Ayuda a tu cliente para que te elija

Por Fernando Del Vecchio

Es difícil imaginar a un aficionado realizando un trabajo que exige calidad profesional. Es difícil imaginar un trabajo excelente entregado por alguien con capacidades limitadas.

¿Quién puede tomar mejores fotografías: un fotógrafo profesional o un *amateur*? ¿Quién puede componer una pieza gráfica de mayor calidad: un diseñador gráfico, la secretaria del

gerente o el sobrino del dueño de la empresa? Es difícil imaginar a un aficionado realizando un trabajo que exige calidad profesional. Es difícil imaginar un trabajo excelente, entregado por alguien con capacidades técnicas y conceptuales limitadas.

¿Qué sucede si el cliente no sabe o no logra diferenciar entre resultados excelentes y resultados apenas «buenos»? ¿De qué forma ayudamos al cliente a tomar la mejor decisión, en función de los resultados que él espera? En diversos ámbitos, la queja se repite: «los clientes no valoran nuestro trabajo»; «los clientes solo quieren pagar menos»; «los clientes esto, los clientes aquello», etc. Pero es improbable que los clientes cambien su postura frente a nuestra queja solo para hacernos felices. Somos nosotros quienes debemos cambiar y ayudarlos a tomar buenas decisiones: ya sea explicándoles por qué somos «mejores» (en los términos que ellos puedan comprender) o adecuando nuestro servicio a su presupuesto.

Ofrecer ejemplos

Una forma de ayudar al cliente a tomar la mejor decisión es ofrecerle suficientes ejemplos de aquello que podemos hacer, y ofrecer muestras de aquello que se puede obtener por un precio menor; ejemplos de aquello que puede obtener contratando otro tipo de profesional, menos formado, menos especializado o menos capacitado.

Es habitual, en el ámbito del Diseño Gráfico, exhibir en un portafolio los trabajos del profesional. Ese muestrario intenta reflejar las capacidades de su dueño en trabajos aplicados —en muchos casos— a proyectos verdaderos. Pero son pocos los diseñadores que, además, hacen evidente la diferencia comparando su trabajo con otros casos del mismos tipo realizados por profesionales menos capacitados, o por personas con buenas intenciones (secretarias o sobrinos).

¿Es posible conseguir ese tipo de ejemplos?, ¿es viable generar ese tipo de modelos? Yo creo que sí. Cualquier diseñador podría tomar cualquier «caso de éxito» (ese tipo de ejemplos por los que siempre protestan), utilizar ese caso como un supuesto «pedido realizado por un cliente», generar una gráfica de acuerdo con su capacidad y mostrarlo en forma comparativa como «diferencias entre resultados. Es decir, poner en evidencia «lo que es», versus «lo que podría haber sido (si me hubieran contratado)».

Veámoslo en un ejemplo concreto y real. Cualquier cliente podría decir: «¿por qué voy a contratar a un fotógrafo profesional si puedo comprar una cámara digital profesional y hacerlo yo mismo?». El fotógrafo James Hodgins invitó a su cliente a tomar por sí mismo una fotografía de un motivo en particular, con el mejor equipo que pudiera comprar, para luego comparar esa fotografía con una toma profesional realizada por él.[1]

A la izquierda la fotografía tomada por el cliente. A la derecha la fotografía tomada por el fotógrafo profesional James Hodgins.

Destaca la diferencia

¿Notas alguna diferencia entre las dos fotografías?, ¿percibes el contraste entre el resultado del profesional (a la derecha) y el resultado del aficionado (a la izquierda), utilizando ambos el mejor equipo que pudieran comprar, elegir y utilizar? Si hicieras esto mismo en tu práctica cotidiana, tus resultados serían distintos. Si realmente eres el profesional excelente que dices ser, la disparidad entre el resultado que puedes obtener y el resultado de otros menos calificados, debería ser muy evidente. Y si esa diferencia es valorada por tu cliente, te elegirá y la pagará. Si no es valorada, quizás sea mejor que ese cliente entienda que, por el presupuesto que maneja, tiene que buscar otro profesional; y que tu entiendas que debes buscar otro cliente.

En suma, si emprendes tu propio negocio, mejora tus decisiones empresariales. Mejores decisiones llevan a mejores resultados. Puedes ser muy talentoso, pero si estás obteniendo resultados malos, será que tus decisiones no están a la altura de tus capacidades y de tu potencial. Si es que realmente existe, haz evidente la diferencia entre tu trabajo profesional y el del aficionado.

Publicado el 17/04/2015

1. Ver fuente de la fotografía y más ejemplos. Hodgins, James (2015), *Crappy vs Snappy*, en *Mining Industrial Photographer*, Ontario.

FOROALFA
ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/ayuda-a-tu-cliente-para-que-te-elija