

LES 6 SECRETS

POUR VENDRE EN MASSE SUR LES PLATEFORMES DE FREELANCE

MÊME SI TU VIENS DE DÉMARRER



SOMMAIRE

INTRODUCTION

QUELLE NICHE POUR ÊTRE SÛR DE VENDRE ?

Une niche c'est quoi ?

Comment trouver sa niche ?

CE QUE VEUT VRAIMENT TA CIBLE

Les besoins inconscients

Comment trouver quel
problème ils veulent résoudre

TA SPÉCIALITÉ : SE PLACER EN EXPERT MÊME AU DÉBUT

Quelle orientation pour ton offre ?

SOMMAIRE

ÉTAPE 1 : COMMENT RÉDIGER UN TITRE IMPACTANT ?

Les règles d'or d'un bon titre

Comment le garder attentif ?

ETAPE 2 : TON OFFRE POUR ATTIRER TES MEILLEURS CLIENTS

Comment la rédiger ?

Les principes psychologiques derrière ta promesse

ÉTAPE 3 : LES MOTS CLÉS POUR QU'UN MAX DE PERSONNES TROUVENT TON PROFIL

Le SEO sur les plateforme / maîtriser l'algorithme

Choisi bien tes compétences pour éviter de te noyer dans la
masse

SOMMAIRE

ETAPE 4 : TA PRÉSENTATION = LA PLUS GROSSE ERREUR À ÉVITER

Comment utiliser le copywriting et le marketing pour être sûr
de vendre ?

ETAPE 5 : AVOIR DE LA CRÉDIBILITÉ SANS EXPÉRIENCE

Créer son portfolio

La technique des 100 noms

ETAPE 6 : QUEL PRIX FIXER ?

Les 3 types de tarifs en Freelance

BONUS: COMMENT NÉGOCIER PAR MESSAGE POUR PASSER À LA VENTE



Go Go Go !

FÉLICITATION POUR TON DÉMARRAGE

C'est trop cool que t'ai embarqué dans le voyage des indépendants ahah !

Je sais qu'au début c'est dur et qu'on est super paumé.

Surtout pour trouver ses premiers clients.

Et c'est exactement pour ça que j'ai créé ce guide !

J'ai mis en avant Malt mais tu peux utiliser la même méthode sur toutes les autres plateformes de freelance et même linkedin.

Le but ?

Choper directement tes meilleurs clients (ceux qui te payent une blinde)

La présentation de ton profil et de ton offre c'est le point de départ numéro 1 pour te démarquer et attirer des clients à toi.

Une fois que t'auras compris comment faire, tu verras que ça sera 100 fois plus simple de vendre ton offre, sans même devoir prospecter.



Go Go Go !

Je sais que t'es pressé et que tu veux entrer dans le vif du sujet mais va falloir commencer par une chose hyper importante (que pas mal de freelances négligent) :

La niche.

Parce que sans niche, tu vas pas pouvoir correctement taper dans le mille.

Et la majorité des débutants, sont beaucoup trop généraux...

Ils se contentent de trouver une thématique large.

Mauvais choix.

Concentre toi sur une offre principale et une niche assez restreinte, si tu veux vraiment vendre en masse.

Pourquoi ?

Parce que ton client veut te voir comme un "spécialiste".

Comme un "expert".



Go Go Go !

Je sais que t'es pressé et que tu veux entrer dans le vif du sujet mais va falloir commencer par une chose hyper importante (que pas mal de freelances négligent) :

La niche.

Parce que sans niche, tu vas pas pouvoir correctement taper dans le mille.

Et la majorité des débutants, sont beaucoup trop généraux...

Ils se contentent de trouver une thématique large.

Mauvais choix.

Concentre toi sur une offre principale et une niche assez restreinte, si tu veux vraiment vendre en masse.

Pourquoi ?

Parce que ton client veut te voir comme un "spécialiste".

Comme un "expert".



Go Go Go !

Une chose important avant de commencer à réfléchir à ta niche :

Garde toujours en tête que tu vas cibler des pros.

Et pour pouvoir être crédible quand tu viens de démarrer va falloir jouer sur la confiance.

Parce qu'avant même de créer une super offre.

Avant même de négocier et donner tes arguments.

Si la personne n'a pas confiance en toi, alors elle achètera pas.

C'est aussi simple que ça.

Et pour gagner la confiance de ta cible tu vas pouvoir jouer sur certains leviers très simple à mettre en place, dont on parlera juste après.



Go Go Go !

Ce que veut vraiment ton client ?

C'est quelqu'un de calme, capable de rebondir , qui pose un max de questions (ça montre que tu es pro et que tu t'intéresse à l'entreprise).

Adopte l'attitude d'un entrepreneur à succès même si t'as encore jamais rien vendu.

Fais croire à ton cerveau que tu gères à fond.

Et si tu mèles ça à la sympathie, t'as tout gagné.

**QUELLE EST
TA NICHE ?**

Avant de commencer ...

DÉFINIS TA NICHE ET TON OFFRE

Maintenant qu'on a posé les bases on va pouvoir commencer à entrer concrètement dans le vif du sujet !

Le problème de la plupart des freelances ?

Ils sont trop généraux.

Souvent quand on se lance on veut cibler un max de personne et au final on a tendance à faire une offre beaucoup trop large.

je t'explique :

Si t'es assistante virtuelle et que tu cibles toute les entreprises / entrepreneurs et qu'en plus tu proposes 50 services différents (création de site, communication, prospection, pub...), tu vas trouver moins de clients que celle qui se présente comme experte en prospection pour les agences immobilières.



Avant de commencer ...

DÉFINIS TA NICHE ET TON OFFRE

Pourquoi ?

C'est exactement le même principe que pour les médecins.

Quand tu as un problème précis (par exemple t'as mal aux yeux), tu vas aller voir un spécialiste parce que c'est lui qui est le plus à même de te conseiller.

Avant de commencer ...

DÉFINIS TA NICHE ET TON OFFRE

Pour trouver ta niche, rien de si compliqué :

- **Choisis ta thématique générale (ton marché).**

Par exemple : le sport, la santé, la nutrition sont des marchés.

- **Trouve une sous niche (un sous marché), parmi cette niche.**

Dans le cas du sport, tu vas avoir le foot par exemple. Elle reste un marché assez général mais tu commences à réduire le champs.

- **Enfin, définis un segment très précis et restreins parmi ce marché général.**

Le foot en salle par exemple.

Tu verras que c'est 100x plus facile de choper des clients en aillant ça en tête.

L'erreur de vouloir cibler tout le monde :

ça t'empêche de te démarquer de tes concurrents qui sont là depuis longtemps.

Plus t'es ciblé, plus c'est simple de s'imposer.

Avant de commencer ...

TO DO LISTE DE TA NICHE

Quelle est ton thème général ?

Quelle activité préfères tu ?

Quels sont les sous catégories
parmis ton thème ?

Quel sous catégorie te semble la plus
intéressante ?



Avant de commencer ...

DÉFINIS TA NICHE ET TON OFFRE

Une fois que tu as ton thème (pas grave si la niche est encore floue).

On va pouvoir bosser sur un élément PRIMORDIAL.

Encore une fois, c'est indispensable de mettre ça en place avant même de parler de stratégie.

**A QUI VEUX-TU
VENDRE ?**

Avant de commencer ...

PARTIE 1 : TA CIBLE

Tu pourras rien faire si tu connais pas ta cible.

Parce tout ton business ne doit se baser QUE sur elle.

A qui veux-tu vendre ton offre ?

Qui est le type de personne avec qui tu kifferais collaborer ?

C'est en partant du problème de ta cible que tu pourras en dégager une niche vraiment rentable (et non pas l'inverse comme font la plupart des gens).

C'est vraiment le plus important pour être sûr de vendre

.

Avant de commencer ...

TO DO LISTE DE TON CLIENT CIBLE

Qui c'est ?

Où il se trouve ?

Quel est son problème
actuel ?

Vers où veut-il aller ?

Quelles prestations ont-ils déjà acheté ?

Quelle est sa plus grosse lacune ?

Avant de commencer ...

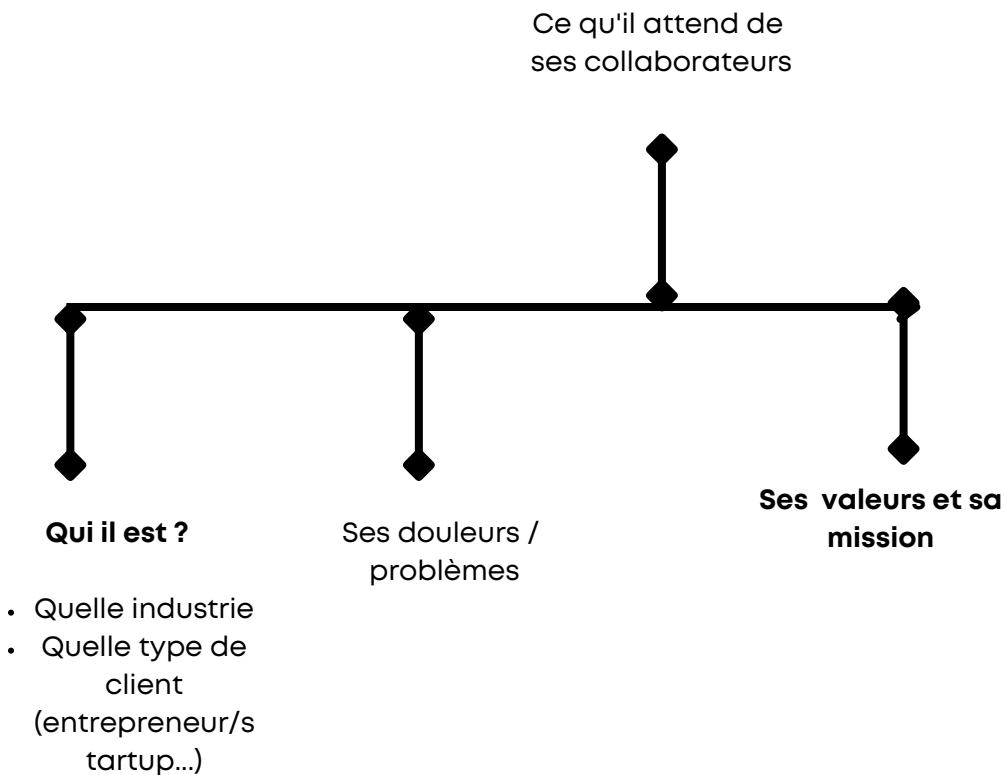
"Ouais mais comment on fait pour définir le problème de notre cible quand on connaît personne qui en fait parti..."

Parce que oui c'est TRES important de ne pas se baser uniquement sur de la théorie ou sur des hypothèses.

Tu vas devoir analyser **ce qu'il se passe réellement dans la tête de ta cible.**

- Check au niveau des commentaires de blogs / forum / réseaux
- Fouille sur les postes linkedin (comment ils parlent, à quels sujets ils réagissent ... ?)
- Ecoute des interviews
- Regarde les témoignages affichés par les concurrents

Le but, c'est de vraiment voir que qui leur manque, et vers quelle transformation ils comptent aller.



Attirer l'attention

Gagner du temps et
de la productivité
en déléguant

Attirer l'attention

Les principaux besoins des clients pro

Fidéliser les clients

Avoir une image de marque
qui reflète leur valeur

Ce démarquer de la
concurrence

Augmenter son taux de
conversion

Avant de commencer ...

On peut généralement séparer les types de clients en 3 catégories.

- **Les entrepreneurs** : Souvent assez "cool" ils aiment les tons un peu simples et pas trop corporate
- **Les stat-up** : Ce sont déjà d'assez grosses structures, mais dans la plupart des cas, elles défendent des valeurs "familiales" et aiment le côté proximité avec les collaborateurs.
- **Les grosses entreprises** : Ici on sera plus dans la dimension corporate, "pro" et assez carré.

Bien sûr, encore une fois tout dépend de ton secteur. Analyse bien ta cible.

Mais ça te guide déjà un peu sur l'état d'esprit des entreprises.

Parce que c'est hyper important de TOUJOURS s'intéresser aux types de valeurs défendues (tu verras que c'est souvent similaire selon ta niche), pour pouvoir appuyer sur ça dans tes présentations et sur tes profils.

TA SPÉCIALITÉ

Introduction

TA SPÉCIALITÉ

Le but ça reste de kiffer.

D'être un expert ok, mais aussi se faire plaisir !

Donc quand tu vas choisir ta spécialité ou ta niche, ne commence pas à te demander "ce qui semble le plus marcher en ce moment".

Ça on s'en fou.

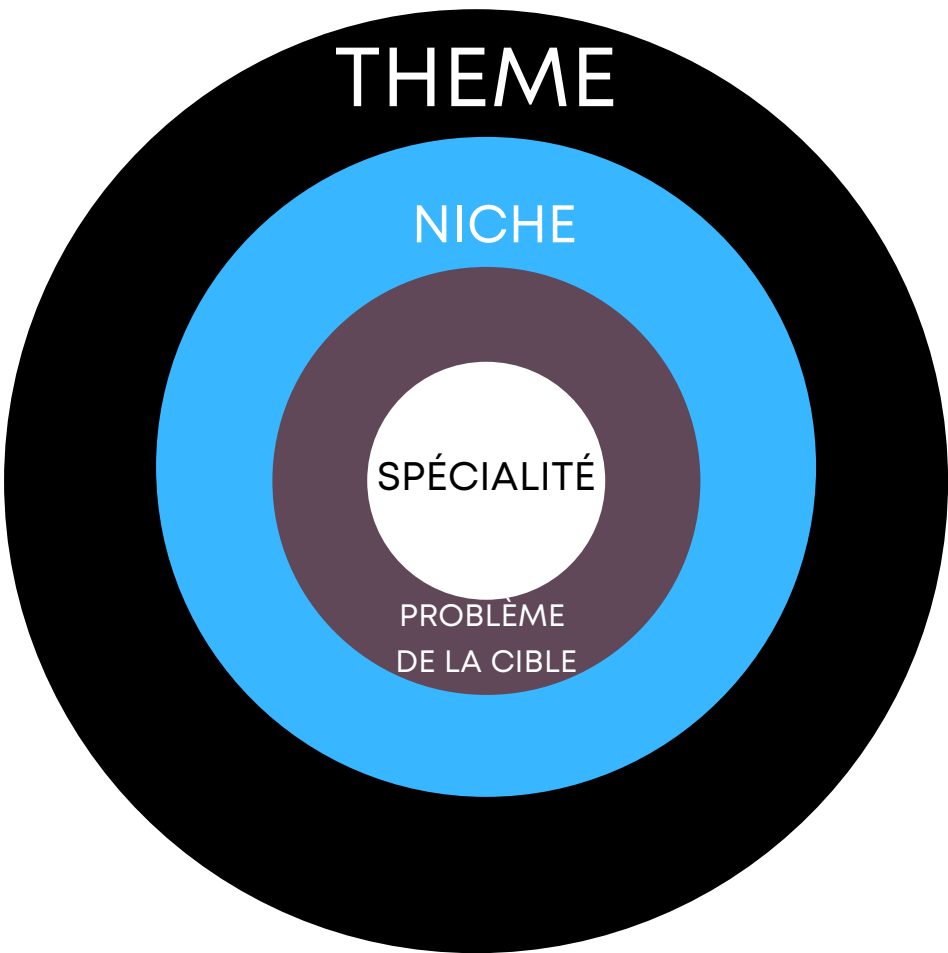
Part du problème principal de ta cible et regarde en quoi ta compétence peut l'aider.

Etre un expert ne veut pas dire "avec 50 ans d'expérience qui sait tout faire".

Un expert c'est quelqu'un qui se positionne comme tel. Qui montre qu'il a totalement compris le problème de son client.

Si tu rentres chez un médecin qui semble serein et sait exactement ce que t'as, c'est 100x plus rassurant non?

Introduction



THEME

NICHE

SPÉCIALITÉ

PROBLÈME
DE LA CIBLE

STEP 1 :

TON TITRE

Step 1 : Ton titre

LA PREMIÈRE IMPRESSION DE TON CLIENT

La toute première chose à faire quand tu démarres sur une plateforme, c'est de rédiger ton titre et ta présentation.

Le but du titre ?

- Apparaître plus facilement dans les barres de recherche.
- Te démarquer instantanément de tes concurrents
- Attiser la curiosité de ta cible sur sa douleur et son besoin de résoudre son problème.
- Lui permettre de savoir exactement ce que tu proposes et pourquoi c'est fait pour elle.

Attention !

Ton titre n'est pas ta promesse (on la formulera après).

Il doit surtout présenter qui tu es et quelle est ton expérience.

Step 1 : Ton titre

LA PREMIÈRE IMPRESSION DE TON CLIENT

Par exemple :

Rédacteur web spécialisé en rédaction de blog SEO.

Assistante virtuelle pour les starts up de la beauté.

Essaye de le rédiger en suivant un modèle qui ressemble à ça :

Ton activité + Ta niche + la méthode particulière que tu utilises si t'en a une

Ton profil

GARDE LE ATTENTIF

Quand un client potentiel trouve ton profil, le but c'est qu'il reste dessus pour le lire en entier (et acheter).

Pour ça, y a quelques petits conseils que tu peux appliquer :

Ajouter une photo "pro".

Une photo de toi, pas trop corporate et pas trop "kéké".

Autre petit conseil pour l'algorithme : Mets toujours que tu es de Paris puis ajoute que tu souhaites travailler en télétravail.



The screenshot shows a profile for 'Théo Rossi' with a heart icon. The title is 'Copywriting // Emailing // Storytelling', with an arrow pointing to it from the text 'Titre / mots clés'. Below the title is 'En télétravail depuis Paris'. The profile has '54 missions' (5 stars, 42 avis) and '12 recommandations'. Below this, it says '92 personnes ont ajouté ce profil en favori'. At the bottom is a table with four columns: 'Tarif indicatif' (750 €/ jour), 'Expérience' (2-7 ans), 'Taux de réponse' (100%), and 'Temps de réponse' (12h). An arrow points from the text 'Photo' at the bottom of the page to the profile picture.

Tarif indicatif	Expérience	Taux de réponse	Temps de réponse
750 €/ jour	2-7 ans	100%	12h

Photo

STEP 2 :

CE QUE TU VENDS

Step 2 : Ton offre

TA PROMESSE = CE QUE TON CLIENT EST PRÊT À PAYER

Ce que ton client vient acheter, et contrairement à ce que la plupart pensent, ce sont pas tes compétences ou ton CV.

Ce qu'il vient acheter c'est ta promesse.

C'est hyper important de bien la formuler dès le départ si tu veux te démarquer et inciter ta cible à acheter chez toi et personne d'autre.

L'objectif de ton offre, c'est de répondre au problème de ta cible.

Sachant qu'on a déjà défini juste avant qui était ta cible et quels étaient ses besoins, tu vas pouvoir réutiliser ce template pour formuler ton offre.

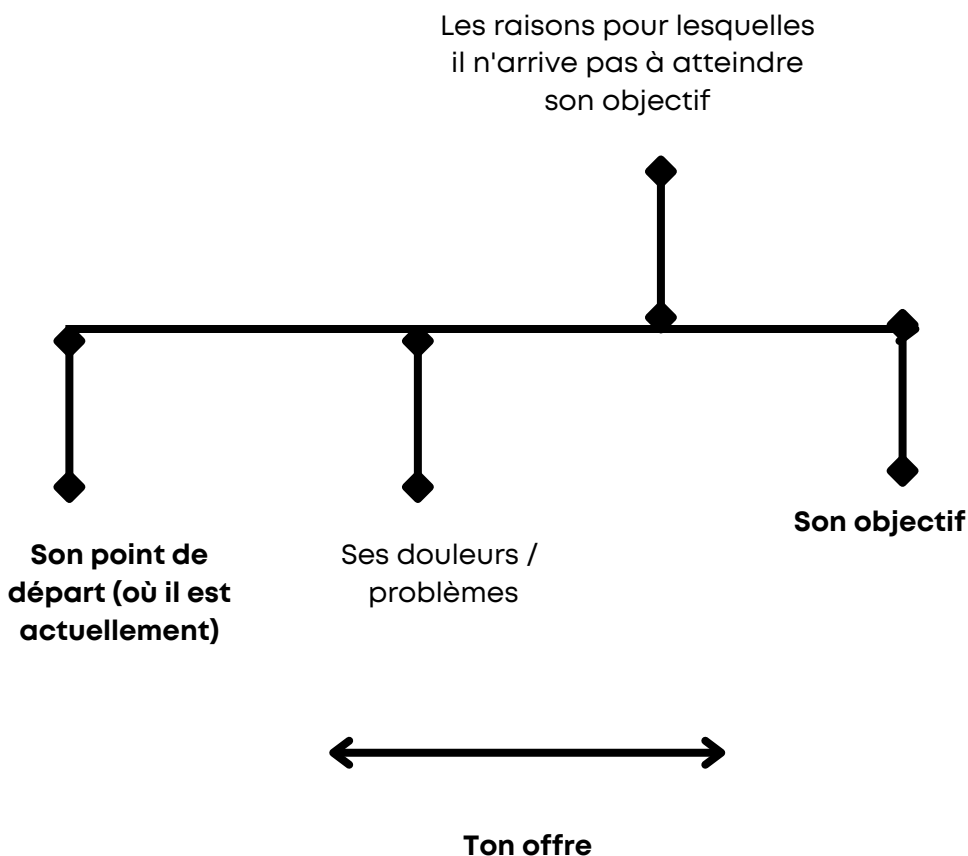
Ton but ?

La faire passer du point A au point B.

Le point A = La situation qu'elle veut faire évoluer.

Le point B = Son objectif

Step 2 : Ton offre



Step 2 : Ton offre

Je te montre :

On va prendre l'exemple d'un customer care (ceux qui s'occupent du service client).

Quel est le point de départ de l'entreprise ?

- Elle a beaucoup de mails de ses clients à gérer et ça prend du temps
- Ses clients ont des questions et aimeraient avoir un retour rapide
- Elle a besoin de quelqu'un pour répondre aux questions et suivre les commandes.

Ce qu'elle veut réellement ?

- Montrer le côté "humain" derrière la marque, pour fidéliser ses clients
- Inciter au rachat
- Refléter son image de marque et se démarquer de la concurrence,
- Eviter les litiges
- Augmenter son chiffre d'affaire

Ca va bien au delà de "répondre aux mails"

Step 2 : Ton offre

Tu vois ce que je veux dire ?

Quand tu te présentes devant un client ton offre doit être vraiment claire.

En 1 phrase il doit savoir ce que tu proposes et quelle transformation il peut obtenir.

Pense TOUJOURS à parler du "après".

T'es pas juste là comme un salarié pour exécuter des consignes.

T'es là pour l'accompagner vers un plus gros chiffre d'affaire.

Tu peux la formuler comme ça par exemple :

**J'aide (type de personne) à (problème) grâce à
(ta compétence) pour (la transformation)**

STEP 3 :

**LES BONS MOTS
POUR ÊTRE VU PLUS
FACILEMENT**

Step 3 : Les mots clés

LE SEO : LA CLÉ POUR ÊTRE VISIBLE

LA principale question au début c'est vraiment de savoir "comment avoir de la visibilité".

Les plateformes de freelance comme Malt tout se joue sur les mots clés.

Parce qu'on poste pas de contenu comme sur insta ou tiktok.

C'est un moteur de recherche, qui ressemble plutôt à google.

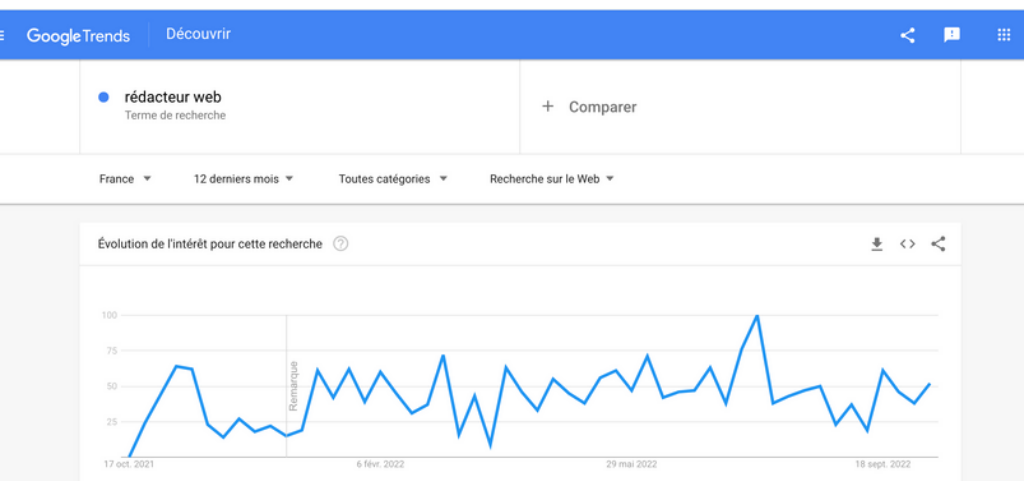
Essaye de bien lister l'ensemble des mots clés de ta thématique et indiquer les dans la présentation malt.

Pour ça tu peux utiliser plusieurs outils.

Moi j'adore google trends, pour checker le type de mots clés que ta cible recherche.

Step 3 : Les mots clés

Petit exemple



- | | | |
|---|---------------------------------------|--------|
| 1 | Diplôme national de master - Diplôme | Record |
| 2 | Design - Catégorie d'école | Record |
| 3 | Malt - Entreprise | Record |
| 4 | Diplôme - Diplôme | Record |
| 5 | Compte personnel de formation - Sujet | Record |

Step 3 : Les mots clés

Mise à fond dans les mots clés au niveau des compétences ! (même si t'as pas expert on s'en fou, c'est juste pour le référencement)

Je te conseille d'en mettre une quinzaine dans toute les branches de ta thématique.

Exemple pour un copywriter :

Compétences (17)

copywriting		Emailing	
Storytelling		Page de vente	
Génération de leads		Copywriting Landing Page	
Email marketing		Landing page	
webinar		Rédaction web	
Marketing de contenu		Conception rédaction	
Vente		Rédaction	
Rédaction Page De Vente		Ventes	

Step 3 : Les mots clés

Attention !

Les mots clés ne comptent pas juste dans la section "compétences" mais sont aussi hyper importants quand tu rédiges tes expériences.

D'ailleurs, même si t'as pas vraiment d'expérience dans ton domaine de freelance, essaye de toujours rattacher ce que t'as fait avant avec ta nouvelle activité.

Par exemple si aujourd'hui t'es assistante virtuelle et qu'avant tu vendais des gâteaux en salon de thé, tu peux miser sur le côté "gestion administrative, comptable du salon".

N'hésite pas à "extrapoler" un peu si besoin.

Step 3 : Les mots clés

La section expérience sert surtout à montrer ce que tu sais faire. (ce n'est pas un vrai CV)

Fait une liste à puce et utilise au max les "termes techniques" de ton domaine.

Si jamais t'as vraiment 0 de chez 0 expérience (même pas en association ou autre).

Alors tu pourras utiliser la partie portfolio du ebook pour t'en faire de nouvelles !



Sébastien Cotta

IMMOBILIER

Rédaction de page de vente + Série emailing

📍 📅 octobre 2017 - octobre 2017

J'ai aidé Sébastien - poids lourd dans la thématique blogging de l'immobilier - à augmenter ses ventes.

J'ai notamment :

- Analysé le profil de son "client idéal" : pour que tout ce qu'il écrive ensuite ait plus d'impact (que ce soit des articles de blog, des emails, ou des pages de vente)
- Rédigé une nouvelle page de vente pour lui
- Préparé et rédigé la séquence emailing pour le lancement de son nouveau produit
- Assuré le suivi de son lancement en mettant différentes méthodes et techniques en place pour maximiser ses ventes (upsell, relance au bon moment, segmentation ...)

copywriting

Stratégie webmarketing

page de vente

Email marketing

Emailing

Blog

Conception rédaction

STEP 4 :

**RÉDIGE
TA PRÉSENTATION**

Step 4 : La présentation

ON VA SE DÉMARQUER À FOND !

Alors là, je crois que c'est l'étape cruciale.

L'étape où je vois 99% des gens écrire " je suis rédactrice web depuis 1 an et je suis disponible pour rédiger votre blog".

Ne fais pas ça stp.

Ca serai dommage de louper des ventes juste parce que ta présentation est trop bateau.

Mais t'inquiète.

Je vais t'expliquer comment te démarquer très simplement, avec la méthode PASTOR utilisée par les copywriters (si jamais tu sais pas, un copywriter c'est le spécialiste de la vente par les mots).

Step 4 : La présentation

P = Problème

Quel est la situation actuelle de ta cible et pourquoi ça lui pose problème ?

A = Agiter le problème

Attise sa curiosité.

Fais en sorte qu'il puisse se projeter dans une situation future où son problème aurai disparu

S = Solution

Comment tu comptes l'aider à résoudre ce problème ?
Avec quelle méthode / compétence ?

T = Preuve sociale

Ajoute ton portfolio (on en parle juste après) ou des avis clients, pour montrer que t'es crédible.

O = Offre / promesse

Tu peux ajouter la fameuse promesse dont on a parlé juste avant

R = CTA (appel à l'action)

Dis lui ce qu'il doit faire pour acheter chez toi.
Te contacter ? Te téléphone ? Aller sur ton site ?

Step 4 : La présentation

Ta présentation ne doit pas se concentrer sur toi mais sur le problème et la transformation attendu par ta cible.

Encore une fois, tu n'es pas là pour rédiger une lettre de motivation et un CV.

Montre lui que tu as compris sa douleur et que tu es là pour changer tout ça !

Et surtout, ne passe pas pour le mec en chien.

N'essaye de pas de "vendre" ton offre dans ta présentation.

Le but c'est vraiment de montrer que t'as compris de quoi tu parles, que tu connais ta cibles et que tu es prêt à apporter un changement.

Le reste ça se fera après (lors des messages / appels).

Ici, tu attires l'attention et tu l'incites indirectement à te contacter

Exemple de la présentation de Théo Rossi copywriter

Théo en quelques mots

Vous souhaitez générer plus de ventes et d'argent avec votre business ?

Je peux vous y aider.

À travers le temps, j'ai appris que les gens n'achèteront PAS chez vous juste parce que :

- Votre produit est bon ou même excellent (ce n'est pas assez)
- Votre prix est "raisonnable" (c'est sans importance) ...
- Vos visiteurs ont besoin de ce que vous vendez (peu importe)

Ecoutez : si vous voulez que les gens achètent chez vous, vous devez maîtriser UNE seule chose ...

Cette chose, c'est la connexion émotionnelle.

C'est la clé. C'est même un fait scientifique : les gens achètent en se basant sur l'émotion. Et ENSUITE, ils justifient leur achat avec de la logique.

Maintenant ...

Imaginez pouvoir doubler vos ventes en utilisant des techniques prouvées de copywriting ...

Est-ce que ça vous intéresse ?

Parce que c'est exactement le genre de résultats que produisent mes pages de vente et mes emails.

Il existent plusieurs façons de créer une connexion émotionnelle avec vos prospects. C'est ma spécialité.

En voici quelques-unes :

1. Comprendre vos prospects : Je veux dire comprendre en PROFONDEUR leurs plus grandes peines, leurs peurs, leurs rêves ...
2. Utiliser le langage exact qu'ils utilisent (Ex : les femmes qui vont à la salles de sport ne veulent pas être "prendre de la masse", et les hommes ne veulent pas être "toniques")
3. Créer de la rareté : Vous devez créer une situation "d'urgence", ou bien les gens n'achèteront jamais chez vous. Je vous aiderai à créer un message urgent qui poussera vos prospects à acheter chez vous IMMEDIATEMENT (c'est bon pour moi aussi, car je suis impatient de vous faire obtenir des résultats concrets)
4. Et bien plus encore ...

Je pourrais continuer comme ça toute la journée. Je vis, mange et respire copywriting.

Mais je préférerais plutôt commencer à discuter de votre projet ...

Pour cela, vous pouvez cliquer sur le bouton vert qui se trouve en haut de cette page. Je vous répondrai aussi vite que possible.

Sincèrement,
Théo

STEP 5 :

**LA PREUVE SOCIALE
ET LA CRÉDIBILITÉ**

Step 5 : Le portfolio

POUR DONNER DE LA CRÉDIBILITÉ MÊME SANS EXPÉRIENCE

Le top du top quand tu te lances, c'est de commencer par offrir une partie de ton service soit à des gens que tu connais, soit à des personnes que t'as contacté.

Le but ?

Montrer à tes futurs clients de quoi tu es capable.

La preuve sociale est super importante dans la vente, elle peut vraiment t'aider à montrer ton prix.

Attention !

Ne fait pas une prestation complète pendant 1 mois hein.

on parle ici de mini mission.

Par exemple si t'es rédacteur, go montrer les types de contenus que tu as rédigé

Tu peux les ajouter directement sur les plateformes

La technique des 100 noms

Si t'as aucune idée de comment faire pour proposer tes services gratuits, la technique des 100 noms peut être ouf !

En gros, on part du principe qu'avec les réseaux sociaux + tous tes contacts téléphoniques, t'en a forcément qui correspondent à ta cible.

La technique ça va être donc de bien remettre noir sur blanc les critères que tu veux absolument trouver chez ton client idéal puis check parmi tous (genre vraiment tout) tes contacts et essaye d'en dégager quelques uns qui cochent une majorité de critères.

Bon ok, normalement on part sur 100 mais t'inquiète tu peux faire moins.

Essaye de hiérarchiser selon ceux qui sont le plus proche de ta cible, et ceux qui sont le plus éloignés.

La technique des 100 noms

Une fois que tout est good, tu vas pouvoir commencer à envoyer des messages.

Tout dépend de ton offre mais l'idée est globalement toujours la même.

Tu vas l'aborder en partant de son problème (jamais en mode "salut, je me permets de te proposer tel service).

L'idéal est même de l'aborder en lui donnant directement quelque chose de gratuit.

Par exemple si t'es copywriter tu peux lui envoyer un document où t'as rédigé une pub et tu lui proposes de l'utiliser en échange de son avis.

Les audits gratuits sont aussi intéressants si jamais ton offre te permet pas de proposer une petite prestation offerte.

En gros ton but c'est de récupérer des avis positifs pour les screens ensuite.

C'est pas de vendre (en tout cas pas à ces gens là).

Donc ne stress pas et ne te mets pas la pression sur ça, l'idée c'est vraiment juste de pouvoir être crédible auprès de tes vrais clients idéaux.

La technique des 100 noms

En gros ton but c'est de récupérer des avis positifs pour les screens ensuite.

C'est pas de vendre (en tout cas pas à ces gens là).

Donc ne stress pas et ne te mets pas la pression sur ça, l'idée c'est vraiment juste de pouvoir être crédible auprès de tes vrais clients idéaux.

Pour les aborder reste simple.

Rebondis sur quelque chose que t'as vu (ça fait toujours son petit effet).

Par exemple : "Bonjour ! J'espère que vous allez bien. J'ai vu que (parler d'un truc que t'as vu sur leurs réseaux ou leur site)

Je me suis permis de vous rédiger un mail de newsletter qui je pense, pourrais beaucoup plaire à vos abonnés.

Qu'en pensez vous ?"

Les règles d'or pour aborder un client pour ton portfolio

- **Ne pas le faire culpabiliser :**

Ne l'aborde pas en lui faisant une liste de ce qui ne va pas dans son business, quand on parle de son problème, on en parle sans jamais lui remettre la faute dessus).

- **Ne pas paraître en chien :**

Certes tu lui envoies quelque chose de gratuit mais ne te mets pas en position de faiblesse.

Donc ne le "supplie " pas de te répondre ou te faire un retour.

Tu lui amène ta proposition, si il est pas ok tant pis, tu prendras quelqu'un d'autre.

- **Jouer sur la réciprocité :**

Tu lui offres quelque chose donc il se sentira "redevable" (c'est un sentiment humain), donc tu pourras lui demander son avis, mais ne cherche pas à lui vendre ta prestation sinon il risque de se sentir pris au piège.

Encore une fois, ici je te parle vraiment de techniques si jamais t'as encore jamais rien vendu et que t'as aucun avis.

Si c'est pas le cas tu peux passer à l'étape suivante :)

STEP 6 :

QUEL PRIX FIXER ?

Step 6 : Le tarif

ON VA PAS SE LAISSER SOUS PAYER

Oui je sais.

Quand on se lance on a souvent un sentiment d'illégitimité et on ose pas fixer de "vrais tarifs" (voir même on a pas d'idée).

L'avantage quand t'es freelance c'est que tu peux le faire à ta sauce !

Ce que je te conseille c'est de te fixer un tarif de base et de négocier ensuite avec ton client (la plupart du temps il est prêt à payer plus cher que ce que tu pensais)

Ce que veut ton client ?

Arrêter de perdre de l'argent / gagner de l'argent.

Step 6 : Le tarif

Si tu es complètement perdu sur le tarif tu peux commencer par te faire une idée avec :

- **L'observation de la concurrence (mais ceux qui gèrent, pas les débutants sous payés).**
- **Réfléchir au salaire net le plus faible que tu serais ok d'accepter par mois et le multiplier par 2.**

Tu peux ensuite le diviser en nombre de jours travaillés (pour avoir le tarif à la journée) ou d'heure (si tu veux à l'heure).

- **Réfléchir à des packs que tu peux créer.**

Par exemple si t'es community manager tu peux faire un premier pack avec le minimum (création de 2 posts par semaine) Un deuxième pack un peu plus élaboré et un troisième pack premium. Ca te permet de clarifier tes prestations et de montrer à ton client que tu sais de quoi tu parles.

Step 6 : Le tarif

En freelance tu as 3 méthodes de paiement.

- Le paiement classique à l'heure (le client te paye les heures travaillés)
- Le tarif à la journée (il te paye pour la journée complète)
- Le tarif à la prestation (il te paye pour la réalisation complète de la mission, par exemple "rédiger 3 mails pour 800 euros).

Je te conseille d'opter pour les deux dernières histoire d'éviter de fixer un tarif trop faible à l'heure.

Pour te donner une idée, peu importe ton domaine, un freelance n'est généralement pas payé moins de 40 euros de l'heure.

Step 6 : Le tarif

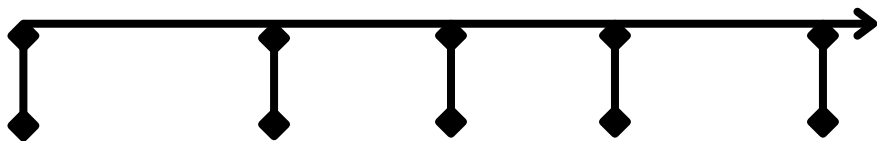
Attention, Malt prend des frais.

Je te conseille donc d'utiliser la plateforme juste pour trouver des clients mais de procéder au paiement en dehors.

Il te faudra juste :

- Rédiger un devis et le faire signer
- Faire une facture à la fin de la mission
- Fournir ton RIB pour qu'ils te fassent un virement bancaire

Rien de compliqué t'inquiète !



Contact client via
Malt

Fixation
des tarifs

Devis

Prestation

Facture

BONUS:
LE PREMIER CONTACT
PAR MESSAGE

Step 7 : Les messages

LA PRISE DE CONTACT EST AUSSI IMPORTANTE QUE TON OFFRE

Si jamais quelqu'un te contacte ou que tu veux prospecter, il y a quelques petites règles à respecter.

Le but est d'inverser le rapport de force.

C'est lui qui doit limite te supplier de bosser avec toi et pas l'inverse, garde bien ça en tête.

En freelance tu cibles des professionnels.

Ce qu'ils veulent ?

- Une personne fiable et de confiance
- Quelqu'un qui est force de proposition et qui peut donner des conseils
- Quelqu'un qui s'est renseigné sur l'entreprise en amont (montre que tu t'intéresse à ce qu'ils font)
- Quelqu'un qui va leur apporter une transformation

Step 7 : Les messages

Quand tu ne sais pas quoi répondre, inverse la question.

Par exemple :

"Quel est votre tarif ? "

"Justement je me demandais quel était votre budget pour ce genre de prestation ?"

Je te conseille de toujours glisser un petit "j'ai beaucoup de demandes en ce moment mais en effet votre mission peut m'intéresser !"

Même si c'est pas totalement vrai on s'en fou, c'est juste pour montrer qu'il va devoir se battre pour toi.

Généralement sur Malt c'est toujours l'entreprise qui te contact, c'est pour ça que tu dois tout miser sur la présentation.

Step 7 : Les messages

Très souvent il va simplement te faire part de la mission et demander si tu serais ok.

Là tu peux enchaîner avec la petite phrase qui indique qu'il est pas le seul à te contacter et envoyer ton numéro de téléphone.

"Nous pouvons en discuter directement par téléphone si vous le souhaitez".

Cela te permet de montrer que tu sais prendre les choses en main et que tu es capable de lui répondre de vive voix.

(Pas de stress, on est pas à un entretien, pose lui juste un max de question sur la mission et l'entreprise et tu verras que ça va se débloquer tout seul).



Linkedin pour augmenter tes chances

MALT + LINKEDIN = COMBO ULTIME

Ce qui est top avec Malt c'est que tu peux avoir directement des demandes de clients déjà chauds pour bosser avec toi.

Après, il te reste plus grand chose à faire mis à part négocier au téléphone.

Pour linkedin, l'avantage c'est que presque 100% des entreprises sont dessus.

Donc t'as accès à une immense source de données.

Je te conseille de l'utiliser pour faire un peu de prospection et contacter des clients potentiels.



Besoin d'un coup de pouce ?

ON MET EN PLACE TA STRATÉGIE ENSEMBLE !

Tous les conseils de ce Ebook te permettront d'avoir tes premiers clients et être rentable mais si tu veux aller plus loin, on peut travailler ça ensemble !

On met en place ta stratégie personnalisée.

Celle qui te permettra de te démarquer instantanément, de te sentir enfin confiante et légitime et surtout de kiffer ta vie sans stress .

Pendant les calls, on fait une simulation.

Tu pourras t'entraîner à balancer tes arguments et je te donnerais toutes les techniques de persuasions qui m'ont permis de signer tous mes contrats après mes appels.

On fera aussi un bilan de ce que tu as mis en place et tu repartiras avec un document complet qui t'explique tout de A à Z.

Besoin d'un coup de pouce ?

**ON MET EN PLACE TA
STRATÉGIE ENSEMBLE !**

[Rendez vous juste ici pour réserver ta place !](#)

(attention, je ne pourrais pas accepter tout le monde
donc je ne prendrais que les plus motivés).

