

# **Guía General para Entrevistar Clientes**

## **0. Recomendaciones**

- No defenderse del entrevistado.
- No hacer evaluaciones o juicios negativos de lo que dice el entrevistado.
- Evitar el caer en anécdotas y volver a la pregunta sobre las preocupaciones e intereses del entrevistado.
- No hacer ofertas ni promesas de resolución respecto de lo declarado por el entrevistado.
- Tome notas durante la entrevista. Además de permitirle contar con apuntes que serán útiles en el futuro, produce en el entrevistado la evaluación de que están siendo escuchados con seriedad. Ayuda a producir en el entrevistado un estado de ánimo de confianza.
- El papel del entrevistador es ESCUCHAR no estar de acuerdo, en desacuerdo, justificar ni re-interpretar. Evite hacer resúmenes generales coarta las posibilidades de escuchar y son sólo sus propias interpretaciones de lo que se habló.
- En el trasfondo de la entrevista, el entrevistador debe asumir que el entrevistado es una persona competente en su dominio de acción. El entrevistador no está para evaluar si el entrevistado hace su trabajo bien o no.

## **1. Declaración de roles, identidades y preocupaciones.**

Este es un paso previo a la entrevista propiamente tal, que permite al entrevistador generar una primera conexión con el entrevistado; es la primera etapa de construcción de confianza.

Se declaran:

- **Roles y promesas del entrevistado:** Si acepta oficiar de Cliente, tendrá que recibir a los miembros del equipo en al menos 4 o 5 ocasiones y tendrá que estar disponible para recibir un par de llamadas telefónicas de las autoridades de la cátedra.
- **Roles y promesas del entrevistador:** El entrevistador alumno de la Universidad, en su rol de participante de un concurso de proyectos, se compromete a tratar al entrevistado como Cliente del proyecto. Es decir que le dará la autoridad para que sean sus criterios los que vayan guiando el desarrollo del proyecto e incluso pueda declarar si el proyecto es exitoso o no.

## **2. “¿Cuáles son sus Insatisfacciones?”**

Pregunte por dos tipos de insatisfacciones: Aquello que no ha funcionado de manera satisfactoria en el pasado y en el presente y, aquello que evalúa como futuros inconvenientes que tendrá, o aquellas oportunidades que evalúa está desperdiciando o desperdiciará en el futuro.

Otras preguntas claves a hacer: “¿Cuáles son las insatisfacciones que sus clientes (y/o proveedores) tienen sobre su área o institución?”

El estado de ánimo a construir en esta etapa de la entrevista es de confianza, en el cual la persona aparece como un ser humano haciéndose cargo de los intereses y preocupaciones en un dominio de acción en el mundo.

### **3. “¿Qué tipo de pedidos le hacen y qué pedidos le hace usted a otros?, ¿Qué promesas hace usted?”**

Estas preguntas están relacionadas con los ámbitos de responsabilidad e intereses en el trabajo del entrevistado; cómo genera acción, cómo lidia con los imprevistos, etc.

### **4. “¿En que ámbitos le gustaría escuchar ofertas?”**

Esta pregunta está orientada a identificar espacios de oportunidades para hacerle ofertas. Lo optimo, en esta parte de la entrevista, es tratar de abrir la conversación lo mas posible permitiéndole soñar con proyectos que hasta ahora puede no haber articulado.

### **5. “¿Tiene algún pedido para mi (entrevistador) a raíz de mi rol como estudiante universitario y participante del concurso?”**

En este caso se le está solicitando que haga un pedido, y tiene por interés continuar construyendo confianza. El punto no es hacer una promesa (falsa) tranquilizadora, sino que conectar y comprometer a la persona más profundamente.

### **6. *Requerimientos a publicar en los Informes de trabajos prácticos.***

a) Nombre del Cliente.

b) Ocupación del Cliente.

c) Breve currículum del Cliente. (con datos para que los organizadores del concurso puedan contactarse con él, si es necesario)

d) Nombre de la Institución en la cual se desempeña el Cliente y su rol en ella.

e) Razones por las cuales el equipo lo eligió como Cliente. ¿Cómo supieron de su existencia?, ¿Qué le aporta al Proyecto? ¿En que se vincula con los intereses de los miembros del equipo?

f) Preocupaciones centrales del Cliente.

g) Ámbitos en los cuales le parece al equipo que sería interesante hacerle una oferta al Cliente. Porqué es interesante para el equipo y porqué sería interesante para el cliente.