

Маркетинг для фрилансеров без бюджета и сложностей



<https://navika.pro/frilans/courses/marketing-dlya-frilanserov-bez-byudzheta-i-slozhnostej>

Оглавление

1. Профессиональное позиционирование.....	3
2. Эмоциональное позиционирование	5
3. Позиционирование в Сети	6
4. Поиск клиентов	8
5. Социальные сети	9
6. Шаблон личного сообщения в социальных сетях	11
7. Использование местных событий и мероприятий для продвижения	12
8. Шаблон для электронных писем	13
9. LinkedIn для поиска клиентов	14
10. Как работать с биржей фриланса	16

1. Профессиональное позиционирование

1.1. Найдите нишу , в которой вам удобно работать длительное время и в которой вы можете разбираться , развиваться , учиться . Запишите те варианты , которые вам нравятся .

Ниши	Ваши умения и перспективы в этой нише
	1. 2. 3. 4. 5. 6.
	1. 2. 3. 4. 5. 6.
	1. 2. 3. 4. 5. 6.
	1. 2. 3.

	4. 5. 6.
	1. 2. 3. 4. 5. 6.

1.2. Опишите, на чем вы специализируетесь , соберите портфолио из подходящих работ и отзывы своих клиентов . Расскажите подробно о том , почему за теми услугами , на которые вы «заточены », нужно обращаться к узкопрофильному эксперту .

Специализация	Портфолио (ссылки)	Отзывы (ссылки)	Выгоды

2. Эмоциональное позиционирование

2.1. Запишите свои эмоциональные преимущества и выгоды для клиентов .

Например: вы легко находите контакт со сложными , въедливыми клиентами .

Преимущество	Выгода для клиента

3. Позиционирование в Сети

- 3.1. ОФОРМИТЕ СВОИ АККАУНТЫ В ЕДИНОМ СТИЛЕ . ОПУБЛИКУЙТЕ СВОИ РЕГАЛИИ , ОТЗЫВЫ БЛАГОДАРНЫХ КЛИЕНТОВ , ПРИ ВОЗМОЖНОСТИ — КЕЙСЫ И МАТЕРИАЛЫ , ДЕМОНСТРИРУЮЩИЕ , КАК ВАША РАБОТА ПОЛОЖИТЕЛЬНО ПОВЛИЯЛА НА РОСТ ДОХОДОВ КЛИЕНТА .**
- 3.2. ЗАВЕДИТЕ БЛОГ С ПОЛЕЗНЫМИ СТАТЬЯМИ ДЛЯ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ .**
- 3.3. СОСТАВЬТЕ КОНТЕНТ -ПЛАН ПУБЛИКАЦИЙ , ДЕМОНСТРИРУЮЩИХ ВАШИ ВЫГОДЫ ДЛЯ КЛИЕНТОВ .**

Тема	Канал продвижения	Аудитория	Проблема

- 3.4. СДЕЛАЙТЕ ПУБЛИКАЦИИ В СМИ, ГДЕ О ВАС И ВАШЕЙ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ МОГУТ УЗНАТЬ ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ КЛИЕНТЫ . ПУБЛИКУЙТЕ ТЕМАТИЧЕСКИЕ СТАТЬИ , РАСКРЫВАЮЩИЕ ОСОБЕННОСТИ ВАШЕЙ РАБОТЫ И ВЫГОДЫ СОТРУДНИЧЕСТВА ИМЕННО С ВАМИ .**

СМИ	Тема материала

3.5. Создайте колаборации с другими специалистами .

3.6. Поинтересуйтесь у клиентов , по каким причинам они выбрали сотрудничество именно с вами . Укажите эти причины в своем профиле .

Причина сотрудничества	Выгода клиента

4. Поиск клиентов

4.1. СОСТАВЬТЕ ДЛЯ СЕБЯ СПИСОК МЕСТ , В КОТОРЫХ ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ КЛИЕНТЫ МОГУТ ИСКАТЬ ВАШИ УСЛУГИ , КОГДА СПРОС «СОЗРЕЛ ». КАКИМИ ИНСТРУМЕНТАМИ ПОИСКА ОНИ ПОЛЬЗУЮТСЯ ?

Канал коммуникации	Целевая аудитория канала

4.2. ОРГАНИЗУЙТЕ EMAIL -РАССЫЛКУ , В КОТОРОЙ БУДЕТЕ ПУБЛИКОВАТЬ НЕБОЛЬШИЕ ПОЛЕЗНЫЕ МАТЕРИАЛЫ , ИСТОРИИ , ЧЕК-ЛИСТЫ , ССЫЛКИ НА СВОЙ БЛОГ ИЛИ СТАТЬИ , ВЫШЕДШИЕ В СМИ , А ЗАОДНО НАПОМИНАТЬ О СЕБЕ И О СВОИХ УСЛУГАХ .

Письма рассылки	Темы писем

5. Социальные сети

- 5.1. Найдите тематические сообщества в социальных сетях и подпишитесь на них .**
- 5.2. Добавьтесь минимум в 10 тематических сообществ «Фейсбука» и «ВКонтакте».**
- 5.3. Ежедневно взаимодействуйте с людьми , которые задают вопросы .**
- 5.4. Запланируйте определенное время для участия в группах , пусть это будет 30 минут в день в вашем расписании ежедневных задач .**
- 5.5. Обратите внимание , разрешена ли в группе самореклама .**
- 5.6. Под постами , где задают конкретные вопросы , пишите развернутые комментарии .**
- 5.7. Создайте шаблон для отслеживания времени , которое вы проводите в различных группах , и групп , в которых вы публикуете комментарии или посты .**
- 5.8. В первую колонку внесите названия групп , в которых вы активно продвигаетесь .**
- 5.9. Во второй колонке — ссылки на них , чтобы можно было быстро перейти по нужному адресу .**
- 5.10. В третьей колонке — промодни , когда можно публиковать саморекламу .**
- 5.11. В четвертой колонке отслеживайте свое ежедневное взаимодействие в формате «вопрос-ответ».**
- 5.12. В пятой колонке делайте пометки , приходили ли заказы от участников этих групп .**
- 5.13. Добавляйте в эту таблицу имена и адреса профилей людей , с которыми вы взаимодействуете , пишите для себя комментарии : отправлено коммерческое предложение или договорились созвониться через неделю .**

6. Шаблон личного сообщения в социальных сетях

6.1. ШАБЛОН ДЛЯ ЛИЧНЫХ СООБЩЕНИЙ СОСТОИТ ИЗ ТРЕХ ЧАСТЕЙ. ПЕРВАЯ ЧАСТЬ — СТАНДАРТНОЕ БАЗОВОЕ ВВЕДЕНИЕ , ВО ВТОРОЙ ЧАСТИ ВЫ ДЕМОНСТРИРУЕТЕ ЗНАНИЕ СВОЕГО ДЕЛА, А В ТРЕТЬЕЙ ЧАСТИ УЖЕ ПРЕДЛАГАЕТЕ СОГЛАСОВАТЬ ВРЕМЯ ЗВОНКА ИЛИ ВСТРЕЧИ , ЧТОБЫ ЗАКЛЮЧИТЬ СДЕЛКУ .

Например:

«Здравствуйте, Анжелика. Вы спрашивали, как сделать дизайн посадочной страницы. Я давно занимаюсь этой работой и помогаю небольшим компаниям и частным экспертам. Я внимательно изучил ваш прототип, и вот некоторые вещи, с которыми я могу вам помочь.

- 1. Добавьте на главный экран кратко сформулированное предложение, чтобы его было видно сразу.*
- 2. В третьем блоке перечислите выгоды вашего предложения для клиента.*
- 3. Рекомендую вам добавить небольшой блок FAQ для закрытия базовых возражений клиентов».*

6.2. РАССКАЖИТЕ ПОТЕНЦИАЛЬНОМУ КЛИЕНТУ , ЧТО ИМЕННО ВЫ МОЖЕТЕ ИСПРАВИТЬ , ЧТОБЫ ЕГО БИЗНЕС ПОДНЯЛСЯ НА НОВЫЙ УРОВЕНЬ , СДЕЛАЙТЕ АКЦЕНТ ИМЕННО НА ВЫГОДАХ САМОГО КЛИЕНТА .

6.3. В КОНЦЕ СООБЩЕНИЯ ВЫ МОЖЕТЕ ПРЕДЛОЖИТЬ СВОЮ ПОМОЩЬ И ДОГОВОРИТЬСЯ О ВРЕМЕНИ ДЛЯ ДЕЛОВОГО ЗВОНКА ИЛИ ВСТРЕЧИ : «ДАЙТЕ МНЕ ЗНАТЬ , ЕСЛИ ВЫ БУДЕТЕ ГОТОВЫ СОЗВОНИТЬСЯ НА СЛЕДУЮЩЕЙ НЕДЕЛЕ . У МЕНЯ ЕСТЬ ДОСТУПНОЕ СВОБОДНОЕ ВРЕМЯ В ПОНЕДЕЛЬНИК , СРЕДУ И ПЯТНИЦУ В 08:00 И В 11:00». ДАЙТЕ ТОЧНОЕ СВОБОДНОЕ ВРЕМЯ , ЧТОБЫ ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ КЛИЕНТ МОГ СДЕЛАТЬ ВЫБОР И СВЯЗАТЬСЯ С ВАМИ .

7. Использование местных событий и мероприятий для продвижения

7.1. Найдите 4–5 целевых мероприятий в своей нише .

7.2. Вы можете пользоваться для этой цели любым агрегатором мероприятий , например <http://all-events.ru/>, <https://atawaka.com/msk/career-business> или любым другим каталогом конференций , выставок и встреч .

Мероприятие	Дата	Место проведения

7.3. Подготовьтесь к таким встречам : закажите комплект визиток и распечатайте свое коммерческое предложение , которое вы сможете вручать потенциальным клиентам .

7.4. Собирайте визитки руководителей и ответственных лиц , а затем отправляйте электронные письма всем , с кем вы встречались . Шаблон такого письма будет представлен ниже .

7.5. УСТАНОВИТЕ СЕБЕ ЦЕЛЬ : ЗАВОДИТЬ НЕ МЕНЕЕ ПЯТИ НОВЫХ ЗНАКОМСТВ НА КАЖДОМ МЕРОПРИЯТИИ .

7.6. УСТАНОВИТЕ ЦЕЛИ ДО ТОГО , КАК ПОЙДЕТЕ НА МЕРОПРИЯТИЕ : СО СКОЛЬКИМИ ЛЮДЬМИ ВЫ ХОТИТЕ ЗАВЯЗАТЬ ЗНАКОМСТВА , СКОЛЬКИМИ ВИЗИТКАМИ ВЫ БЫ ХОТЕЛИ ОБМЕНЯТЬСЯ . ЗАПЛАНИРУЙТЕ ЭТИ ВЕЩИ ЗАРАНЕЕ .

8. Шаблон для электронных писем

«Добрый день, Владимир Иванович. Было приятно познакомиться с Вами на вчерашнем мероприятии “Деловые завтраки”. Мне было очень интересно узнать о Вашем мебельном магазине.

Вот ссылка на мой сайт, портфолио, профиль LinkedIn.

Хотелось бы пообщаться с Вами больше и посмотреть, смогу ли я помочь Вам с... (вставить необходимое)».

9. LinkedIn для поиска клиентов

9.1. Заполните свой профиль . Напишите о своих регалиях , образовании , профессиональных возможностях и специфике работы .

9.2. Сделайте фото в жанре делового портрета . Выглядеть на нем нужно профессионально и привлекательно одновременно .

9.3. Используйте красивую обложку профиля (размер 1400×425).

9.4. Заполните профиль на 100%.

9.5. Создайте краткое резюме на 300–400 слов в профиле LinkedIn.

9.6. Свяжитесь со своей целевой аудиторией — владельцами бизнеса , которых вы бы хотели привлечь в качестве клиентов для своих услуг .

9.7. Регулярно делитесь обновлениями , примерно 2–3 раза в неделю .

9.8. Просите написать вам рекомендации . Когда люди ищут фрилансеров на LinkedIn , очень часто , прежде чем принять решение , они обращают внимание на рекомендации от предыдущих заказчиков или от коллег .

9.10. Находите своих потенциальных клиентов и налаживайте с ними связь напрямую .

9.11. Используйте группы в LinkedIn , чтобы создать себе авторитет , обратить на себя внимание и усилить фактор доверия .

9.12. Создайте контакт со всеми людьми , которых вы реально знаете . Пригласите людей из списка адресатов рассылки электронной почты стать вашими друзьями в LinkedIn . В Gmail можно привязать контакты электронной почты и отправить им приглашение в LinkedIn автоматически .

9.13. Добавляйте людей , с которыми познакомились на мероприятиях .

9.14. ДЕЛИТЕСЬ ОБНОВЛЕНИЯМИ В СВОЕМ ПРОФИЛЕ И В ГРУППАХ . ЭТО МОЖЕТ БЫТЬ КОНТЕНТ ВАШЕГО БЛОГА , ОТРАСЛЕВЫЕ НОВОСТИ В НИШЕ , В КОТОРОЙ ВЫ РАБОТАЕТЕ , ВИЗУАЛЬНЫЕ СОВЕТЫ И СТАТИСТИКА : НАПРИМЕР , С ВАШИМИ ЦИТАТАМИ ИЛИ ГРАФИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ , ОТНОСЯЩЕЙСЯ К ВАШЕЙ НИШЕ . ВЫ МОЖЕТЕ ПРИСОЕДИНИТЬСЯ К 50 ГРУППАМ . ОТСЛЕЖИВАЙТЕ АКТИВНОСТЬ АУДИТОРИИ ВО ВСЕХ СООБЩЕСТВАХ , ЧТОБЫ ПОНЯТЬ , КАКИЕ ИЗ НИХ МАКСИМАЛЬНО ЭФФЕКТИВНЫ ДЛЯ ВАС , А КАКИЕ НЕ ДАЮТ РЕЗУЛЬТАТА , НЕСМОТРЯ НА ПОТРАЧЕННЫЕ УСИЛИЯ , ЧТОБЫ ОПТИМИЗИРОВАТЬ СВОЕ ВРЕМЯ РАБОТЫ С ПЛАТФОРМОЙ .

10. Как работать с биржей фриланса

10.1. Чтобы начать работать на бирже , составьте список из 4–5 видов работ , которые вы можете предложить покупателям .

Вид работ	Особенности выполнения

10.2. Изучите профили топовых фрилансеров из своей ниши и их объявления : посмотрите , какие у них заголовки , какое описание , какие изображения они используют .

Топовый фрилансер	Заголовок	Описание	Изображение

10.3. Создайте собственные объявления , моделируя их по образу объявлений топовых продавцов из вашей ниши .

10.4. ПОПРОСИТЕ РОДСТВЕННИКОВ , ДРУЗЕЙ И ДРУГИХ ЛЮДЕЙ , КОТОРЫХ ВЫ ЗНАЕТЕ , ЗАКАЗАТЬ САМЫЕ ДОСТУПНЫЕ ПО ЦЕНЕ УСЛУГИ ПО ВАШИМ ОБЪЯВЛЕНИЯМ , А ЗАТЕМ НАПИСАТЬ ВАМ ОТЗЫВЫ.

10.5. Начните с небольших по объему и по стоимости предложений , которые можно быстро и легко выполнить . Например : « Я разработаю дизайн логотипа за 5 долларов », или « Я напишу 100 слов за 5 долларов », или « Я разработаю изображение для обложки в Facebook за 5 долларов ».