

Клиент-Чайник

Как его вычислить:

Выглядит озадаченным и дезориентированным, когда речь заходит о высоких технологиях, электронной почте предпочитает телефонные звонки, хочет, чтобы все бумаги отправляли ему факсом.

Клиенту-Чайнику всё нужно объяснять два раза, но зато он с удовольствием принимает во внимание ваши советы.



Плюсы:

Во всем, что касается высоких технологий, Клиент-Чайник будет полагаться только на вашу глубочайшую мудрость. Он будет умоляюще смотреть на вас, как на спасителя, а его глубочайшее уважение к вашим знаниям отлично скажется на вашем самолюбии.

Минусы:

Клиента-Чайника придется оберегать от всего — начиная с настройки e-mail заканчивая открытием документации в PDF

формате. И конечно он будет страшно расстроен, если ему придется решать эти задачи самостоятельно. Представление Клиента-Чайника о том, как должен работать web-сайт, вряд ли произведут на вас хорошее впечатление.

Как с ним работать:

Клиента-Чайника нужно носить на руках. Удостоверьтесь, что все формальности и технические детали, связанные с работой, сохранены в текстовой форме, чтобы клиент смог на досуге освежить в памяти эту информацию. Это сохранит ваше время и избавит вас от многократных объяснений. В ваших интересах также смириться с тем, что вы не будете использовать все эти технологические “навороты”, призванные облегчать современному человеку жизнь (e-mail, управление проектом в режиме online и т.п.). Вместо этого вам придется выделить отдельную статью в бюджете вашего времени на телефонные переговоры, получение факсов и личные встречи.

Очень легко начать (неумышленно, разумеется) относиться слегка снисходительно к вашему Клиенту-Чайнику. Это, как вы сами понимаете, может испортить ваши отношения, а возможно даже задеть чувства клиента. Внимательно следите за собой, чтобы не выходить за пределы игрового поля, и требуйте с клиента только ту информацию, которую он может вам дать — информацию из его области деятельности. Таким образом, клиент будет удовлетворен, и у него не появится желания интересоваться вашей областью знаний (что, разумеется, будет пустой тратой времени для вас обоих).

И наконец: если вы работаете в области высоких технологий, удостоверьтесь, что ваш Клиент-Чайник знает, как пользоваться созданным вами продуктом!

Клиент-Пофигист

Как его вычислить:

Клиент-Пофигист — крайне загадочное существо. В то время как большинство клиентов крайне нетерпеливы и пытаются всячески поспособствовать вам в работе, Пофигисту нужно, чтобы работа была выполнена с минимальным его участием. Опознать Клиента-Пофигиста можно уже при первой встрече, когда на ваши вопросы об области его деятельности следует минимальная ответная реакция. Такой клиент редко дает необходимую вам информацию или материалы, зато часто просит вас выполнить работу, находящуюся за областью вашей компетенции, объясняя это отсутствием у него времени.



Плюсы:

Клиент-Пофигист предоставляет вам огромную свободу творчества, главным образом из-за своего нежелания участвовать в рабочем процессе. Его настойчивые требования “позаботиться об этом самому” расширят область ваших профессиональных навыков и научат работать со сторонними подрядчиками. Помимо этого вы получите незаменимый опыт работы, не имея нужных материалов и необходимой информации.

Минусы:

Клиент-Пофигист заставит вас взять под свою ответственность всё — начиная с копирайтинга (если вы web-дизайнер), заканчивая дизайном (если вы копирайтер). К сожалению, такой клиент не всегда понимает, что подобный стиль работы и стоит

будет соответствующе. Иногда в Пофигисте сочетаются его незаинтересованность и одновременное желание получить совершенно определенный, конкретный результат, что еще больше затрудняет взаимоотношения с таким клиентом.

Как с ним работать:

Лучше с самого начала выработать определенный стиль работы с таким клиентом. Фрилансер должен быть настойчив и постоянно писать письма или звонить своему заказчику. Дружелюбный и слегка юмористичный тон станет вам отличным помощником. Клиент-Пофигист обычно не старается быть грубым или неприветливым, просто в большинстве случаев в момент общения с вами они переживают какой-нибудь стресс и взывают к вам о помощи. Следует быть твердым в своем утверждении, что дополнительная работа стоит дополнительных денег, и брать на себя дополнительные функции только в случае полной уверенности, что вы с ними справитесь сами или сможете подключить для этого третьих лиц.

Клиент-пофигист на самом деле очень хитрый клиент, но если вы хорошо о нем позаботитесь, в вашем распоряжении будет весьма лояльный заказчик, счастливый от мысли, что кто-то взялся за его бизнес. Просто будьте тверды в своих расценках и примите ворчание клиента по этому поводу как неизбежность.

Клиент-Активист

Как его вычислить:

Клиент-Активист — это разочаровавшаяся творческая личность. Первое, что он сделает, вступив с вами в контакт, это расскажет о своем мастерстве актера, художника, фотографа или писателя. В его голове уже наверняка сложилось четкое представление (весьма специфическое, надо заметить) о том, что же он хочет получить в результате вашей работы, и его совершенно не интересует ваше мнение на этот счет.



~~Клиент-Параноик~~
Клиент-Параноик

Как его вычислить:

Вы сразу же получаете официальные документы, тщательно проработанные и не содержащие ничего лишнего. Клиент-Параноик частенько даже не начинает обсуждение проекта, пока не подписаны соглашения о неразглашении и об оплате, отдающие вас полностью в распоряжение заказчика.



Плюсы:

Если вы работаете с Клиентом-Параноиком, вы надежно защищены подписанными вами официальными соглашениями. Если вы не нарушите ни одного пункта подписанных договоров, будьте уверены, что вам заплатят за работу.

Минусы:

Вы ДОЛЖНЫ добиться того, чтобы все соглашения были просмотрены юристом (причем не тем юристом, который работает на них). Как вы догадываетесь, это будет вам стоить приличных денег, которые клиент вероятнее всего не захочет вам предоставить. Часто среди документов можно найти полный список причин, по которым вас реально могут оставить без зарплаты. Одной из таких причин может стать превышение максимальных сроков выполнения работы (даже если в этом виноват ваш Клиент-Параноик).

Из собственного опыта могу сказать: Клиенты-Параноики приносят всегда кучу проблем. Это происходит потому, что они вечно ищут несуществующие доказательства того, что их собираются кинуть или просто ущемить их интересы. Само собой разумеется, что “кинутыми” можете остаться вы сами, тратя время на бумажную волокиту, вместо того чтобы выполнять работу.

Как с ним работать:

Не стоит связываться с Клиентом-Параноиком, если речь идет о небольшой по объему и по стоимости работе. Риск слишком сильно превышает возможную выгоду. Правда, поскольку официальное оформление договоров — достаточно дорогостоящее предприятие, и клиент готов выложить за него кругленькую сумму, можно надеяться, что за работу он будет платить также хорошо.

Если же речь идет о глобальном проекте и серьезных клиентах, вы, скорее всего, будете рассматривать именно такой, официальный вариант общения с заказчиком. В этом случае будьте готовы включить в стоимость работ стоимость услуг юриста. Большинство компаний заключают официальные договоры с целью защитить себя любимых и свои проекты от возможных нападений. Но будьте внимательны! Некоторые Клиенты-Параноики используют официальные бумаги в захватнических целях. И запомните: раз уж Клиент-Параноик готов ради собственной безопасности платить больше, играйте по его правилам — оценивайте свою работу по максимуму!

Благодарный Клиент

Как его вычислить:

Благодарный Клиент осыплет вас похвалами и заставит почувствовать, насколько вы важны для этого мира. Поверьте, это настоящее счастье!



Плюсы:

Благодарный Клиент значительно облегчит вашу жизнь, поскольку, скорее всего, примет самую первую версию самого первого эскиза проекта, причем сочтет ее идеальной. Такой клиент всегда полон энтузиазма, поэтому работать с ним — одно удовольствие.

Даже если Благодарного Клиента что-то не устраивает в вашей работе, он выскажется об этом таким образом, что вам непременно захочется довести проект до идеального состояния.

Минусы:

Впечатления от всех предыдущих клиентов значительно испортятся.

Как с ним работать:

Расслабьтесь и получайте удовольствие (можете даже немножко похалтурить). Такой клиент — находка для фрилансера, поэтому постарайтесь выполнить свою работу на пять с плюсом, чтобы не разочаровать хорошего человека и дать ему возможность некоторое время побыть в роли VIP.

Клиент-Коммерсант

Как его вычислить:

Клиент-Коммерсант — страшный жулик. Он считает, что названная вами цена за проект — это лишь отправная точка для переговоров. Вы поймете, что столкнулись с Клиентом-Коммерсантом, по постоянно изменяющейся цене и описанию работы. Очень часто в роли подобных клиентов выступают успешные предприниматели, которые в свое время “выторговали” себе богатство.



Плюсы:

Клиенты-Коммерсанты любят дублировать исполнение работы. При этом у них всегда крутится несколько проектов одновременно. Поэтому таких клиентов проще убедить, что предоплата выгодна не только вам, но и им.

Минусы:

Если у вас нет врожденной способности торговаться или вы не успели вовремя вычислить своего Клиента-Коммерсанта, у вас может сложиться ощущение, что все пока что идет в ваших интересах, в то время как на самом деле все “сливки” будет собирать ваш заказчик. Клиент-Коммерсант по природе своей достаточно неэтичен и действует по принципу “попытка не пытка”, так что вы, вероятно, столкнетесь со стремлением не заплатить вам или уговорить на дополнительную работу или скидку.

Как с ним работать:

Имея дело с Клиентом-Коммерсантом, всегда помните: “Клин клином вышибают”. Действуя методами заказчика, вы ослабляете его — и тогда можете быть уверены, что сделка будет для вас выгодной. Что это означает? Назначайте максимально высокую цену, а потом сбивайте её, но будьте настойчивы, обсуждая вопросы оплаты и объемов работы.

Невнятный Клиент

Как его вычислить:

Невнятный Клиент в некотором роде похож на Клиента-Пофигиста, только этот случай еще более запущенный. Его нерешительность и неспособность четко сформулировать, что же он хочет в конце концов получить, ставят его в ряд клиентов, которых лучше вообще избегать.



Невнятный Клиент

Неотложный Клиент

Как его вычислить:

Все его электронные письма помечены как особо важные. Его агенты вечно заняты делом. Сам Неотложный Клиент работает до позднего вечера и даже в выходные дни. Более того, считает, что и все должны так же работать. Плюс ко всему, он думает, что он ваш единственный клиент, и выполнение его заданий должно стоять у вас (впрочем, как и у него) на первом месте.



Неотложный Клиент

Плюсы:

Поскольку нет никакой возможности продлить срок сдачи проекта, Неотложный клиент примет вашу работу довольно быстро. У него никогда нет времени обсуждать оплату, поэтому вы быстро придете к соглашению относительно стоимости работ. Неотложный Клиент обычно знает, когда установленная вами цена необоснованно высока. Он постарается оплатить вашу работу как можно быстрее, что, в общем-то, хорошо влияет на оборот ваших денежных средств.

Минусы:

Неотложный Клиент — это дополнительная головная боль. Если вы собираетесь сохранить с ним нормальные отношения, возможно, вам придется работать по ночам или по выходным. Вы также можете подвергнуться полуночным телефонным звонкам, невозмутимым требованиям сверстать web-сайт, нащёлкать скриншотов и сделать детальные иллюстрации и вопросам типа: “За пару часов управитесь?”.

Как с ним работать:

Терпеть Настойчивого Клиента нужно “до первых слёз” — то есть, пока вы не поймете, что всё бесполезно, и что отношения с этим человеком мешают вам и другим вашим клиентам. Настойчивым Клиентам стоит недвусмысленно указывать на неразумность некоторых их требований, причем делать это нужно с самого начала. Ну и как всегда нужно сохранять чувство юмора и некоторую беспечность, чтобы разряжать обстановку, потому что в противном случае у вас есть шанс сорваться на агрессию.

Неотложный Клиент похож на Клиента-Пофигиста в том смысле, что они оба требуют усиленной заботы. Имеет смысл разыскать Настойчивого Клиента, когда вы чувствуете, что работа уже почти готова. Это позволит вам выиграть дополнительное время и, как и в случае с Пофигистом, особое внимание к клиенту повлечет за собой большую лояльность по отношению к вам.

А теперь предупреждение. Старайтесь не заводить сразу несколько Неотложных Клиентов, потому что это приведет к жестким стрессовым ситуациям — ведь всё надо сделать сейчас! сейчас! сейчас! Так что если вы не гипнотизер, советую вам строго ограничить общение с этим типом клиентов.

Клиент-Коллективист

Как его вычислить:

Этот тип населяет обычно мир больших корпоративных клиентов. Однако Клиента-Коллективиста можно обнаружить и среди мелких заказчиков — такому всегда необходимо чье-нибудь участие в принятии решения (жены, соседа, собаки...). Коллективист не является авторитетом даже для самого себя, поэтому прежде чем принять решение, нужно, чтобы его обязательно одобрило несколько человек.



Плюсы:

Поскольку у Клиента-Коллективиста может не быть человека, способного принимать твёрдые решения, у вас появляется возможность сделать всё так, как вы считаете нужным, а потом просто “протащить” полученный результат. Но будьте осторожны — такое поведение может иметь неприятные последствия.

Минусы:

Худшее из проявлений Клиента-Коллективиста — это то, что работа с ним идет мучительно долго, а поскольку вряд ли найдется человек, который сможет долго это выносить, вам грозит не самое удачное завершение вашего проекта. Клиент-Коллективист почти всегда пытается все причесать под одну гребенку. Если среди таких заказчиков есть один человек, который называет себя “главным”, поверьте, это обязательно будет такая личность, которой просто противопоказано руководить.

Как с ним работать:

К сожалению, Клиенты-Коллективисты — это правда жизни, особенно когда приходится работать с крупными корпоративными клиентами. Очень важно быть всегда на высоте, когда имеешь дело с “крутыми парнями”.

Будьте решительны и старайтесь как можно быстрее выявить наиболее влиятельных представителей коллектива. Задавайте вопросы именно им, когда будете пытаться расположить их к себе, как к исполнителю, при этом избегайте упоминания о своих слабых сторонах. И еще, в битве за проект не стоит приберегать свое главное оружие на финал — бейте из него сразу же!

Клиент-Тряпка

Как его вычислить:

Клиент-Тряпка легко со всем смирится и редко напоминает о своем существовании. Он обычно очень скромный и, кажется, готов ждать от вас известий хоть сто лет, чтобы принять вашу более чем несовершенную работу.



Плюсы:

Клиент-Тряпка в большинстве случаев останется вам благодарен, что всегда приятно. Ну и конечно клиент, которого не напрягает процесс ожидания — это дополнительное облегчение в работе.

Минусы:

Клиенты-Тряпки позволяют выявить все худшие стороны фрилансера. Не имея за спиной пристального взгляда злобного клиента, исполнитель может “забить” на проект, наслаждаясь преимуществами работы с пассивным клиентом.

Как с ним работать:

Клиент-Тряпка требует хорошей дисциплины, чтобы не выходить за временные рамки и контролировать результат работы. Если ваш клиент не в состоянии этого обеспечить, вам придется следить за собой самостоятельно.

Несмотря на то, что в некоторых случаях, когда происходят какие-то “запарки”, можно воспользоваться великодушием такого заказчика, не забывайте, что так же, как и с любым другим клиентом, необходимо сделать все возможное, чтобы он остался доволен.

Малобюджетный Клиент

Как его вычислить:

Бюджет любого клиента ограничен какими-то рамками, но у некоторых эти рамки особенно узкие. Малобюджетный Клиент является обычно следствием вашего желания помочь друзьям или родственникам. Это, правда, может быть и обычный заказчик, не обладающий собственной наличкой.



Малобюджетный Клиент

~~Малобюджетный Клиент~~
Клиент "Ваше счастье"

Как его вычислить:

Клиент "Ваше счастье" на самом деле гораздо круче вас, и он это знает. У него для вас есть просто офигенный (пусть и дешевый) проект в такой сфере, где, по мнению Клиента, каждый мечтает работать — музыка, кино или мир моды, например.



Клиент "Ваше счастье"

Плюсы:

Проект этого клиента станет хорошим пунктом в вашем портфолио, и все ваши друзья будут считать вас нереально крутым. Вы наверняка наладите пару полезных контактов и весьма вероятно, что доверие к вам, как к специалисту, возрастет. Плюс ко всему, общение с “крутыми пацанами” — это неплохая школа жизни.

Минусы:

На хорошую оплату можете не рассчитывать. Клиент “Ваше счастье” будет работать с вами так, как будто это *он* делает вам одолжение, а не вы ему. После нескольких проектов, выполненных для такого рода клиентов, в вас разовьется стойкое ощущение неуважения к вашим усилиям и вас станет откровенно поташнивать от сферы их деятельности.

Как с ним работать:

Клиент “Ваше счастье” может сделать ценный вклад в ваше портфолио, и это единственная причина работать на него. Все хотят получить такую работу, пока в один прекрасный день не получают её. А потому существует огромное множество “зеленых” фрилансеров, готовых браться за такие проекты почти бесплатно. Если вы студент, это отличный вариант для вас. Но если вы бывалый фрилансер, такая работа может нанести удар по вашему заработку. Так что выбирайте таких клиентов тщательно и либо используйте их по назначению (чтобы расширить свое портфолио), либо забудьте о них раз и навсегда. И последнее: прежде чем начать переговоры с Клиентом “Ваше счастье”, убедитесь, что вам действительно нравится быть крутым.

Ну вот и все. Никого не забыли?

А какой клиент больше всего нравится вам? Не стесняйтесь, пишите о других типах клиентов в комментариях.

Тэги: [на](#), [из](#), [не](#), [как](#), [что](#), [он](#), [его](#), [чтобы](#), [вы](#), [будет](#), [работать](#), [высоких](#), [клиен](#)
[т-чайник](#)

,
[вас](#)

,
[клиента-чайника](#)