



# **Какие бывают типы заказчиков, и как с ними работать**

**(2014)**

# Заказчик – зеркало агентства





- **«Наскребли последнее»**  
Типичная беда Тёмы Лебедева. С таким заказчиком нужно четко проговаривать конечный результат и ни в коем случае не давать ему ожидать wow-эффекта.
- **«Дующий на воду» заказчик**  
С таким заказчиком можно делать хорошие проекты. Начинать с малого, завоевывать доверие. Меньше продавать, больше консультировать.
- **«Пофигист»**  
Вроде бы ему все равно. И иногда – это идеальный заказчик, который не лезет в работу. С другой стороны, такой заказчик требует ответственности от агентства. Нет ничего хуже, чем два раздолбая с обеих стороны баррикад.
- **Заказчик – «всезнайка»**  
Нужно умудрится найти золотую середину между грубым осаживанием и полным потаканием фантазиям такого заказчика. Один из самых сложных типов в коммуникации



- **Заказчик – «вампир»**

Вовремя выявить и больше не работать, не служить донором мозга.

- **«Воинствующий чайник»**

Можно аккуратно поставить на место, в отличие от всезнайки. Работать максимально корректно, но с жесткими рамками его вольностей.

- **«Добродушный новичок»**

Ожидает чуда и полон оптимизма. Как и с «наскребли последнее» нужно очень четко проговаривать ожидаемый результат и не давать рассчитывать на это самое чудо.

- **Заказчик «не моя забота»**

Четко, пункт за пунктом прописывать все риски, этапы, зоны ответственности в подписываемых юридических документах.

- **«Самореализатор»**

Не давать ему воплощать собственные детские мечты за счет своей же компании. Опасен и вредит своему же бизнесу. Либо жестко фокусировать на бизнес-задачах, либо выделить крошечную резервацию, не имеющую значения для проекта, где он мог бы немного потешить свое эго.

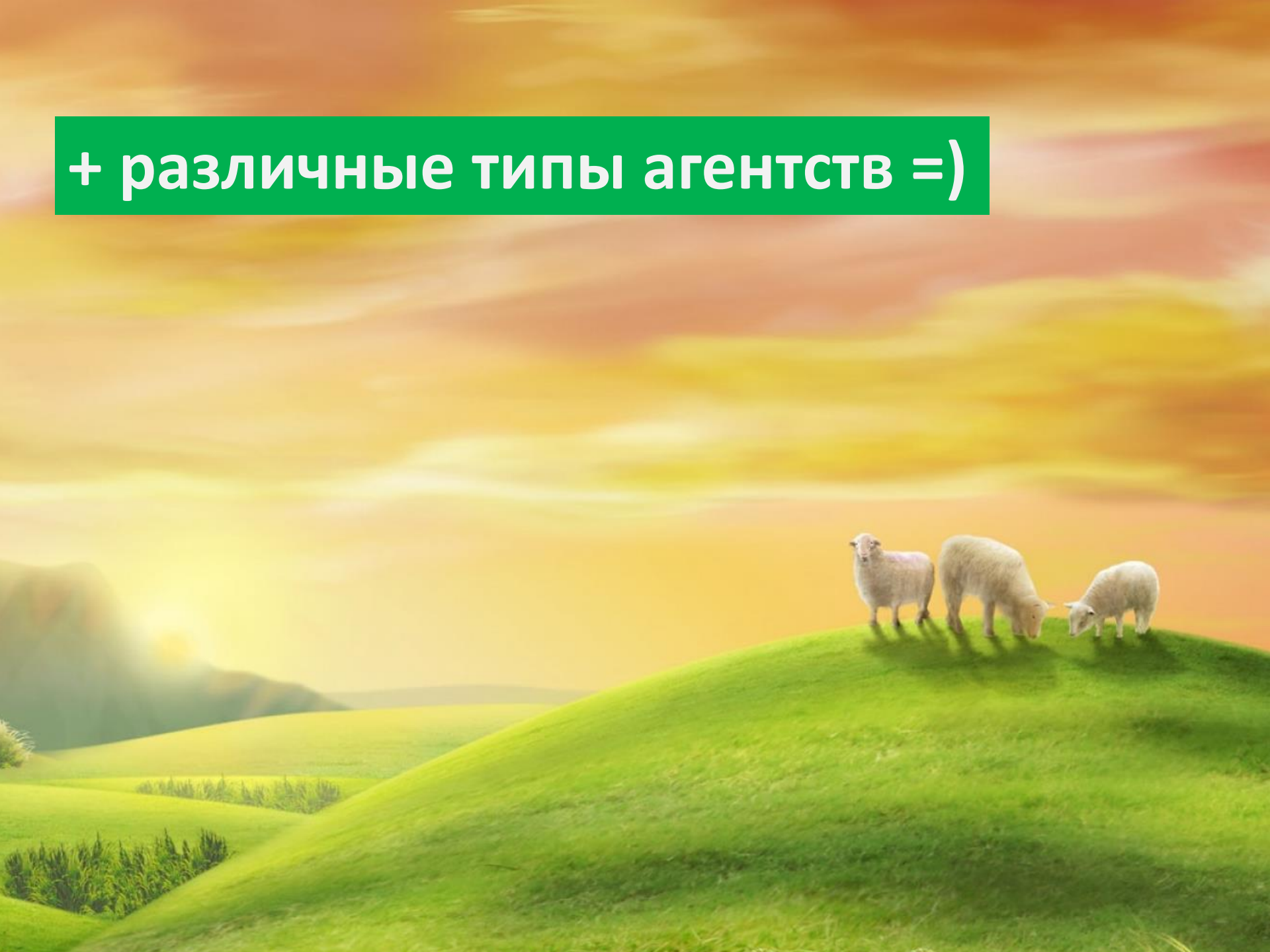


- **Заказчик «ну вы сначала сделайте»**  
Стараться пресекать этот паттерн поведения, четко фиксировать все финансовые договоренности, вовремя закрывать все работы актами.
- **«Перфекционист»**  
Основной риск – затягивание сроков и закапывание в несущественные мелочи. Работать итерациями.
- **«Скрудж МакДак»**  
Нужно построить доверительные отношения в первых нескольких итерациях. Но велика вероятность, что это неизлечимо.
- **«Плюшкин»**  
Тащит каждую идею, контент без разбору к себе на проект. Велика вероятность превратить проект в помойку – нужно это отслеживать и пресекать.
- **«Человек-процесс»**  
Построение процессов для него интереснее результата. Нужно указывать на недостатки, оперировать цифрами и издержками. Часто бывают клинические случаи.



- **Заказчик – «восторг»**  
Плохой вариант, перевоспитать сложно, замучает перескоками и сменами фокуса внимания.
- **«Собака-подозревака»**  
Закладывать риски и деньги на большое количество мелких согласований, уточнений, запросов, официальных отчетов и пр.
- **«Подкаблучник»**  
Советуется абсолютно со всеми. Бить по рукам, требовать наличия ЛПР, прописывать в документах количество итераций. Возможно – передать полномочия его начальнику.
- **«Барин»**  
Если в агентстве нет менеджера, который готов занять выраженную подчиненную «бета-позицию» - то лучше сразу не браться.

**+ различные типы агентств =)**





1. «Мальчики с дорогими часами»
2. «Чёткое» агентство
3. НЛП-шники/пикаперы
4. Гаражные гении / креаторы не от сего мира
5. Агентства – «веселые щеночки»





Больше материалов для агентств/студий в «Библиотеке RUWARD»: [www.ruward.ru/library/](http://www.ruward.ru/library/)  
Регистрация в спецпроекте UMI: <http://lessons.umi-cms.ru>

На этом по эпизоду у нас все,  
спасибо за внимание! =)

