

# Autopromotion et recherche de clients

## Description



L'autopromotion et la recherche de clients sont assez faciles à mettre en place. Il s'agit d'avoir une bonne présence numérique et de faire du marketing pour obtenir et maintenir un bon bassin de clients. Vous devrez continuer à chercher de nouveaux clients car vous ne savez pas ce qui peut arriver à vos clients réguliers. Trouvez une niche ou une spécialisation pour vous démarquer de la concurrence, surtout si vous faites des tâches administratives. Il ne s'agit pas de compétences hautement spécialisées, par exemple, la prise de rendez-vous pour les dentistes, ou la recherche de contenu web pour les auteurs peuvent être des niches. Vous aurez besoin d'un site web, de réseaux sociaux et de profils de sites web de freelance. Vous devrez également commencer par contacter vos amis et vos anciens employeurs pour vous constituer une clientèle et obtenir de bonnes critiques



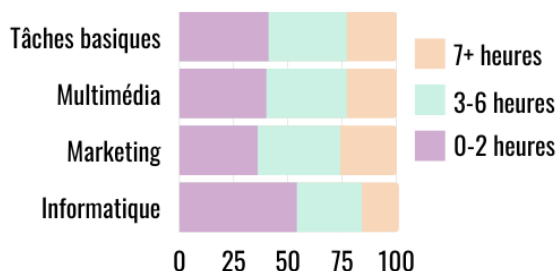
## Investissement ou coût d'entrée

- Hébergement web (€) (à partir de 6€ /mois)
- Stock de photos, licences (€) (environ 30€/an)
- Quelques heures de votre temps (€)
- Campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux (€) environ 60 à 200 euros



## Données de marché

### RÉPARTITION DES FREELANCES EN FONCTION DU TEMPS CONSACRÉ À LA RECHERCHE DE NOUVEAUX CLIENTS



### RECRUTEMENT POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



La majorité des entreprises utilisent les réseaux sociaux pour le recrutement

Les réseaux sociaux sont l'endroit où les gens passent du temps



Les gens utilisent les réseaux sociaux pour trouver du contenu pertinent

Les réseaux sociaux sont une excellente occasion d'exploiter le pouvoir du bouche-à-oreille.



### NIVEAUX DE DÉPENSES EN MATIÈRE DE PROMOTION



0 - 50 €

Réseaux sociaux  
Hébergement web  
Campagnes publicitaires en ligne payantes



50 - 150 €

Publicité payante :  
- annuaires professionnels  
- journaux locaux  
- magazines de collecte de fonds des organisations locales  
- distribution de prospectus à petite échelle

### STATISTIQUES DE RECRUTEMENT SOCIAL



55 demandes d'emploi par seconde.

50 millions d'entreprises répertoriées.

2 millions de petites entreprises l'utilisent pour embaucher

20 millions d'offres d'emploi ouvertes

71 % des décideurs en matière d'embauche affirment que l'examen des profils de médias sociaux est un moyen efficace de filtrer les candidats.

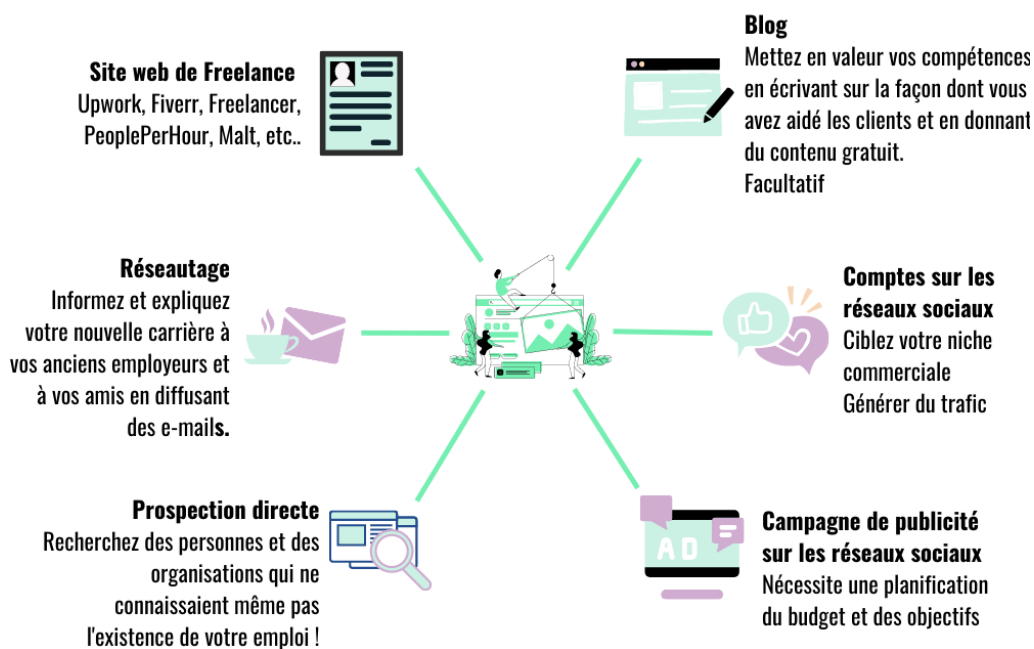


84 % des entreprises utilisent actuellement les médias sociaux pour le recrutement.

## Boîte à outils pour l'auto-promotion

### Votre boîte à outils d'autopromotion

Votre site web est le noyau central. Tout le reste est lié et génère du trafic vers lui.





## Impact environnemental

L'impact environnemental proviendra de :

- Du stockage des données dans le cloud (🌿🌿🌿)
- De la consommation d'énergie de votre ordinateur. Exemple : 8 heures de travail sur un iMac génèrent 160 g de co2 (🌿🌿🌿)

Voici quelques moyens de la réduire :

- Essayez d'optimiser les fichiers stockés. Supprimez ceux qui ne sont plus nécessaires.
- Passez à des fournisseurs d'électricité plus écologiques.
- Utiliser des fournisseurs qui proposent un stockage plus « propre »
- Éteignez les appareils lorsqu'ils ne fonctionnent pas pour éviter l'« électricité fantôme ».



## Bonnes pratiques

- Créez le personnage d'un client potentiel et réfléchissez aux problèmes qu'il pourrait rencontrer, puis mettez à jour le profil en utilisant les commentaires concrets de vos clients. Répondez aux questions et apportez des solutions sur les forums et les groupes LinkedIn pour montrer que vous pouvez les aider.
- Stratégie de communication personnelle : vous n'êtes pas obligé d'être présent sur tous les réseaux sociaux, mais seulement sur ceux que votre cible ou niche utilise le plus. C'est une bonne chose de créer des comptes



pour les autres, pour garder la place pour plus tard. Pour votre site web et vos profils, utilisez votre vrai nom. Le fait d'avoir des comptes actifs sur les réseaux sociaux est également une vitrine de vos compétences en matière de gestion et de rédaction.

- Demandez des références et des témoignages de vos anciens clients.
- Consultez l'initiative #IamRemarkable



## Défis

- S'autopromouvoir quand on n'a pas confiance en soi
- S'autopromouvoir quand on est trop sûr de soi
- Trouver vos premiers clients
- Les femmes ont tendance à moins se mettre en avant que les hommes.



## Conseils généraux et solutions

Il existe différentes façons de relever ces défis :

- Dresser un portrait précis de votre public ou de vos clients cibles, et se concentrer dessus
- Pratiquez l'écoute, la narration et l'empathie



- Augmentez votre visibilité en ligne : présentez des témoignages écrits ou vidéo sur votre site web, et mettez en avant vos compétences en écrivant comment vous avez résolu les problèmes de vos clients, par exemple sur un blog.
- Demandez à des personnes de rédiger des introductions sur LinkedIn pour vous. Répondez à des questions sur les groupes LinkedIn, et les gens apprécieront et consulteront votre profil.
- Une présence sur Twitter vous permettra d'être vu sur les pages des propriétaires d'entreprises.
- Les réseaux sociaux proposent des campagnes publicitaires payantes qui peuvent être très utiles. Étudiez-les et passez un peu de temps à définir vos dépenses et vos groupes cibles.



## À qui s'adresse cet outil ou cette activité

- C'est pour tout le monde ! Toute assistante virtuelle a besoin de clients. Si vous n'êtes pas à l'aise avec l'autopromotion, commencez par de petits objectifs quotidiens ou hebdomadaires, et évaluez vos résultats chaque mois.
- En outre, la présence numérique est une excellente carte de visite pour tous. Vous n'avez pas besoin d'être un webmaster, avoir un site web simple et être actif sur les réseaux sociaux est suffisant.



## Conclusions

- Le site web et vos profils en ligne sur les réseaux sociaux sont vos principaux outils.
- Être actif sur des plateformes en ligne spécialisées ou participer à des événements de mise en réseau est un excellent moyen de rencontrer des clients potentiels et d'échanger avec des pairs.
- Créez un profil qui se démarque et essayez de cibler un public spécifique.
- L'investissement est faible : hébergement d'un site web et campagnes publicitaires payantes.
- La plupart des émissions de CO2 proviennent de la consommation d'électricité et du stockage des données.
- Faites valoir vos compétences tout en restant humble : assurez-vous de pouvoir faire ce que vous proposez.
- Sachez que les femmes ont tendance à moins se mettre en avant.
- Le plus difficile sera de trouver vos premiers clients.
- Une fois que vous aurez vos premiers témoignages et références, les choses s'accéléreront.



- C'est nécessaire, quoi que vous fassiez !
- Créer un blog ou être actif en ligne est un excellent exercice de rédaction et de compétences que vous pourrez ensuite proposer à des clients potentiels.

### **Bibliographie :**

- Altcraft. (2021, July 6). Self-Marketing: How to Promote Yourself on Social Media. altcraft.com Retrieved from <https://altcraft.com/blog/self-marketing-how-to-promote-yourself-on-social-media>
- Glockify. (n.a.). How Freelancers Spend Time. clockify.me Retrieved from <https://clockify.me/how-freelancers-spend-time>
- Guest Blogger. (2019, May 2). [INFOGRAPHIC] The Global Data Shaping Modern Recruitment Trends. yoh.com Retrieved from <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 Retrieved from <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 Retrieved from <https://www.postbeyond.com/blog/social-recruiting/>
- Munro, J. (2015). 25 ways to market your Virtual Assistant business. thevahandbook.com Retrieved from <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 Retrieved from <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 Retrieved from <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 Retrieved from <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 Retrieved from <https://usestrust.io/how-to-market-yourself-as-a-virtual-assistant/>

\* Financé par l'Union européenne (Code du projet: 2021-1-FR01-KA220-VET-000033162). Les points de vue et avis exprimés n'engagent toutefois que leur(s) auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement ceux de l'Union européenne ou de l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'EACEA ne sauraient en être tenues pour responsables.

Cette œuvre est placée sous licence Creative Commons Attribution- NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).

