

إدفع لي وإلا!



ترجمة
أحمد الحاج

تأليف
ليور فرينكيل

ادفع لي وإلا!

تأليف

ليور فرينكيل

ترجمة

أحمد عابدين الحاج

أحمد عابدين الحاج

أحمد عابدين الحاج، طالب جامعي يدرس تقنية

المعلومات. تواصل معه عبر:

 [ahmedXalhaj](#)

 [ahmedXalhaj](#)

 [ahmedXalhaj](#)

هذا الكتاب

أنتج هذا الكتاب برعاية شركة حسوب وأكاديمية حسوب.



أكاديمية حسوب

تهدف أكاديمية حسوب إلى توفير مقالات ودروس عالية الجودة حول مجالات مختلفة وبلغة عربية فصيحة. باب المساهمة على الأكاديمية مفتوح لكل من يرى في نفسه القدرة على توفير مقالات عالية الجودة.

Academy.hsoub.com

شركة حسوب

تهدف حسوب لتطوير الويب العربي وخدمات الإنترنت عن طريق توفير حلول عملية وسهلة الاستخدام لتحديات مختلفة تواجه المستخدمين في العالم العربي. يعمل في حسوب فريق شاب وشغوف من مختلف الدول العربية وتمتلك الشركة عدة خدمات يمكن معرفتها بزيارة موقع الشركة.

Hsoub.com

كتاب ادفع لي وإلا، (Pay Me Or Else) هو كتاب مجاني لكتابه "ليور فرينكيل" (Lior Frenkel)؛ مؤسس شريك في (The nuSchool)، مستقل ومطوّر ويب وهو الآن مستشار، مدوّن ومتحدّث في الأنشطة حول العالم.

قام ليور بكتابة هذا الكتاب باللغة الإنجليزية عام ٢٠١٥ ليساعد المستقلين حول العالم في التعامل مع حالات امتناع العملاء عن الدفع بناءً على خبرته الممتدة لسنوات في العمل الحر.

بيان قانوني من المؤلف

كتبت هذا الكتاب (المقالات) من أجل تقديم المعلومات ومشاركة تجاربي الخاصة مع مجتمع العمل الحر. محتوى هذا الكتاب (المقالات) مبني على تجاربي الشخصية، أنا ورفاقي ولا يعكس بالضرورة سياستنا أو موقفنا بصورة قانونية.

لقد حرصت على أن يكون هذا الكتاب (المقالات) دقيقاً قدر الإمكان، ولكنه -أي الكتاب- يصلح كدليل عام فقط. هذا الكتاب قد يحتوي معلومات مؤرشفه، نشرتها بنية تثقيفكم وتسليتكم. أنا أو The nuSchool لا نتحمل أي مسؤولية تجاه أي شخص أو أي جهة بخصوص أية أضرار ناتجة عن استخدام محتويات هذا الكتاب (المقالات).

ما لم تكن موافقاً على الالتزام بنص هذا البيان، فالأحرى بك أن تتوقف عن قراءة هذا الكتاب.

الفهرس

٨ تمهيد

١١ أين مالي؟

- ١٢ ١. اعرف حقوقك!
- ١٣ ٢. ليس لدي عقداً
- ١٤ ٣. تكلم أولاً، أطلق النيران لاحقاً
- ١٩ ٤. أشهر سلاحك
- ٢٠ ٥. ها هم المنفذون

٦١ وإلا!

- ٢٢ ١. نشر الغسيل
- ٢٣ ٢. هدّد، ولكن بذكاء
- ٢٥ ٣. ماذا كان "توني سبرانو" ليفعل؟

٦٦ لم لا يدفعون لك؟

- ٢٧ ١. لا يظنون أنك أديت ما عليك
- ٢٩ ٢. أنت تتقاضى أكثر من المتفق عليه
- ٣٠ ٣. لا يملكون المال
- ٣٢ ٤. ذهب المشروع أدراج الرياح
- ٣٢ ٥. المحتالون المتسلسلون

تجنب العملاء السيئين (قبل المشروع) ٣٤

١. اختر عملاءك بعناية ٣٥
٢. نماذج لعملاء سيئين ٣٦

تجنب العملاء السيئين (بداية المشروع) ... ٣٨

١. قوة العقود الجيدة ٣٩
٢. ما هو العقد الجيد؟ ٤٠
٣. تخفيف رهبة العقود لدى العملاء ٤١
٤. راقب المال من بعد ٤٢

تجنب العملاء السيئين (خلال المشروع) ٤٣

١. ابق التواصل مفتوحاً ٤٤
٢. المرحلة الأولى ٤٥

انتهى الأمر؟ انتظر! ٤٦

١. تقنية الفدية ٤٧
٢. شاهد ولكن لا تلمس ٤٨
٣. نقطة الضغط ٤٨

اعرف متى تتخطى الأمر ٥٠

الخاتمة ٥٢

تمهيد



الساعة الآن تشير إلى الثانية صباحاً وأنا أمشي جيئةً وذهاباً بعد أن أصابني الأرق. أكاد اشتعل غضباً وأنا أنظر إلى زجاجة الكحول التي شربتها على أمل أن تحل هذه المشكلة نفسها. ولكن يبدو أنها صادمت وأججت عروقي التي تغلي غضباً بسبب ذلك العميل الذي لا يريد أن يدفع ما عليه. لشهرين، عملت بكدي للسيد "سينستر" (عميلي الذي كان متحمساً جداً لأعمالي)، والذي وُظفني لكي أصمم له موقعاً ثم اختفى تماماً بعد أن أكملت العمل.

كمستقل، لا بد من أنك مررت بهذا الوضع. قمت بعملك على أكمل وجه. أكملتما - أنت وعميلك - توقيع العقد وتوضيح جميع شروطه، ثم قمت بتسليم ما كان متوقعاً منك على الموعد تماماً. كنت واثقاً من أنك أكملت جزئك من الصفقة وألا أحد قد يشكك في عملك. ولكنك الآن في مأزق مع هذا العميل الذي ليس لديه وقت ليرد على رسائلك البريدية، ولا حتى تلك الرسالة الأخيرة التي قمت بتوكيل محام لكتابتها.

أو ربما ليس محامياً بالمعنى الدقيق للكلمة، فنحن مستقلون ولسنا رجال أعمال. وكيف لنا أن نوظف محامياً يتقاضى مبلغاً مبالغاً فيه ونحن نعاني من عميل لا يريد أن يدفع أصلاً! ولكن السيد "سينستر" لا يعلم بذلك على كل حال.

ومع ذلك كله، لا زال العميل "الحقير" لا يريد أن يدفع!

في تلك الليلة، قبل سنتين بالضبط، قطعت لنفسي عهداً. كان عهداً بسيطاً تولّد من رغبتني في أن أتخلص من العملاء أمثال السيد "سينستر" من حياتي وللأبد: لن يحصل هذا مجدداً، أبداً. لن أدع هذا يحصل لي مجدداً، لن أضيع جهدي ووقتي على مشروع لأجد نفسي في النهاية صفر اليدين. وسأقوم بكل ما يتطلبه الأمر لأحفظ هذا العهد.

لم أسمع عن السيد "سينستر" بعدها. لا رسائل إلكترونية ولا اتصالات. حاولت أن أتواصل معه بضع مرات لكنه لم يرد علي مطلقاً. كما أنني لم أقاضيه، لأنني لم أملك الوقت ولا الطاقة لذلك. ولأنني أعلم أنه حتى ولو ربحت تلك القضية، قد تمضي سنين قبل أن أرى أمواله هذا بغض النظر عن أتعاب المحامي التي علي دفعها بطريقةٍ ما.

العملاء أمثال السيد "سينستر" يعلمون هذه الحقيقة. يفعلون ما يفعلونه لأنهم يعلمون أننا لا نملك الموارد لكي نستغل العقود التي نوقعها معهم. إنهم يستغلون المستقلين الذين لا يستطيعون قتالهم. لم أكن أملك الموارد لأقاتل السيد "سينستر". لذلك تخطيت تلك الحادثة. ولكنني حفظت ذلك العهد الذي قطعته لنفسي ولم أسمح لذلك أن يحصل مجدداً.

قد لا تظن ذلك، ولكنك لست وحدك في هذه "اللاعذالة". تقريباً، كل من يعمل في المجال الإبداعي كمستقل تعرّض لهذا الموقف مرة واحدة على الأقل في مسيرته المهنية. وكما يقول الشاب في "Mashable"، ثمانية من كل عشرة مستقلين تعرّضوا لمواقف رفض فيها العملاء الدفع.

والآن، حان الوقت لكي أساعدك على أخذ مالك من ذلك العميل!

٦

أين مالي؟

ها أنت الآن تنظر إلى حسابك البنكي الفارغ، تتساءل "ماذا سأفعل مع هذا العميل الذي لا يريد أن يدفع المال الذي كنت معتمداً عليه لأجل سداد الإيجار؟". لنرى سوياً ماذا يمكننا أن نفعل الآن.

١. اعرّف حقوقك!

شخصياً، لا أريد أن أرتاد المحاكم أبداً. ولكنني مع ذلك أبذل كثيراً من الوقت والجهد على كتابة عقود قوية كسد للذرائع وليس من أجل أن أذهب بها إلى المحكمة. نحن -المستقلون- نكتب هذه العقود ونوقعها مع عملائنا لتتأكد من أننا متفقون على المشروع ولشئجرهم بأنهم ملزمون بالدفع (وهم كذلك أصلاً).

دعنا الآن نتحدث قليلاً عن العقود بصورة قانونية. قانونياً، ما هو العقد بين شخصين؟ قد تُفاجأ بأن العقد لا يجب أن يكون مكتوباً بالضرورة. في الواقع، العقد اللفظي له اعتبار العقد المكتوب ذاته في المحكمة. أجل يا صاح، لقد قرأتها بالشكل الصحيح، العقد اللفظي يعتد به في المحاكم ما دام محتويّاً على هذه العناصر الثلاث: (العرض-قبول العرض-اعتبار العرض).

بالطبع الغنصران الأولان واضحان للغاية، ولكن ماذا عن الأخير، "اعتبار العرض". ببساطة اعتبار العرض يعني "سأقوم بذلك إذا دفعت لي من أجله". إنه اتفاق الطرفين على أن إنتاج (س) سيؤدي إلى دفع (ص).

وهذا هو ما نريد أن نصل إليه، إنك لم تقم بهذا العمل مجاناً. أنت هنا لم تقم بإسداء خدمة إلى صديق ولم تتطوع في منظمة خيرية خلال وقت فراغك. إنتاجك للمنتج (س) سيؤدي إلى دفع القيمة (ص) وما دمت أنت وعميلك اتفقتما على ذلك منذ البداية فأنت تملك اعتبارك.

الجزء الصعب هو إثبات العقد اللفظي بينكما. وهنا تظهر إيجابيات العقد المكتوب. إذا كان العقد مكتوباً فعملية الإثبات سهلة للغاية. ولكن كيف تثبت عقداً لفظياً؟ أو عقداً تم بين عشرات المراسلات الإلكترونية؟

٢. ليس لدي عقداً

ولكن صريحين: فأنا لا أنصحك أبداً بالاعتماد على عقد لفظي. ولكن إن كانت مفاوضاتكما بشأن المشروع تمت بأكملها عبر الهاتف، فلنأمل أنك تستخدم إحدى تطبيقات تسجيل المكالمات.

الاحتفاظ بتسجيلات لمكالماتك مع العملاء سيكون مفيداً جداً حتى حين وجود العقد المكتوب. في الواقع، أنا استخدم تطبيق تسجيل مكالمات منذ السنة الماضية لأنه يمكنني من حفظ سجل لتواصلي مع العملاء وإرشاداتهم أثناء العمل على المشروع. بعض عملائي يعلمون أنني أسجل مكالماتهم لأنني أخبرهم (و أبتسم) والبعض الآخر أصبح يعلم بالأمر الآن.

قابلته وجهاً لوجه؛ لنفترض أنك لم تقم بتسجيل مكالمات عميلك. ماذا لو تقابلتما شخصياً ولم تقم بتسجيل المحادثة؟

حينها عليك أن تسأل نفسك هل هناك إي احتمال لأن يكون أحدهما قد سمع محادثتكما عرضاً، وبإمكانه دعم دعاواك؟ لأنه وبدون ذلك ستكون قضيتك بمثابة مهزلة (هو قال / أنا قلت) وسيصعب عليك أن تفوز بها.

ومع غياب العقد المكتوب واللفظي، لا يزال بإمكانك قانونياً إثبات عقد بناءً على أفعال الطرفين. مثلاً، إذا ادعى عميلك أنكما لم تتفقا على عمل مشروع ما أو تسليم أي دفعة مالية، ولكنه قيل وعلق على تصميمات لموقع ما قمت بإرساله له، فمن السهل إثبات كذبه. فلماذا قد يطلب منك إرسال تصميمات أولية لموقع لم يطلبه، من أجل التسلية؟ لا أظن ذلك!

٣. تكلم أولاً، أطلق النيران لاحقاً

إذا كنت تعاملت مع عملاء رفضوا الدفع في الماضي، فمن السهل أن تفقد أعصابك وتتصرف بطيش حينما يتأخر العميل بضعة أيام عن سداد دينه. أو تعلم ماذا؟ لن يستفيد أحد من تهديداتك وتلويحك بالعقد الذي وقعته والذهاب إلى المحكمة. بالتأكيد أنت لا تريد التعامل مع هذا الحقير مجدداً، ولكن طريقتك في التعامل مع هذا الوضع ستؤثر بالتأكيد فيما سيقوله هذا العميل لعملائك المحتملين.

حالياً ندعنا نقم بتذكيرهم فقط، من يدري قد يكونوا فعلاً غير متنبهين لأنهم تأخروا في الدفع لك. بالطبع يجب عليهم أن يتذكروا أن يدفعوا ما يدينون به لك، ولا يجب عليك أن تذكرهم بذلك. نحن لسنا في الحضانة وأنت لست المسؤول عن تنظيف أنوفهم السائلة. ولكن أحياناً العملاء ينسون الأمر يحصل. حافظ على هدوئك، على الأقل في بداية الأمر. أيهما أفضل برأيك، أن تكون ذكياً ويُدفع لك، أم أن تكون مُحجاً ومفلساً؟

أولاً بأول، تابع فواتيرك التي أرسلتها وتأكد من أنك أرسلت الفاتورة الأخيرة، ثم اضبط تقويمك على أن يذكر كل ١٠ أيام بعد تاريخ إرسال الفاتورة. وقم بإرسال بريد إلكتروني تنبههم فيه إلى أن لديهم فاتورة لدفعها كل ١٠ أيام. بالنسبة لبعض العملاء هذا الأمر كفيلاً بأن يذكرهم بأن يدفعوا لك. أما بالنسبة لآخرين، فالتنبيهات التي تأتيهم كل ١٠ أيام تعلمهم بأنك جادٌ وستطاردهم في أحلامهم إن لم يدفعوا لك.

قبل بضعة شهور قدّمت ورشة عمل في استوديو للتصميم، درّست فيها الحاضرين كيفية بناء مواقع ويب باستخدام تطبيق ويب جديد. بعد انتهاء الورشة، أرسلت الفاتورة إلى المتعاقدين وانتظرت أموالهم بهدوء.

لكن شيئاً لم يحصل.

مرت ١٥ يوماً، بدون أن يحصل شيء أيضاً. فأرسلت بريداً إلى سكرتيرة الاستوديو، التي حولت البريد إلى المحاسبة، والتي ردّت بدورها بأن الفواتير تدفع خلال ٣٠ يوماً من إرسال الفاتورة. لم يكن لدي مشكلة بشأن الانتظار ٣٠ يوماً، لأن ذلك كان تبعاً لسياسة المحاسبة لديهم، كما أنه كان متماشياً مع العقد الذي أبرمته مع المتعاقدين.

مرّت ثلاثون يوماً، ولا زال حسابي البنكي فارغاً. أرسلت بريداً إلى المحاسبة مجدداً، ولم ترد. بعد عشرة أيام راسلت المحاسبة مرة ثانية وأشرت إلى السكرتيرة فيه. كذلك لم أجد رداً.

هل كانتا مشغولتين جداً لتردا على رسائلي البريدية؟ أم هما تحاولان التملص مني وعدم الدفع لي؟ أحسست بعدم الراحة، ذلك الشعور المألوف الذي ينتابني عندما يمتنع العميل عن الدفع بدأ يتملكني. "أنا لست من رجال الشرطة" فكرت. "لم علي أن أقاتل الناس ليدفعوا لي لقاء عملي؟"

ولكن التجارب علمتني أن التصرف بطيش لا يؤتي أكله أبداً. لذا أخذت نفساً عميقاً وأرسلت بريداً ثالثاً، وهذه المرة لرئيس الاستوديو مباشرة. الشخص الذي أتاني بفكرة الورشة من البداية.

قمت بالإشارة إلى السكرتيرة والمحاسبة على حدٍ سواء في رسالتي التي كتبت فيها:

مرحباً يا جو،

هل انتقلتم إلى المبنى الجديد الذي حدثتني عنه؟ أتمنى أن يكون انتقالكم سلساً.

أحتاج مساعدتك في أمر ما. لا زلت لم أتلّق أجري لقاء الورشة التي أقمته لديكم في الاستوديو. أرسلت الفاتورة في الثالث من شهر يونيو كما أرسلت تنبيهات في الرابع من يوليو، السادس عشر من يوليو وقبل أسبوع.

ردت علي محاسبتك في النهاية قائلةً أن الفاتورة ستُدفع خلال ثلاثين يوماً. والآن مضى واحد وخمسون يوماً ولا زلت لم استلم أموالي.

أنا غير مرتاح لإرسالتي هذا البريد - كنت متأكداً من أن الاستوديو خاصتكم يتمتع بالاحترافية وأن الاتفاقية التي أبرمناها ستُحترَم. لا زلت آمل أن يكون هذا مجرد سوء تفاهم وأن تُحلّ هذه المشكلة بسهولة.

ماذا بعد؟

أتمنى لك نهاية أسبوع سعيدة، أتطلع لأن أسمع ردك بخصوص هذه المسألة قريباً.

ليور.

أودُّ أن أتَّبِعَ لبعض تفاصيل هذا البريد:

١. نكزْتُ كل ما حصل حتى هذه اللحظة، وبذكري للخطوات التي اتخذتها أظهر أن لي الأولوية في هذا الموضوع، وأن له أهمية كبيرة لدي.

٢. قمت بالإشارة للأشخاص الذين تواصلت معهم. هذا يبدو كأنني وشيت بهم لأنهم لم يُؤدوا أعمالهم، ولكن هذا ليس خطئي. إذا كان الرئيس هو من يتولى الدفعات، فلن يؤثر ذكري للسكرتيرة والمحاسبة. أما لو كانتا هما السبب في تأخير الدفعات، فيجب على رئيسهما أن يعلم بذلك. أنت كمتعاقد يجب ألا تحمي الموظفين الذين لا يؤدون واجباتهم.

٣. ضربتُ على الوتر الحساس بذكري للاحترافية، لأثير انتباهه لشيء أهم ألا وهو سمعتهم.

٤. وبالرغم من ذلك، حافظت على الاحترافية من جهتي، بالابتداء والختام بتهذيب.

كان بإمكانني كتابة عبارات كـ "أنا غاضب!"، "يأيها الحقير!" أو "أعطني مالي!". جميعها جُمِلَ سيقولها أغلبنا في مثل هذه الحالة. ولكن هذا لن يؤدي سوى لحرب كلمات. إذا كنت تريد أن يرُد عليك العميل باحترافية (و أن يعطيك مالك!) أحياناً عليك أن تكون قدوة له أولاً.

هذه هي الرسالة التي وصلتني في نفس اليوم من رئيس الاستوديو:

مرحباً يا ليور،

أنا آسف جداً لأننا وصلنا لهذه المرحلة. لم أكن أعلم بأنك لم تتلق أجرك بعد. شكراً لتنبيهي لهذه المشكلة! سأحرص على أن يكون الشيك في طريقه إليك بنهاية هذا اليوم.

آسف بشأن ذلك مجدداً، أأمل أن أعمل معك مستقبلاً.

جو.

لم يكن هناك إشارة لأحد في هذه الرسالة. لا السكرتيرة ولا المحاسبة تم ذكرها هنا. لذا لا أعلم من كان مسؤولاً عن التأخير، ولكنني في الواقع لا أهتم. وصل الشيك إلى صندوق البريد خلال ٧٢ ساعة وواصلت حياتي.

ربما كانت المحاسبة مشغولة جداً لتتولى إرسال أموالي. هذه الأشياء تحصل، فالعملاء ينشغلون. فذكرهم بأن يدفعوا لك ولا تتوقع منهم أن يذكروا أنفسهم. ذكرهم عدة مرات إذا تطلب الأمر ولا تخف من أن تتولى أمرك بنفسك. وتأكد من أن عملاءك مدركون لأنك غير سعيد بهذا الوضع وأن لديهم فرصة لإصلاح الوضع قبل أن يقع الفأس في الرأس.

٤. أشهر سلاحك

ولكن ماذا لو باءت جميع محاولتك للتصرف بلطف بالفشل؟ إذا كنت تملك الميزانية لذلك، قم بتوكيل محامٍ ليرسل رسالة إلى عميلك. وجود محامٍ ممتاز بجانبك بإمكانه تخفيض نسبة تعرضك لعملاء يرفضون الدفع، كما يُعَلِّمنا "مايك مونتيرو" في محاضراته الشهيرة اللعنة، ادفع لي!

ولمعلوماتك، العملاء الذين لا يدفعون هم مجرد جُبناء. لا يدفعون لك لأنهم يظنون أن بإمكانهم الهرب بدون أن يدفعوا لك. يظنون أنك ضعيف وسهل التجاهل. لذا إذا مرّت شهور ولم يتم الرد على تنبيهاتك، فقد حان الوقت لتخيفهم قليلاً.

رسالة كهذه يجب أن تنص على أن العميل يخرق بنود العقد الذي وقعه وأنت ليس لديك خيار سوى سحب خدماتك. محاميك سيكتب أنه يناقش معك اتخاذ الإجراءات القانونية في تاريخ معين وأن العميل سيكون مسؤولاً عن كافة تكاليف استرداد الدين.

وكما هو ظاهر للعيان، وجود عقد مكتوب سيجعل تهديدات المحامي مخيفة أكثر. ولكن حتى بدون العقد المكتوب وبالقليل من المصطلحات القانونية يمكنك أن ترغم عميلك على أن يدفع لك ما تستحقه خوفاً من المقاضاة.

أما إذا لم تكن تملك الميزانية لتوكيل محامٍ، فهُنا تظهر منافع أن يكون لك صديق محامٍ (أو صديق لا يخاف أن يتظاهر بأنه محامٍ). ولكن في هذه الحالة تأكد أن ما سترسله موثوق قدر الإمكان. لأنه وإذا اكتشف عميلك أنك تتظاهر بأنك محامي، حينها سيضحك عليك ولن يدفع لك قرشاً واحداً.

وبالمناسبة إياك أن تفكر أن تلعب دور المحامي. قد تبدو فكرةً جيدةً حينها، ولكن آخر ما تريده هو أن تُقاضى بتهمة انتحال شخصية محامٍ بينما أنت تحاول تجنب مقاضاة أحدٍ منذ البداية.

0. ها هم المنفذون

لجامعي الديون سمعةٌ سيئة، فهم معروفون بفظاعتهم وكونهم عديمي رحمة. أوتعلم ماذا؟ عندما لا يُأتي التعامل بالحسنى أكله فأنت بحاجةٍ لشخصٍ لا يهاب تعدي حدوده في سبيل أموالك. فلا تُلْطِخ يديك الجميلتين بالدماء، خصوصاً تلك التي تستخدمها في أعمال التصميم، ودع شخصاً أكثر احترافيةً يقوم بالعمل بدلاً عنك.

وبالمناسبة، جامعوا الديون ليسوا بالفظاعة التي تتخيلها. فهم يغسلون أسنانهم مرتين يومياً ويستحمون عند الصباح. قد يكون جامع الديون أي أحد من أصدقائك. ولكنهم يمتازون بتحليهم بالصبر، الأمر الذي يساعدهم على أن يتصلوا بعميلك ويرسلوا له رسائل نصية وبريدية وأن يزوروه في المنزل مراراً وتكراراً حتى يدفع أموالك.

٣

وإِلا!

وبعد كل الوسائل السابقة، يبقى أولئك الذين لا تجدي معهم جميع الأساليب الاعتيادية. يتمتعون بأعصاب من فولاذ، بإمكانهم تجاهل أي شيء، ولا نية لهم في الدفع على الإطلاق. إن كنت تعاني من عميل لا يرد على مكالماتك، رسائل النصية والبريدية فقد حان الوقت لتتسخ يداك قليلاً.

التقنيات التالية غير لائقة وعلينا أن نتمتع بشجاعة كبيرة لتنفيذها. لذلك أسد لي معروفاً، واحرص على أن تقرأ حتى نهاية هذه السلسلة من المقالات قبل أن تحاول تجربة أحد هذه التقنيات. ضع هذه التقنيات في أسفل قائمتك ولا تستخدمها إلا إن دعت الحاجة.

١. نشر الغسيل

نشر أفعال عميلك المشينة للعامة من التقنيات الفعالة للغاية، ولكنك بالمقابل لديك الكثير لتخسره. معظم الشركات لها سمعة على الإنترنت وتهتم لها كثيراً. وقد يكون هذا هو السبب الذي وظفوك لأجله منذ البداية - كي تصمم لهم موقعاً أو تنشئ محتوى بإمكانه تعزيز سمعتهم على الإنترنت. لذلك قيامك بأي شيء قد يؤثر على سمعتهم أو يضر بنتائج بحثهم على الإنترنت سيكون دافعاً كبيراً لهم ليدفعوا لك.

لدي صديق أحقق قليلاً، تعاقد مع عميل. هذا العميل لم يرفض الدفع فقط، بل كان يسخر من صديقي في كل رسالة يرد بها عليه. أو تعلم ماذا فعل صديقي؟ أولاً، نشر جميع مراسلاتهما البريدية في مدونته الخاصة. تلك الرسائل التي نعتة فيها بالفاظ بذينة وكذلك الرسائل التي أبدى فيها عدم نيته للدفع وسخر منه لأنه لا يستطيع فعل شيء ليحصل على أمواله.

بعدها بحث عن الشركة التي يعمل بها عميله وزار موقعها صفحةً صفحةً، وترك تعليقاته في كل مكان أمكنه وذكر فيها وقاحة العميل ثم وضع روابط تقود إلى تدوينته سائلة الذكر.

غضب العميل واستاء، ولكنه وافق على أن يدفع ما عليه إذا قام صديقي بحذف كل شيء. انتظر صديقي حتى وصله الشيك، ثم قام بما اتفقا عليه. من جهةٍ أخرى، أيُّ عميل مرّ بما نشره صديقي سيخشى مستقبلاً من العمل معه. حتى العملاء الذين ينوون دفع ما عليهم، سيهربون من العمل مع مستقلين مستعدين لتخطي حدودهم.

ولكن إن قررت بأن الأمر يستحق، ابدأ بمواقع مثل "فيس بوك"، "تويتر" وأي شبكة اجتماعية يستعملها عميلك. أَعثر على صفحاته، تابعه، اشترك في قنواته، وتواصل معه. ثم أخبر الجميع بأنه مجرد شخص حقير يرفض أن يدفع ما عليه. قم بالإشارة إليه في كل منشور، واذكر كيف تجاهل رسائلك النصية والبريدية، مكالماتك وطلباتك ليدفع من أجل عمل قمت بتسليمه.

كلما كان مجتمع عميلك كبيراً، زادت فعالية هذه التقنية. السمعة الطيبة والذكر الحسن يتطلبان سنين لبنائهما، وساعات فقط لتدميرهما (والفضل يعود "لمارك زوكربريغ" وأصدقائه). لا يجدر بك أبداً أن تستخف بتخريب سمعة أحدهم، لذلك احتفظ بهذه التقنية للذئاب الكبيرة فقط. هذه التقنيات تميل لأنك تكون كالتقاظف بكرات الثلج، وبعض الأضرار لا يمكن تعويضها.

٢. هذِّد، ولكن بذكاء

لا أظن أبداً أن التهديد خطوة ذكية. ولكن إن لزم الأمر، فهناك أساليب لجعل التهديدات أكثر فعالية من غيرها. وجدتُ هذه الخدعة العجيبة في مدونة "مارك كولينز"، وهو مصمم متمرس وموهوب بلغ المنتهى في التعامل مع العملاء الذين يرفضون الدفع. قام "مارك" باختراع هذه الخدعة كـ "بطاقة أخيرة" استخدمها مرتين فقط خلال مسيرته المهنية حينما يضيق ذرعاً بالعملاء.

أرسل رسالة أخيرة إلى العميل، والذي أشار إليه باسم PigClient (العميل الخنزير):

عزيزي السيد العميل الخنزير

أنت تستخدم تصميمي ومع ذلك ترفض أن تدفع لي، كما أصبحت تتجنب اتصالاتي.

لقد أطلقت مؤخراً pigclient-warning.co.uk وفي هذا الموقع سأوثق لكل ما جرى بيننا. أيضاً وبما أنني مطور ويب فسوف أستخدم مهاراتي المعتبرة في SEO لأحرص على أن يكون pigclient-warning.co.uk هو أول نتيجة بحث لمن يبحث عن موقعك الخاص. أعتقد أنه من مصلحتنا جميعاً أن أوثق هذا الموقع بشكل مفتوح.

إن كنت تريد أن تنتهي هذه القصة اليوم، فيمكنك أن تدفع فاتورتي الأخيرة وسأقوم بحذف هذه الصفحة حالاً.

قمْتُ بإرفاق فاتورةٍ أخيرة، لتشمل كلفة شراء النطاق pigclient-warning.co.uk وكذلك مبلغ ٥٠ يورو لقاء كتابتي لهذه الرسالة.

تحياتي.

وتم دفع الفاتورة خلال ساعة!

"مارك" ذاته لا ينصحك بأن تستخدم هذه الطريقة، وهو يشرح كيف أن عميلك يمكنه أن يقاضيك بسهولة في تدوينته. نعم، نجحت الطريقة معه مرتين، ولكن هذا لا يضمن بأن تنجح معك. ففكر ملياً قبل أن تذهب في هذا الاتجاه.

٣. ماذا كان "توني سبرانو" ليفعل؟

هذه الطريقة تنجح حينما تكون أنت المصمم والمطور في ذات الوقت. عندما تكون هذه هي الحال، فلا تعطِ الشفرة المصدرية إلى عميلك حتى يدفع ما عليه. قم بتشغيل موقعه على خادمك، واحرص على أن يعلم عميلك أنه إن لم يدفع فستقوم بإغلاق موقعه.

وانتبه لهذه الخطوة، فإمكانك أن تسبب أضراراً لشركة عميلك وتُقاضى على ذلك. لذلك فمن الأفضل أن تفعلها كـ "توني سبرانو". احرص على أن يعلم عميلك أن بإمكانك كسر ساقيه، فيدفع ما عليه قبل أن تُضطر لأن تكسرهما فعلياً.

قام مصمم واجهات بهذه الخدعة ذاتها عام ٢٠١٤. تخلف العميل عن تسديد دفعة واحدة بمقدار ٢٩ يورو. حينها قرر المصمم أن يقوم بحركته ونشرها في موقع "أخبار المصممين". اقرأ الردود التي أتته من المجتمع لتفهم لِمَ هذه الخدعة جالبة للشكوك على أحسن الأحوال.

الأمر الذي يوصلنا إلى محل ما ابتدأنا. لنتكلم عن أسباب امتناع العملاء عن الدفع.

٤

لَمْ لَا يَدْفَعُونَ لَكَ؟

يحاول أهاليينا تعليمنا العديد من الأشياء في صغرنا، مثل:

- عامل الآخرين كما تود أن تُعامل.
- كل خضارك.
- ضع نفسك في مكان الآخرين.

وهنا أوّد التركيز على آخر نقطة. إن كان هناك شيء واحد أريدك أن تخرج به من هذه المقالات، فهو أن تفكر كما يفكر عملاؤك. هناك الكثير من الأسباب التي تجعل العملاء لا يدفعون لنا. وليس فقط لأنهم أوغاد. بالطبع هناك عملاء أوغاد، حقيرون، متعنفون. ولكن أغلبهم مثلي ومثلك. مجرد أشخاص يودون العبور في هذه الحياة. إن أمكننا أن نفكر مثلهم، عندها سيصبح من السهل فهم ما يحصل. الأمر الذي لا يساعدنا فقط في إيجاد حلٍّ للمشكلة، بل وتفاديها منذ البداية.

١. لا يظنون أنك أديت ما عليك

كلنا مررنا بهذا الموقف. توجب علينا أن ندفع مقابل خدمة لا نظن أنها أنجزت بالشكل الصحيح. ربما تسريحة شعر سيئة، أو محاولة تحديد البقشيش الذي سندفعه لذلك النادل اللئيم. المغزى هو عدم إرادة الدفع مقابل خدمة لا تظن أنك تلقيتها، وهو رد فعل طبيعي يختبره معظم الناس عدة مرات في حياتهم على الأقل.

ولكن -في المجال الإبداعي- كيف تعلم إن كنت قمت بعملك أم لا؟ إذا تعطلت ثلاثتي، سأطلب تقني كهرباء. سيكون من السهل أن أحدد إن كان قام بعمله أو لا. إن كانت الثلاثية تبرّد عصائري وجُبنتي فقد أصلحها. وهو يستحق دفعة كريمة.

ولكن العمل الإبداعي ليس كإصلاح الثلاجة. ليس هناك طريقة قياسية لتحديد ما إذا كان العمل قد تم أم لا.

كثير من العملاء عندما يتلقون المنتج النهائي لا يكونون راضين عما يرونه. بعضهم قد يظن أنك "لم تفهمه" وسيخيب ظنهم بعملك. والبعض قد يكون توقع شيئاً مغايراً بالكامل. المراجعات جزء طبيعي من عملية التصميم. ولكن ماذا لو كان عميلك من النوع الذي لا يرضى أبداً؟ ربما هذه هي المرة العاشرة التي تعيد فيها التصميم من البداية وأصبحت لا ترغب في إعادة تصميم أي شيء مجدداً! لقد أهدرت ما يكفي من الوقت بدون طائل.

عميلك ليس سعيداً، لا يظن أنه حصل على التصميم الذي أراه ولذلك لا يظن أن عليه أن يدفع شيئاً. ببساطة إنه يظن أنك لم تصلح ثلاجته. فلم عليه أن يدفع؟ هنا أدعوك لأن تفكر كعميلك، ربما لم يألف التعامل مع المصممين. يذهب إلى السوق، ويدفع مبلغاً لقاء بنطال، ويحصل على البنطال. يدفع للتقني لقاء إصلاحه للثلاجة. لذلك من المنطقي -لدى عميلك- ألا يدفع إن لم يحصل على ما توقع الحصول عليه. هنا يأتي دورك لتشرح لعميلك ما سيحصل عليه منذ البداية.

أخبره أنه سيدفع لقاء وقتك وإبداعك. أخبره أنك لا تضمن أن يعجبه المنتج النهائي. أخبره أنك ستبذل جهدك، وستقدم مراجعات وتعديلات حتى نقطة معينة. ذكّره بأنه اختارك لأنه أعجب بمعرض أعمالك. أكّد له بأنك ستعمل بناءً على توصياته، ومع ذلك أنت لا تضمن أنك ستكون قادراً على مطابقة رؤيته تماماً. هذا هو ما سيدفع عميلك لقاءه. أطلب منه أن يثق بك لأنك تعلم ما تقوم به. سوى ذلك، من الأفضل ألا يتعاقد معك، لأنه في النهاية سيدفع لقاء وقتك وإبداعك، بغض النظر عن شعوره تجاه التصميم.

كما لا تنس أن تسأل نفسك: هل أنت راضٍ عن عملك؟ هل أدت عملك بحرفية؟

أحياناً نودّ أن ننتهي من شيء أخذ ساعات وأيام وأسابيع طوال من حياتنا. تعبنا وضجرنا من مشروع ما، ونريد أن ننتهي منه بأي طريقة كانت، وعندما ننظر إلى النتيجة نعتف بأنه ليس أفضل مشروع لنا. في هذه الحالة، حاول أن تتوقف عن العمل على هذا المشروع ليوم أو اثنين. ثم أعد النظر فيه وحدد إن كان يرقى لمعاييرك أم لا. على الأقل يجب أن يكون التصميم بالجودة التي وعدت بها عميلك. ولكن صريحين، إن لم تكن ستضع هذا العمل على معرضك فكيف ستقع عميلك بأن يدفع لقاءه؟

٧. أنت تتقاضى أكثر من المتفق عليه

وهنا أخص بالحديث المصممين الذين يعملون بنظام الساعة. ربما سألك العميل، كم من الوقت يلزمك لتكمل العمل، أخبرته بأنك ستنجزه خلال ثلاثين ساعة، ولكنك استغرقت خمساً وأربعين ساعة. والآن أنت تطلب أجراً أعلى من المتفق عليه، وعميلك غاضب ويرفض أن يدفع. أنت لا تظن أن هناك مشكلة، لأن الاتفاق نصّ على الحساب بالساعة، أليس كذلك؟

لا، ليس كذلك!

ضع نفسك مكان عميلك. ليس من الممتع النظر إلى فاتورة بضعف السعر المتفق عليه، ولتجنب هذا الموقف، تواصل مع عميلك. وضح له أن الوقت التقديري لإنجاز العمل هو في النهاية.. تقديري، قد ينقص أو يزيد. ثم إذا احتجت المزيد من الوقت فاحرص على إعلام عميلك أولاً بأول. ثم توقف عن العمل حتى يوافق العميل على الساعات الزائدة. عدا ذلك، فأنت تسبب لنفسك المشاكل، فقد يكون لعميلك ميزانية محددة لا يتخطاها، وبانتظارك حتى إرسال الفاتورة الأخيرة ستكون أنت الفلام الوحيد عندما يرفض العميل الدفع مقابل الساعات الإضافية.

ولحسن الحظ، غالباً ما يتصل بك العميل قائلاً: "تذكرت! أريدك أن تقوم بكذا وكذا أيضاً"، أو يرسل بريداً يطلب فيه نسخة تجريبية من المنتج. بالطبع لا بأس بهذه الطلبات، ولكنها فرصة أخرى لتتواصل مع عميلك. أخبر عميلك بأن هذه الطلبات الجديدة ستستغرق (س) ساعة إضافية، فهل هو موافق عليها؟ احرص كذلك على أن يكون تواصلك مع عميلك عن طريق البريد الإلكتروني، فهذا يمنحك توثيقاً جيداً للاتفاقيات التي تجري خلال العمل على المشروع، وإن أصر عميلك على اللقاء والتحدث فعلياً بخصوص المشروع فحاول أن تطلب منه تأكيد ما اتفقتما عليه أثناء لقائكما عبر البريد.

٣. لا يملك المال

غالباً -أكثر مما تتخيل-، عدم الدفع متعلق بمشاكل السيولة المالية، وليس بكون العميل غير راضٍ عن العمل. إنه لا يملك المال. بعض العملاء يتعاقدون معك وهم على علم بأنهم لن يستطيعوا أن يدفعوا لك ما لم يُدفع لهم أولاً، وهو ما نسميه بمشكلة السيولة المالية. خطتهم هي استعمال مشروعك في مشروع أكبر، وعندما يُدفع لهم لقاء المشروع الأكبر، عندها فقط سيتمكنون من الدفع لك.

في عالم مثالي، سينبهك العملاء لهذه النقطة وستكون جزءاً من العقد بينكما، ولكن الواقع شيء آخر. لنمثل لهذه المشكلة بمثال، هناك استوديو إعلان يعمل على مشروع لصالح مصرف، المشروع هو:

١. تصميم هوية جديدة للمصرف.

٢. بناء موقع يشتمل على الهوية الجديدة.

يقوم الاستوديو بتصميم الهوية الجديدة، ثم يتعاقدون معك لتصميم الموقع، ثم يأخذون تصميمك ويتعاقدون مع مبرمج لبنني الموقع الذي صممته. في النهاية يقومون بتسليم المصرف موقعاً جديداً حسن التصميم والبناء.

في هذه الحالة، الاستوديو هو عميلك، وفي نفس الوقت البنك هو عميل الاستوديو، مما يعني أنك تتقاضى أجرًا من أموال البنك. ولكن هل هذا عذر لتأخير مدفوعاتك؟ لا. أنت لم تتعاقد مع البنك، ولكن مع الاستوديو، والذي عليه أن يلتزم بنص العقد المبرم بينكما. ولكن هل الأمر يستحق، فأنت في النهاية ستلتقي أجرًا سواءً من أموال البنك أو الاستوديو؟ الإجابة هي: بالتأكيد!

فعندما تعلم بأن مشكلة قد تحصل، يكون بإمكانك أن تحرص على ألا تتضرر. بعض العملاء سيوضح المشكلة، والبعض الآخر سيبدل قصارى جهده ليخفيها عنك. يريدون تأجيل الصداق الذي ستسببه لهم عند علمك بالأمر، ويأملون أن تسري الأمور وفقاً للخطة ليدفعوا لك ويعتذروا عن التأخير بكل بساطة.

ولكن ماذا لو تأخر المطور في بناء الموقع؟ ما ذنبك لكي تتحمل تبعات تأخره؟ احرص على أن تعلم مكان المال الذي ستتقاضى منه. ثم احم نفسك بالألا ترتبط بمشاكل السيولة على الإطلاق. ولا تقلق، سأفصل في هذه المسألة لاحقاً.

٤. ذهب المشروع أدراج الرياح

أحياناً يطلب العملاء خدمات بناءً على مشاريع أو شركات ناشئة. وفجأة يتوقف المشروع، تموت الأفكار وتتداعى الخطط. ويصبح عميلك غير قادر على الدفع لقاء خدمة لا يحتاجها.

يتصل بك عميل متحمس لتصمم له قوائم لمطعمه الجديد، وبينما تكاد تنهي العمل وترسل الفاتورة يفشل مشروع المطعم! ربما لم يجد تمويلاً كافياً، أو انسحب شريكه المالي. المغزى أنه لم يعد بحاجة لخدمتك. ولتعلم -رزقك الله- أن هذا العذر لا يقل وقاحةً عن الأعداء السابقين. لقد أبرم عميلك عقداً ملزماً وليس ذنبك فشل مشروعه. ولكنه الآن مكتئب ولا يملك ميزانية ليحاسبك.

في هذه الحالة، تقرب من عميلك وأظهر تعاطفك مع وضعه وحلمه الذي ذهب أدراج الرياح. ثم وضح له خياراته والطرق الممكنة لدفع ما عليه، على أقساط ربما. بهذه الطريقة ستضمن أن تكون أول من يحاسبه عميلك عندما يحصل على المال.

٥. المحتالون المتسلسلون

عندما كنت في الصف الرابع الابتدائي، تأخرت عن المدرسة لأن متنمرأ دفعني من الحافلة قبل ثواني من تحركها، وعندما وصلت إلى المدرسة لم تسمح لي معلمتي بالدخول. حاولت أن أشرح لها ما حصل وصرخت "هذا ليس عدلاً"، فردت علي "الحياة ليست عادلة يا فتى!"، ثم أغلقت الباب وتركتني خارجاً.

لذلك أقول أن بعض العملاء مجرد "محتالين متسلسلين"، يحملون على ظهورهم أحمالاً من الديون. قد تلمح شيئاً من فظاعتهم أثناء كتابة العقد، ولكنك غالباً ستندفع. إنهم محترفون، قاموا بالاحتيال عشرات المرات، ويعلمون كيف يستغفلونك. كما أنهم فقدوا الإحساس بالذنب منذ وقت طويل.

فإن كنت تعيس الحظ كفايةً لتعمل معهم، فأنا أتمنى لك حظاً سعيداً في المرة القادمة. فحتى المحامون لن يستطيعوا فعل شيء في هذه الحالة، فهؤلاء الأوغاد يعرفون كيف يختفون، وفي أفضل الأحوال يعلنون إفلاسهم.

أحياناً، تكون الحياة غير عادلة. لهذا علينا الآن أن ننتقل إلى كيفية تجنب هؤلاء العملاء منذ البداية، لكي لا نضطر لأن نضع أنفسنا محلهم.

0

تجنب العملاء السيئين (قبل المشروع)

حسناً، أنت مستقل. تعمل وحدك وتكسب وحدك. والجهد الذي تبذله للحصول على العملاء يكاد يعادل الجهد الذي تبذله على المشروع نفسه. ولكن إن كنت تريد أجراً جيداً، عليك أن تكون ذكياً حول مع من تتعامل.

١. اختر عملاءك بعناية

نعم، لقد قرأتها بالشكل الصحيح، قد تقول: "ولكنني بحاجة لدفع الإيجار، لست في موقف يمكنني من اختيار من يعجبني ومن لا يعجبني"، وبالرغم من صحة ما سبق، إلا أنك يجب أن تحرص على اختيار عملاءك بعناية كلما سنحت لك الفرصة. لأن العملاء الجيدين يأخذون وقتاً أقل، ويدفعون عندما يحين الوقت، وليسوا كعملاء الرعب الذي يختلقون المشاكل منذ البداية.

كيف تعلم إن كان العميل جيداً أم لا؟ عليك بالبحث عن التحذيرات التي يبديها أثناء لقاءكما. مثلاً إن كان يكثر الحديث بسوء عن المستقلين الآخرين وتجربته معهم، أو كان ممن يحتاجون أن تمسك بيدهم طول الطريق، عندها فكر ملياً. قم بالبحث عنه في جوجل، اسأل الأصدقاء المشتركين وتأكد من أنك لن تندم على تعاملك معه. فأحياناً قد يكون الشخص صديقاً مقرباً، ولكنه لا يزال عميلاً سيئاً.

إمكانك أيضاً طلب عربون قبل البدء بالعمل، أيّاً كان قدره (١٠٪ - ٥٠٪) من قيمة المشروع تبدو قيمة معقولة، ثم لاحظ ردة فعله. البعض قد يكون أكثر من سعيد بفعل ذلك، أما البعض الآخر فسيبحث عن طرق لكي لا يدفع أصلاً، دعك من العربون! لذا عندما يفر عميلك هارباً عندما تقول "عربون"، فلا تجر وراءه.

٢. نماذج لعملاء سيئين

- **الرجل الحالم:** هذا هو النوع الذي يقول لك: "اسمعني، ليس لدي الكثير لأنفقه، ولكننا سنطلق شركتنا عن قريب وسنجني الكثير من الأموال. لذا تحملنا قليلاً، ودعنا نعتبر هذا المشروع تجربة. نحن نريد بناء علاقة طويلة المدى وسندفع لك بسخاء في المرة القادمة!". هذا العميل قد يكون صادقاً، ولكن العملاء أمثاله نادراً ما ينجحون أو يوفون بوعودهم. لذا إن لم يكن لدى العميل ميزانية لتوظيفك، فلا تعمل معه.
- **العميل البخيل:** بالنسبة لهذا العميل، الأمر لا يتعلق بحالته المالية، إنه بخيل وحسب. يمكنك رصد بخله عن طريق حديثه المتكرر حول ميزانيته، الأماكن التي من الممكن أن تزورها معاً، وأحياناً الإجراءات التي يمكن اتخاذها لتوفير أمواله. هناك فرق بين المسؤولية المالية وبين البخل. هذا العميل يظن أنه يدفع أكثر من اللازم دائماً، أسأله عن تجاربه السابقة مع المستقلين ولاحظ لأي تعليق أو تمذر حول تكاليفهم. إن تعاقدت مع هذا العميل، فأنا أؤكد لك أنه سيجعلك تتصب عرقاً قبل أن ترى قرشاً واحداً.
- **المحامي تحت التدريب:** هذا العميل يميل للجدل والنقاشات، ويؤمن بأنه صائب في كل آراءه. معرفة هذا العميل سهلة للغاية، لدى هذا النوع غطرسة كبيرة، وسيتولى زمام الحديث ليتحدث عن مساوئ المستقلين الآخرين إذا أُتيحت له الفرصة.

- **العميل المتطلب:** في العمل الحر، تظهر أهمية كبيرة لخدمة العملاء، الإجابة على أسئلة العميل تعد شيئاً عادياً. ولكن ماذا عن العميل الذي يسأل نفس السؤال مراراً وتكراراً، يبدو متربداً عند كل قرار ويريد منك أن تمسك يده في كل خطوة. وليس هذا وحسب، بل وقد يقرر ألا يدفع لك لأنك جرحت مشاعره، ربما عن طريق عدم الرد على رسائله البريدية التي لا علاقة لها بمشروعكما. فكر ملياً فهذا العميل سيمتص وقتك، هل يستحق الأمر؟

تجنب العملاء السيئين (بداية المشروع)



"دان" صديقي العزيز مستقل مبدع ومطور ويب، أحب العمل معه لأن له عين المصمم. ومع هذا فإن له جانباً سلبياً واحداً، إنه إيجابي للغاية. ربما تعرف هذا النوع، أولئك الذين يرون الخير في الناس حتى حينما لا يكون موجوداً، ولا يظنون أن أحداً قد يود أذيتهم. من الرائع وجود الأشخاص الإيجابيين في الحياة، فهم يرفعون من معنوياتنا ويحثوننا على التفكير إيجابية. ولكن أن تكون مستقلاً وإيجابياً في نفس الوقت فهذه مشكلة. كغيره من المستقلين، واجه دان مشاكل مع العملاء، وغالباً ما تكون بسبب إيجابيته المفرطة، فهو يريد أن يتخطى الرسميات ويبدأ العمل.

الأعمال الإدارية، التعامل مع العقود والمال ليس شيئاً ممتعاً لأي أحد، وهي شيء لم تطلبه عندما قررت أن تصبح مصمماً. ولكن أتعلم ما هو الشيء الأقل متعةً من ذلك؟ أن تنتهي من مشروع لتجد عميلك مصراً على أن لا يدفع. لذا اكبح جماحك، ولا تبدأ العمل قبل أن تحمي نفسك. ومع مرور الوقت ستعتاد على الأعمال الإدارية خصوصاً عندما يتم دفع أجرك كاملاً وفي الوقت المحدد.

١. قوة العقود الجيدة

كل موقع للمستقلين، المدونات والمحامون سيخبرونك الشيء نفسه. الحصول على عقد ممتاز يضمن لك ربح القضية في المحكمة. بالنسبة لي، هذا مجرد هراء.

أنا لا أنوي أبداً أن أرتاد المحاكم للأسباب التي ذكرتها سلفاً. ولكنني كذلك لا أتجاهل كتابة العقود. لأن العقد الجيد ليس مفيداً للفوز بالقضية، بل مهمته هي ألا تصل إلى مرحلة الذهاب إلى المحكمة أصلاً. قبل أن تبدأ العمل عليك أنك تكتب عقداً، ثم عليك أن تتأكد أن العميل موافق على شروطه وسيوقعه. بتوقيع العقد سيفكر عميلك ملياً في أن يدفع لك، لأنه لا يريد أن يذهب إلى المحكمة هو الآخر.

٢. ما هو العقد الجيد؟

العقد الجيد، دائماً ينص على تقسيم الدفعات على مراحل طول مدة العقد. تحدثنا عن العربون والدفعة الكاملة مقسمة على عدد من المراحل. هذا سيساعد في إبقاء العميل مطلعاً على سير المشروع، وإذا كان هناك إشكال في السعر فسيظهر قبل نهاية المشروع.

العقد يساعد أيضاً في تحديد السعر، وما سيحصل عليه عميلك مقابل المبلغ الذي سيدفعه. فإذا كان المشروع هو تصميم هوية لمطعم مثلاً، ما هو أقصى عدد من التعديلات/المراجعات التي ستمنحها؟ كم من منظور يدفع العميل لقاءه؟ وبأي صيغة ستكون الملفات عند التسليم؟ إن لم يتم توضيح هذه التفاصيل منذ البداية، فمن المستحيل أن يرضى عميلك بالمنتج النهائي.

شيء مهم أيضاً في كتابة العقود هو أن يشتمل عقدك على سياسة الدفع خلال ١٥ يوماً. لماذا ١٥؟ لأنها مدة كافية ليراجع عميلك المنتج النهائي وليتم تحويل المبلغ عن طريق محاسب الشركة. بعض العملاء لن يوافقوا على هذا لأن شركتهم تتبع سياسة الدفع بعد ٣٠ يوماً من تقديم الفاتورة، إن كانت هذه هي الحال فلا بأس بأن تُعدّل العقد ليوافق سياسة الشركة، ولكن لا تنس أن تسألهم أيضاً عن سبب خوفهم من الدفع خلال ١٥ يوماً. فإن كانوا لا يملكون المال الآن، ولا بعد ١٥ يوماً، فما الذي سيضمن أن يملكوه بعد ٣٠ يوماً.

بالطبع عليك الحفاظ على بعض المدخرات لتصرف بها على نفسك حين تأخر الدفع، ولكن أتعلم؟ يجب على عملائك أن يكون لديهم مدخراتهم أيضاً. لا يصح أن تتعشى في مطعم لا تملك تكلفة الأكل فيه، كما لا يصح أن تتعاقد مع مستقل لا تستطيع الدفع له. لدى عملائك زمن كافٍ خلال عملك على المشروع ليجمعوا قيمته ويخططوا للدفع لك، ومنحهم ١٥ يوماً بعد الانتهاء من المشروع ما هو إلا إعطاؤهم المزيد من الوقت الذي لا يحتاجونه.

وبخصوص مشاكل السيولة المالية السابقة الذكر، فاحرص على أن تضيف بنداً في عقدك ينص على وجوب الدفع مباشرة بعد انتهاء مهلة الـ ١٥ يوماً، وأن مدفوعاتك يجب أن تكون مستقلة عن أي مدفوعاتٍ أخرى.

لا زلتَ لست متأكداً من كيفية كتابة العقد؟ هذا هو أفضل عقد مفتوح المصدر ومجاني تماماً صادفني على الشبكة. يمكنك استخدامه وإضافة معلوماتك إلى العقد. أنا استخدم عقوداً أقصر، في حدود صفحتين. وبغض النظر عن العقد الذي ستستخدمه أنصحك بأن تعرضه على محامٍ ليراجعه مرة واحدة على الأقل.

٣. تخفيف رهبة العقود لدى العملاء

ستقابل بالتأكيد عملاء مترددين بشأن توقيع العقد، قد يكون هذا تحذيراً لك بأن العميل قد لا يدفع، ولكن بالنسبة لبعض العملاء، هي مجرد إشارة لأن العميل جديد في عالمنا. لنقل مثلاً أن بائع زهور اتصل بك لتقوم بتصميم موقع له، ثم أخبرك بأنه لا يعرف شيئاً بشأن المواقع والإنترنت، قد يكون خائفاً من توقيع العقد لأنه لا يعلم على ماذا يوافق. في هذه الحالة، مهمتك هي أن تصوغ العقد بلغة يفهمها عميلك وتشعره بأنه محمي بواسطة هذا العقد.

المغزى هنا، هو ألا عذر لعدم استخدام العقود، هناك عقود جاهزة بإمكانك استخدامها، وحتى خدمات تسمح لك بكتابة عقدك الخاص، لذا لا تتجاوز هذه الخطوة.

٤. راقب المال من بعد

كل صباح، وقبل أن أبدأ العمل، أقود دراجتي في رحلة طويلة. عادةً، أحب هذا الروتين ولكنني أحياناً أخسر دافعي للقيادة وأتمنى لو أن بإمكانني بدأ العمل فوراً. ولكن ما إن أرى أنني اقتربت إلى وجهتي، يعود ذلك الدافع، وأسرع بالقيادة لأنني على وشك أن أحقق هدفي، إنني أراه أمامي.

لقد وجدت أن هذا يشابه كثيراً طريقة عملي على المشاريع. عندما أقترّب من النهاية، أستطيع تخيل علامات الدولار في حسابي المصرفي، مما يعطيني الدافع لأُسرع. أتعلم ما هو الدافع الأفضل؟ أن أرى المال ينتظرني!

عادةً ما أعمل كمدير للمشروع -بناء موقع إنترنت-، عندما أحصل على هذا المشروع أقوم بالبحث عن مستقلين، مصممين ومبرمجين وأوكل إليهم بناء الموقع. بالنسبة لهؤلاء المستقلين، أنا هو العميل. ونسبةً لأنني لا أعرفهم وهم كذلك لا يعرفونني، يتولد توتر بأنني لن أدفع لهم، لذلك أستخدم "Escrow".

إنه موقع محايد، يعتبر آمناً كمصرفٍ سويسري، مهمته هو الاحتفاظ بالدفعات لحين إكمال العمل. الأمر بسيط للغاية، عندما تعمل على مرحلة في المشروع، أقوم بإضافة قيمة ذلك المشروع إلى حسابي في الموقع، حينها أنت ترى المال ينتظرك لتأخذه ولكنك لن تستطيع سحبه حتى تنتهي المرحلة التي تعمل عليها. عندما تكمل المرحلة التي تعمل عليها، أقوم أنا بتحرير المبلغ من الموقع، فتصبح أنت قادراً على أن تسحبه.

مثل هذه الوقع مفيد للغاية حينما يكون عملاؤك مشككين وغير واثقين منك. لإنه لن يخاطر بأي شيء. ما لم يوافق عميلك على تحرير المبلغ، فلن تحصل أنت على شيء حتى تكمل المهمة المطلوبة منك.

تجنب العملاء السيئين (خلال المشروع)

V

قد تظهر التحذيرات خلال العمل على المشروع، قد يتذمر عميلك بشأن قلة تواصلكما، بشأن جودة أداء المراحل الفرعية أو أي شيء آخر متعلق بالمشروع. بتجاهلك لهذه التحذيرات فأنت تعد نفسك لخيبة أمل كبيرة.

١. ابق التواصل مفتوحاً

أنا أحب أن أعمل من المنزل، ليس لدي مدير يتحكم في سير عملي، ولي الكلمة الفصل في المشاريع التي أعمل عليها. ولكن إبقاء هذه البيئة متوازنة يعني أن تتواصل مع عملائك مراراً لتؤكد من أنكما متفقان على سير المشروع. في كتابه "الحقيقة الصادقة بشأن الخداع"، يكتب "دان أريلي" عن تجارب كثيرة ليوضح لنا أمراً، وهو أنه من الأسهل خداع الأشخاص الذين لا نعرفهم.

لذا، ولتحمي نفسك، عليك أن تتعرف بعميلك شخصياً، تقابلا وجهاً لوجه كلما كان ذلك ممكناً. قم ببناء علاقة قوية مع عميلك، وأطلعه على القليل من حياتك وفلسفتك في العمل، وعامله كصديق لا كعميل. بهذه الطريقة وعندما يحين وقت الدفع، سيكون تجاهل الفواتير صعباً على عميلك، خصوصاً إن كان يتذكر وجهك الجميل.

ومع ذلك، لا تتعدّ حدودك، وحاول أن تجعل محادثتكما ودودة في إطار العمل. اسأله مثلاً عما يخطط له بشأن المشروع أو عن أحلامه المستقبلية لشركته. دع لسانك يزل بالحديث عن حيوانك الأليف، أو الكلية التي تترادها. وليس من الضروري أن تكونا في نفس المكان، وجهاً لوجه. مكالمات مرئية ستفي بالغرض. باتخاذك لهذه الخطوات فأنت تسمح لعميلك بأن يراك كشخص واقعي، له حياة واهتمامات والتزامات يؤديها، مما يقلل من فرص هرب العميل دون أن يدفع.

واحرص كذلك على إطلاع عميلك بالمستجدات في سير المشروع، مما سيذكرهم بأن هناك شخصاً يعمل على المشروع ويبذل فيه وقتاً وجهداً سيُدفع لقاءه. وإن غيّر العميل رأيه في التعامل معك فسيعلمك مبكراً، هل تذكر سيناريو "ذهب المشروع أدراج الرياح"، بتواصلك مع العميل فإن من المرجح أن يخبرك العميل بالأمر قبل أن تبذل كل ما لديك على مشروعٍ لا حاجة له.

٢. المرحلة الأولى

العمل بنظام المراحل يعطيك فكرةً حول عادات دفع عملائك مبكراً. فإن كان العقد ينص على تقديم عربون قبل قبول المشروع، فإن العميل بذلك يثبت لك أنه ينوي الدفع، ويؤكد لك للمشروع على الوقت المحدد، تُثبت له أنه كان موفقاً في اختيارك وإثباتك على مشروعه.

ولكن بعض العملاء يحاربون العربون بضراوة، إما لأنهم لا يثقون بك، أو لأنهم لا يملكون المال. ويحدث هذا غالباً مع المصممين المبتدئين لأن معرض أعمالهم صغير للغاية ولا دليل على أن بإمكانهم القيام بالعمل. في هذه الحالة، عليك أنت كمستقل أن تكسب ثقة عميلك.

لدي طريقة أقوم باستخدامها مع أمثال هؤلاء العملاء، وهي ملائمة للمصممين أكثر من غيرهم من المستقلين. وهي أن تجعل أول مرحلة في المشروع هي "المفهوم". في هذه المرحلة تقوم بعرض بعض الرسومات على دفترك وتشرح للعميل فكرة التصميم والطريقة التي تنوي بها أداء العمل، بلا ملفات PSD بلا نماذج، أو أي شيء آخر يمكن إرساله عن الطريق الإنترنت، رسومات فقط. هذه الطريقة ستفيد في التعرف على عادات دفع عميلك، كما أنها تعطي العميل نموذج لما سيحصل عليه عند نهاية المشروع، وفي حال لم يعجبه التصميم، عندها تكون وفرت على نفسك الوقت والجهد.

انتهى الأمر؟
انتظر!



تهاني! لقد اكتمل المشروع، يا لجماله، إنك فخور بهذه العمل وتشتعل حماساً ولا يمكنك الانتظار لحظة واحدة لترسل المشروع إلى عميلك، أو تعقد اجتماعاً لتريه المشروع مكتملاً. هكذا نحن، المصممون، نصبح مهووسين قليلاً عند نهاية المشروع ونريد سماع كلمة التقدير فوراً لقاء ما قمنا بعمله.

ولكن، توقف قليلاً. وقبل أن ترسل كل شيء عشوائياً، خذ حذرك، فمهما كان هذا العميل جيداً أو كنت تريد معرفة رأيه بشدة، تذكر أن هذه هي المرحلة الحاسمة. وحتى إن كان تعاقدكما ينص على تقسيم الدفعات على مراحل، فلا تزال هناك احتمال ألا يتم دفع الفاتورة الأخيرة، والتي تكون عادة الأكبر.

١. تقنية الفدية

قد يبدو شيئاً غير منطقياً أن يدفع العميل جميع الدفعات عند وقتها، ثم يرفض أن يقدم الدفعة الأخيرة، ولكن الحقيقة أن هذه هي أكثر السيناريوهات حدوثاً. حالما يحصل العملاء على المنتج النهائي، يفقدون الرغبة في الدفع، ولمَ عليهم أن يدفعوا وقد أصبح المنتج بين أيديهم.

أبسط حل لهذا الوضع هو أن تُعلم عميلك أنك أكملت المشروع، وترسل الملفات حالما يتم دفع الفاتورة الأخيرة. إن كانوا يريدون المنتج، فعليهم أن يدفعوا.

ولكن القول أسهل من الفعل، أغلب العملاء سيرفضون الدفع ما لم يروا المنتج النهائي. فهم يريدون حماية أنفسهم أيضاً، ويريدون أن تسنح لهم الفرصة لطلب بعض التعديلات قبل دفع الفاتورة الأخيرة. ما الحل إذا؟

إن كنت تريد أن يتم دفع الفاتورة الأخيرة قبل تسليم الملفات، فعليك توضيح ذلك في العقد. ولكن إن أصر عملاؤك على رؤية المنتج فعليك أن تختار بين أحد أمرين.

٢. شاهد ولكن لا تلمس

أحد أسهل الحلول في هذه الحالة هو، العلامة المائية. قم باختيار أجمل الصور والبطاقات التي صممتها، ثم أضف إليها علامة مائية من صنعك. دع عميلك يعلم أن بإمكانه رؤية المنتج، ولكنه لا يملكه بعد. ثم أطلب من العميل دفع الفاتورة الأخيرة، وأرسل التصميم بدون العلامة حالما يتم الدفع. هنا طريقة عمل هذه العلامات المائية على فوتوشوب.

٣. نقطة الضغط

تذكر أن العملاء دائما ما يتملصون من المواعيد النهائية، وغالباً ما يصرون على تلبية حاجاتهم العاجلة على حسابنا، نحن المستقلون. لنقل مثلاً أنك أوشكت على الانتهاء من المشروع، ثم فجأة يتصل بك العميل ويطلب منك أن تنهي العمل مبكراً لأنه يحتاج أن يعرضه على رئيسه. حتى الآن كانت الأمور تسري على ما يرام، وأنت لا تريد تخريب علاقتك مع العميل، ولكنه -أي العميل- يطلب منك المنتج النهائي قبل دفع الفاتورة الأخيرة.

في هذه السيناريوهات، يكون لدى عميلك ألف عذر وعذر لتأخير الدفعة الأخيرة، سيحاول إقناعك بأن الشيك مُرسل عبر البريد في طريقه إليك، أو أنه سيدفع لك حالما ينتهي اجتماعه مع رئيسه، قد يقول أيضاً: "أرسل لي الملفات، لقد ذهب محاسبي في إجازة، أعدك بأن يتولى أمر فاتورتك حالما يعود".

والآن، أنت كمن هو عالق بين المطرقة والسندان. لقد بنيت علاقة جيدة حتى الآن ولا تريد إفسادها. أتعلم ماذا؟ لتذهب تلك العلاقة إلى الجحيم! عليك أن تعمل بحرفية، ولكن إن كان عميلك يريد المنتج مبكراً، عليه أن يدفع مبكراً.

العميل الجيد سيتفهمك عندما ترفض إرسال المنتج قبل دفع الفاتورة الأخيرة، وعذر المحاسب، فهذا هراء. أي عميل يعلم كيف يكتب الشيكات. أما بالنسبة للشيك الذي أرسله عبر البريد، فمن الأفضل لعميلك أن يلغي الشيك، ويرسل المبلغ الأخير في شكل حوالة بنكية.

حافظ على اعتبارك، إن كان العميل بحاجة ماسة للمنتج فأنا أؤكد لك بأنه سيجد طريقة ما ليدفع لك.

٩

اعرف متى تتخطى الأمر

هل تذكر درس "الحياة ليست عادلة"، الذي علمتني إياه معلمتي؟ حسناً، أظن أنه لا يزال واقعاً. أحياناً، نبذل كل ما بوسعنا، ومع ذلك يرفض العميل الحقيق أن يدفع. ربما هددته، أرسلت جامع ديون وراءه، بل وحتى قاضيته، لكن البغيض اختفى ببساطة، أو أعلن إفلاسه. لا تدع الأمر يفسد حياتك، لقد لعبت اللعبة، وخسرت، ليس بيدك حيلة. الأفضل أن تنسى هذه الحادثة وتصب تركيزك على مشروع جديد.

جميعنا لدينا مجازفاتنا في هذه الحياة، لو كنت موظفاً في مكتب، لكان بالإمكان أن تطرد في أي يوم، أليس كذلك؟ كمستقلين، مجازفتنا هي أنه قد لا يُدفع لنا لقاء عملنا. المهم هو أن تتخطى الأمر وتحافظ على تركيزك، عدا عن ذلك، قد تفقد ذلك الشخص المبدع داخلك.

قم بالتأمل، أو اجرِ عدة أميال لتنفس عن غضبك. تناول البيتزا مع أصدقاء، أو قم بالنحيب على ما ضيعته. مهما يكن الأمر الذي يساعدك على نسيان التجربة. وتأكد من أن تتعلم الدرس جيداً. هل كان بإمكانك فعل شيء ما بطريقة أفضل؟ هل كان السبب هو قلة التواصل، أم أن العميل مجرد شرير.

ابحث عن الجانب المشرق، على الأقل قد يكون هذا البغيض علمك كيف ترصد البغضاء أمثاله، لذا تخطى الأمر وتعلم درسك، وقريباً ستحصل على مشروع يرد إليك عافيتك.

الخاتمة



يبدو أنك وصلت إلى النهاية، كلّي أمل أن تكون حصلت على مالك - أو تعلمت كيف تحمي نفسك على الأقل، لننظر الآن إلى ملخص ما سبق:

١. اختر عملاءك بعناية، ولا تخالف حدسك.

٢. أكتب عقداً من حديد.

٣. جد طرقاً ليدفع لك العميل قبل الانتهاء من المشروع.

٤. اعلم كيف تضغط على عملاءك ليدفعوا لك ما تستحقه عندما يريدون تخطي المواعيد.

هذا كثير، أعلم. المغزى من هذا الكتاب هو تطبيق تغييرات صغيرة لإحداث فرق كبير. وكلما تابرت على إتباع النصائح المعطاة، تكاد تصبح طبيعة بالنسبة لك. وسيبدو المجهود الإضافي الذي تبذله عند بداية كل مشروع ضئيلاً عندما تعلم أنك لم تتعامل مع عميل يرفض الدفع منذ وقت طويل، طويل جداً.

في الحقيقة، هناك عملاء بغيضون في هذا العالم، يريدون أن يستغلوا الرجل الأضعف. وكونك تعمل مستقلاً يجعلك في خطر أن تكون ذلك الرجل الأضعف. ولكنك تمتلك القوة لتقاتلهم.

أيضاً، دعني أذكرك أن ليس كل العملاء سيؤون. بل الغالبية العظمى منهم عملاء من الأحلام. أناس يقدرّون نظرتك الإبداعية، ومتحمسون جداً لرؤية عملك. هناك العديد من العملاء الذين لن يدفعوا لك على الموعد فحسب، بل قد يعطوك علاوة على إتقان عملك. هؤلاء هم العملاء الذي سيحبّبوك في عملك آلاف المرات، وسيعوّضوك بالتأكيد على الأوغاد الذين يتسللون بين الصدوع.

لذا خذ نفساً عميقاً، وابدأ بإحداث بعض التغييرات في حياتك، لديك معركة طويلة مع الأوغاد وأنت الآن مدجج بالسلاح.

لن يحصل هذا مجدداً أبداً! إنه وعد عظيم لتقطعه لنفسك.

وعندما تكمل مشروعاً، قم بأخذ بعض من المال الذي بذلت جهدك لأجله، وكافئ نفسك بساعة مرح مع الأصدقاء. الحياة جميلة يا صديقي. الاستقلالية، تحديد ساعات عملك بنفسك، وكسب كل دولار بنفسك جميعها أشياء تستحق الاحتفال بها. هنيئاً لك!