



ЯК ЗНАЙТИ КЛІЄНТА ДИДЖИТАЛ-СПЕЦІАЛІСТУ З НЕВЕЛИКИМ ДОСВІДОМ?



ПІДПISУЙТЕСЬ НА КАНАЛ «є контакт»,

де понад 20 тисяч підписників, щоб бути
в курсі актуальних вакансій в диджитал.

У сфері диджитал зараз **спеціалістів більше, ніж вакансій** – тому конкуренція вимагає більшої креативності та винахідливості в процесі отримання офер, особливо якщо у кандидата невеликий досвід.

Команда телеграм-каналу «є контакту» зібрала способи, які допоможуть вам знайти клієнта, навіть якщо ви знаходитесь на старті своєї кар'єри.





Перший варіант – повідомити ваших друзів та знайомих.

Серед вашого оточення можуть бути люди, які створили бізнес або працюють в компанії, де є релевантні для вас вакансії.

Як вони дізнаються про те, що ви в пошуку клієнтів, **якщо ви цього не повідомили? :)**



Анонс у ваших соцмережах.

Він допоможе достукатись не лише до вашого наявного кола знайомих, це також вихід на тих, хто вас не знає, **через сарафанне радіо.**

Для цього вам не обов'язково мати розвинуті сторінки, навіть **500-1000 підписників – вже аудиторія.**



Класичні сайти: work.ua, roboota.ua

Не радимо скидати з поля зору популярні сайти для пошуку роботи: там все ще публікують вакансії і це спосіб знайти клієнта, якщо поки немає прямих оферів.





Пошук через LinkedIn.

Це професійна соцмережа, яка має окремі функції для пошукачів та аудиторію тих, хто може зацікавитись вашими послугами.

Якісно заповнивши профіль та будучи активним, ви зможете **стабільно отримувати запити на співпрацю**.



Фриланс-біржі по вашій спеціальності.

Це може бути Upwork або інша біржа, в якій ви можете знайти клієнтів за вашим напрямом.

Це особливо дієвий спосіб, якщо ви **володієте англійською** хоча б на базовому рівні.



Спільноти підприємців та ейчарів, маркетологів.

Ви можете знайти ком'юніті та спільноти, в яких збираються люди, що **потенційно** можуть бути вашими клієнтами.

Найбільш популярні спільноти можна знайти у Facebook, також можна розглянути тематичні ком'юніті, як от **Ukrainian Digital Community**.

Ви можете там відстежувати актуальні запити та відгукуватись на них, а також пропонувати свої послуги.





Спільноти тематичних або не тематичних навчань.

Ніколи не буде зайвим **написати в чатик курсу**, який ви пройшли нещодавно, і це не обов'язково має бути навчання з диджитал.

Наприклад, якщо ви сммник і проходили навчання з коучингу – цілком ймовірно, що серед коучів можуть бути **ваші майбутні клієнти**.

Тож ви можете зробити пост про свої послуги, **«закинувши вудочку»**.



Telegram-канали та агрегатори вакансій.

Наразі в телеграм велика кількість каналів, в яких публікуються пропозиції напряду від роботодавців вашої сфери.

Як-от «є контакт», де лєвова частка вакансій – унікальні.

Так ви можете в **одному місці** знаходити актуальні пропозиції та шукати клієнтів.



Написати бренду самостійно.

Оберіть топ-5 компаній/людей, які вам цікаві для співпраці, та зверніться з пропозицією – таким чином ви проявляєте ініціативу. Тож навіть якщо наразі немає відкритих позицій, компанія зафіксує ваш контакт **на майбутнє**.



Тож навіть якщо наразі немає відкритих позицій, компанія може зафіксувати ваш контакт і звернутися **в майбутньому**.



Робота в агенції.

Щоб займатись своїми прямими обов'язками, а не шукати клієнтів, **рекомендуємо звернути увагу на роботу в агенції**.

Адже це класний формат роботи: ви займаєтесь своїми проф. задачами, а агенція бере на себе пошук клієнтів та інші обов'язки.

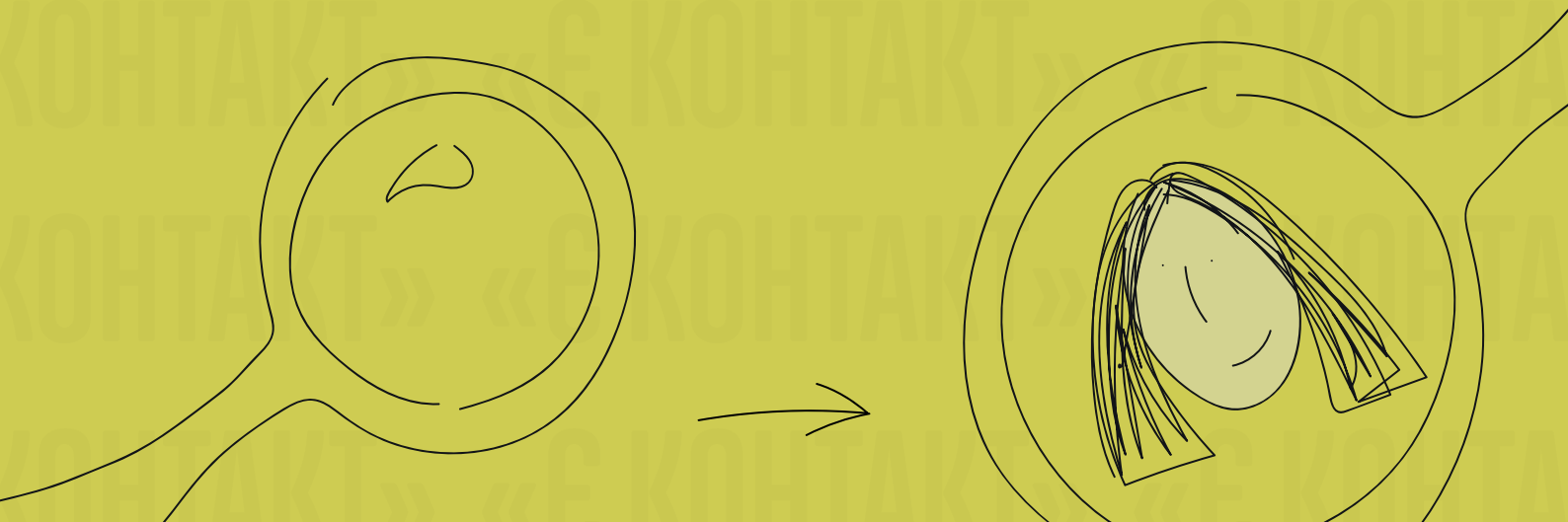
Також агенції **часто проводять стажування**, де можна набратись досвіду і в подальшому залишитись працювати.



Партнерства з агенціями та колегами.

Це спосіб пошуку клієнтів за допомогою **«обміну» з колегами**. Наприклад, якщо ви сммник, ви можете домовитись з таргетологом про спільну роботу з одним клієнтом.

Так само можна домовитись про аутсорс-співпрацю з агенцією.





Розміщення в профільних каналах/клубах.

Наприклад, у телеграм-каналі «є візитка», де роботодавці вас знайдуть самостійно.

Ви публікуєте свою пропозицію, резюме та портфоліо, а також повідомлення, що знаходитесь в пошуку проєктів. І потенційні клієнти звертаються **до вас напяму**.



Рекомендації друзів.

Це така собі **реферальна програма**, за якою ваші друзі можуть рекомендувати вас людям, які потенційно можуть зацікавитись співпрацею.

Якщо співпраця складеться – ви або компанія може відрахувати **«бонус»** тому, хто вас порекомендував.



Запуск таргетованої реклами.

Це класний спосіб, якщо ви **маєте розвинуту сторінку** в Instagram або Facebook.

Ви можете доповнити профіль кейсами та більше розкрити вас, як спеціаліста – і запуснути промо на потрібну аудиторію з метою отримати запити про співпарцю.





Тегати себе під дописами-запитами у соціальних мережах.

Якщо ви маєте широке коло спілкування, особливо у Facebook, ви можете **тегати себе під дописами**, де хтось шукає спеціаліста диджитал-напрямку.

Також вас можуть **відмічати ваші знайомі**, якщо знають, що ви відкриті до роботи.

Ми раді допомогти вам з пошуком роботи 😎



Шукайте актуальні вакансії в телеграм-каналі **«Є КОНТАКТ»**:
<https://t.me/jecontact>



А також розміщуйте своє резюме в телеграм-каналі **«Є ВІЗИТКА»**:
https://t.me/je_vizytka

