



# بازاریابی برای فریلنسرها

---



## مناگنجیان

هم‌بنیان‌گذار و مدیر مارکتینگ  
شتابدهنده شغلی لینیفای



@Leanify.ir

# فریلنسرینگ به مثابه یک بیزینس

یه بیزینس چه اجزایی داره؟

- یه محصول / کالا / خدمت
- بازاریابی
- فروش
- ارتباط با مشتریان
- مالی و حسابداری
- پشتیبانی
- و...



# فریلنسر ارتش یک نفره است!

سوال: به عنوان چه فریلنسر محصول شما چیه؟



@Leanify.ir

# بازاریابی چیه و چرا به بازاریابی نیاز داریم؟

- درآمدمون مستقیماً بهش بستگی داره
- مسیر رشدمون بعنوان فریلنسر به انتخابهامون بستگی داره و بازاریابی دایره انتخابهای ما رو بزرگ میکنه



# قدم اول بازاریابی: شناخت مشتریان

- مشتری شما کیه؟
- پرسونای مشتریان



# کارفرمای نوع ۱:

- صاحب به کسب و کار کوچک مثل به آنلاین شاپ، به پیج اینستاگرامی یا همچنین کسب و کاری
- از تخصص شما هیچی نمیدونه
- اینا همونان که میگن لوگو چند؟ به سایت مثل دیجی کالا میخوام!
- دانشش در مورد بیزینس هم محدوده
- بلد نیست بهتون بریف بده، هر دقیقه به چیز جدید ممکنه بگه، بودجهش محدوده، ادیتهای بی نهایت میخواد، سر قیمت کلیبی چک و چونه میزنه و در یک کلام غیر حرفه‌ایه



کجا دنبال فریلنسر میگرده؟

- از دوست و آشنا میپرسه
- تو پلتفرم‌های فریلنسری دنبالتون میگرده
- بعضا تو اینستاگرام یا گوگل سرچ میکنه





چجوری متقاعد میشه؟

قیمت ارزون!

چون درکی از تخصص شما و تاثیر کیفیت کارتون روی رشد خودش  
نداره و بودجه محدودی هم داره و منش بازاری داره، خیلی سر  
قیمت چک و چونه میزنه و دنبال ارزونترینهاست

چندتا نمونه کار کانسپت هم ببینه براش کافیه

دنبال پورتفولیوی حرفه‌ای نیست و اگه هم داشته باشید خیلی سر  
درنمیاره



## کارفرمای نوع ۲:

- صاحب به کسب و کار ساختار یافته‌تر که حداقل به تیم کوچک داره و با تخصص‌های مختلف نسبتاً آشنا تره. مثلا به استارت‌آپ با به تیم ۱۰ نفره.
- تا به حدی تخصص شما رو درک میکنه، اونقدر پولدار نیست اما بودجه نسبتاً معقولی داره، شاید از قبل بریف آماده نکرده باشه اما میتونه به سوالاتتون تا حد قابل قبولی جواب بده، ادیت‌های بی‌نهایت نمیده ولی چون دقیقا نمیدونه چی میخواد ممکنه به کم ادیت کنه (اما نه به اندازه کارفرمای نوع ۱)



## کجا دنبال فریلنسر میگرده؟

- پرس و جو از همکاران و آشناها (با این تفاوت که اطرافیانش آدمهای حرفه‌ای‌تری اند)
- جستجو در لینکدین، توییتر، اینستاگرام و...
- با احتمال کمتری سراغ پلتفرمهای فریلنسری میره و وقتی هم بره ترجیحش پلتفرمهای تخصصی‌تر و حرفه‌ای‌تره.
- تو گوگل یه سرچی میکنه که قیمت و شرایط دستش بیاد و اگه اونجا با آژانس خوب یا پورتفولیو و شرایط خوب یه فریلنسر مواجه بشه شاید چشمشو بگیره



چجوری متقاعد میشه؟

بهش این حس و بدی که نسبت به بودجه‌ای که داره میتونه بهترین کیفیت رو تحویل بگیره

حس کنه نیازش رو فهمیدی، متوجه دغدغه‌هاش هستی و براشون راه حل مناسب داری

نظم و تعهد براش مهمه

پورتفولیوی منظم و منسجم با کیس استادی‌های خوب میتونه خیلی تاثیر خوبی روش بذاره

رضایت کارفرماهای قبلی میتونه تا حد زیادی بهش اطمینان خاطر بده



# کارفرمای نوع ۳:

- تیم لید یا مدیریه واحد از یه کمپانی بزرگ
- پروژه‌های بین المللی
- پروژه کاملاً با جزئیات مشخصه
- بریف کامل و دقیق داره
- میدونه از شما چی میخواد، ددلاین مشخص و دقیق داره، کیفیت بالا میخواد، بودجه کافی داره (پول خوب میده و کار خوب و با کیفیت و نظم و تعهد میخواد)



## کجا دنبال فریلنسر میگرده؟

- پرسونال برند حرفه‌ای
- ترجیحش متخصص‌هایی هستن که تو یه حوزه نیچ کردن
- از همکارانش و سایر افراد حرفه‌ای اکوسیستم پرس و جو می‌کنه (براش مهمه قبلا با شرکتهای خفن کار کرده باشید و پورتفولیوی خفنی داشته باشید)
- به شدت لینکدین‌بازه!
- ممکنه ترجیحش agency های بزرگ و معروف باشن در مورد پروژه‌های بزرگ



## چجوری متقاعد میشه؟

سنیور بودن و پورتفولیوی حرفه‌ای خیلی مهمه  
برند شخصی شما و شناخته شده بودنتون خیلی مهمه  
کمپانی‌هایی که قبلا باهاشون کار کردین و نتایج حاصل از اون  
همکاری‌ها براش بسیار مهمن  
تعهد به ددلاین‌ها، نظم، رفتار حرفه‌ای و درک نیازهاشون خیلی  
اهمیت داره



**Who are we?**



**Clients!**



**What do we want?**



**We don't know!**



**When do we want it?**



**NOW!**





# پیش‌نیازها قبل از شروع بازاریابی

- آشنایی با حوزه‌های شغلی پرتقاضا در مارکت فریلنسری
- انتخاب حوزه بر اساس علایق، استعدادها، شرایط و امکانات
- آموزش دیدن در حوزه هدف
- تولید نمونه‌کار و ساخت پورتفولیو
- تدوین رزومه



# Go To Market Strategy



@Leanify.ir

# هدف اولیه: جذب کارفرمای نوع ۱

- خودت هنوز خیلی تازه‌کار و کم‌تجربه‌ای
- نمونه‌کار با کیفیت کافی نداری
- کسی نمی‌شناسدت هنوز
- دسترسی به‌شون راحت‌تره
- آب‌بندی میشی!



# ورود به اکوسیستم کاری

F\* + FFF •

Networking •

Social Media •

WOMM •



# FFF + F\*

Friends •

Family •

Fools (دور از جون، بلا نسبت جمع) •

Freelancing platforms •



# شبکه‌سازی

اونی که کنج عزلت می‌گزیند و از مصاحبت خلق  
دوری می‌کند و سر به جیب مراقبت فرو می‌برد  
درویش و صوفیه، تو فریلنسری از این خیرا نیست!



# شبکه‌سازی

شبکه‌سازی یا نتورکینگ، ایجاد و پروراندن یک رابطه طولانی‌مدت و سودمند دوطرفه با افرادی است که در موقعیت‌های مختلف یا در شبکه‌های اجتماعی با آنها آشنا شده‌اید.



- شبکه شما تعداد فالوئرهاتون نیست
- شبکه شما تعداد آدمایی که فقط همو میشناسید نیست
- کیفیت و کمیت روابط هر دو اهمیت دارن
- شبکه‌سازی رقیب‌پروری نیست!
- اونقدری که منافع مشترک دارید تضاد منافع ندارید





# با چه افرادی شبکه بسازیم؟

- سنیورترها، افراد شناخته شده، افراد باتجربه،...
- همکاران مستقیم
- همکاران غیر مستقیم و متخصصین سایر حوزه‌های مرتبط
- کارفرماها



# فعالیت در شبکه‌های اجتماعی

- شبکه‌سازی
- دیده شدن، شناخته شدن و به تدریج ساخت برند شخصی
- انتشار نمونه‌کارها و استفاده بعنوان پورتفولیو
- دریافت پروژه بصورت مستقیم یا غیر مستقیم



# فعالیت در شبکه‌های اجتماعی

- شبکه‌های اجتماعی عمومی  
اینستاگرام، توئیتر، ...
- شبکه‌های اجتماعی تخصصی  
لینکدین، دریبیل، بیهنس، گیتهاب، ...



# بازاریابی دهان به دهان

بازاریابی دهان به دهان یا WOMM همان مخفف  
Word Of Mouth Marketing، به طور کلی یعنی  
تأثیرگذاری فعال و برانگیختن طبیعی گفت‌وگوها  
حول یک برند، محصول و ...



۹۲٪ از مصرف‌کننده‌ها، پیشنهادهای دوستان یا خانواده‌شان را بیشتر از هر نوع دیگری از تبلیغات باور می‌کنند.

بزرگترین سرمایه بازاریابی شما، پایگاه مشتریان فعلی و قدیمی شماست

همه‌ی عملکرد این استراتژی به ۲ کلمه برمی‌گردد:  
رضایت و اعتماد



ممنون از توجهتون



@Leanify.ir