

Web designer freelance: Come trovare nuovi clienti e stringere collaborazioni interessanti? 2/2

La scorsa settimana abbiamo fatto una prima analisi su [come un web designer freelance dovrebbe presentarsi sul mercato del lavoro](#) e abbiamo visto che la **preparazione** (know how) è un requisito indispensabile per mettere in atto le successive strategie volte a formare un network di collaborazioni e/o clienti in grado di fornirci lavoro in modo continuato.

Prima di passare all'analisi dei vari metodi che abbiamo sperimentato personalmente negli anni andiamo a identificare qual è la **tipologia di clienti più comune** con cui generalmente si trova ad avere a che fare un **web designer freelance**. Solo dopo aver individuato il target ideale, si possono mettere in atto le giuste strategie.

Qual è la tipologia di clienti più comune per un web designer freelance?

Un po' di tempo addietro su un articolo di [WDL](#) sono state pubblicate delle curiose statistiche che analizzavano la **provenienza del reddito** tipico prodotto annualmente da un freelance. Da quest'analisi emergono dei dati interessantissimi che sembrano confermare del tutto quello che noi abbiamo sperimentato ampiamente in questi ultimi anni.



1. Web Agency o altri colleghi freelance

Secondo questa statistica, la prima fonte di reddito (un buon **58%**) per un freelance proviene da **collaborazioni con Web Agency** o altri **colleghi freelance**.

Non te l'aspettavi, vero?

Di solito quando s'intraprende questo percorso, si tende a considerare che la principale tipologia di clienti con cui avremo a che fare saranno i cosiddetti **clienti finali**: l'azienda di Tizio, la bottega di Caio, ecc. **Niente di più sbagliato**, come puoi vedere da queste statistiche.

E questo - come vedremo in seguito - cambia notevolmente le cose in merito alle strategie da mettere in atto per trovare nuovi clienti.

Nel territorio italiano ci sono tante piccole realtà che, per un motivo o l'altro, non ritengono conveniente (in alcuni casi non possono permettersi) di assumere a tempo pieno un dipendente. Spesso queste Web Agency preferiscono delegare un progetto - o parte di esso - a un collaboratore esterno.

Lo stesso discorso vale ancor più per i **freelance**, che spesso trovandosi da soli a dover gestire progetti più complessi (e-commerce, portali, ecc.) hanno la necessità di appoggiarsi a terzi per poter accettare un incarico e portare a termine il lavoro.

Abbiamo infatti detto più volte che un freelance non può fare tutto da solo poiché finirebbe con lo svolgere il lavoro in modo mediocre e approssimato; conviene specializzarsi in un determinato ambito del settore web design (grafica, front-end, back-end, CMS, ecc.) e, all'occorrenza, appoggiarsi ad altri collaboratori esterni per le fasi del progetto in cui si è meno esperti.

2. Vendita di prodotti digitali

La seconda fonte di reddito (**32%**) proviene invece dalla **vendita di prodotti digitali**, pratica ancora non molto diffusa qui nel belpaese come lo è oggi negli States, ma che lentamente sembra iniziare a prendere piede.

Con prodotti digitali s'intende la realizzazione di: eBook, report, videocorsi, webinar, seminari, membership, ecc, comunemente chiamati anche info-prodotti.

Per il settore web design, negli anni, oltre ai classici info-prodotti tipici del settore dell'info-marketing, si sono aggiunte altre tipologie di prodotti digitali, giusto per fare qualche esempio: template grafici disponibili per i più diffusi CMS, plugin jQuery, risorse grafiche (set d'icona, foto, template), e tant'altro. Qualche mese addietro c'ho tenuto [un webinar](#) su questo argomento. Ti riporto un piccolo estratto della registrazione nel caso fossi interessato ad approfondire

l'argomento.

Nota: Per quel che ci riguarda, il nostro reddito oggi proviene interamente da questa seconda categoria. Si tratta più che altro di una nostra scelta commerciale poiché con il crescere del business incentrato sulla vendita di prodotti digitali, non riusciamo più a trovare il tempo necessario da dedicare alle altre due categorie.

3. Il cliente finale

All'ultimo posto della statistica troviamo invece il reddito proveniente dalla vendita di siti ai clienti finali, con un misero **9%**.

È evidente che un **web designer freelance** non potrebbe mai riuscire a *sopravvivere* se rivolgesse i suoi servizi **solo ai clienti finali**.

In che modo riuscire a raggiungere nuovi clienti?

È abbastanza chiaro a questo punto dell'analisi che **un nostro collega può diventare un potenziale cliente**, e viceversa. Ci avevi mai pensato?

Quello che dobbiamo fare adesso è semplicemente trovare dei colleghi che siano meno preparati di noi proprio in quell'ambito in cui noi siamo specializzati, in modo da proporgli la nostra collaborazione. Ti dirò di più, se riesci a renderti *visibile* nel modo giusto, il più delle volte saranno loro stessi a chiedere la tua collaborazione.

Individuata quindi la nostra tipologia principale di clienti - Web Agency e/o altri freelance - andiamo ora a vedere in che modo possiamo raggiungerla per stringere delle possibili **collaborazioni** che possano rivelarsi proficue per entrambi.

1. Servizi di Crowd Sourcing

I servizi di [Crowd Sourcing](#) possono essere un primo trampolino di lancio quando ancora non ti conosce nessuno e stai muovendo i tuoi primi passi sul web.

Purtroppo questa tipologia di servizi ha il grande difetto di sminuire fin troppo il lavoro del freelance e spesso - in questo gioco di domanda e offerta che si viene a creare - pur di prendere il lavoro si gioca al ribasso, ritrovandosi così a svolgere il **lavoro sottopagati**.

Nonostante questo grande limite, il Crowd Sourcing può comunque essere un ottimo modo per iniziare a farsi notare, arricchire il proprio portfolio con qualche lavoro e conoscere altri freelance o piccole realtà che hanno bisogno delle tue competenze.

Di seguito alcune grandi realtà internazionali che offrono servizi di Crowd Sourcing per web designer freelance:

- <http://www.crowdspring.com/>
- <http://99designs.com/>
- <http://www.12designer.com/it/>
- <https://www.odesk.com/>

Mirko D'isidoro di [Blographik](#) di recente ha scritto [un'interessante guida](#) su come utilizzare uno di questi servizi in ambito italiano.

2. Condivisione: blog e forum di settore

Nel nostro settore se non hai visibilità, non esisti!

Per un web designer freelance diventa indispensabile curare la propria *presenza* in rete, crearsi una propria identità sul web - preferibilmente la stessa con cui ci si presenta come freelance - e iniziare a frequentare tutti quei ritrovi virtuali in cui si riuniscono molti altri colleghi: forum, blog, gruppi su Facebook, ecc. senza limitarsi ad aggiornare il proprio portfolio/sito web.

La cosa migliore sarebbe lanciare un proprio **blog personale** dove scrivere con frequenza su argomenti del settore in cui ci si ritiene molto preparati. Questo con il tempo può diventare un'ottima vetrina in grado di attirare potenziali colleghi e possibili collaboratori.

Pensaci un po': chi arriverà dai motori di ricerca (o tramite altre strade) a leggere il tuo articolo in cui spieghi come fare *questo* o *quest'altro*?

La risposta è molto semplice. Vai a colpire esattamente il target che ti interessa, cioè tutti quei colleghi del settore (o aspiranti tali) che sono meno preparati di te in quell'esatto argomento in cui tu sembri essere davvero competente.

Gestire un blog personale però comporta davvero un notevole impegno, soprattutto se vuoi farlo in modo serio e professionale. Per raggiungere determinati risultati bisogna essere costanti, originali e preparati. Ho visto diversi colleghi lanciare il proprio blog, starci dietro alcuni mesi e poi dopo un po' di tempo abbandonare tutto perché non trovavano più il tempo per gestirlo.

Suggerimento: In questi casi consiglio sempre di mettere da parte l'idea di aprire un proprio blog personale perché richiede davvero troppe energie e tempo da dedicare, e appoggiarsi (collaborando in modo continuativo come autore) ad altri blog del settore che godono già di una buona visibilità e sono conosciuti per l'alta qualità del materiale pubblicato.

3. Networking: partecipazione agli eventi del settore

Quello che abbiamo trovato essere il miglior modo in assoluto per stringere collaborazioni di ogni tipo con altri colleghi è **partecipare agli eventi** del settore che si svolgono sul territorio: seminari, corsi, barcamp, raduni, ritrovi, conferenze, ecc... tutto fa brodo.

Conoscersi di persona, scambiare due chiacchiere, stringere amicizia, scherzare su qualche aneddoto accaduto durante il lavoro: tutte queste cose contribuiscono notevolmente a rafforzare il rapporto tra due persone che devono collaborare tra di loro. E ogni evento è un enorme calderone pieno di colleghi che potrebbero aver bisogno **proprio di te**.

Vuoi un esempio che ci tocca da vicino? Lo scorso novembre abbiamo organizzato la [prima edizione del seminario italiano dedicato ai web designer freelance](#). Dopo il seminario alcuni freelance hanno instaurato collaborazioni varie con i nostri relatori, altri hanno cominciato a pubblicare articoli tematici su YIW, e noi stessi abbiamo **delegato alcuni lavori** ai freelance che in qualche modo si sono dimostrati più "carismatici" e competenti.

E questo è ciò che generalmente accade in ogni evento del settore: persone che si conoscono, scambiano due parole quasi per caso, finendo poi con il lavorare fianco a fianco sullo stesso progetto.

E' ovvio che alcuni eventi, da un punto di vista qualitativo, risultano essere **più interessanti e produttivi di altri**: è il caso dello **Startup Weekend** (a cui abbiamo [preso parte in qualità di coach due settimane fa](#)). In un'ambientazione simile, dove il format prevede la presentazione di un tot numero di idee imprenditoriali (startup perlopiù legate al mondo web) è scontato che ciascuna idea presentata necessiti, per essere portata a compimento, di diverse figure quali front-end e back-end developer, grafici, mobile developer e quant'altro strettamente legato al nostro settore.

Infatti in un solo weekend abbiamo ricevuto **diverse proposte di collaborazione interessanti**, molte delle quali per progetti che non avevano niente a che vedere con la natura dell'evento stesso, ma che riguardavano realtà già consolidate sul territorio. Anche noi abbiamo preso nota di alcuni **freelance interessanti** che potrebbero tornarci utili per i progetti che abbiamo in cantiere!

E se non ho soldi da investire?

Non preoccuparti se non hai soldi da investire, ci sono molti eventi gratuiti del settore in giro per l'Italia, basta solo tenersi informati.

Conclusione

Purtroppo un articolo (in questo caso anche due) risultano davvero riduttivi per esprimere il concetto nel migliore dei modi, spero pertanto di essere stato chiaro anche se ho dovuto tagliare molti punti per evitare di suddividere l'articolo in dieci parti. Questi sono un po' anche i limiti di un blog.

Ricapitolando: **ogni nostro collega può essere un potenziale cliente con cui stringere collaborazioni continuative.**

Prima di concludere voglio però sapere quanti di voi si sono persi la grande opportunità di questo fine settimana con lo **Startup Weekend di Torino**? E magari eravate proprio lì dietro l'angolo :)

P.S. Abbiamo intenzione di organizzare prossimamente un evento a **Roma**, se riusciamo a trovare gli Sponsor necessari a coprire tutte le spese di organizzazione l'evento sarà completamente gratuito. **Ci vuoi dare una mano?**