

Autopromocja i szukanie klientów

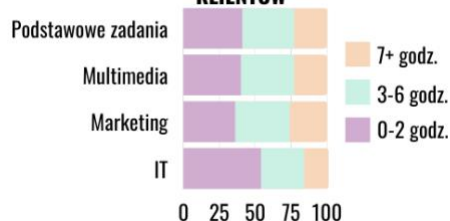
Opis



Samopromocja i znalezienie klientów to dość oczywiste potrzeby. Chodzi o posiadanie dobrej obecności cyfrowej i marketingu siebie, aby uzyskać i utrzymać dobrą pulę klientów. Będziesz musiał ciągle szukać nowych klientów, ponieważ nie wiesz, co może się stać z twoimi stałymi klientami. Będziesz musiał znaleźć niszę lub specjalizację, aby wyróżnić się od konkurencji, zwłaszcza jeśli wykonujesz zadania administracyjne. Nie oznacza to wysoce specjalistycznych umiejętności, na przykład rezerwacja terminów dla dentystów lub badania treści internetowych dla autorów mogą być niektórymi niszami. Będziesz potrzebował strony internetowej, mediów społecznościowych i profili stron internetowych freelancerów. Będziesz także musiał najpierw dotrzeć do przyjaciół i poprzednich pracodawców, aby zbudować bazę klientów i dobre recenzje.

Dane rynkowe

PODZIAŁ FREELANCERÓW WG CZASU POŚWIĘCONEGO NA POSZUKIWANIE NOWYCH KLIENTÓW



REKRUTACJA W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Większość firm wykorzystuje media społecznościowe do rekrutacji

Media społecznościowe gdzie ludzie spędzają czas

Ludzie korzystają z mediów społecznościowych, aby znaleźć odpowiednie treści

Media społecznościowe to świetna okazja, by wykorzystać siłę słownej rekomendacji.

POZIOM WYDATKÓW NA PROMOCJĘ



STATYSTYKI REKRUTACYJNE

55 aplikacji o pracę w każdej sekundzie.
50 milionów firm na liście.
2 miliony małych firm korzysta.
20 milionów otwartych ofert pracy

71% decydentów ws zatrudnienia twierdzi, że przeglądanie profili w mediach społ. jest dobrym sposobem sprawdzenie kandydatów..

84% firm wykorzystuje obecnie media społecznościowe do rekrutacji.



Zestaw narzędzi do autopromocji

Twój zestaw narzędzi do autopromocji

Twoja strona internetowa jest rdzeniem. Wszystko inne jest powiązane i generuje ruch do niej.

Strony internetowe dla freelancerów

Upwork, Fiverr, Freelancer, PeoplePerHour, Malt, etc.



Blog

Zaprezentuj swoje umiejętności pisząc o tym jak pomogłeś klientom oraz rozdając darmowe treści.

Nie jest to obowiązkowe



Networking

Powiadom i wyjaśnij swoją nową karierę poprzednim pracodawcom i przyjaciołom poprzez emailing



Konta w mediach społecznościowych

Ukierunkowanie na niszę biznesową
Wygeneruj ruch



Bezpośrednie poszukiwanie

Szukaj ludzi i organizacji, które dotąd nie wiedziały o istnieniu twojej pracy!



Kampania reklamowa w mediach społecznościowych

Wymaga planowania budżetu i celów



Inwestycja lub koszt wejścia na rynek

- Web hosting (€) (od 6€ /miesiąc)
- Zdjęcia stockowe, licencje (€) (około 30€/rok)
- Kilka godzin poświęconego czasu (€)
- Kampanie reklamowe na portalach społecznościowych (€) około 60 do 200 euro



Wpływ na środowisko

Wpływ na środowisko będzie pochodził z:

- Przechowywania danych w chmurze (🌿🌿🌿)
- Zużycia energii przez komputer. Przykład: 8 godzin pracy na iMacu generuje 160 g co2 (🌿🌿🌿)

Sposoby na jego ograniczenie to m.in:

- Spróbuj zoptymalizować przechowywane pliki. Usuń te, które nie są już potrzebne.
- Zmień dostawcę energii elektrycznej na bardziej ekologicznego.
- Korzystaj z dostawców, którzy oferują "czyste" przechowywanie danych.
- Wyłączaj urządzenia, gdy nie pracują, aby zapobiec "ghost electricity".



Dobre praktyki

- Stwórz osoby potencjalnych klientów i zastanów się, jakie mogą mieć problemy, a następnie aktualizuj profil, korzystając z rzeczywistych informacji zwrotnych od swoich klientów. Odpowiadaj na pytania i dostarczaj rozwiązań na forach i grupach LinkedIn, aby pokazać, że możesz im pomóc.
- Strategia komunikacji osobistej: nie musisz być na wszystkich mediach społecznościowych, tylko na tych, z których twój target/nisza korzysta

najczęściej. Dobrze jest jednak założyć konta na pozostałych, aby zaoszczędzić miejsce na później. Na swojej stronie i profilach używaj prawdziwego nazwiska. Posiadanie aktywnych kont w mediach społecznościowych jest również wizytówką twoich umiejętności zarządzania i copywritingu.

- Poproś o referencje od poprzednich klientów.
- Sprawdź inicjatywę #IamRemarkable



Wyzwania

- Autopromocja, gdy nie jesteś pewny siebie
- Autopromocja, gdy jesteś zbyt pewny siebie
- Znalezienie pierwszych klientów
- Bądź świadomy, że kobiety mają mniejszą skłonność do autopromocji niż mężczyźni



Porady/rozwiązania ogólne

Istnieją różne sposoby, aby sprostać tym wyzwaniom:

- Naszkicuj dokładny obraz swojej grupy docelowej lub klientów i skup się na tym.

- Ćwiczenie słuchania, opowiadania, empatii
- Zwiększ swoją widoczność w sieci: pokaż pisemne lub wideo referencje na swojej stronie internetowej, a także zaprezentuj swoje umiejętności, pisząc o tym, jak rozwiązałeś problemy swoich klientów, na przykład na blogu.
- Poproś znajomych, aby napisali dla ciebie wprowadzenia na LinkedIn. Odpowiadaj na pytania na grupach LinkedIn, a ludzie docenią i będą sprawdzać twój profil.
- Obecność na Twitterze pozwoli ci być widocznym na stronach właścicieli firm.
- Media społecznościowe oferują płatne kampanie reklamowe, które mogą być bardzo przydatne. Będziesz musiał to zbadać i poświęcić trochę czasu na określenie swoich wydatków i grup docelowych.



Dla kogo jest to narzędzie/działanie?

- To jest dla każdego! Każdy wirtualny asystent potrzebuje klientów. Jeśli czujesz się nieswojo z autopromocją, zacznij od małych dziennych lub tygodniowych celów i oceniaj swoje wyniki co miesiąc.



- Dodatkowo obecność cyfrowa jest świetną wizytówką dla wszystkich. Nie trzeba być webmasterem, wystarczy mieć prostą stronę internetową i być aktywnym na mediach społecznościowych.

Wnioski

- Strona internetowa i profile internetowe w mediach społecznościowych to twoje podstawowe narzędzia.
- Aktywność na wyspecjalizowanych platformach internetowych lub udział w wydarzeniach networkingowych to świetny sposób na poznanie potencjalnych klientów i wymianę z kolegami.
- Zbuduj profil, który się wyróżnia i staraj się trafić do konkretnej grupy odbiorców.
- Inwestycja jest niska: hosting strony internetowej i płatne kampanie reklamowe
- Większość emisji CO2 będzie pochodzić ze zużycia energii elektrycznej i przechowywania danych.
- Promuj swoje kompetencje, ale pozostań skromny: upewnij się, że potrafisz zrobić to, co oferujesz.



- Bądź świadomy tendencji kobiet do mniejszej autopromocji.
- Znalezienie pierwszych klientów będzie najtrudniejsze.
- Gdy będziesz miał pierwsze świadectwa i referencje, sprawy nabiorą tempa.
- To jest wymagane niezależnie od tego, co robisz!
- Tworzenie bloga lub aktywność w sieci to świetne ćwiczenie copywritingu i umiejętności, które można później zaproponować potencjalnym klientom.

Referencje:

- Altcraft. (2021, July 6). Self-Marketing: How to Promote Yourself on Social Media. altcraft.com Pozyskano z <https://altcraft.com/blog/self-marketing-how-to-promote-yourself-on-social-media>
- Glockify. (n.a.). How Freelancers Spend Time. clockify.me Pozyskano z <https://clockify.me/how-freelancers-spend-time>
- Guest Blogger. (2019, May 2). [INFOGRAPHIC] The Global Data Shaping Modern Recruitment Trends. yoh.com Pozyskano z <https://www.yoh.com/blog/global-statistics-shaping-recruitment-trends-infographic>
- Guest Blogger. (2019, May 2). [INFOGRAPHIC] The Global Data Shaping Modern Recruitment Trends. yoh.com Pozyskano z <https://www.yoh.com/blog/global-statistics-shaping-recruitment-trends-infographic>



- Ku, D. (2021, November 26). Social Recruiting: Everything You Need To Know for 2022. usestrust.io Pozyskano z <https://www.postbeyond.com/blog/social-recruiting/>
- Munro, J. (2015). 25 ways to market your Virtual Assistant business. thevahandbook.com Pozyskano z <https://www.thevahandbook.com/ways-to-market-your-virtual-assistant-business>
- Munro, J. (2015). The four best ways to find your first client. thevahandbook.com Pozyskano z <https://www.thevahandbook.com/find-first-client/>
- n.a. (2019, December 19). Why Don't Women Self-Promote As Much As Men?. Harvard business review Pozyskano z <https://hbr.org/2019/12/why-dont-women-self-promote-as-much-as-men>
- Pupaza, S. (2018, Mai 27). Why Don't Women Self-Promote As Much As Men?. LinkedIn Pozyskano z <https://www.linkedin.com/pulse/top-10-soft-skills-self-promoting-sonia-pupaza>
- Watson, S. (n.a.). Developing Your Online Presence as a VA. vanetworking.com Retrieved from <https://www.vanetworking.com/developing-your-online-presence-as-a-va/>
- Živković , M. (2020, December 1). How to Market Yourself as a Virtual Assistant: Best Tips and Strategies. usestrust.io Pozyskano z <https://usestrust.io/how-to-market-yourself-as-a-virtual-assistant/>

* Sfinansowane ze środków UE (kod projektu: 2021-1-FR01-KA220-VET-000033162). Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Unia Europejska ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.

Ta publikacja jest udostępniona na licencji Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).

