



## Explicação

O primeiro cliente como freelancer do Pedro foi o seu tio, que é dentista. A segunda cliente foi a uma vizinha, que tem uma pequena cafeteria. Ao longo dos últimos 6 meses, Pedro conseguiu conciliar seu trabalho com os freelancers, mas ele decidiu que fazer um intercâmbio para estudar inglês seja um bom caminho para seu crescimento profissional.

O que o fez as contas sobre quanto ele precisa faturar para arcar com os custos da viagem e do curso. Se ele contar apenas com os 2 clientes atuais, ele levaria mais de 3 anos para juntar o dinheiro que precisa, logo, ele precisa de mais clientes para juntar o valor necessário para viajar em um ano e seis meses.

Ainda que Pedro não tivesse esse objetivo, provavelmente surgiram outros, e naturalmente ele precisaria conquistar mais clientes, afinal de contas, vai que o dentista e a vizinha contram outra pessoa?

E agora, por onde Pedro pode começar? Como conseguir novos clientes fora seus conhecidos e familiares?

Uma das coisas mais difíceis sobre freelancing é conseguir clientes. Não importa se você está apenas começando ou se deseja expandir sua base de clientes.

Pedro não precisa investir dinheiro em anúncios ou enviar mensagens copiadas e coladas para sua rede de contato no LinkedIn (isso pode demonstrar desespero). Existem outras maneiras mais fáceis de obter clientes - e, em vez de você pesquisar por eles, elas chegam até você.

Uma das melhores maneiras do Pedro conseguir novos clientes é através do “boca a boca”.

Esta é provavelmente a melhor maneira de conquistar novos clientes com o mínimo investimento possível. Quando alguém recomenda o Pedro a uma pessoa, significa ser muito mais do que um belo currículo.

As pessoas confiam mais em recomendações pessoais do que em um portfólio, ou um currículo / perfil do LinkedIn.

Então, Pedro precisa fazer um bom trabalho e isso aumentará suas chances de ser bem recomendado para outras pessoas.

### **Crie e mantenha atualizado seu portfólio.**

Um bom portfólio é praticamente inegociável. No entanto, é importante notar que ter um site não garante que as pessoas venham a ele. Para atrair potenciais clientes freelancers, você precisa divulgá-lo.

**É importante deixar claro que o portfólio não é a mesma coisa que um currículo.**

Ele é mais que um currículo, diferindo por trazer exemplos práticos da sua experiência profissional – e não apenas mencionar a experiência em si.

**É uma forma excelente de mostrar na prática o que você é capaz.**

Se for bem feito e organizado, o portfólio consegue abrir portas, pois é a maneira mais fácil das pessoas conhecerem o seu trabalho.

Para começar, você pode fazer o seu portfólio em PDF. Este é um formato de usabilidade ampla, adotado em diversos processos. É um meio mais prático, onde você pode prepará-lo direto no seu computador e enviá-lo para quem quiser. Do outro lado da tela, a pessoa interessada pode facilmente abrir o arquivo e ter todas as informações de que precisa. Tudo isso

é muito importante, mas existe algo fundamental para colocar em prática: Você precisa ter os direcionamentos certos na sua estratégia para colocar em ação. Além disso, Pedro pode criar conteúdos, seja para o seu blog ou para o Pulse do LinkedIn (uma plataforma dentro do LinkedIn para compartilhar seus artigos).

E não decepcione as pessoas quando elas chegarem lá! Aproveite para:

- Incluir trabalhos e / ou estudos de casos;
- Depoimentos de clientes;
- Certifique-se de que suas informações de contato sejam fáceis de localizar.

### Networking

Participe de eventos presenciais e Meetups locais. Vá para happy hours. E certifique-se de trazer alguns cartões de visita ou localizar as pessoas através do LinkedIn!

Participe de eventos e conferências relevantes para seus interesses. Ou, talvez mais importante, aqueles que são relevantes para os interesses de seus clientes em potencial (por exemplo, se você for um designer gráfico, participar de encontros de proprietários de empresas locais).

**Dê palestras** Os melhores tipos de eventos / conferências para falar são aqueles onde os membros da audiência podem precisar de seus serviços.

Por exemplo, se o Pedro é redator web convém que ele se apresente em um evento com empresários. Essas pessoas podem se tornar clientes potenciais se lembrem do nome do Pedro e ver que o que ele oferece realmente é importante.

E se o Pedro fizer uma palestra sobre a importância do bom conteúdo para fomentar vendas e novos negócios, descrevendo todos os benefícios que ele pode trazer (mais tempo no site, maior engajamento do público, mais vendas etc.), Pedro demonstrará seu valor ainda mais.

À medida que Pedro criar credibilidade como um palestrante incrível, é possível receber pagamentos para falar em eventos.

Promover sua marca, conquistar novos clientes e ser pago por isso? Parece bom demais para ser verdade.