

Nuovo preventivo, nuovo cliente: ma ne vale davvero la pena?

Riceviamo una richiesta di preventivo e ci galvanizziamo, tanto che in pochi minuti abbiamo già redatto un preventivo con i controcifocchi e siamo ansiosi di inviarlo a quello che potrebbe diventare il nostro prossimo cliente.

Nell'attesa della risposta incrociamo l'incrociabile, perché un'entrata in più farebbe davvero comodo, perché questo mese ci sono delle spese che non possiamo evitare, e questo lavoro sembra quasi piovuto dal cielo: è esattamente quello di cui abbiamo bisogno.

Ma è veramente così?

Uno dei vantaggi che più mi sento di evidenziare quando si parla del lavorare da freelance riguarda la **libertà di scelta**. Quando dico questo mi sento spesso rispondere che la scelta è un lusso che spetta a pochi, e che se si deve fare i conti a fine mese non è possibile permettersi di scegliere un cliente piuttosto che un altro, che rifiutare un lavoro - indipendentemente dalle condizioni dello stesso - è praticamente un'utopia.

Probabilmente agli inizi lo è, è vero. Con questo articolo non voglio certo giudicare chi, per i più svariati motivi, non se la sente di rifiutare determinati progetti. Non voglio neanche distruggere il mito della "gavetta" che personalmente ritengo doverosa, e non solo nel nostro settore.

Quindi sì, all'inizio non si fa così tanto cernita, e - come si dice in Toscana - "tutto fa brodo".

Ma prima o poi le cose devono cambiare: se non rimanete fossilizzati in un modo di lavorare che non dà spazio alla crescita professionale all'ambizione, è ovvio pensare che arriverà anche per voi il momento in cui cominciare a capire quali sono i progetti realmente capaci di darvi qualcosa (e non solo a livello economico, ma anche a livello professionale e personale) .

Perciò, se avete già avuto a che fare con clienti/progetti che hanno lasciato qualche piccola cicatrice, di quelli che vi hanno fatto sbottare con frasi tipo "chi me l'ha fatto fare!", e avete deciso che alla prossima occasione risponderete con un bel "no grazie, ho già dato", questo articolo fa al caso vostro.

Capire se ne vale la pena prima di accettare un incarico: è possibile?

Capire se ne vale la pena si può, basta fare un minimo di autoanalisi. Prima di gettarsi a pesce su ogni cliente che si fa vivo, facciamo una valutazione del progetto che ci viene proposto. Ecco alcune considerazioni che vi consiglio di fare:

1. La questione Budget

Non sto qui a giudicare i lavori sottocosto, come un sito completo a 300 euro o un logo a 50 euro. Fino a prova contraria siamo in democrazia: ognuno di noi è libero di dare un certo valore al proprio lavoro e alle proprie competenze professionali. Quello che occorre analizzare è, invece: il budget è sufficiente per il lavoro che dobbiamo svolgere? Il rapporto tra il tempo impiegato per portare a termine il progetto e il budget che abbiamo a disposizione è ben bilanciato? Il budget copre eventuali spese extra che potrebbero emergere durante la realizzazione del progetto?

Partiamo dal presupposto che **non c'è un prezzo giusto o un prezzo sbagliato**: se a TOT euro il lavoro che dovrai fare ti permetterà di avere un guadagno adeguato alle tue esigenze, non c'è motivo per cui tu debba "gonfiare" il preventivo o chiedere più del dovuto. Ma se il budget messo a disposizione non è equo per il lavoro che dovrai effettivamente svolgere, forse è il caso di pensarci un attimo di più.

2. La questione dei tempi di consegna

La maggior parte dei clienti si presenta dichiarando che il progetto è urgente, che tutto va completato entro una settimana per importanti scadenze aziendali da rispettare, eccetera eccetera. Prima considerazione da fare: possiamo permetterci di dare priorità a questo progetto, magari togliendo del tempo agli altri progetti sui cui stiamo lavorando? E soprattutto, siamo veramente in grado di soddisfare i tempi di consegna che ci vengono imposti?

Dobbiamo stare attenti a non prendere in sottogamba l'effettiva complessità di un lavoro, con il rischio di dover sacrificare gli eventuali impegni personali (palestra, impegni familiari o lavorativi, ecc.) o di ritrovarsi a fare le ore piccole al PC o a lavorare sabato e domenica per portare a termine il lavoro nei tempi stabiliti. Okay, possiamo farlo, possiamo lavorare anche la domenica, non c'è problema. Ma ne vale la pena?

3. La questione delle proprie capacità

Mai fare il passo più lungo della gamba. Se ci viene chiesto qualcosa che non sappiamo fare, prima di accettare l'incarico assicuriamoci di avere le spalle coperte e di sapere a chi delegare il progetto. Non è professionale accettare progetti che non si è assolutamente in grado di portare a termine, e magari temporeggiare con il cliente cercando di capire come venire a capo del problema. I soldi non sono tutto, nel nostro settore può bastare un feedback negativo per farsi una cattiva reputazione.

I forum (e alcuni gruppi su Facebook, anche) sono pieni di messaggi come "mi hanno commissionato un calendario aziendale ma non so da dove cominciare", o "il mio cliente vuole un e-commerce, aiuto!". Siate professionali e, soprattutto **siate onesti**. Se non sapete fare qualcosa, non fatela.

4. La questione del feeling

Il feeling, ovvero la sensazione. Avete la sensazione di trovarvi davanti uno di quei clienti alla *meglio perderli che trovarli*. Già dal primo contatto telefonico vi rendete conto che si tratta di una persona che probabilmente vi darà del filo da torcere. Se sperate che sia il vostro intuito a sbagliare, non illudetevi: raramente avrete la possibilità di ricredervi su quella che è stata la vostra sensazione iniziale circa la persona che avete di fronte.

Una volta sono andata contro il mio istinto e ho accettato un incarico da una cliente che, a pelle, non mi diceva niente di buono. All'inizio sembrava andare tutto per il verso giusto ma dopo poche settimane la sua vera natura ha cominciato ad emergere, così sono iniziati i primi attriti.

Certo, si può sempre stringere i denti e fare buon viso a cattiva sorte. Non nego di averlo fatto anche io, e in più di una occasione. Ma è un'esperienza veramente frustrante, demotivante. Il lavoro perde completamente la sua attrattiva, e sembra non finire mai. Perciò, anche qua, chiediti: ne vale la pena? o meglio lasciar perdere?

5. La questione etica

Una cosa che i soldi non devono e non possono comprare è **la vostra etica**, ovvero la vostra personale visione di ciò che per voi è giusto o sbagliato. Andare contro i propri valori morali è sempre sbagliato, e lo è ancora di più quando si è disposti a farlo per soldi. Come molti di voi sapranno, sono vegetariana e allo stesso tempo una fervida animalista. Se mi venisse richiesta la realizzazione di un sito web per una pellicceria, rifiuterei a priori il progetto, senza preoccuparmi minimamente del budget e della perdita economica che ne consegue. Certo, questo non cambierà il mondo, ci saranno centinaia di web designer che non avranno alcun problema ad accettare progetti simili, e alla fine la pellicceria avrà il suo sito web, che io lo voglia o no. Ma perlomeno non avrò accettato di scendere a compromessi con le mie idee, con ciò che provo, e non avrò lavorato su un progetto carica di sentimenti ed emozioni negative.

E questo secondo me non ha prezzo.

Conclusioni

Con questo articolo voglio esortarvi a dire "no", almeno una volta, almeno in un'occasione in cui sentite che il progetto che vi si profila davanti non vi fa sentire a vostro agio e vi riempie di dubbi. E' una mia piccola provocazione: se pensate di meritare di più, rifiutate i progetti in cui non vi sentite realizzati, rifiutate i progetti su cui non vi sentite felici di lavorare. Se si spegne la passione questo lavoro perde ogni sua attrattiva, non credete?