

Un don dormido

Por Juan Carlos Rodolfo Coronel

Hay una habilidad que muchos diseñadores gráficos no están utilizando, que podría resolver la tortuosa relación que muchas veces mantienen con sus clientes.

Los diseñadores gráficos suelen expresar muchas dificultades: «el cliente no me entiende», «el diseño está desvalorizado», «el cliente quiere que trabaje gratis», etc. Por el lado del cliente sucede algo similar: «este diseñador no entiende nada», «necesitamos un diseñador profesional medianamente inteligente», o peor «busquemos un diseñador que no de problemas». La situación es embarazosa para ambos lados.

Sospecho que el problema es bastante más profundo. Los diseñadores, con diferentes niveles de experiencia profesional, participan de reuniones con emprendedores, empresarios y comerciantes, esperando obtener de estas reuniones una respuesta positiva que se traduzca en trabajo. Los resultados de trabajo serán consecuencia del estado, momento y clima de la interlocución. Lo que el empresario está solicitando es calidad y nivel de atención, no del servicio.

El servicio de diseño es un negocio y así hay que tomarlo como tal al momento de negociación con el cliente. Para sentarse a negociar con un empresario hay que conocer las reglas de juego y considerar que se trata de una persona muy hábil en su trabajo, que sabe muy bien cómo manejar situaciones de contratación de servicios.

El concepto del negocio del diseño es brindar confianza y tener capacidad para llegar a un acuerdo de beneficio mutuo entre las partes. Para llegar a esto hay que conocer muy bien el servicio que se está ofreciendo y saber si se adapta a las necesidades del tema en cuestión, como el tiempo de ejecución, calidad solicitada y monto de inversión dispuesto, etc.

En el momento de la negociación el diseñador tendrá que agudizar todos sus sentidos, sobre todo el auditivo y el visual. Debe aprender a observar y decodificar cada gesto, porque el empresario está haciendo eso mismo desde el comienzo de la reunión. Cuando hablamos de decodificar, nos referimos tanto a la comunicación verbal como a la comunicación no verbal, un ilustre desconocido para muchos profesionales del diseño, o al menos un aspecto que pocas veces se tiene en cuenta. Estamos hablando de los movimientos, posturas y gestos, con los que se transmiten o reciben los mensajes. Este tipo de lenguaje se lleva a cabo de manera inconsciente. Dominar este lenguaje es un recurso muy poderoso en el mundo de los negocios.

El cuerpo es un portador y transmisor de mensajes, y adopta posiciones, según el humor, el carácter y la empatía entre los interlocutores. De la lectura que puedan hacerse ambos

(diseñador y cliente) puede depender la aceptación de un presupuesto, el éxito de un trabajo o un futuro negocio. Según Ray Birdwhistell (1918-1994, antropólogo estadounidense, fundador de la kinésica como campo de investigación), «no más del 35% del significado social de cualquier conversación corresponde a las palabras».

Más allá de las idiosincrasias, de los talentos y capacidades individuales y culturales, es seguro que la falta de entendimiento que se da entre diseñadores y empresarios, está muy ligada al desconocimiento o a la poca atención que se pone en los códigos de comunicación no verbal. Muchos diseñadores no se han dado cuenta de que tienen a su disposición un recurso poderoso para establecer mejores relaciones con sus clientes, que no están utilizando. Llamémoslo «un don dormido».

Publicado el 19/12/2013



ISSN 1851-5606
<https://foroalfa.org/articulos/un-don-dormido>

