

20 ДВАДЦАТЬ ПРОВЕРЕННЫХ СПОСОБОВ НАЙТИ КЛИЕНТОВ

# КАК НАЙТИ КЛИЕНТОВ 20 ПРОВЕРЕННЫХ СПОСОБОВ

ПОИСКА КЛИЕНТОВ ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА



ОЛЬГА СЕСКУТОВА

## Оглавление

|                                                                                             |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Условия использования материалов книги .....                                                | 3  |
| Нарисуйте портрет своего идеального клиента и разработайте план по его поиску .....         | 5  |
| Осознайте, что нет какого-то определенного места, где «водятся» клиенты.....                | 6  |
| Работа с местными газетами .....                                                            | 7  |
| Спонсорские мероприятия.....                                                                | 8  |
| Посещайте семинары и вебинары, на которых может присутствовать Ваша целевая аудитория ..... | 9  |
| Не забывайте о послепродажных отношениях .....                                              | 9  |
| Дайте немного, чтобы получить больше .....                                                  | 10 |
| Подключите личные связи.....                                                                | 11 |
| Изучайте своих успешных конкурентов .....                                                   | 11 |
| Используйте множество маленьких объявлений вместо одного .....                              | 12 |
| Правильно настраивайте рекламные объявления.....                                            | 13 |
| Добавьте данные о своей компании в Google .....                                             | 13 |
| Всегда берите контакты, даже если у Вас ничего не купили .....                              | 14 |
| Используйте для расширения своих контактов сервис Linkedin .....                            | 15 |
| Facebook .....                                                                              | 16 |
| Twitter .....                                                                               | 17 |
| E-mail рассылки .....                                                                       | 18 |
| Ваш блог .....                                                                              | 19 |
| Чужие блоги.....                                                                            | 20 |
| ВКонтакте .....                                                                             | 21 |
| Заключение .....                                                                            | 22 |

## Условия использования материалов книги

Книгу «**20 Двадцать Проверенных Способов Найти Клиентов для Своего Бизнеса**» Вы можете выкладывать на своих сайтах/блогах в свободном доступе, можете отдавать ее за подписку, делиться ею в социальных сетях.

Но Вы не имеете права в ней что-либо менять, присваивать авторство и продавать.

Книга «**20 Двадцать Проверенных Способов Найти Клиентов для Своего Бизнеса**» изначально является бесплатной и должна оставаться таковой всегда.

## 20 Двадцать Проверенных Способов Найти Клиентов для Своего Бизнеса



Как Вы считаете, что самое сложное в создании любого бизнеса?

Если Вы начинающий предприниматель, то, скорее всего, Вы быстро обнаружите, что самая трудная часть бизнеса – это находить клиентов для своих товаров или услуг.

И это становится особенно актуальным, если Ваш маркетинговый бюджет ограничен.

Создавая свой бизнес, Вы, конечно же, были уверены в том, что в Ваших товарах/услугах нуждается огромное количество людей. Но клиенты сами по себе не найдутся только потому, что у Вас появился сайт, и Вы начали с него продавать услуги или товары.



В действительности же, подавляющее большинство владельцев бизнеса должны проводить регулярную и планомерную работу по поиску новых клиентов, чтобы сохранить и развивать свой бизнес.

Но как это сделать? Где искать клиентов?

Вот несколько советов, которые помогут Вам составить детальный план поиска клиентов.

### **Нарисуйте портрет своего идеального клиента и разработайте план по его поиску**



Вам не надо платить за исследование рынка, но Вы должны хорошо знать своего клиента, чтобы иметь представление о своей целевой аудитории.

Составьте профиль вероятных потенциальных клиентов, в частности, подумайте о том, чего они хотят, постарайтесь увидеть, кто является Вашим идеальным клиентом? Каков его возраст, семейное положение, занятость, доход. Какие эмоции подстегивают их к покупке? и тд.

Где его искать?

Если Вы продаете товары и услуги для мам и малышей, то не пойдете искать свою целевую аудиторию на форумы для тех, кто желает похудеть.

Так же обстоят дела и с товарами, предположим, для подростков: хотя Вы и будете продавать товары для них, тем не менее, не они являются Вашей целевой аудиторией, поскольку не они платежеспособны, а их родители.

Зная такие тонкости, Вы сможете составить максимально точный портрет Ваших будущих покупателей и найти способ донести до них информацию о Ваших товарах/услугах.

**Осознайте, что нет какого-то определенного места, где «водятся» клиенты**



Чем чаще из разных источников Ваши потенциальные клиенты будут узнавать о Ваших товарах и услугах, тем чаще Вы будете совершать продажи, и тем больше шансов, что Ваши будущие покупатели будут доверять Вам и будут готовы купить, когда Вы им это предложите, потому что в интернете принято покупать не «что-то», а «у кого-то», то есть, необходимо повышать уровень доверия к себе.

## Работа с местными газетами



Ежедневные и еженедельные газеты – невероятный источник контактной информации, прямая дорога к потенциальным клиентам.

Например, если Вы предлагаете услуги по созданию сайтов, то из местных газет, читая объявления, Вы узнаете о предприятиях в Вашем городе, у которых еще нет своего корпоративного сайта (под объявлением будут прописаны только номера телефонов и территориальный адрес) и сможете предложить им свои услуги посредством, так называемых, «холодных звонков».

Можно также посмотреть уже существующие сайты, например, ресторанов, салонов красоты и др. и предложить их улучшить, разумеется, если они в этом нуждаются.

Но, судя по моему опыту, редизайн требуется большинству сайтов, так как, далеко не все веб-мастера умеют [создавать продающие](#) сайты.

Тогда без работы Вы не останетесь.

### Спонсорские мероприятия



Следите за событиями, которые могут привести Вам клиентов. Например, в группах ВК часто проводятся конкурсы.

Предложите организаторам мероприятия Ваш продукт или услугу в качестве приза в обмен на то, что они посодействуют Вам в Ваших акциях.



## Посещайте семинары и вебинары, на которых может присутствовать Ваша целевая аудитория

Часто вход на вебинар осуществляется через сервис ВКонтакте. Воспользуйтесь этой возможностью, чтобы потом познакомиться со своими потенциальными покупателями.

Или можно прямо в чате, находясь на вебинаре, познакомиться с его участниками.

То же самое можно сказать и о Facebook и о Google+. Оставляйте комментарии, а в файле подписи ставьте ссылку на свой продающий сайт.

## Не забывайте о послепродажных отношениях



Работа в недвижимости научила меня одному неукоснительному правилу: **никогда не забывать о своих старых клиентах!**

Если Вы уже оказали однажды услугу, занесите все данные по этому клиенту в отдельный файл и не забывайте время от времени (например, в праздники или в его день рождения) напоминать о себе, послав человеку поздравительную открытку в какой-либо социальной сети или на e-mail.

Вы уложите в 6 секунд, но человеку будет приятно.

И будьте уверены, когда его друзьям или родственникам будет нужна Ваша услуга, он порекомендует именно Вас.

За два-три года работы Ваш список клиентов солидно пополнится именно за счет Ваших старых клиентов, и эти круги имеют тенденцию к постоянному расширению.

### **Дайте немного, чтобы получить больше**



Подарите бесплатные образцы Вашей продукции и попросите получателей рассказать своим друзьям и знакомым о них.

Или, если Вы консультант, проведите серию бесплатных консультаций среди своих потенциальных клиентов.

Часто это дает очень хороший эффект.

На бесплатной консультации Вы покажете себя профессионалом в своей области, человек проникнется доверием к Вам и Вашим знаниям

и наверняка станет Вашим клиентом (не забываем о том, что покупают «у кого-то», то есть, у человека, которому доверяют).

### Подключите личные связи

Опросите Ваших друзей (а они своих друзей), не знают ли они людей, которым могут пригодиться Ваши услуги/товары.

Если Ваша структура ценообразования позволяет, пообещайте заплатить им некоторую сумму денег за рекомендацию.

Поверьте, срабатывает без сбоев!

### Изучайте своих успешных конкурентов



- Где они рекламируются?
- В каких сетях вращаются?
- Какую тактику они используют?

То, что работает для них, может хорошо сработать и для Вас.



## Используйте множество маленьких объявлений вместо одного

Если большинство предпринимателей Вашей ниши используют рекламу в печати для привлечения клиентов, Вы должны сделать то же самое.

Но не рассчитывайте на эффективность одного большого рекламного объявления.

Правильнее создать серию небольших объявлений, чтобы запускать их в течение длительного времени в тех же изданиях, в которых рекламируются Ваши конкуренты.

The collage consists of several newspaper clippings and advertisements. The top left clipping is from 'O Dia' and has the headline 'Nova regra para grampos deve vir menos rígida'. The top right clipping is also from 'O Dia' and has the headline 'A corrupção corrói por dentro e faz ruir o regime'. The middle left clipping is from 'O Dia' and has the headline 'Lula põe slogan em carro oficial e oposição reage'. The middle right clipping is an advertisement for a red car, with the text 'O motor assusta. O preço acalma.' and 'Preço 206 1.6, 16v R\$25.990'. The bottom left clipping is from 'O Dia' and has the headline 'Vivemos a mais democrática das Constituições'. The bottom right clipping is from 'O Dia' and has the headline 'Não há prazo para indicar substituto'.

## Правильно настраивайте рекламные объявления

Для уменьшения затрат, настраивайте объявления таким образом, чтобы они транслировались строго в тех географических районах, которые Вы обслуживаете.

Установите ежедневный и ежемесячный бюджет и регулярно отслеживайте конверсию.

## Добавьте данные о своей компании в Google



Это позволит Вам публиковать сведения о своей компании, делиться новостями с клиентами и быть для них открытым.



## Всегда берите контакты, даже если у Вас ничего не купили



- Ваши потенциальные клиенты нашли продукт, который больше отвечает их потребностям?
- Они решили, что продукт им вообще не нужен?
- Они отложили свое решение о покупке?
- Им трудно сделать заказ на Вашем сайте?

Неважно, по какой причине покупка была отложена. Попросите у несостоявшегося покупателя (или сделайте соответствующие настройки на сайте), контакты для обратной связи. Позже вы найдете способы напомнить им о себе.

**Используйте для расширения своих контактов  
сервис [LinkedIn](#)**



Вы не просто сможете создать свой профессиональный статус на этом сайте.

- 1) Ищите здесь людей, задающих вопросы по теме Вашего бизнеса, или задайте свой собственный вопрос.
- 2) Присоединитесь к группам LinkedIn Вашего целевого рынка. Участвуйте в дискуссиях, общайтесь с людьми, которые предлагают идеи или задают соответствующие вопросы, предлагайте помощь.
- 3) Проверьте существующие контакты: люди меняют место работы гораздо чаще, чем можете себе представить, и Ваш старый одноклассник вполне вероятно находится сейчас в сфере интересов Вашего рынка.
- 4) Не бойтесь расширять сетевые контакты. Принимайте запросы на добавления в друзья и сами приглашайте в свою сеть людей. Ведь никогда не знаешь, какой контакт окажется перспективным.

- 5) Запустите рекламу. LinkedIn является сетью для профессионалов. Если Ваша стартап-идея нуждается в качественном целевом клиенте (предположим, маркетологи или менеджеры), то альтернативой участия в группах LinkedIn станет показ объявлений.

## Facebook



- 1) Поищите своих друзей. Для большинства людей их близкие люди остались в прошлом. Возможно, что Вы найдете их на фэйсбуке. Вполне вероятно, что кто-то из прежних друзей резонирует с Вашей нишей.
- 2) Запустите рекламу. Если Вы знаете свою демографическую аудиторию, запустите небольшой набор объявлений на Facebook на свою Fan Page. Это может стать отличным способом собрать вокруг нее целевую аудиторию.

## Twitter



- 1) Постарайтесь обзавестись широким кругом фоловеров, чтобы иметь возможность регулярно сообщать о новостях и акциях своей компании. Но не переусердствуйте, публикуя лишь только то, что касается Вашего бизнеса. Это будет расцениваться, как спам. Вы должны быть активным участником, делящимся с последователями интересным материалом со всей Сети или собственными мыслями на самые разные темы.
- 2) Запустите рекламное объявление. Twitter-объявления могут стать недорогим способом добраться до Вашей целевой аудитории.
- 3) Поищите нужные хэштеги. В Твиттере хэштеги активно используются, и Вам не составит труда по нужным хштегам выйти на свою целевую аудиторию.



## E-mail рассылки



Создание e-mail рассылки – один из самых действенных способов найти клиентов.

Инвестируя свое время в ведение почтовой рассылки, Вы создаете для себя мощную базу потенциальных клиентов, «теплую» аудиторию, которая будет готова купить у человека, которого они уже знают и которому доверяют.

## Ваш блог



Как Вы полагаете, где прежде всего будут искать ответы на свои вопросы Ваши потенциальные клиенты? Конечно же, они обратятся со своим вопросом или проблемой в поисковые системы.

И, если у Вас есть блог, а в блоге есть ответы на их вопросы, а сам блог находится (желательно) на первой странице выдачи, то вполне вероятно, что они придут именно к Вам и, скорее всего, станут Вашими постоянными читателями, при условии, что Вы публикуете в блоге полезный и информативный материал.

Приведу пример из своей практики: ко мне обратилась клиентка с просьбой перенести ее блог с BlogSpot на WP и создать на нем совершенно новый блог с новым дизайном.

Работа была выполнена в срок, и позже клиентка рассказала, каким образом она попала на мой блог [«Школа начинающего блоггера»](#).

Вот, что она написала [в своем отзыве](#):

*«Ольгу (руководителя студии) я раньше не знала. Как выбирать web-мастеров представления тоже не имела.*

*Но решила, что если человек – действительно мастер своего дела, то он способен вывести свой сайт на первую страницу в поиске яндекса. Где я и нашла сайт Ольги».*

Как видите – все предельно просто: создаете блог, регулярно наполняете его полезным контентом, выводите в ТОП поисковых систем, и клиенты сами Вас находят.

### Чужие блоги

- 1) Обратитесь к знакомым (или незнакомым) блоггерам, работающим в Вашей нише, с просьбой дать Вам интервью. Это люди, как правило, знающие проблемы своего рынка, и они смогут пролить свет на какие-то злободневные вопросы, которые будут интересны Вашей целевой аудитории. Пришедшие по запросу на страницу с интервью новые читатели, наверняка захотят продолжить с Вами знакомство.
- 2) Попросите других блоггеров, чтобы они написали о Вас.
- 3) Предложите другим блоггерам опубликовать Ваш гостевой пост. Если Ваш собственный блог не имеет пока своей целевой аудитории, лучшее, что Вы можете сделать, это написать пост о какой-то проблеме Вашего рынка и попросить другого блоггера опубликовать его у себя. И, скорее всего, он согласится с Вашей просьбой, т.к. блоггеры любят, чтобы блог был наполнен интересным контентом, к тому же, сам блоггер будет освобожден от написания очередной статьи.

## ВКонтакте



Пожалуй, самой популярной социальной сетью в русскоязычном сегменте Интернет является ВКонтакте и, конечно же, необходимо использовать ее возможности для поиска своей целевой аудитории.

Для этого создаются группы и паблики, в которых проводятся специальные акции по привлечению клиентов.

Например, чтобы заинтересовать читателей и, соответственно, найти клиентов, можно предложить бесплатный аудит сайта (если Вы занимаетесь сайтостроением).



Главное, чтобы как можно больше людей узнало о Ваших товарах или услугах.

Один из самых безопасных и действенных вариантов – это собрать как можно больше друзей вокруг себя, ведь никогда не знаешь, кому из сидящих по ту сторону монитора могут пригодиться Ваши услуги/товары.

Однако, есть одно «но»: ограничение по приглашениям.

Что в этом случае можно предпринять?

Рекомендую воспользоваться услугами сервиса [TopLiders](#), недавно стартовавший, но быстро набирающий популярность.

Сервис создан специально для того, чтобы предприниматели и блоггеры могли в короткие сроки набрать огромную базу подписчиков в сети ВКонтакте, а также для гарантированного привлечения целевой аудитории.

Набрав себе большое количество друзей, что мешает Вам потом пригласить их всех в свой паблик или группу?

Причем, Вы можете воспользоваться как платным, так и бесплатным вариантом набора друзей.

### Заключение

Я познакомила Вас только с двадцатью способами поиска потенциальных клиентов. Но этих способов значительно больше. Во всяком случае мне известны еще, как минимум, 88.

Но, если Вы претворите в жизнь даже эти двадцать вариантов, я гарантирую, что без клиентов для своего бизнеса Вы не останетесь!

И я надеюсь, что эти идеи вдохновили и направили Вас по правильному пути, чтобы Вы смогли достаточно быстро найти своих первых клиентов.

Ольга Сескутова

Сайты: [Генезис бизнеса](#)

[Школа начинающего блоггера](#)

