

Как правильно работать с заказчиком в рекламе.

ВАЖНО!

- Эти приемы не на 100% дадут результат, но сведут риски к минимуму
- Всегда старайтесь общаться по видео связи, так Ваши шансы договориться с заказчиком очень велики. Лучше даже общение в живую, если это возможно

Беспокойтесь, что заказчик может обмануть? Есть несколько вариантов этого избежать

1. **Предоплата.** Можно договориться с заказчиком о предоплате. Например, Вы предлагаете ему настройку за 5000 руб. и бесплатное ведение РК в течении 2 недель. Перед настройкой можете брать 50% = 2500 руб. и после на настройки берете остальные 50% = 2500 руб и когда он Вам всё оплатит, ведете рекламную кампанию в течении 2 недель бесплатно!
2. **Договор.** Если заказчик не соглашается на предоплату, можете заключить с ним договор об оказании услуг. Пример договора можете скачать по ссылке: <https://vk.cc/7QuL6v> Обязательно проверьте правильность заполнения всех полей, а лучше обратиться к знающему юристу. При таком варианте обе стороны минимизируют свои риски.
3. **Фриланс биржи. Платный.** (Примерная стоимость 400 рублей в месяц) Один из самых безопасных и простых способов это работа через фриланс биржи, но для того необходима подписка, но можно оформлять её только когда у Вас уже есть клиент и после работы с ним, Вы окупите свою подписку + заработаете. Один из известных сайтов: workzilla

Ссылка для регистрации: <https://goo.gl/DeMPYJ>

Как работать на workzilla: <https://vk.cc/7QuRpE>

Какие вопросы стоит задавать заказчику перед тем, как начать с ним работать?

1. Спросите его из какого он города, возможно Вы можете встретиться лично.
2. Был ли у него опыт работы с другими рекламщиками?
Возможно он расскажет, что ему не понравилось с предыдущим рекламщиком и Вы попытаете избежать этих ошибок. Если заказчик скажет, что работал с другими рекламщиками и ему не понравилась их работа и он им не платил, возможно он сделает так и с Вами.
3. Спросите о наличие старой рекламной кампании, возможно у него уже есть статистика, а там и целая рекламная кампанию + сможете сделать Аудит её и с помощью него убедить заказчика в том, что Вы действительно разбираетесь и таким образом, сможете договориться работать за деньги. Пример: Ссылка на аудит:
<https://yadi.sk/i/ACnsi8ib3PCY3g>
4. Узнайте, готов ли он внести изменения в свой сайт, когда Вы сделаете ему аудит.
Если согласится – это очень хорошо.
Если не согласится – предупредите его о том, что не всё зависит от рекламы и поэтому гарантировать результат Вы не можете, так как его сайт не сильно конверсионный.
5. Спросите какой бюджет он может выделить. Если он продает прицелы, которые стоят от 50 т.р., а на рекламу готов выделить всего 1000 рублей, то скорее всего за такую сумму новичок не найдёт клиентов и соответственно заказчик останется не довольным. В таком случае, или искать другого, или сказать ему, что за такую сумму Вы не можете найти клиента.

Всегда проверяйте заказчиков. В первую очередь напишите имя и фамилию (если есть ссылки на соц. Сети, номер телефона, почта) пишите это в поисковике и смотрите по страницам, вдруг где-то будет написано об этом человека. Пишите в разных поисках: **google**, **yandex**, **mail** и т.д. Так как в разных поисковых системах результаты выдачи может быть разный. Можно так же смотреть по чёрным спискам заказчиков. На фрилан биржах ВСЕГДА смотрите отзывы у заказчика, возможно там будет интересная информация☺

Если заказчик понравился и Вы готовы с ним работать, то ускорее всего у Вас будет вот такой вопрос. Что нужно у него спросить, чтобы настроить рекламную кампанию?

1. **Регион показа.** Вам нужно узнать, в какой город (страну) заказчик хочет чтобы показывалась реклама
2. **Временной таргетинг.** Узнайте время показа рекламы. Возможно заказчика есть оператор, который принимает заявки и когда он не работает, эффекта от рекламы не будет, тогда Вам нужно будет выставить показ рекламы только, когда оператор работает
3. **Данные для визитки.** Узнайте у заказчика все данные, которые есть в визитки. Если он что-то не дал, ничего страшного, просто оставляйте это поле пустым.
4. **Номер счётчика метрики.** Узнайте есть ли на его сайте метрика. Если есть, спросите стоят ли там ЦЕЛИ, если стоят, значит просто просите номер счётчика и вставляете его на первом шаге. Если метрики нет или целей, значит Вам нужно убедить заказчика, чтобы он обязательно их поставил, так как без метрики и целей, Рекламная кампания как рулетка. Потому что Вы не можете отслеживать эффективность рекламы.
5. **Пол и возраст показа рекламы.** Обычно всегда отключают рекламу для подростков которые младше 18 лет, так как они не платежеспособные, исключением станет показ рекламы нацеленный на данный сегмент.
Если у Вас остались вопросы, можете задать их в нашу службу поддержки: https://vk.com/profiinternet_sp