

3 métodos sencillos para “leer” la mente de tu cliente

Fuente: <http://blogdelfreelance.com/>

Sólo hay una manera infalible de saber qué es exactamente lo que tu cliente quiere en el proyecto: leer su mente.

Evitar malentendidos

Trabajar alineados no siempre es fácil. Todos hemos recibido alguna vez peticiones demasiado vagas, contradictorias e incluso directamente incomprensibles... Las razones son múltiples. Puede que tu cliente no conozca tu área de especialización, y no sea capaz de explicarse, o puede simplemente que no os entendáis a pesar de hablar el mismo idioma.

El caso es que si hay malentendidos, es muy fácil que el proyecto se convierta en un desastre, porque el cliente espera una cosa y tú estás trabajando en otra totalmente distinta. ¿Cómo evitarlo?

No desesperes, porque tenemos una solución. Aunque todavía no se ha inventado nada para leer la mente, en FreelanceFolder nos proponen 3 pasos muy sencillos para descifrar qué es o que tu cliente quiere. Aquí van:

1. Pregunta todo lo que se te ocurra

Es verdad que muchas veces las respuestas de tu cliente no serán claras ni directas, y a veces no tendrán nada que ver con la pregunta que has formulado. Pero siempre puedes extraer información útil de una conversación. Lo mejor es que te prepares un pequeño guión con las preguntas clave, para no dejarte ninguna en el tintero. Después tendrás que enfrentarte al trabajo más complicado: filtrar las respuestas para sacar en claro la información que necesitas.

A menudo dejamos de preguntar por pereza, por miedo a parecer “tontos”, o para no resultar demasiado pesados. Pero bastaría una simple fórmula de cortesía para eliminar todos los riesgos. Por ejemplo: “Perdona si insisto tanto y te hago tantas preguntas, pero es mejor que todo quede claro para afinar con el resultado final”. El cliente no se va a molestar por tu insistencia. Las preguntas le van a ayudar a ordenar su mente, y las respuestas que obtengas te van a permitir obtener una buena fotografía de lo que necesita.

2. Pide ejemplos de trabajos que tu cliente cree que son buenos

Las palabras que tu cliente diga son muy importantes, y te darán una buena pista. Pero existe una referencia mucho más clara e inequívoca: las muestras de trabajos que él o ella considera que son buenos. Pide a tu cliente que seleccione las que para él son las “mejores prácticas” del mercado, intentando que el nivel de complejidad de estos ejemplos sea similar al del nuevo proyecto que vais a desarrollar. Así sabrás por dónde respira, y cuáles son sus gustos y preferencias.

Debes evitar, eso sí, que el cliente “asuma” que vas a poder incorporar en tu trabajo “todo lo mejor de los mejores”. Estima bien el alcance y el precio para evitar malentendidos a este respecto.

3. Trabaja con esquemas y maquetas

En muchas ocasiones, el principal problema no es que el cliente no sea capaz de explicarse, sino que no sabe bien lo que necesita. Una de las mejores maneras para salir de la indefinición es **trabajar sobre un esquema o una pequeña maqueta**. Exige un poco más de esfuerzo pero, a cambio, nos permite avanzar sobre seguro, porque trabajando sobre algo “real” somos capaces de ver y analizar las necesidades del proyecto todo mucho mejor.

Además, no hace falta complicarse demasiado la vida. Muchas veces un simple esquema en papel es más que suficiente para avanzar en la dirección correcta