

Aiuta il tuo cliente a scegliere te

Da Fernando Del Vecchio

È difficile immaginare un dilettante che svolge un lavoro che richiede qualità professionale. È difficile immaginare un lavoro eccellente consegnato da qualcuno con capacità limita



Chi è in grado di fare le migliore fotografie: un fotografo professionista o un *amateur*? Chi è in grado di realizzare un progetto grafico di qualità superiore: un graphic designer, la

segretaria del direttore o il nipote del padrone della ditta? È difficile immaginare un dilettante che realizza un lavoro d'eccezione, consegnato da una persona con capacità tecniche e concettuali limitate.

Cosa succede se il cliente non sa o non è in grado di distinguere tra risultati eccellenti e risultati appena "sufficienti"? In che modo possiamo aiutare il nostro cliente a prendere la decisione migliore, in funzione dei risultati che lui si aspetta? In diversi ambiti, le lamentele sono sempre le stesse: "i clienti non apprezzano il nostro lavoro"; "i clienti vogliono solo pagare poco"; "i clienti questo, i clienti quello", ecc. Però è improbabile che i clienti cambino la loro posizione di fronte alle nostre lamentele solo per farci felici. Siamo noi che dobbiamo cambiare e aiutare loro a prendere le decisioni giuste: spiegando il perché siamo "i migliori" (con parole che loro possano comprendere) oppure adeguando il nostro servizio al loro budget.

Offrire esempi

Una maniera per aiutare il nostro cliente a prendere la decisione migliore è presentandogli esempi sufficienti di quello che possiamo fare, e di quello che può ottenere ad un prezzo minore; esempi di quello che può ricevere ingaggiando un altro tipo di professionista, meno preparato, meno specializzato o con meno capacità.

È normale, nell'ambito del Graphic Design, far vedere un portfolio dei lavori del professionista. Questo portfolio cerca di dimostrare le capacità della persona che li ha realizzati. Però sono pochi i designer che rendono anche evidente la differenza, confrontando il loro lavoro con altri casi realizzati da altri professionisti con meno capacità, o da persone con belle intenzioni (segretarie o nipoti).

È possibile realizzare questo tipo di esempi? È fattibile generare questo tipo di modelli? Io credo di sì. Qualunque designer potrebbe prendere un qualunque "caso di successo", usare quell'esempio come un'ipotetica "richiesta di un cliente", creare una grafica in base alla sua capacità e farlo vedere in maniera comparativa come "differenze tra risultati". Vale a dire, mettere in evidenza "quello che è", versus "quello che avrebbe potuto essere (se fossi stato ingaggiato)".

Vediamolo in un esempio concreto e reale. Qualunque cliente potrebbe dire: "perché dovrei contrattare un fotografo professionista se posso comprarmi una fotocamera digitale professionale e farlo da solo?". Il fotografo James Hodgins ha invitato un suo cliente a fare una foto di un motivo particolare, con la migliore attrezzatura che poteva comprare, in modo da poter comparare quella foto con una foto professionale realizzata da lui.¹



A sinistra la foto realizzata dal cliente. A destra la foto realizzata dal fotografo professionista James Hodgins.

Evidenzia la differenza

Trovi qualche differenza tra le due foto?, capisci il contrasto tra il risultato del professionista (a destra) e il risultato dell'amateur (a sinistra), usando tutti e due la miglior attrezzatura che potevano comprare, scegliere e usare? Se tu facessi lo stesso nel tuo lavoro quotidiano i tuoi risultati sarebbero diversi. Se veramente sei il professionista specializzato che dici di essere, la disparità tra il risultato che puoi ottenere e il risultato di altri meno qualificati, dovrebbe essere evidente. Se questa differenza viene apprezzata dal tuo cliente, allora sceglierà te e sarà disposto a pagarla. Se non ha valore, sarebbe meglio che quel cliente capisca che, in base al suo budget, deve cercare un altro tipo di professionista; e tu dovresti capire che devi cercarti altri tipi di clienti (target).

In sintesi, se inizi il tuo business, migliora le tue decisioni aziendali. Migliori decisioni portano ai migliori risultati. Potresti avere molto talento, però se stai ottenendo risultati scarsi, potrebbe essere che le tue decisioni non siano all'altezza delle tue capacità e del tuo potenziale. Se veramente esiste, rendi evidente la differenza tra il tuo lavoro professionale e quello di un dilettante o amateur.

Publicato su 06/04/2019

-
1. Vedere fonte della fotografia e altri esempi. Hodgins, James (2015), [Crappy vs Snappy](#), in *Mining Industrial Photographer*, Ontario.

FOROALFA

ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/it/articoli/aiuta-il-tuo-cliente-a-scegliere-te>

