**Тема сегодняшней записки: «Денежный станок или где брать клиентов готовых покупать».**

Данная тема в первую очередь будет актуальна для SEO-специалистов и людей, которые хотят продавать SEO. Но также подойдет для многих удаленных интернет-профессий или людей, которые хотят зарабатывать в интернете, и находятся в поиске клиентов. Но и вообще, в принципе, для большинства услуг. (нразбр.) (00:00:30)

Сегодня я дам двадцать источников, где брать клиентов. Начнем с самого первого, самого банального. Я думаю, вы с ним встречались. В общем, начнем от простого к сложному или в разнобой, потом мы их отранжируем.

**Источник номер один** - это биржи фриланса. Наверняка немногие знают, что среди таких известных бирж, как Fl.ru, Weblancer.net, есть биржи-задания типа Kwork или Work-zilla. На данных источниках можно брать клиентов, причём начинать с небольших каких-то услуг, например, выполнение: сбор семантического ядра, либо написание тайтлов, либо какое-то размещение каталога, либо какие-то другие простые услуги. И потом в общении с клиентом спросить, что для него ещё является актуальным, какие у него еще есть задачи и предложить ему их решить.

Таким образом, можно набрать себе постоянную базу клиентов, и чем это база будет шире, тем больше клиентов могут к вам обращаться. Главное сделать услуги качественно. Соответственно, чтобы получить как можно больше заданий на бирже, необходимо раскачаться. Что значит раскачаться – это значит получить хороший рейтинг и хорошие отзывы. Здесь есть лайвхак: если завести задание, после попросить своих друзей заказать их задания (пускай сервис возьмет какую-то комиссию, а чаще сервис даже никакую комиссию не берет) и получается, чтобы они вам поставили реальный рейтинг и написали отзывы о ваших услугах. Да, таким образом, вы немножко подкрутите себе результаты, но зато сразу на порядок будете отличаться от всех других претендентов. И еще, если на бирже есть премиальный аккаунт, я советую брать его, потому что он заметно будет выделять вас на фоне остальных игроков. А наличие позитивных отзывов и хорошего рейтинга увеличит ваш шанс на получение заказчиков.

Плюс обязательно нужно оформить ваше портфолио, потому что заказчики выбирают по портфолио и по рейтингу. Если у вас сейчас нет портфолио, то заведите его, то есть можете составить ваше портфолио и оказать ваши услуги бесплатно каким-то людям просто за отзыв, потому что все это будет работать на вас.

**Второй источник – это рассылка**. Что такое рассылка – это не просто спам по непонятной базе, это когда вы (пример для SEO – специалиста) берете какой-то сайт, который стоит не в топе или он стоит в топе, но вряд ли он стоит в топе по всем запросам в топ 1. Делаете его аудит: разбираете и находите ошибки и дальше запаковываете этот аудит (он должен быть коротеньким на 7-10 минут) и отправляете его на почту, либо по контактам, которые вы нашли на сайте. И с письмом в формате: «Меня зовут так-то, я занимаюсь тем-то, составил для вас видео-аудит по ошибкам и в случае заинтересованности готов пообщаться и рассказать подробнее». Это отличный метод, работает на ура, потому что этим занимаются крайне мало. Все хотят сразу получить клиента и деньги вперед, а потом только давать ценность. Отличайтесь от большинства и давайте пользу вперед. Также хорошо работают разборы в формате, или вы делаете видео разборы сайтов и выкладываете их у себя на канале, и после делитесь. Таким образом, если у вас будет хорошо оформленный канал на Ютубе, где будет множество разборов сайтов, это все будет позитивно влиять на ваш рейтинг. Резюме по данному способу – сначала давайте пользу и результат будет.

**Третий метод** – это использование онлайн чатов. Что это такое? Вы находите коммерческие сайты, где есть онлайн чат, в котором обычно оказывают консультации. В нашей практике мы используем этот метод для того, чтобы связываться с владельцами бизнеса. Во многих компаниях, если компания является небольшой, то ответственным за чат является сам владелец бизнеса, либо маркетолог, с кем вы можете коммуницировать, либо спросить его контакты. Когда вы как раз нашли на сайте различные ошибки, отправили их в чат и после можете договориться о том, что в случае, если им интересно разобрать ситуацию более подробно, то вы договариваетесь уже о получении контактов через онлайн чат. Это очень хорошо работает по сравнению с обзвоном, потому что так делает опять меньшинство.

И вот мы переходим **к следующему моменту – это холодный обзвон**. Я думаю никого не нужно с этим методом знакомить. Фактически вы берете базу, изучаете сайт и связываетесь, предлагаете свои услуги, рассказываете, что вы нашли на сайте. В идеале этот метод комбинировать с рассылкой персональной, когда вы делаете аудит и после говорите, что нашли ошибки и куда бы вы могли выслать результаты этого аудита. Таким образом, получаете контакт, что действительно этот аудит с большей долей вероятности оценят и изучат. Холодные обзвоны, как бы к ним не относились сурово, что они не работают, поверьте мне, что большие, крупные организации, банки не выделяли бы столько ресурсов на холодные обзвоны. Этот метод действительно работает и могу вас заверить, что я сам лично покупал с холодного обзвона услуги контекстной рекламы на сумму более ста тысяч рублей в месяц.

**Следующий метод** – это знакомые, друзья, родственники, знакомые знакомых. Я думаю, что у каждого есть знакомый предприниматель, либо у вас есть друзья, у которых они есть. Либо есть родственники, которые хотят завести бизнес. Этот метод нацелен на то, чтобы все ваше ближайшее окружение знало, какие услуги вы предоставляете. Они должны знать, что вы оказываете услуги продвижения сайтов, либо рекламы в интернете, либо чем вы занимаетесь. Соответственно, вы также можете и должны связаться со своими знакомыми, лучше это делать не в формате письма, а обзвона и реанимировать ваши старые контакты. Разговор должен строиться в формате: «Я занимаюсь тем-то…тем-то, у меня есть возможность взять несколько клиентов, подскажи, пожалуйста, знаешь ли ты людей которым ты мог бы меня порекомендовать, как исполнителя, и возможно кому будет интересно». Таким образом, вы собираете контакты, и когда один человек представляет вас другому человеку, у вас сразу есть кредит доверия. И продать вашу услугу гораздо легче.

**Следующим метод** – это интернет-агентства, либо SEO-студии, либо WEB-студии. То есть на рынке представлено крайне много компаний, которые уже занимаются различными IT-услугами, и у которых есть клиенты. Соответственно, вы можете договориться с данными компаниями о том, что готовы оказывать им субподряд. Например, агентство занимается WEB-разработкой сайтов, и оно не оказывает услуги по SEO, и вы договоритесь с ними о том, чтобы вы оказывали клиентам данные услуги от имени их компании. Но для этого вы должны быть надежным исполнителем, соответственно на это будут влиять и отзывы, и рейтинг, и портфолио, а отзывы должны быть различных форматов, и благодарственные письма и возможно даже рейтинг. Это все будет о вас говорить, как о надежном поставщике. Либо работать с какими-то другими партнерами. Поставьте себя на место владельца бизнеса, почему он должен вам доверить своих клиентов. Соответственно, когда вы договоритесь с данными компаниями, чтобы работать под их началом, это опять обеспечит вам новых клиентов.

**Следующий метод** – это сайты работы hh.ru, SuperJob.ru, job.ru и так далее. Их много достаточно. HeadHunter является одним из основных в теме IT. Что здесь? Я не предлагаю вам искать работу в найме. Основное предназначение этих сайтов поиск работы. Здесь работает очень хорошо следующий метод. Когда вы размещаете вакансию о вас, как о человеке, о специалисте, и дальше при отклике фактически берете клиентов. Туда же приходят клиенты, которым нужен SEO-специалист в штат. Но вы с ними договариваетесь, что вы с ними работаете, как внештатный маркетолог и готовы оказывать им услуги. В вашем контексте это может быть только SEO. Фактически, что вы берете сайт на обслуживание, ежемесячно его ведете, у вас есть встречи. Например, два раза в месяц или каждую неделю, если это требуется, также созвон. Хорошего SEO-специалиста в штат найти действительно сложно, поэтому владельцы бизнеса так и не могут найти SEO-специалиста себе в штат, и вынуждены обращаться к исполнителям частным, либо к компаниям. И здесь, как раз вы уже сработали на опережение, вы предложили свои услуги.

**Следующий метод** – это сайты объявлений, такие как Avito, Youla и другие. Здесь, размещая объявление о ваших услугах, рекомендую сразу брать премиальные тарифы, потому что они выделяют вас. Вы можете думать, что это не работает, но поверьте мне, сам, практиковал, все работает. И действительно есть контингент людей, которые ищут на Avito все услуги.

Здесь на каждый канал свой определенный клиент

**Следующий метод** –это Linkedin. В данном случае данная социальная сеть работает, как некая платформа очень близкая к HeadHunter, но фактически это другая платформа, преимущественно оттуда могут прийти другие клиенты, если вы оказываете продвижение в зарубежных поисковых системах. Заполнив там грамотно профиль и прокачивая свой аккаунт с помощью связей, то есть там нужно общаться, там нужно коннектиться с другими людьми, желательно с хедхантерами с других компаний, либо с какими-то людьми, которые крутятся в различных темах. То есть смысл в том, что там есть предприниматели и есть много маркетологов разработчиков хедхатнеров. Если вы будете на виду, вы будете светиться, то оттуда вам могут приходить заявки и очень хорошие заявки. Собственно я лично брал оттуда нескольких клиентов зарубежных.

**Следующий канал** – это ведение блога. Если вы ведете блог на тематику SEO, либо любого маркетинга и пишите хорошие экспертные статьи, вы этот блог продвигаете, там получаете трафик. Соответственно описываете там свои результаты, достижения и так далее, это все является очень хорошей базой для того, чтоб клиенты ваши вам доверяли и соответственно дальше покупали. Мне лично с блога приходят периодически клиенты.

**Следующий канал** – это Ютуб. Есть определенная доля людей. Сейчас вообще Ютуб является номером два по поиску. Это поисковая система номе два в мире. И есть огромное количество людей, которое просматривает Ютуб. Соответственно, что здесь? Здесь вы можете снимать полезный контент, как по данной вашей теме, так и участвовать в различных подкастах, интервью с другими людьми, и таким образом, обрастая социальными связями, как бы узнаваемостью. Здесь задача светиться как можно больше. Плюс Ютуба в том, что он органически продвигает ваш ролик. Плюс, если вы будете производить дополнительные манипуляции по раскачиванию видеоролика (это тема отдельной статьи), то ваши просмотры будут набирать еще больше и соответственно далее к вам могут приходить клиенты. У меня лично с Ютуба пришло несколько клиентов достаточно хороших. Я прямо даже понимаю, какой ролик они смотрели, перед тем как ко мне обратиться.

**Следующий канал** – это участие в различных подкастах. Коллаборации различные, как на Ютубе, так и аудиоподкасты. Здесь тоже приходят клиенты. Ко мне с одного подкаста пришло уже 5-7 клиентов. Поэтому тоже берите на вооружение и используйте. Особенно очень хороший подкаст, где целевой аудиторией являются предприниматели-бизнесмены. Думайте, как интегрироваться в эти подкасты, какую интересную тему вы можете предложить. Потому что у всех есть потребность в хорошем, качественном контенте.

**Следующий источник клиентов** – это участие в различных конференциях и семинарах. Здесь речь идет не только, как о спикере. Это очень хорошо, если вы сможете стать спикером и выступать на конференциях. Вообще идет речь о различных мероприятиях, мастер-классах и так далее, не только по SEO. Подумайте, куда ходят предприниматели, а они ходят на различные тематики, как нишевые свои, например, мебельный форум. Вы можете пойти туда, и там будет куча предпринимателей, которые занимаются мебелью, например. Либо медицинские и так далее. Либо по недвижимости. Вам необходимо идти туда, знакомиться с людьми, делать нетворкинг. И фактически чем больше вы будете наращивать вашу коммуникацию с нужными вам людьми с целевой аудиторией, тем больше шанс, что данные люди заинтересуются вашей услугой. Собственно, так я выступаю периодически на конференциях и вообще посещаю различные мероприятия, круг людей увеличивается и это все дает новых клиентов, вообще партнеров, потому что в теме (нразбр.) (00:16:33) очень классно знакомиться с толковыми людьми именно на таких мероприятиях.

**Следующий канал** – это платная реклама (нразбр.) (16:37), таргетинг-реклама, реклама на Ютубе и так далее. Тестируйте ее. У меня лично (нразбр.) (16:55) очень хорошо играет. Можно получать своих клиентов. Обязательно нужно ретаргетинг настраивать, если у вас есть сайты и туда идут ваши клиенты, чтобы добивать клиентов. И работает Фейсбук, **И**нстаграмм. Эти все источники каналов вы можете применять, тестировать их. И явно, какой-то их этих платных источников у вас сработает. Для этого нужно будет, понятное дело сайт, страницу, куда вы будете приземлять, оформленную. И после вы будете получать своих клиентов.

**Следующий метод** – это SEO-продвижение личного сайта, коммерческого. Что здесь? Вы фактически реализуете, что «сапожник должен быть с сапогами». Создаете свой сайт на тему SEO, прокачиваете его по каким-то определенным запросам. Можно взять, ограничиться, неосновную услугу, продвижение сайтов, потому что очень конкурентный запрос, а какой-то менее конкурентный запрос. Например, продвижение молодого сайта или продвижение сайтов только на Воркмессе или продвижение сайтов на Битриксе. Соответственно вы продвигаетесь под определенные коммерческие запросы или под смежные запросы и берете клиентов на данные услуги.

**Следующий метод** – это продвижение через публикации в СМИ. Есть такие порталы как vс.ru, (нразбр.) (00:18:17), SEOnews.ru, (нразбр.) (00:17:18) и так далее. На всех этих ресурсах вы можете подготовить хороший экспертный контент, либо свои кейсы и опубликовать его. Можно даже подготовить один кейс, фактически его немного видоизменять и запустить на данные ресурсы. Недавно я подготовил кейс и распространил его сразу на семь площадок. Соответственно оттуда приходят клиенты.

В метод про Ютуб еще нужно добавить, что очень круто работают коллоборации, когда ты выступаешь на Ютубе, а также на других каналах уже раскрученных, где аудитория максимально целевая твоей.

**Следующий метод** – это продвижение в Яндекс Дзене. Его можно близко отнести к блогенгу и платной рекламе. В Яндекс Дзене как можно писать статьи и размещать их (нразбр) (00:19:25), так и запускать платную рекламу. В Яндекс Дзене сейчас достаточно хорошие условия. Минимальный платеж конечно 75 тыс. руб., что не является достаточно низким. Но очень круто, что оплата идет только за дочитывание, стоимость оплаты от одного до семи рублей. То есть вы получаете человека, который точно прочитал ваш контент, вашу статью. Внизу данной статьи можно вставить блок с формой обратной связи, то есть с формой заявки, либо вообще можно реализовать переход на ваш сайт и вы получаете максимально целевой трафик тех людей, которые, самое ценное, на основе своих алгоритмов понимают, что им максимально данный контент полезен. Плюс то, что вы доплачиваете Дзену только за дочитывание, то есть человек именно целевой для вас. И вы можете получать заявки на любую свою услугу, потому что в Дзене очень огромное количество посетителей.

В тему Ютуба еще можно сказать, что свои видеоролики, которые вы пишите на Ютуб нужно продвигать через платную рекламу, потому что таким образом вы будете получать очень большое количество просмотров. В Ютубе вы платите за видеоролики, которые присматривают более пяти секунд. Соответственно, если человек просмотрел менее пяти секунд, нажал «пропустить», вы не платите. Соответственно получаете максимально целевых посетителей.

**Следующий метод привлечения клиентов** – это сервисы, это (нразбр.) (00:21:06) создания сервисов или сервисов из микро полезных решений. Здесь вы думаете, какие полезные штуки нужны рынку, какие полезные вещи нужны предпринимателям. Это необязательно может быть только SEO, это может быть вообще стороннее решение для какого-то отдельного вида бизнеса. Например, предположим, нужен строительной нише какой-то уникальный калькулятор по расчету чего-то. Предпринимателям необходимо делать расчет. Реализуя такой сервис, и повесив, туда свою рекламу вы уже можете получать заявки, потому что вы создали источник, куда приходит ваша целевая аудитория. Соответственно, подумайте в этом направлении, что необходимо бизнесу, какие решения можно брать отдельно по тематикам и создавать такие микро решения, заказывать их у программистов, реализовывать, продвигать в том, что вы являетесь специалистами и брать оттуда клиентов.

**Следующий источник** – это рейтинги. Понятное дело, что в Питере и Москве попасть в рейтинг на первые места достаточно сложно, но в регионах это вполне доступно, потому что конкуренция среди компаний не такая сильная. Многие не занимаются рейтингами. Соответственно, продвинувшись в рейтинге, например (нразбр.) (00:22:27) рейтинг является одним из основных, где, например моя компания занимает первое место по Санкт-Петербургу и пятое место по России, продвинувшись, там вы будете получать свою порцию клиентов.

**И следующий метод** – это чаты, участие в чатах и социальной жизни сообщества. Есть Telegram чаты, есть чаты в Контакте предпринимательские и есть группы хорошие в Facebook. Я имею ввиду не только SEOшные, но и вообще бизнесовые и маркетинговые, где тусят, находятся маркетологи. Соответственно, если вы зайдете в этот чат и начнете давать пользу, именно не рекламировать свои услуги, а давать пользу и консультировать людей по различным бизнесам, к вам начнут обращаться. Проверено на личном опыте. Приходят постоянно клиенты оттуда.

Я вам дал больше двадцати различных источников, где брать клиентов. Я думаю, вы для себя выберете наиболее наилучший вариант и начнете увеличивать свою прибыль.

Большой удачи каждому!

До встречи!