**Научиться говорить нет-было не просто**  
  
Работая в офисе вы не можете отказать начальству, но на фрилансе дела обстоят по-другому. Мне не раз приходилось отказываться от заказа из-за множества причин.  
  
Чаще всего то связано с тем, что не хочется браться за идею клиента ( я понимаю, что эта работа не интересна и сфера не годиться под мой стиль ), не подходят сроки и условия. Манера общения клиента - играет также важную роль. Если изначально видно халатное отношение к моему труду, то я сразу отказываюсь.  
  
Во-первых, сказав нет, я берегу свое время и нервы. Мне не нужно долго трудиться над заказом, который в процессе работы я возненавижу.  
  
Во – вторых, некоторые заказы уже в начале работы предполагают множество правок и доработок. Конечно в работе с логотипом, без этого никак, но иногда заказчики выходят за грани дозволенного. Тут есть только два выхода, либо поднимайте цену, либо отказывайтесь от работы.  
  
Рынок фриланса на данный момент переполнен, множество заказчиков хотят получить качественный результат, при этом заплатив минимум. Цените свой труд и время.  
  
А вы беретесь за любые заказы или все же иногда отказывайтесь?

**\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\***

**Фирменный стиль и айдентика?**  
  
В 2021 году уже не нужно объяснять, зачем бренду нужен фирменный стиль и индивидуальность. Но чем больше я развиваюсь в этой сфере, тем чаще слышу о заблуждениях касающихся бренда  
  
**«Мне НЕ нужен фирменный стиль»**  
Хорошо, тогда как вы собирайтесь выделиться среди своих конкурентов? Чем будете подкупать предполагаемых пользователей? Как ваш бренд, в принципе запомниться, если он абсолютно ничем не отличается.  
  
**«Скопирую у другого»**  
Да, вы можете сплагиатить идею, цвета, логотип, полностью всю стилистику бренда, но пользователи вас не полюбят. Почему? Да потому, что каждому нужна индивидуальная изюминка, которая позволит бренду развиваться.  
  
**«Это слишком ДОРОГО»**  
Для кого-то цена за качественный и красивый логотип, может показаться заоблачной и слишком высокой. Но опытные пользователи давно поняли, что на таких вещах не стоит экономить. Ведь первое на что смотрит потребитель это логотип – фирменный стиль магазина и вас самих.  
  
Только вы решайте судьбу своего бренда. Затеряется ли он в общей массе или выйдет на новую ступень развития.

\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*

**Сарафанное радио**  
  
Каждый начинающий фрилансер задавался вопросом, где взять заказ.  
  
Многие находят клиентов на бирже, борются с конкуренцией. Кто-то занимается «холодной» рассылкой и продвижением личного блога. Все эти способы действенные и принесут прибыль, но кто-то получает клиентов «сарафаном», это тогда, когда заказчик сам приходит к вам в руки и хочет приобрести именно ВАШИ услуги.  
  
Как же запустить сарафанное радио?  
  
Кто-бы что не говорил, а это тяжелая работа, требующая терпения. Чтобы вас клиент порекомендовал кому-то, нужно выполнить свою работу на 5+, а может даже лучше. Сделайте дополнительную услугу, поделитесь своим экспертным знанием или преподнесите подарок. Заказчик должен запомнить вас и выделить среди многих. Отличитесь от других.  
  
Это не будет работать сразу, не нужно ждать большого прихода клиентов через 2- 3 дня, возможно, потребуется месяц, а то и больше.  
  
А у вас работает сарафанное радио? Как все началось?