

8 шагов

к

ПОСТОЯННЫМ ЗАКАЗАМ



Артур Будовский

**Книга для читателей блога «Школа статейного
бизнеса «TextUnique»»**

Копирование материалов без согласия автора запрещено!

Введение

Спасибо, что нашли время прочитать мою книгу. Она поможет Вам научиться удерживать Заказчиков и даже стимулировать их к размещению новых заданий, независимо от того, работаете Вы на бирже копирайтинга или перешли уже на более высокий уровень, который подразумевает прямое общение с Заказчиками.

Большинство райтеров жалуются на отсутствие постоянных заказов! Многие не понимают, почему после удачного сотрудничества Заказчик снова отправляется на биржу для поиска новых исполнителей, ведь по логике вещей ему гораздо проще написать Вам, чем тестировать новых кандидатов? Также есть мнение, что постоянных заказчиков не существует, то есть людям требуется конкретный объем статей, после чего сотрудничество завершается.

Если Вы читаете эту книгу, скорее всего, у Вас также есть проблемы с постоянными заказами. Задайтесь вопросом: «Что я сделал, чтобы у меня были постоянные заказы?». Согласитесь, довольно часто райтеры задаются вопросом: «Почему у меня нет постоянных заказов?». А это разные вещи. Так как на абстрактное «Почему?» может влиять масса факторов, а вот «Что Вы сделали?» это конкретные пункты, которые нужно предпринять.

Так что же Вам нужно сделать, чтобы у Вас появились постоянные клиенты? Вам нужно их просто ВЕСТИ! Но только не в кинотеатр, а у себя на компьютере или в блокноте. Вам нужно знать, как можно больше о своем Заказчике, Вам нужно построить доверительные отношения с Заказчиком, Вам нужно напоминать о себе Заказчику и многое другое. И этот процесс не должен прекращаться никогда.

В этой книге я не буду рассказывать о поиске заказчиков, о победе в тендерах, это детально изложено в моем тренинге. Из книги Вы узнаете, как удержать человека, для которого Вы уже написали, или напишите в будущем хотя бы одну работу. Вы узнаете, как правильно действовать и постоянно быть при заказах, пока Ваши конкуренты или друзья жалуются на «глухие» периоды и придумывают очередные отговорки!

Приступим...

Шаг №1 «Знакомство»

Вы не поверите, но уже на этом этапе многие райтеры допускают ошибки, которые ограничивают сотрудничество знакомством или же, в лучшем случае, исполнителю удается выполнить один заказ. Так как я пропагандирую заработок в сфере рейтинга не только написанием собственных статей, но и с помощью собственной команды, мне, при наборе кадров, приходилось читать массу нелепых словоформ, после чего не хотелось с этим человеком вообще общаться, не говоря уже о совместной работе.

Однако это позволило мне выделить основные и повседневные ошибки, от которых Вас прошу уберечься.

1. Иду на «Ты». Грубейший прокол райтера – сразу обратиться к Заказчику на «Ты». Каждый, кто дружит с русским языком, знает каноны вежливости. Если при общении их нет, можно сразу сделать вывод, что этот райтер слабый.

Все мы хотим, чтобы нас уважали и подобное поведение сразу возмутит заказчика, даже если он об этом не скажет, он сделает выводы. Даже если у Вас с Заказчиком уже сложились теплые отношения, не вздумайте к нему обратиться на «Ты» без предварительной просьбы.

Тысячи людей не умеют правильно уходить от официального общения. Более того, каждый из собеседников желает перейти на простые диалоги, где не нужно подбирать слова и можно позволить себе даже «мат». Но не каждый готов сделать это без предварительной договоренности, многих это может просто обидеть.

Однако переходить на «Ты» не только можно, но зачастую нужно. Это позволит Вам быть уже на шаг ближе к своему клиенту и слегка отобьет у него желание крутиться по сторонам в поиске новых исполнителей, ведь там снова появится граница официальности.

Поэтому возьмите инициативу в свои руки и не бойтесь вежливо предложить свободное общение. Я делаю это следующим образом:

«Ольга, позвольте мне сделать Вам бестактное предложение.☺ Не могли бы мы перейти на Ты?»

Такое предложение всегда сопровождается улыбчивым коlobком, тем самым преподносится в шуtливой форме. 95% собеседников примут Ваше предложение с множеством смайлов. Кроме того, заказчики мне неоднократно признавались, что я значительно облегчил сотрудничество, так как они терпеть не могут официальное общение, а как от него уйти, чтобы не обидеть человека, не знают.

Еще 4% сделают вид, что им абсолютно все равно, но в душе будут ликовать, я это называю «Синдромом Калалевичей».

Но есть еще 1% людей, которые предпочитают официальное общение. В таком случае, они Вам мягко откажут, но это никак не скажется на Вашем сотрудничестве.

Хочу отметить, из личных наблюдений, последние 5%, как правило, не являются заказчиками, настроенными на долгое сотрудничество. Им нужно несколько статей и им проще сохранить общение на «Вы».

Будьте аккуратны в этом вопросе! Если все сделаете правильно, станете ближе к Заказчику, ошибетесь – сотрудничество закончится!

2. Портфолио. Чтобы привлечь внимание Заказчика и выделиться из массы райтеров, Вы обязаны иметь в своем арсенале портфолио. Однако не нужно его наполнять всеми статьями, которые Вы написали. Старайтесь разместить исключительно лучшие работы.

Если Вы специализируетесь на одной теме, наполняйте портфолио одной тематикой. Если Вы позиционируете себя универсальным райтером, покажите это Заказчикам. Также не ограничивайте портфолио жанрами, если Вы преуспели в написании пресс-релизов или аналитических статей, разместите их в своем профиле. Заказчик отметит Ваши возможности, а значит, Вы не останетесь незамеченными.

Но мало иметь портфолио, необходимо уметь его предоставлять. Очень часто при наборе сотрудников я запрашивал их портфолио, в ответ получал ссылку на профиль биржи фриланса или копирайтинга. И больше

ни одного слова. Почему некоторые люди позволяют себе такое поведение, не знаю. Я тоже когда-то был новичком, но мне не мешало ссылку дополнить словами по типу: «Пожалуйста, ознакомьтесь! Возможно, Вы хотите увидеть конкретные жанры?». Но и это полбеды. Если я нуждаюсь в человеке, которому в будущем планирую поручить написание статей по туристической тематике, зачем мне читать о металлорежущих станках?

Будьте на голову выше! Если Вас попросили предоставить портфолио, потрудитесь отобрать несколько работ по указанной заказчиком теме, если таковых нет, обязательно уведомяте его и покажите близкие по теме работы. Основная масса райтеров почему-то не задумывается, что заказчик сейчас может выбирать между двумя или тремя кандидатами. Он не намерен тратить сутки на утверждение исполнителя. Угадайте, кому достанется заказ и с кем он продолжит сотрудничать, если на просьбу предоставить портфолио два человека отпишут ссылки со всякой всячиной, а один потратит пару минут и отберет работы исключительно по теме. Много – не значит эффективно!

3. По имени. Завершить эту главу хочется небольшим абзацем о вежливости. Старайтесь обращаться к заказчику по имени. Все мы любим уважительное отношение к своей персоне, и звучание имени подчеркивает это лучше всевозможных лестных слов. Даже если Вам кажется, что заказчик не реагирует на это и продолжает к Вам обращаться, не произнося Вашего имени в ответ, поверьте, на уровне подсознания ему приятно такое отношение. Да и вообще по жизни, выработайте у себя привычку обращаться к людям по имени, это согревает собеседника!

Если этап знакомства у Вас прошел удачно, следует подготовиться к сотрудничеству. И сделать это нужно максимально правильно!

Шаг №2 «Отказ»

Возможно, название этого шага Вас немного удивило! Редко, кто отказывается от возможности заработать деньги и принимает в работу любое задание. Сейчас Вы узнаете, от каких заказов нужно отказываться и почему.

1. Не могу – не берусь! Каким бы универсальным ни был райтер, все равно у него есть темы, в которых он не разбирается. Я не встречал людей, которые знают все! Безусловно, можно прочитать десятки статей на незнакомую тему и написать свою работу. Но зачастую это будет изложение мыслей других авторов, так как для формирования собственного мнения потребуется время и углубленное изучение материала. Если Вы готовы изучить что-то новое и Заказчик готов Вам дать, хотя бы, неделю на написание работы – дерзайте! Работа на перспективу это всегда хорошо. Если же Вы не готовы познавать новое с такими временными затратами, лучше откажитесь.

Большинство заказчиков разбирается в теме, на которую просят Вас написать статью. И по умолчанию предполагается, если Вы взяли заказ, у Вас, либо уже есть опыт работы по этому направлению, либо Вы специалист в этой теме. Представьте удивление заказчика, когда он получит работу, в которой полно смысловых ошибок. Как минимум Вы его потеряете, как максимум об этом узнают все!

Скажу по своему опыту, что еще ни разу отказ не сыграл против меня. Наоборот, бывала масса случаев, когда Заказчик возвращался ко мне за контентом по темам, в которых я разбираюсь, так как мне удалось убедить его, что я серьезно отношусь к своей работе. Но чтобы он вернулся, важно правильно построить диалог, а не просто написать: «Не возьмусь!».

Например, я никогда не пишу на темы: «Медицина», «Юриспруденция». Этот контент должен писать специалист. Однажды в качестве эксперимента для бирж копирайтинга, я написал несколько статей по стоматологии. Эксперимент удался – это и была цель! Больше к этой теме я не возвращаюсь, так как не разбираюсь в ней вообще.

Есть мнение, что отказ от работы воспринимается заказчиками, как слабый специалист. Но если мы говорим о серьезных заказчиках, которые настроены на продолжительное сотрудничество, будьте уверены, они правильно понимают Ваш отказ и проникаются уважением за то, что Вы не стали отнимать их время и обманывать, в надежде на «Авось ...». В будущем это только укрепит Ваши отношения.

Так как же ответить Заказчику, чтобы он не ушел навсегда? Привожу отрывок беседы:

Заказчик: Добрый день, Артур. Вас порекомендовал мне Станислав, который <Steel>. Я запускаю через месяц блог по юридической теме. Нужно много контента, стоимость мне Стас сказал. Когда сможете приступить? Макс.

Я: Добрый день, Максим. Обязательно опишу Стасу благодарность за рекомендацию. Что касается Вашего предложения, вынужден отказаться. Я абсолютно не разбираюсь в этой теме и не хочу отнимать Ваше время. Если бы это был какой-то узкий профиль, который можно изучить, я с удовольствием принял бы за проект. Но на изучение этой темы, люди тратят годы и лучше доверить ее специалисту этого профиля. Чтобы в будущем Вы могли на меня рассчитывать, приведу список тем, где я могу похвастаться своим мастерством:

- Швейцарские часы и ювелирные изделия
- Недвижимость
- Строительство
- Бизнес
- Спорт
- (...)

Максим, подскажите, есть ли у Вас потребность в контенте по таким темам?

Заказчик: Артур, спасибо за честность! Я вообще оптимизатор, поэтому буду к Вам обращаться по вышеуказанным темам.

Уже несколько месяцев мы достаточно плотно сотрудничаем с этим человеком. Если бы я взялся за проект по юридической теме, все завершилось бы достаточно быстро.

Также хочу обратить Ваше внимание на ответ. Я не просто отказал, я объяснил причину. Также привел список тем, что заставило заказчика перебрать в голове возможные варианты сотрудничества. В конце задал вопрос, чтобы наш диалог не оборвался и заказчик подумал, по каким темам мы можем работать в будущем.

Будьте честны со своими клиентами, вне зависимости от того по рекомендации он к Вам стучится или нашел Вас в каталоге фрилансеров!

2. Сроки. Важный нюанс, который должен соблюдаться в любом случае. Если заказчик просит выполнить работу за сутки, а Вы понимаете, что можете не успеть, спросите, есть ли возможность увеличить срок. Если нет, лучше откажитесь.

Если клиент ставит временные рамки, значит, у него на это есть причины. Если Вы не успеете выполнить в срок, есть вероятность, что Ваше сотрудничество закончится.

Частая отговорка среди исполнителей, заваливших сроки: «Пропал Интернет» или «Отключили электричество». И сразу хочется задать вопрос: «Как это должно касаться заказчика?». Это не его проблемы, ему нужна работа!

Что же предпринять, чтобы этих проблем не было?

1. Изначально попросить сроки на несколько часов больше, чтобы была возможность отправить работу с компьютера друзей или на крайний случай с интернет-кафе.

2. Купить дополнительно 3G-модем и карточку, только не контрактную, чтобы не выбрасывать деньги на ветер. Сегодня модем стоит 20-25\$ и 3\$ SIM-карта. Это единовременный платеж, который обеспечит Вам режим онлайн. Чтобы карта всегда была активна, достаточно пополнять ее на 10 центов раз в 3 месяца. Думаю, это разумная инвестиция!

3. Взять номер мобильного телефона заказчика. И предупредить заранее, что в случае форс-мажора Вы отправите смс или позвоните.

Вы обязаны соблюдать сроки, если хотите стать достойным райтером, с достойными гонорарами!

3. Непонятное задание. Если заказчик просит Вас выполнить задание, которое не несет в себе никакой конкретики, задайте уточняющие вопросы. В следующем Шаге мы более детально рассмотрим специальные брифы, которые помогут Вам при написании статьи. Если же клиент не желает уточнять задание, ссылаясь на нехватку времени или убеждая Вас, что сами разберетесь – лучше откажитесь! Объясните, что Вы серьезно относитесь к каждой своей работе и не готовы выполнить без понимания его сути. Для примера, давайте посмотрим на одно из таких заданий на бирже «Free-Lance.ru»:

Название: «Нужен копирайтер»

Описание: «40 статей на тему строительства. Оплата - 2\$»

Но самое интересное заключается в том, что под проектом есть масса откликов фрилансеров, готовых выполнить этот заказ. Причем, не задавая дополнительных вопросами. Как можно написать статью, не зная:

1. Конкретизации ниши. Ведь можно написать о строительстве домов, а можно о строительстве бани.

2. Объемов.

3. Целевой аудитории.

4. Цели текста.

...

Отдельный вопрос возникает по оплате. 2\$ за 1000 знаков, за статью или за 40 статей? Не стоит браться за заказы, где предлагается написать нечто абстрактное. В конечном итоге заказчик скажет, что ему не понравилось, так как угадать, что он хотел достаточно проблематично. И либо предложит переделать, либо откажет в оплате. К чему Вам эти проблемы?

Давайте узнаем, что нужно сделать в обязательном порядке, если Вы согласились выполнить заказ, и Вас в нем все устраивает...

Шаг №3 «Вопросы заказчику»

Очень часто разногласия с заказчиком случаются именно из-за невнимательности райтера. Либо не уточнил двоякую интерпретацию поставленной задачи, либо не понял в каком жанре оформить и не стал задавать лишних вопросов и много других моментов, которые кажутся на первый взгляд незначительными.

Не бойтесь задавать уточняющие вопросы! Заказчик заинтересован в хорошей работе, поэтому не будет противиться Вашим «непоняткам». Но если каждую минуту задавать какой-то вопрос, это тоже не будет свидетельствовать о Вашем профессионализме. Вряд ли заказчик плюет в потолок или забавляется рожицами в зеркале, пока Вы работаете над статьей. Вероятнее всего, что он тоже занят делом и ему не хотелось бы отвлекаться ежеминутно на Ваши вопросы. Поэтому всегда нужно пользоваться брифами. Это список вопросов, оформленный в удобном формате. С одной стороны Ваши вопросы, с другой стороны ответы заказчика. Разработайте для себя такой документ и отправьте все необходимые вопросы заказчику. В этом случае у Вас будет:

1. Подтверждение, что работа выполнена по всем правилам.
2. Все необходимые инструменты для написания статьи.

Давайте рассмотрим пример простого брифа:

1. Адрес сайта	
2. Тема статьи (конкретно)	
3. Ключевые слова	
4. Целевая аудитория (для кого пишется статья...)	
5. Жанр (обзор, новость, реклама...)	

6. Что нужно обязательно упомянуть? (факты, события...)	
7. Цель статьи (замотивировать, разоблачить, побудить к ...)	
8. Срок	
9. Объем статьи	
10. Дополнительные пожелания	

Перед отправкой обязательно заполните самостоятельно уже известные из задания или общения с заказчиком поля. Покажите, что Вы цените его время!

Безусловно, можно предложить обсудить заказ и в ICQ или Skype, но если у заказчика есть возможность с Вами побеседовать. Многие сами предлагают именно такой формат. Но даже в таком случае у Вас будет под рукой удобная таблица, где можно все сказанное занотировать. А если общение было в ICQ, не придется поднимать историю и искать по кусочкам критерии статьи.

Каждый сам вправе создавать новые поля в брифах, которые помогут сделать работу максимально точной. Здесь представлены лишь обязательные поля, без которых не обойтись.

Также хочу обратить Ваше внимание на оформление брифа. Отправьте Заказчику красивый, аккуратный файл. Посмотрите, как оформлена эта страница. Сделайте такую же рамку, красивые поля в таблице, напишите, что это бриф для компании или сайта «...», вставьте логотип компании, напишите свое имя напротив лого компании или внизу брифа. Одним словом сделайте фирменный документ, который подчеркнет Ваш профессионализм. Заказчик увидит, что работает с серьезным автором. Каждый хочет работать с профессионалом!

В этом разделе также хочу затронуть вопрос достоверности выполненной работы. Уточняющие вопросы нужны нам не только, чтобы определить аудиторию или цель статьи, но и чтобы изложенная информация

соответствовала действительности. Зачастую новички, а иногда даже середнячки не проверяют факты и пользуются теми, которые им предоставил неизвестный автор.

Если заказчик разбирается в теме, ересь от него не ускользнет. Сотрудничество может закончиться в тот же момент. Если Вы не уверены в каких-то фактах, есть два пути решения:

1. Перепроверить самостоятельно в других источниках.
2. Спросить у заказчика.

Третий пункт – игнорировать первые два – не рекомендую использовать. Не стесняйтесь задавать вопросы по теме, заказчик понимает, что необязательно быть сантехником, чтобы писать статьи о креплении запорной арматуры в унитазе. Ваше желание написать достоверную работу, только укрепит сотрудничество с заказчиком.

У меня есть Заказчик из Гамбурга, с которым мы в свое время разрабатывали каталог всевозможных услуг. Он сам строитель и пока разрабатывался раздел «Строительство» мы несколько дней с ним созванивались, чтобы уточнить детали и не удивлять пользователей разделом «Озеленение плитки».

Будьте открыты и честны!

В следующем разделе Вы узнаете о правилах поведения после выполненной работы.

Шаг №4 «Оценка»

Масса райтеров после отправки работы на проверку заказчику совсем не интересуется о его мнении. А ведь это очень важно, как для дальнейшего сотрудничества, так и для личного роста райтера.

Оценка статьи. У меня работа в команде построена таким образом, что первую работу я оплачиваю в течение суток, далее с сотрудниками переходим на оплату один раз в две недели. И вот после того, как человек отправил мне работу, и я не смог ее проверить в течение часа-двух, мне начинают приходить письма с вопросами:

1. Как там с оплатой?
2. Ты сегодня заплатишь?
3. Проверил? Если да, оплати на кошелек R...

...

Складывается впечатление, что райтера вообще кроме оплаты больше ничего не интересует. А как же личностный рост, работа на перспективу? Кстати об этом мы поговорим в **Шаге №7**. Почему исполнителю совсем неинтересно мое мнение, ведь от этого будет зависеть наше дальнейшее сотрудничество?

Да потому что работать на перспективу, а не ради денег, готов далеко не каждый. И это ошибка. После оплаты я специально не давал новые задания нескольким таким авторам. Я не пишу, и они мне не пишут. Подумал, что завалены работой, тем не менее, через пару дней решил уточнить, привожу в пример один из диалогов:

Я: Привет. Как у тебя с загрузкой?

Райтер: С какой загрузкой?

Райтер: Привет.

Я: Насколько загружен работой?

Райтер: Вообще глухо!

Я: о_О

Вы не поверите, но на этом диалог закончился. Вообще не понимаю, как ему удалось найти меня. Я изначально не привередлив и практически всем,

кто отвечает на мои проекты по сотрудничеству, даю возможность проявить себя. Но сообщения по типу: «Готов» или «Выполню» я игнорирую. Специально проверил его отклик на мое предложение, достаточно развернуто и грамотно. Но почему человек не движется дальше? Этому я не могу понять. Также заметьте, что отсутствие у райтера заказов, это еще полбеда. Он вообще никак не отреагировал на мое появление. Неужели исполнитель думал, что я действительно мог постучаться лишь с одной целью, узнать насколько он загружен работой?

Дабы не попадать в такие ситуации и не сидеть без заказов, необходимо действовать. После того, как работа выслана заказчику, нужно выждать какое-то время на проверку, после чего поинтересоваться мнением заказчика. А лучше всего, сделать это сразу в письме с отправленным файлом. Одно из моих посланий, в принципе они все имеют похожую конструкцию:

Привет, Виталий. Высылаю статью «...». Очень хочу узнать твое мнение. Мы сотрудничаем впервые, поэтому не мог бы ты указать на недостатки в тексте, если таковые есть. Я серьезно отношусь к каждой своей работе, твои замечания помогут мне обратить внимание на возможные шероховатости и устранить их в дальнейшем нашем сотрудничестве. Статья будет доработана, если в этом будет необходимость. Спасибо!

Что нам дает такое сообщение:

1. Заказчик снова видит, что он работает не с автором однодневкой, а с профессионалом.
2. Заказчик указывает на недочеты, если такие есть. Замечания совершенствуют мастерство написания.

Не думайте, что после такого сообщения заказчик распишет Вам замечания на лист и Вам все придется переделывать. Если задание выполнено в соответствии с ТЗ, он сможет лишь указать на некоторые неточности, если является профессионалом в области заказанной тематики. Или же сделать замечания по структуре текста. В дальнейшем Вы можете включить подобный пункт в свой бриф, и у Вас уже на одно потенциальное замечание будет меньше. Мне достаточно часто приходили такие ответы:

1. Все норм. Мне понравилось.
2. Нечего зарубить, то что надо.

Один из моих любимых ответов:

3. Все гуд, можешь не париться, так как айс. Лови новое задание.

Но были и такие:

4. Привет, Артур. Я бы поставила пятерку с минусом. Мне кажется, что выводы получились сыроватыми. Вижу, что тобой была проделана огромная аналитическая работа, но в конце ты выделил лишь два важных пункта, а по тексту их много. Получается, что читатель соглашался с тобой по всей статье, а в конце ты его поставил перед фактом, мол, все это не важно, обратите внимание лишь на это! Считаю целесообразным дополнить итог или же удалить его вообще.

P.S.: Молодец, что интересуешься результатом! Неожиданно. Сегодня подготовлю еще темы для статей, которые нам нужны. Отправлю завтра.

Статья была доработана и одобрена. Я получил большой объем работы и бесценный опыт. Пересмотрел свое отношение к выводам в статье. Безусловно, где-то хватает и пару предложений, но где-то нужно подытожить большущим абзацем. Все зависит от конкретной темы и цели написанного текста. Поэтому всегда интересуйтесь, понравилась ли статья заказчику?

Отзыв заказчику. Отзыв, поставленный не по просьбе второй стороны, – достаточно редкое явление. Как правило, исполнители просят заказчика выразить свое мнение о сотрудничестве. Но почему-то еще реже берется во внимание отзыв для заказчика. Стереотип замыкается на том, что Исполнитель – это бренд и ему нужны отзывы, а заказчик – это заказчик, ему отзывы не нужны. Это большая ошибка!

Заказчик является таким же брендом, как и исполнитель. Ему тоже нужны отзывы, чтобы в будущем люди не боялись сотрудничать с этим человеком. Чем больше отзывов у заказчика, тем больше специалистов он увидит среди кандидатур на новый проект. Поэтому, после оплаты

напишите свой отзыв в профиле Заказчика. Опишите сотрудничество развернуто. Даже если Вы выполнили одну работу, можно много чего написать о человеке и о самом процессе работы с ним.

Такой подход будет приятен Заказчику. Он почувствует заботу о его репутации с Вашей стороны. Он поймет, что работает со специалистом, который дорожит своими клиентами. Вполне может быть, что уже этот этап предопределил дальнейшее Ваше сотрудничество. Как минимум Вы всегда будете напоминать о себе аватаркой и своим мнением в его профиле.

Единственное от чего хочу Вас уберечь, не льстите. А если и намереваетесь это сделать, не подбирайте «сладких» слов. И еще раз хочу обратить Ваше внимание на развернутость отзыва. Одно короткое, шаблонное предложение может не произвести впечатление на Заказчика, и он может подумать, что такие отзывы Вы пишете всем с целью получить дополнительный заказ. Поэтому пишите от души, описывайте сотрудничество таким, какое оно есть. Например:

Сотрудничество с Олегом – это не только быстрая оплата и грамотно составленное задание. Человек проникается сотрудничеством, понимает, что взаимовыгодным оно может быть лишь в том случае, когда обе стороны принимают участие в поставленной задаче. Адекватно реагирует на мои вопросы, которые бывают в процессе написания работы. Старается предоставить материал для статьи, дает советы по его использованию, так как сам является специалистом в области строительства и знает много интересных фактов. Серьезное сотрудничество с серьезным человеком. Рекомендую!

Такой отзыв позволит заказчику набрать высококвалифицированных людей, специализирующихся на разработке сайтов, дизайне, рекламе и прочем. Не только заказчики хотят работать с профессионалами, исполнители желают такой же отдачи.

Помимо этого, Заказчику будет приятно, что Вы оценили его, как личность, и как специалиста. Он будет тронут, когда увидит о себе такое мнение. Все любят читать о себе положительные отзывы.

Теперь Вам предстоит узнать, как ВЕСТИ заказчика и зачем это нужно!

Шаг №5

«Досье Заказчика»

Итак, Заказчик доволен Вашей работой и Вашим поведением. Дает Вам новый заказ, и с этого момента Вы заводите на него специальное досье. У меня оно в формате Excel, но каждый сам вправе выбирать, как ему будет удобнее записывать информацию о Заказчике.

Заодно в электронном формате или на телефоне делаете напоминание на все значимые праздники в нашей жизни: «Новый год», «8 Марта»... Это те дни, когда Вы будете поздравлять своих клиентов.

В досье мы стараемся собрать любую информацию о человеке, как о личности. Особое внимание уделяем его дню рождения. У меня сейчас на компьютере 38 таких досье. Это, безусловно, не все заказчики, так как не с первого дня я начал их вести и набил много шишек, прежде чем дошел до этого!

Тем не менее, я каждого поздравляю с днем рождения и всеми праздниками. Многие досье наполнены большим количеством информации, которую я применяю при общении с ними. Если Вы начнете проявлять заботу о своем клиенте, поверьте, он этого не забудет. Представьте, как человеку будет приятно, если Вы вспомните о его личном празднике.

Важно! Не копируйте поздравления в прозе или стихотворения из Сети. Вы райтер, а значит, в состоянии поздравить человека от души, написать что-то уникальное, теплое. И это касается не только дня рождения, но и любого другого праздника.

А теперь Вы готовы узнать 100% вариант длительного сотрудничества? Что же нужно сделать, чтобы у Заказчика и в мыслях не было подыскивать Вам замену? Все достаточно просто – телефонный звонок. Поздравьте заказчика с праздником по телефону, только не смс, а голосом. Это проверенно мной уже не один десяток раз. Но я не рекомендую поздравлять клиентов, которые совсем недавно появились в Вашем активе. Скажем, если Вы сотрудничаете 3 дня, заказчик удивится Вашему звонку. И, несмотря на то, что ему будет приятно, его это также насторожит.

Даже если Вы живете в разных странах, не скупитесь на звонок. Сегодня он стоит копейки, благодаря возможностям операторов мобильной связи. Даже потраченный доллар на минутную беседу, станет отличной инвестицией в будущее. Поздравляйте Заказчиков по телефону только с Днем Рождения и значимыми праздниками. Я выделяю следующие:

1. Новый год и Рождество
2. Международный Женский День
3. День защитника Отечества
4. Профессиональный праздник

Если последний пункт вызвал вопросы, поясню. У каждого специалиста, есть свой праздник: «День программиста», «День строителя», «День автомобилиста» и прочие. Отмечайте в своем досье специализацию и ищите в календаре знаменательную дату. Звонок по такому поводу приятно удивит Заказчика, так как многие люди понятия не имеют, какой же день в календаре посвящен их специальности.

Думаю, есть еще один вопрос, который Вас тревожит. Где же достать номер телефона заказчика? Не изобретайте велосипед, в 70% случаев он доступен в профиле Заказчика, например, на бирже фриланса. Также есть профили ICQ и Skype, где частенько указан номер. Но если же номер не удалось найти, или есть желание уточнить действителен ли он, можно под каким-то предлогом его попросить. Вот пример моих причин:

«Не мог бы ты дать номер своего телефона...»

1. Я позвоню уточнить несколько деталей по заданию. (Всегда можно найти, что уточнить).
2. Сегодня у Интернет-провайдера какие-то технические работы, чтобы работа не останавливалась, нужна с тобой связь. Так как могут возникнуть вопросы.

Как правило, этих двух вариантов предостаточно, если есть желание придумать что-то более изворотистое – дерзайте!

Все, что касается остальных праздников: «День Победы», «День Конституции», «День Влюбленных» и прочих, достаточно ограничиться красивым текстовым поздравлением. Это всегда приятно и, будем

откровенны, не часто фрилансеры задумываются о таких мелочах. А ведь так важно всегда быть на карандаше у Заказчика. Важно напоминать о себе. Это еще одно профессиональное качество.

Теперь Вы знаете, как ВЕСТИ заказчика и зачем это нужно. Такое поведение позволит Вам стать в глазах клиента первым номером, как результат, все заказы будут доставаться Вам. Даже если Вы еще работаете на биржах копирайтинга, приватное сообщение с поздравлениями не останется незамеченным.

Шаг №6 **«Полезный партнер»**

Умение быть полезным партнером не является каким-то искусством, но большинство райтеров не обращают на это внимание. На просторах фриланса нет начальников и подчиненных, есть только деловые отношения, суть которых заключается во взаимной выгоде.

Если Вы райтер, Вас должны интересовать не только деньги за проделанную работу, а еще и успехи проекта, над которым Вы работаете. Потому что удачное развитие – это Ваш рост и это Ваш источник денег, даже если он составляет десятую часть всех Ваших доходов. Во-первых, из таких источников и образуется месячная прибыль, во-вторых, проект, который сегодня дает десятую часть, завтра может приносить доход больше всех остальных вместе взятых источников.

Такая же ситуация и с Заказчиком. Если он относится к своему партнеру, как: «Заплатил деньги и все, могу не общаться с ним до следующей оплаты», скорее всего, успех к его проекту придет не скоро. Только постоянное взаимодействие, в которое входят эксперименты, ошибки, новые методы и прочее, способно дать результаты. Основная масса постоянных Заказчиков это понимает, поэтому не противится партнерам, которые проявляют инициативу и стараются быть полезными для проекта.

Не бойтесь делиться идеями по проекту заказчика. Но сначала спросите, есть ли у него желание выслушать Вас. Учтя, что до фрирайтерской деятельности я занимался продажами, и уже понимал, как быть полезным партнером, я буквально с первым своим заказчиком начал применять свои способности. Уже прошло больше двух лет, а мы все продолжаем сотрудничать и сейчас он часто интересуется моим мнением. Правда заказывает очень редко, так как стоимость моих услуг выросла!

Что же входит в полезные идеи и чем делиться со своим заказчиком? А вдруг он уже в курсе того, что хочется предложить? Делиться можно абсолютно всем и совсем не важно, знает он об этом или нет. Вы можете выразить свои идеи относительно дизайна сайта, относительно навигации, рекламы на сайте. Поверьте, каждый хочет, чтобы сайт привлекал внимание, и если у Вас есть идеи по улучшению, почему бы их не выслушать.

Однажды я просто посоветовал заказчику добавить на сайт раздел «Новостей» и наполнять его на постоянной основе, так как это полезно для поисковой выдачи. Заказчик был несилён в вопросе сайтостроения и тем более продвижения. Подкрепив слова ссылкой, он поблагодарил за ценную информацию и естественно предложил мне вести эту рубрику.

Но не только советами по проекту может ограничиваться Ваша участь. Вы, как райтер, всегда находитесь в гуще событий и новостей. Если Вы узнали, какие-то нововведения, появление каких-то полезных сервисов, какой-то новый метод получения трафика на сайт и прочее, расскажите об этом своему Заказчику, выразите свое мнение по этому поводу. Что Вам это даст:

1. Вы напомним о себе
2. Вы будете полезным в глазах партнера
3. Вы получите новый заказ, если новинка как-то связана с контентом, или если Заказчик хочет тоже такую новость на свой сайт.

Если он просит Вас написать такую же новость, предложите ему свои услуги в поиске интересных материалов, которые можно было бы разместить на его сайте. Редко кто противится полезному контенту, особенно в наши дни, когда на многих ресурсах размещены статьи ради статей. Посетители бывают лишь на тех порталах, где постоянно обновляется пища для размышлений.

Но польза может быть не только по рабочим моментам. Хорошо работает тот, кто хорошо умеет отдыхать. Если Вам кто-то прислал интересное видео, статью, аудио, фото или Вы сами натолкнулись на позитивный контент, поделитесь положительными эмоциями со своими Заказчиками. Вам нужно построить простые и доверительные отношения, очень близкие к товарищеским или приятельским. В свое время я прислал ссылку на веселое видео заказчику, которое он все еще продолжал вспоминать через несколько месяцев и постоянно цитировал фразу из ролика.

Именно такое поведение поможет понять Вашему заказчику, что Вы с ним партнеры, что Вы также пропитываетесь его проектом, как и он. Очень важно! Все что Вы делаете, делайте от души. Если Вам прислали смешное видео, а Вам сейчас не до него, скажем, просто нет настроения, не нужно пересылать его Заказчику, потому что это по логике должно укрепить

Ваши партнерские отношения. Люди всегда чувствуют, когда что-то делается от души, а когда что-то делается по книжке. И бездушное следование изложенной стратегии не укрепит, а только разрушит сотрудничество!

Дарите тепло и Вы получите его обратно вдвойне. Это касается не только делового сотрудничества, старайтесь по жизни стремиться к позитивным эмоциям и передавать их другим людям!

Теперь пришло время изучить следующий Шаг, который определит, добьетесь ли Вы успеха в сфере рейтинга и будут ли у Вас постоянные заказы...

Шаг №7 «Деньги»

Если Вы пришли в сферу рейтинга с одной единственной целью – заработать деньги, закройте эту книгу и удалите. Я не шучу! Не тратьте свое время, так как у Вас не получится прийти к нормальным заработкам, если Вы одержимы исключительно финансовым вопросом.

Продолжаете читать? Значит, мы с Вами настроились на одну волну. Ошибка многих райтеров, которая, к слову, исправима, заключается в том, что они пришли просто заработать деньги. Такой настрой блокирует все каналы постоянных заказов, так как человек не развивается. Если человек не станет на правильную тропу, независимо от того с чьей-то помощью или самостоятельно, очень скоро ему надоест писать по 50 центов за 1000 знаков и он это бросит. Так как на таких ценниках много не заработаешь. Никто еще не добился успеха в любом бизнесе, если финансовая сторона шла впереди всех мыслей.

Не подумайте, что я пытаюсь Вас убедить, будто деньги вообще не должны Вас волновать и хороший райтер питается росой и кленовыми листьями. Хороший райтер зарабатывает в несколько раз больше высоких заработных плат по государственным меркам. Но получается это у него благодаря правильному отношению к деньгам. Благодаря желанию развивать свою личность, совершенствовать свое мастерство, проникаться своими работами.

Вам должен нравиться сам процесс изложения мыслей на бумаге. В противном случае, не будет результата. Так как это становится схоже с нелюбимой офф-лайн работой, где люди получают ставку плюс процент и матерятся каждое утро на будильник, оповещающий о новом скучном рабочем дне. Вы знаете хоть одного директора, который сам добился своего уровня и которому не нравится собственное дело? Я не знаю. Зато знаю десятки людей, которые страдают на своей работе, потому что не могут найти себя или не хотят и десятки людей, которые поднялись по карьерной лестнице, потому что эта работа им по душе.

Если Вы полны энтузиазмом и Вам нравится это ремесло. Если Вы хотите не просто зарабатывать 200\$ в месяц, а быть райтером у которого есть

Имя, которого рекомендуют своим знакомым, у которого солидные гонорары, Вы должны:

1. Работать на перспективу. Это проблема встречается у многих, если анализировать, что люди пишут на форумах и в комментариях:

1. «Зачем мне писать статьи специально для портфолио?»
2. «Зачем париться над откликом к проекту?»
3. «Я никогда не переделываю работу!!»

И если человеку сразу не объяснить «Зачем?» и «Почему?», он быстро вылетит из этого бизнеса. Но большинство настолько агрессивны и негативно настроены к советам, что даже искреннее желание более опытного специалиста помочь, оказывается бессильным. Закон притяжения денег всем известен. Нужно работать, нужно обучаться, нужно стремиться. И просто он выглядит лишь на словах, а когда дело доходит до практики, лень сносит 70% всех желающих.

Если у Вас в данный момент нет заказов, не бегите к дивану и телевизору. Там их точно не прибавится. Напишите статью в портфолио, поработайте со своим аккаунтом, сделайте его более привлекательным. Начните применять все то, о чем я рассказывал выше, и Вы удивитесь, как обростете заказами. Вы обязаны работать на перспективу, если хотите добиться конкретных целей.

В свое время, при отсутствии заказов, я писал статьи в свободную продажу. Безусловно, они через какое-то время продавались, а значит, я не тратил время впустую. Но было бы гораздо лучше, если бы я сразу уделил внимание своему аккаунту или своим заказчикам, мой рост был бы значительно быстрее. Но все приходит с опытом, поэтому не ждите когда он придет к Вам, а перенимайте его у меня, прямо сейчас.

2. Обучаться. Невозможно развиваться и совершенствоваться без книг, без познаний чего-то нового. Сейчас Вы читаете этот труд, потому что хотите узнать мой подход к заказчикам, как я добился своих результатов, чтобы применить потом это все на практике. Люди, которые не читают книги, которые не перенимают опыт всегда остаются на одном уровне. Они если и двигаются вперед, то очень медленными темпами, благодаря тому, что сами к чему-то приходят. Мне их очень сложно понять. Ведь

есть масса бесплатной информации, в свободном доступе, просто бери и делай. Но видимо диван обладает огромной силой притяжения!

Независимо от того, какое Вы выбираете обучение, платное или бесплатное, Вы развиваетесь! Основное отличие этих видов заключается в том, насколько быстро будут Ваши результаты. Поверьте, в любом обучающем курсе 80% информации, к которой способен прийти самостоятельно каждый целеустремленный человек, но для этого нужно набить собственные шишки, пройти весь тернистый путь самостоятельно, а это занимает не меньше года, у кого-то даже не меньше двух, в зависимости от того чему собственно обучает тренер.

Платное обучение – это возможность получить все знания сразу в одном месте, четко, структурировано и уже завтра, применять их на практике и получать результаты. Не тратить драгоценное время! Кроме того, есть возможность консультироваться по всем «непоняткам» у своего учителя. Если он адекватный, он проведет за руку по всем ухабистым местам и расскажет не только, что делать, но и чего делать не нужно. Я не просто так заговорил об адекватности. Платное обучение – действительно хороший способ совершенствования и возможность быстрее прийти к желаемым результатам, НО (!) будьте аккуратны при выборе продукта:

1. Внимательно изучите автора курса. Если у него нет собственных показателей, чему он может Вас научить? Узнайте детальнее об Авторе вообще в Сети, какая репутация на блогах, на форумах, что он вообще пишет. Как отзываются о курсе люди, которые его купили, или прошли? В любом случае будут и довольные, и недовольные, но важно узнать аргументацию как тех, так и других. Если человек пишет, что курс плохой и ничем не аргументирует свое мнение, скорее всего, ему сложно поверить в собственную лень или же он рассчитывал, что после покупки ничего не нужно будет делать, и деньги будут литься рекой. Это же относится и к положительным отзывам.

2. Изучите описание курса. Посмотрите по пунктам, что будет представлено. Возможно, Вы уже знаете ответы на все вопросы. Вкладывайте деньги только тогда, когда Вы уверены в Авторе!

Вот мы с Вами и подошли к последнему шагу, без знания которого случаются потери постоянных заказчиков...

Шаг №8

«В контакте»

В последнем разделе речь пойдет не о социальных сетях, как могло показаться из названия, но суть очень близка. Многие райтеры не понимают, зачем им постоянно быть на связи, ведь суть фриланса как раз и заключается в свободе действий, никакого начальства, никакого контроля. Безусловно, Вы свободны в своих действиях, но это совсем не значит, что Вы можете исчезнуть без предупреждения на несколько дней.

Суть любых деловых отношений заключается в возможности мгновенной связи с партнером. Почему? Потому что сейчас заказчика посетила мысль, которую нужно реализовать в кратчайшие сроки, потому что сейчас заказчик решил внести небольшие изменения в заказ или вообще отменить / заменить его. Ваше отсутствие нарушит планы заказчика и ему придется просто дожидаться, когда же Вы появитесь в Сети. А если у него нет времени или желания, он просто обратится к Вашему конкуренту, который может понимать, почему важно быть всегда в контакте, и понемногу Ваше сотрудничество угаснет.

Дабы не лишиться постоянного заказчика, Вы должны всегда о нем заботиться. Совсем необязательно готовить ему чай и завтрак по утрам, достаточно дать свой номер телефона. Это позволит ему в любой момент выйти с Вами на связь, кроме того, Вам будет совсем необязательно постоянно находиться в режиме онлайн, смело занимайтесь своими делами.

Напишите свой номер телефона в международном формате на всех аккаунтах бирж фриланса. Также обозначьте его в Skype. Если знаете, что в ближайшие дни будете отсутствовать больше суток, оповестите своих заказчиков. Обычно я делаю это так:

«Привет. В период с 15 по 17 число я буду отсутствовать. Обязательно звони, если нужна будет моя помощь: XX-XXX-XXX-XX-XX»

Достаточно один раз за все время сотрудничества написать свой контакт, чтобы не бояться в будущем потерять заказчика. В свое время я лишился 200\$ только потому, что не смог заранее оповестить заказчика о своем отсутствии и заказ достался другому райтеру, не повторяйте моих ошибок.

Завершить этот раздел хочу еще одной рекомендацией. Каждый человек любит подарки, бонусы, скидки и прочее, что достается бесплатно. Изредка балуйте своих заказчиков такими лакомствами. Вам выбирать, что конкретно Вы готовы предложить своему клиенту, за все время работы в рейтинге я предлагал своим заказчикам:

1. Бесплатное размещение статей на сайте в течение двух месяцев
2. Бесплатный поиск изображений для 20 статей
3. Бесплатную статью раз в месяц
4. Скидки 20% в период с ... по ...
5. Скидки 20% при условии конкретных объемов
6. Бесплатный подбор ключевых слов для 20 статей

...

Возможно, что-то осталось без внимания, но и этих услуг достаточно, чтобы заказчик оценил Вас, как специалиста и держался за Вас. Более того, желание сэкономить подталкивает оформить заказ со скидкой прямо сейчас, если акция действует всего 2 дня, ведь все равно заказывать контент нужно, так почему бы сейчас не получить его по более выгодным ценам. Конечно же, любой бонус подразумевается исключительно при плотном сотрудничестве и на постоянной основе. Если у Вас клиент заказывает одну статью в месяц, бесплатные услуги предлагать не нужно, что же касается скидок, здесь уже Вам решать.

Уважайте своих заказчиков и всегда задумывайтесь о выгодах, которые Вы способны им предоставить...

Заключение

Еще раз хочу поблагодарить Вас за то, что нашли время прочитать книгу «8 шагов к постоянным заказам». Применяв даже 30% полученных знаний, Вы увидите свой рост и другое отношение заказчиков к Вашей персоне.

Хочу пожелать Вам успехов в становлении райтерской Личности, Имени, Бренда. Никогда не останавливайтесь на достигнутых результатах, и не опускайте руки, если что-то не получается. Будьте сильными!

Артур Будовский

«Школа статейного бизнеса «TextUnique»»