

STABILNY FREELANCER

ODC. NR 3:
ZARABIAJ WIĘCEJ
3 PROSTE SPOSOBY!



Wstęp

Lejek sprzedażowy o którym mówiłem w ostatnim materiale, to droga, którą musi odbyć Twój klient, aby stać się Twoim klientem. Kiedy poszukasz tego pojęcia w internecie zobaczysz bardzo różne jego elementy. Zazwyczaj jednak ostatnim jest finalizacja czyli podpisanie umowy czy też zamówienia.

Ale czy faktycznie proces sprzedaży w tym miejscu się kończy? Jeśli sprzedajesz kwiatki w kwaciarni - to faktycznie tak. Klient przyszedł, obejrzał Twoje kwiatki. Być może zrobiłeś lub zrobiłaś badanie potrzeb pytając na jaką okazję są te kwiatki. W ramach negocjacji przedstawiłeś kilka możliwości - a klient dokonał transakcji płacąc i wychodząc ze sklepu. W tym przypadku proces sprzedaży się zakończył i nastąpiła pustka.

Czy zauważyłeś jak wszystkie sklepy spożywcze walczą o Twoją uwagę? Proponują Ci karty lojalnościowe, proszą Cię o instalację aplikacji, która potem Ci wysyła powiadomienia i tak dalej. Każdego z nas chyba czasami irytuje pytanie "a kartę biedronki pan ma?" przy kasie prawda?

Ale taka technika jest bardzo skuteczna! Oczywiście stworzenie jakiegoś systemu lojalnościowego w pracy freelancera nie jest łatwo - a wręcz jest to bardzo trudne. Dlatego pozwól że opowiem Ci o trzech taktykach, które my stosujemy w naszej firmie.

Dbaj o kontakt z klientem

Jak już wiesz proces sprzedaży to kolejne elementy na drodze Twojego klienta. Ale nasz lejek sprzedażowy nie kończy się w momencie finalizacji. Kiedy klient już wpada "do garnuszka" jego droga i przygoda trwa z nami dalej! Część usług, które wykonujemy dla naszych klientów nie wymagają zbyt wiele kontaktu. Wystawiamy fakturę, wykonujemy usługę wysyłamy raport z pracy i właściwie tyle. Dlatego stworzyliśmy wewnętrzne procedury, które wymuszają regularny kontakt z klientem. Czasami to po prostu krótki mail - co słyhać, jak ocenia współpracę, jak się ma on czy jego dzieci.

Większość naszych klientów korzysta z usług związanych z reklamą na facebooku. Podczas takiego regularnego sprocdurowanego kontaktu pytam klienta

Czy nie myślał Pan też o kampaniach w Google?

Klient raz pozyskany (pod warunkiem, że jest zadowolony) dużo chętniej kupi on nas usługi. W pierwszym materiale wspominałem o tym, że czasami nasi znajomi niedokładnie wiedzą czym się zajmujemy? Z mojego doświadczenia wynika, że wielu Twoich klientów nie wie o tym jakie jeszcze usługi może od Ciebie kupić! A to przecież bardzo proste - wystarczy o tym powiedzieć swoim klientom!

Ma to szansę zadziałać tylko wtedy kiedy robisz to cyklicznie i w przemyślany sposób.

Jak wspominałem, my osobiście po prostu dzwoniemy do naszych klientów, rozmawiamy z nimi i często wspominamy o tym, jakie usługi realizujemy dla innych klientów.

Crossselling i dosprzedaż półautomatyczna

Od nowego roku wdrożyliśmy też dodatkowo newsletter, w którym wysyłamy ciekawostki na temat marketingu. Wiele dużych firm przy okazji wysyłania raportów czy umów wysyła też w mailu personalizowaną okresową promocję.

Pamiętam, jak pracowałem a dużej agencji marketingowej. Prawie każdego miesiąca wymyślaliśmy jakieś promocje. Przy okazji Euro 2012 napisaliśmy po prostu do każdego klienta maila z krótkim PDF

Cieszymy się, że trwa Euro - my też jesteśmy kibicami piłki nożnej. Z tej okazji przygotowaliśmy promocję - za każdego gola, którego Polska strzeli podczas Mistrzostw oferujemy 2% rabatu na usługę XYZ.

To był pamiętny miesiąc! Klienci ekscytowali się że mogą otrzymać od nas rabat i... kupowali tę nową usługę dosłownie jak szaleni!

W Twoim przypadku - zadbaj po prostu o to, żeby raz na 2-3 miesiące powiedzieć swoim klientom osobiście czym się zajmujesz. Ta technika szeroko rozumiana jako crosselling lub dosprzedaż będzie wyjaśniona w kursie - Sprzedaż dla freelancera, który będzie dostępny już za kilka dni.

Poproś o ... podwyżkę

Wiem, co prawdopodobnie teraz powiesz - U MNIE TO NIE PRZEJDZIE! To jedna z najczęstszych odpowiedzi, którą słyszę kiedy daję swoim kursantom taką radę. Ale podwyżka Ci się... po prostu należy! Oto kilka podstawowych argumentów:

- Jeśli regularnie się kształcisz i rozwijasz w swojej dziedzinie to jesteś lepszym specjalistą. Jeśli tak jest to oznacza, że rośnie Twój CAC ale też Twoja roboczogodzina. Innymi słowy Twoja praca POWINNA kosztować więcej
- Niestety wszystko drożeje. Narzędzia z których korzystasz, prawdopodobnie też podatki, koszty życia. Inflacja dotyka nas każdego dnia. Jeśli masz klientów, którzy są z Tobą miesiące lub lata to bardzo serdecznie Ci gratuluje. Nie wykluczone, że z niektórymi nawet się przyjaźnisz biznesowo! To super!
- Jeśli pracujesz na etacie to wręcz ustawowo należą Ci się pewne dodatki za lata pracy. Dlaczego więc pracując b2b ze swoimi klientami przed tym się wzbraniasz?

•
Ciebie również dotyka inflacja - dlatego powiniś regularnie sugerować swoim klientom podwyżki. Poza tym zauważyłem też pewną prawidłowość. Często okazuje się, że w trakcie Twojej współpracy z danym klientem doszło Ci kilka niewielkich obowiązków. Początkowo klient poprosił o niewielką przysługę, która wkrótce stała się częścią Twojej usługi ale jakoś tak wyszło że nie podniosłeś wtedy mu opłaty i tak zostało. Ale z czasem takie drobne przysługi się kumulują.

Dlatego zastanów się - czym ryzykujesz mądrze sugerując swoim klientom, że czas na niewielką podwyżkę? Jeśli faktycznie ktoś z Tobą pracuje od lat i w jasny sposób wyjaśnisz dlaczego oczekujesz takiej podwyżki (np.właśnie wskazując na to, że wzrósł koszt narzędzi z których korzystasz lub jesteś lepszym specjalistą) na pewno się zgodzi. A nawet patrząc na to z drugiej strony - prawdopodobnie opłaci mu się płacić 10 czy 15% za Twoje usługi więcej niż szukać innego podwykonawcy. Przecież już Cię zna, pamięta ile czasu kosztowało znalezienie dobrego partnera i ile rzeczy zrobiliście już razem.

A co jeśli klient zareaguje bardzo ostro i nie będzie chciał się zgodzić?Masz dwie proste opcje.

- Albo się z tym pogodzisz i odpuścisz - to trochę jak na etacie kiedy pytasz szefa a on odpowiada, że budżet na podwyżki będzie dopiero w kolejnym kwartale - zazwyczaj się na to godzisz i czekasz kolejny kwartał, aby ponownie zaproponować
- Albo uznajesz, że coś jest nie tak - i szukasz okazji, aby brzydko mówiąc "pozbyć się" tego klienta w portfolio.

BONUS

Sam proces sprzedaży nie jest przesadnie skomplikowany - ale kiedy jest przygotowany i odpowiednio zaprojektowany jest dużo bardziej efektywny. W kursie "skuteczna sprzedaż w pracy freelancera" poruszę wiele z tych zagadnień znacznie głębiej. W ankietach, które przeprowadziliśmy na przełomie roku 2020 i 2021 roku wychodzi, że większość freelancerów ma z tym problem. Nie wiedzą jak na to wszystko znaleźć czas - jak w mądry sposób pozyskiwać płacących klientów. W kursie wyjaśniam też jak zmniejszyć CAC - czyli koszt pozyskania klienta. Opowiem też jak go wyliczyć. Poza tym umówię też jakie pojęcia jak wycena własnej pracy czy roboczogodziny. Poruszymy też takie zagadnienia jak LTV czyli wartość i żywotność Twojego klienta w portfelu. Wszystkie te rzeczy pozwalają na świadomie i skuteczne zwiększanie przychodów freelancera.

**ZAPISZ SIĘ NA KONFERENCJE I OTRZYMAJ
ZNIŻKĘ NA KURS**