

*Laura López*

# 5 claves **ANTIAGOBIO**

*para diseñadores freelance*

**Gestiona y organiza**  
eficazmente tus proyectos  
de diseño con clientes

## **SOBRE MI**

# *Laura López*

¡Hola! Soy Laura López, **autora del libro Imperio Freelance**, marketera de formación - creativa por naturaleza - y mi propia jefa desde 2013.

Durante mis primeros años como autónoma **trabajé ofreciendo servicios de diseño gráfico/web** para clientes propios y agencias de publicidad.

En 2015 junté mis 2 pasiones (marketing y creatividad) y **decidí buscar y compartir soluciones** a todos los problemas que había vivido y que otros profesionales de la industria creativa también cometen una y otra vez.

**Desde entonces ayudo a diseñadores y creativos freelance a gestionar y simplificar su negocio para conseguir mejores clientes, tener un negocio rentable y disfrutar más de su profesión.**



Siempre he buscado tener un negocio que además de ser rentable, fuera simple (**si tienes curiosidad aquí tienes mi manifiesto minimalista**) y fácil de gestionar y con el que disfrutara mientras ayudo a los demás con mis servicios.



## *Pero no siempre fue así...*

Hubo una época en la que el caos se apoderó de mi negocio hasta acabar **bastante quemada**...

Trabajaba más de 10 horas/día, no tenía vacaciones y **no sabía poner límites a mis clientes**, entre otras cosas, porque no tenía un proceso de trabajo implementado.

Poco a poco fui simplificando mi negocio y **creando mi propio sistema** que podía replicar en otros proyectos para ahorrar tiempo y tener todo bien organizado.

Y ahora en todos los servicios que ofrezco o en los proyectos que lanzo, gestiono y simplifico los procesos para **que todo fluya como debe**.

Esto me ha permitido tener más tiempo para **viajar, trabajar menos horas, poder tener más días libres, apuntarme a clases para mis hobbies** creativos y disfrutar de nuevo de mi negocio.

**La cuestión no es trabajar duro y esforzarse mucho... Sino hacerlo de una manera inteligente implementando procesos de trabajo, automatizando tareas y teniendo claro hacia dónde quieres llevar tu negocio.**

Voy a enseñarte **5 claves que te ayuden a automatizar y estandarizar procesos** para organizarte mejor, ganar tiempo y simplificar tu negocio y tenerlo todo bajo control.

Esto te ayudará a **no perder energía con clientes difíciles** y recuperar tu paz mental.

## CLAVE 1

# Cobra siempre por adelantado

Conozco muchos casos de diseñadores que empiezan a diseñar y sólo cobran cuando entregan el trabajo. En mi caso me he topado con personas que me han pedido presupuesto diciendo que cuando recibiesen las propuestas, si le gustaban, entonces me pagarían.

¿Estamos locos? ¿Quién me garantiza que vaya a cobrar por ese trabajo ya realizado? ¡Si en cuanto vea las ideas puede ir donde su sobrino a que lo "fusile" con el photoshop!

Lo más lógico y habitual es **pedir SIEMPRE una parte de presupuesto por adelantado (un 30-50% o incluso el 100%)** para confirmar el inicio de proyecto y ponerse en marcha.

El restante lo cobras justo al finalizar el trabajo o dividido en partes durante el proyecto.

El spec work es la trampa más frecuente para los diseñadores freelance. Si nunca has oído hablar sobre ello, [pásate por este artículo de mi blog](#).

Detalla siempre de manera muy clara en tus presupuestos la forma de pago y los plazos y coméntalo de manera transparente en la primera reunión.

**CONSEJO:** Si el cliente tiene alguna comisión en su banco por hacerte el pago (como suele pasar con las transferencias internacionales por ejemplo), también deja claro que tú no te haces cargo.

**No tengas miedo en pedir el dinero por adelantado, es muy habitual en cualquier negocio. Por el contrario, no hablar de esto puede dar la sensación de que eres novato y no sabes cómo gestionar tu negocio.**





## CLAVE 2

### Firma un contrato

Cuando trabajas como freelance tus clientes no tienen por qué entender tu servicio y lo que se incluye o no. Dudan de si le entregarás editables, si estarán incluidas licencias, si podrán pedir cambios, qué pasará si el proyecto se cancela etc. **Con el contrato de prestación de servicios conseguimos resolver esas dudas y nos presentamos ante nuestros clientes como un profesional experimentado y serio.**

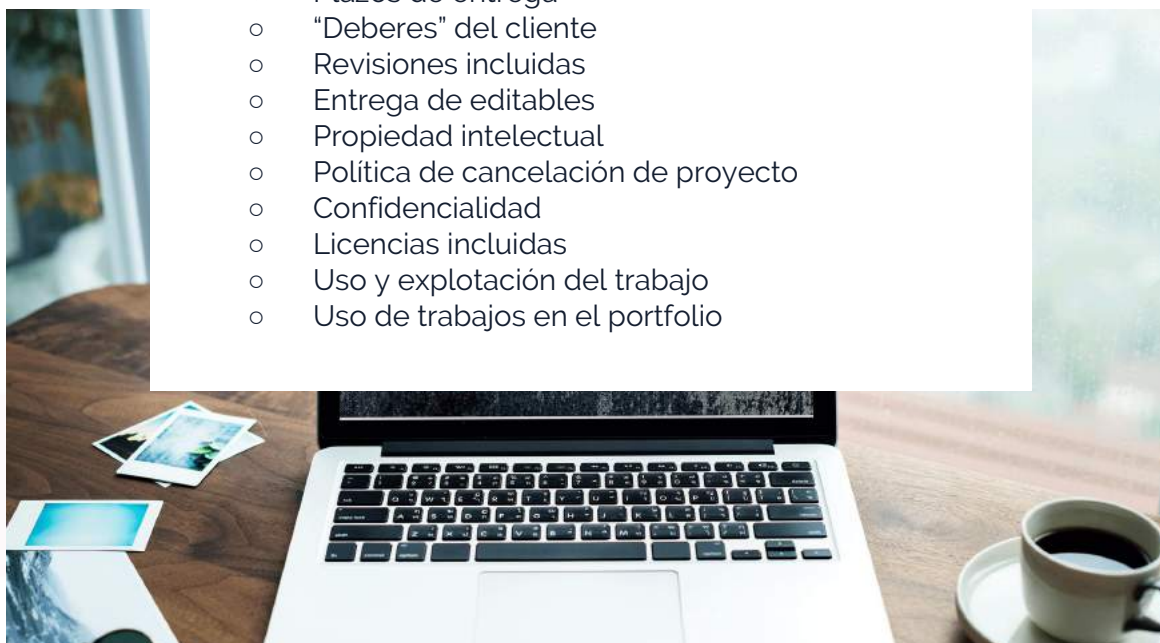
Por eso es importante redactar un contrato con todas las condiciones del servicio para firmarlo con cada nuevo cliente antes de empezar a trabajar.

Puedes encontrar modelos de contrato en internet pero te animo a que **te asesores con alguien especializado** para que de verdad te pueda servir de algo si se da el caso.

**CONSEJO:** Envía tus contratos para firmar digitalmente con herramientas online como [Hellosign](#) o [Bikle legal](#).

#### ESTAS SON ALGUNAS CLÁUSULAS TÍPICAS:

- Condiciones de pago: método y plazos
- Plazos de entrega
- "Deberes" del cliente
- Revisiones incluidas
- Entrega de editables
- Propiedad intelectual
- Política de cancelación de proyecto
- Confidencialidad
- Licencias incluidas
- Uso y explotación del trabajo
- Uso de trabajos en el portfolio



## CLAVE 3

# Rellena un briefing creativo

Muchos clientes piensan que si nos piden un logo o una web y nos dicen que tenemos “libertad creativa” vamos a poder improvisar y trabajar mejor.

**Pero la realidad es que sin conocer los objetivos estratégicos del proyecto y trasladarlos al papel junto con lo que tiene en su cabeza el cliente, no se puede trabajar ni se puede justificar un trabajo creativo.**

Es difícil que todos los clientes lleguen a ti con un briefing de proyecto desarrollado porque los clientes pequeños básicamente no van a saber ni lo que es.

Por eso es necesario que **incluyas en tu servicio este paso para rellenar junto a tu cliente un briefing** donde quede reflejado: qué servicios ofrece su empresa, cuál es su público objetivo, su competencia, sus preferencias de estilo, el mensaje que quiere transmitir etc.



**El diseño siempre tiene que tener una base estratégica** y fundamentarse en los objetivos que se quieren conseguir en el negocio de tu cliente.

Argumenta tus decisiones de diseño justificándolas siempre con la información del briefing.

**Esa será tu arma cuando un cliente te dé feedback haciendo referencia a “sus gustos”.**

**CONSEJO:** Puedes crear un formulario en [google forms](#) fácilmente con las preguntas que necesitas que te responda cada cliente para recopilar la información.

## CLAVE 4

### *Crea un calendario de trabajo*

He tenido proyectos parados que se han alargado en el tiempo porque el cliente no ha entregado la documentación o el feedback a tiempo.

**Incluso he llegado a estar meses a la espera de cambios porque el cliente se había metido en otros asuntos y esta parte la había dejado parada porque tenía otras prioridades de repente.**

Eso sí, luego venían las prisas y urgencias por querer tenerlo todo rápido haciendo que tuviera que meter más horas fuera de mi horario.

Esto hace que se retrasen entregas y pagos finales. Y a su vez se descuadra la planificación del mes y hace un efecto dominó.



**Por eso es importante crear un cronograma o calendario del proyecto con las tareas desglosadas, fechas, plazos y responsables de cada parte (tú y tu cliente).**

Te recomiendo crear un calendario de proyecto reutilizable que puedas usar con cada nuevo cliente.

No queremos rechazar un proyecto por no tener hueco y que de repente tengas todo el tiempo del mundo porque te han paralizado un proyecto que tenías previsto terminar esa semana...

## CLAVE 5

### Marca límites

Quizás alguna vez te has visto trabajando para clientes que se han convertido en tus peores jefes: **llamando a deshoras con urgencias, exigiendo prioridad como si fueras un empleado, dando órdenes...**

Esto se puede evitar dejando bien claros los roles desde el inicio. ¿Cómo?  
**Marcando bien los límites de tu servicio y tu disponibilidad.**

Establece un proceso de **cita previa**: si alguien quiere hablar contigo que sea siempre agendando la reunión de antemano.

Limita el número de reuniones (y si serán por skype o presenciales) y su duración dejando claro los objetivos de la reunión al inicio.

No respondas emails, whatsapps o llamadas fuera de un horario normal.



Para que la **comunicación fluya** explica desde el principio cómo funciona tu servicio:

- Tus **plazos para responder al email** o a cambios en los diseños.
- Qué info y archivos necesitas de su parte.
- Lo importante que es **hacer su parte a tiempo** de cara a tus plazos de entrega.
- Cómo darte **feedback útil**.
- Qué pasa si quieren **trabajo extra no contemplado** en el presupuesto.

**CONSEJO:** Si es posible, elimina el móvil de tu web. [Aquí te explico mis 12 razones por las que dejé de utilizar el teléfono como atención al cliente en mi negocio.](#)



## ¡BONUS EXTRA!

# Mi plantilla de preguntas para briefings

Estas son algunas de las preguntas que puedes incluir en los briefings para completar con tus clientes:

### Empresa

- ¿Cómo se llama tu empresa / organización?
- ¿Qué diferencia a tu empresa de las demás?
- ¿Qué servicios o productos proporciona tu empresa?
- ¿Por qué debería elegir tu empresa frente a tus competidores?
- ¿Cuánto tiempo lleva la empresa en el mercado?
- ¿Qué tamaño tiene tu empresa? (Esto puede ser contestada con el número de empleados o facturación)
- ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de tu empresa?
- ¿Dónde ves tu empresa en 5 años? 10 años? 50 años?
- ¿Quién es tu principal competidor?
- ¿Por qué se fundó tu empresa?
- ¿Qué te motivó a empezar este negocio / organización?

### Branding / marca

- Si tuvieras que describir tu empresa, en una palabra, ¿cuál sería? ¿por qué?
- Si tus clientes tuvieran que describir tu empresa, en una palabra, ¿cuál sería? ¿por qué?
- ¿Tienes un logotipo actual?
- (Si la respuesta anterior es afirmativa) ¿Qué elementos de tu logotipo anterior te gustaría conservar?
- ¿Cuál es la razón de la modificación o rediseño de tu logo?
- ¿Cuántos años tiene tu logo actual?
- ¿Cuál es el posicionamiento o la misión de tu empresa?
- ¿Tu empresa tiene un lema o slogan que se debe incluir con el logo?
- ¿Por qué esperas que sea conocida tu empresa o marca?
- ¿Qué es lo que tus clientes reconocen primero cuando ven tu logotipo?
- ¿Por qué tu empresa utiliza esos colores, fuentes, formas etc?

### Preferencias del diseño

- ¿Qué paletas / gama de colores prefieres? ¿por qué?
- ¿Dónde se utilizará principalmente el logotipo?
- ¿Hay algún elemento que quieras que aparezca en el logo?
- En tu opinión, ¿qué define un logotipo bien diseñado?
- ¿Cuál es tu preferencia, en referencia a los iconos, tipografía, colores etc?
- ¿Qué restricciones, en su caso, podría existir sobre el logo?
- ¿Qué palabras o iconos se deben incluir en el logo?
- ¿Qué logos te gustan y por qué? (Links o archivos de la competencia o en general)
- ¿Qué logos no te gustan y por qué? (Links o archivos de la competencia o en general)
- En tu opinión, ¿cuál es el propósito principal de un logo?
- ¿Cuáles son las posibles aplicaciones en las que se utilizará este logo?

### Público objetivo / Target

- ¿Quién es el público objetivo principal? (Quién es más probable que utilice tus servicios / productos?)
- ¿Quién utiliza actualmente el producto / servicio más?
- ¿Estás conforme con el público de personas a la que tu empresa presta servicios?
- ¿Estás buscando ampliar, modificar o cambiar por completo tu público objetivo? o seguirá siendo la misma?
- ¿Cómo planeas centrarte en tu público objetivo?
- ¿Cuáles son tus principales formas de hacer publicidad?
- ¿Cómo se enteran la mayoría de los clientes tu empresa / servicio o producto?
- ¿A qué género va dirigido?
- ¿Dónde vive la mayoría de tus clientes?
- ¿Cuál es el nivel de ingresos promedio de tu público objetivo?

### BONUS: Extras

- ¿Hay otras piezas de diseño con el que puedo ayudarte? (Tarjetas de visita, banners, carteles, folletos, papelería...)
- ¿Necesitas ayuda en la definición de tu público objetivo, o cualquier otro tema referente a las preguntas anteriores?
- ¿Conoces a alguien más que también está en busca de un diseño de logotipo fresco?