¿Qué es la gestión de clientes en los servicios de diseño?

Por Ricardo Acosta García

Dentro de un estudio de diseño —en todas sus variantes—, la gestión de clientes es un aspecto vital de su organización y clave para su supervivencia a mediano y largo plazo.

Es muy frecuente no reflexionar sobre la *gestión de clientes* en los estudios de diseño ni planificarla, lo cual provoca reacciones improvisadas solo ante desvíos y desacuerdos con los mismos clientes. Así, su estudio pierde la oportunidad de guiarlos en la prestación del servicio, de adelantarse a sus objeciones, evitar olvidos o que se pierda el control de la relación comercial. Planificando la *gestión de clientes* es posible darles seguimiento detallado antes, durante y después de la realización del proyecto, cosa especialmente útil cuando la cantidad de clientes comienza a aumentar.

Entre las causas más comunes por las que es raro encontrar estudios de diseño que planifiquen estas cuestiones, se observa que:

- Muchos diseñadores ven al cliente como un enemigo o tal vez un «mal necesario». De este modo, se trata de reducir el contacto al mínimo.
- Esta tarea de vital importancia solo se enseña en algunas universidades, aunque con total insuficiencia. En las demás, directamente se la soslaya.
- Existen profesores de diseño que han tenido poca o nula experiencia como emprendedores. Lo que naturalmente hace que desconozcan la práctica del trato con clientes y no puedan transmitirla con solvencia a sus alumnos.

Ahora bien, la *gestión de clientes*, requiere razonamiento, estudio y planificación de:

- **Ventas.** Cómo conseguir y registrar interesados; iniciar, desarrollar y cerrar una venta. Estrategias de negociación, manejar objeciones y generar ventas posteriores.
- **Presupuestos.** Desarrollar lineamientos para crear presupuestos de forma rápida, completa y precisa. Aspectos legales. Estrategias para su presentación.
- **Condiciones generales.** Cuáles son los derechos, límites y obligaciones del cliente y del estudio. Cuáles son las condiciones en las que el servicio se llevará a cabo, qué sucederá si se incumplen. En general, esto se vuelca en un contrato de trabajo, indispensable para el inicio de la prestación.
- **Seguimiento y evaluación.** Vías de comunicación con el cliente. Registro de sus movimientos: consultas, requerimientos, validaciones, correcciones, sugerencias, quejas e inconformidades. Seguimiento de posventa, evaluación de conformidad y del

cliente.

- **Contingencias.** Detectar posibles puntos de conflicto (dentro del servicio) y elaborar planes de contingencia, como base para una respuesta sólida y profesional.

Si bien es difícil conseguir información sobre estas cuestiones, bajadas a la realidad de un estudio de diseño, es necesario, al menos, comenzar con la reflexión y puesta en práctica de un curso de acción, que luego se podrá validar y perfeccionar de manera continua.

En cuanto a la *gestión de clientes*, siempre es mejor tener algún plan, que ninguno.

Publicado el 06/07/2012

FOROALFA
ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/que-es-la-gestion-de-clientes-en-los-servicios-de-diseno