar pels nostres serveis sempre està limitat per factors que no controlem, si el nostre treball no és rendible, aleshores:

O reduïm costos i despeses, o canviem el nostre model de negoci (el que no significa deixar de fer el que fem per dedicar-nos a una altra activitat).

Jo recomano la segona opció (**canviar el model de negoci**), però això vol dir que s'ha de pensar i dissenyar una nova oportunitat, configurant una nova equació de treball. Això significa, en principi, que cal buscar en el mercat i en els clients un nou vincle necessitat - capacitat.

Perquè no venem disseny, el disseny és la tecnologia.

Perquè no podem projectar la rendibilitat, la rendibilitat no és la guia (en aquesta etapa de l'organització), sinó el resultat.

Perquè no hi ha receptes úniques, atemporals i efectives, la gestió no és una ciència exacta.

