

KASIA RACISZ-WSPARCIE DLA BIZNESU

KURS WIRTUALNA ASYSTENTKA

Lekcja 5. Jak stworzyć dobrą ofertę

Czy wiesz już co umieścisz w swojej ofercie? Czy masz już dokładnie sprecyzowane zadania, których możesz się podjąć?

Najpierw wykonaj takie zadanie:

- Zrób research i znajdź oferty 20 Wirtualnych Asystentek. Wypisz wszystkie zadania, które mają one w swojej ofercie.
- Następnie znajdź 30 ogłoszeń przedsiębiorców, którzy poszukiwali Wirtualnych Asystentek w ostatnim czasie. Najszybciej znajdziesz takie ogłoszenia na grupach biznesowych i asystenckich na FB. Wypisz wszystkie zadania, które przedsiębiorcy chcieli oddelegować VA.
- Poszukaj w tych zbiorach umiejętności, które Ty posiadasz. Możesz również sięgnąć do raportu, który wykonałaś przy okazji lekcji 3 (spis wszystkich Twoich zasobów i umiejętności).
- Zastanów się, czy są jakieś rzeczy z tych, które umiesz i które pokrywają się z ofertami innych VA, a także zapotrzebowaniem klientów, ale których nie lubisz i na pewno nie chcesz wykonywać. Jeśli są takie rzeczy, to wykreśl je z listy.
- To co Ci zostanie to są właśnie zadania, które możesz wpisać do swojej oferty. Oczywiście dopisuj do tej listy kolejne rzeczy, których w międzyczasie będziesz się uczyć.

Chcę zwrócić Twoją uwagę na jeszcze jedną kwestię. Zapewne widziałaś u niektórych Wirtualnych Asystentek szeroki wachlarz zadań w ich ofertach. I chcę Cię przestrzec przed dwiema rzeczami. Po pierwsze, żebyś nie wpadała w kompleksy, że Ty nie masz aż tylu umiejętności. Po drugie, żebyś nie dążyła do stworzenia podobnej oferty.

Dlaczego? Wirtualna Asystentka naprawdę nie musi umieć wszystkiego. Poza tym, taka naprawdę długa lista wzbudza czasem efekt odwrotny od zamierzonego. Wszyscy znamy takie powiedzenie, że jak coś jest do wszystkiego, to tak naprawdę jest do niczego. I tutaj jest podobnie. U klienta może wzbudzić to pewną podejrzliwość i wątpliwość, czy jeśli ktoś mówi, że umie AŻ tyle rzeczy, to czy na pewno są to umiejętności na wysokim poziomie.

KASIA RACISZ-WSPARCIE DLA BIZNESU

KURS WIRTUALNA ASYSTENTKA

Nie chodzi oczywiście teraz o to, żebyś na siłę wykreślała to, co naprawdę umiesz, jeśli umiesz naprawdę wiele. Zachęcam Cię raczej do tego, żebyś pracowała nad znalezieniem swojej niszy i specjalizacji. I szkoliła się właśnie w tym. Krótko mówiąc, lepiej być mistrzem w trzech dziedzinach, niż zajmować się dziesięcioma, ale wszystkimi po łebkach.

Oczywiście szukanie swojej specjalizacji to już późniejsza kwestia. Jeśli zaczniesz pracę, będziesz miała kolejnych klientów i kolejne miesiące praktyki za sobą, to wtedy dość łatwo określisz w czym najlepiej się czujesz, które zadania najbardziej lubisz i za które najbardziej chwalą Cię klienci.

Wróćmy teraz do tworzenia Twojej oferty. Pamiętaj, że oferta to coś, co ma Ciebie, jak najlepiej przedstawić, wzbudzić zaufanie u klienta i sprawić, by zechciał zakupić u Ciebie usługę.

I jeszcze wyjaśnię, że oferta powinna znajdować się na Twojej stronie internetowej, ale ofertę będziesz też wysyłać do klientów w odpowiedzi na ogłoszenia czy zapytania.

Co powinno znaleźć się w dobrej ofercie?

Ważne jest, żeby tworząc ofertę napisać o swoich umiejętnościach, zasługach, doświadczeniach, ale nie ogólnymi formułkami w stylu: "Jestem profesjonalna, mam ogromną wiedzę", bo to brzmi dość sztampowo, a poza tym niewiele tak naprawdę mówi klientowi. Znacznie lepiej napisać o sobie przedstawiając dowody na swoje świetne umiejętności. Np. pomogłam już kilkudziesięciu klientom, wspieram kilkunastu klientów, z powodzeniem przeprowadziłam kilka kampanii reklamowych, odniosłam taki i taki sukces (zarządzałam zespołem, zwiększyłam dochody firmy, itd). Cokolwiek, co możesz opisać poprzez fakty i liczby będzie miało większą siłę rażenia, aniżeli powtarzane slogany o profesjonalizmie.

Koniecznym napisz o przeprowadzeniu klienta od punktu A do punktu B. Pamiętasz zadania z poprzedniej lekcji? Twój klient ma problem i/lub pragnienie. W ofercie przedstaw dokładnie cały proces przeprowadzenia go z tego punktu A do punktu B, w którym problem Twojego klienta zostanie rozwiązany, a potrzeba zaspokojona.

KASIA RACISZ-WSPARCIE DLA BIZNESU

KURS WIRTUALNA ASYSTENTKA

Bardzo często ulegamy takiej pułapce, że opowiadamy o naszych usługach dość pobieżnie mając przekonanie, że każdy wie o co chodzi i możemy te usługi tylko krótko zaanonsować. Tymczasem naprawdę wielu klientów nie ma takiego dokładnego obrazu, jak wygląda ten proces wsparcia z naszej strony. Trzeba swoje usługi opisać dokładnie, nie zapominając o języku korzyści dla klienta. Zamiast więc pisać, że klient może Ci coś oddelegować, napisz, że dzięki Tobie zyska czas, bo zajmiesz się częścią jego obowiązków. Kiedy oferujesz pomoc przy obsłudze podcastów, napisz, że wystarczy, że klient wyśle Ci nagrany materiał, a Ty zajmiesz się jego montażem, opisem, transkrypcją, umieszczeniem na odpowiednich platformach, a później także promocją w mediach społecznościowych.

Ostatnia kwestia to wyróżnienie się na tle konkurencji i pokazanie swojej unikalnej cechy. Pamiętaj, że ludzie wolą kupować od ludzi, a nie od firm. Pokaż więc, dlaczego to Ciebie warto wybrać, co masz takiego czego nie mają inni, opowiedz coś o sobie czy swoim systemie pracy, który zachęci klienta do nawiązania współpracy właśnie z Tobą. Pokaż się jako osoba, z którą chce się rozmawiać, działać i pracować.

Ofertę, którą będziesz wysyłać bezpośrednio do klienta warto (naprawdę warto!) spersonalizować. Oczywiście, że łatwiej i szybciej korzystać z szablonu i wysyłać go w odpowiedzi na wszystkie ogłoszenie, ale to co łatwe i szybkie nie zawsze jest skuteczne. Oferta skierowana i ułożona 'pod' Twojego potencjalnego klienta, sprawi, że już na starcie zyskasz kilka punktów. Jeśli więc znajdziesz ogłoszenie, na które chcesz odpowiedzieć, najpierw przejrzyj stronę/profil swojego przyszłego klienta i dopasuj ogłoszenie do jego działalności oraz do oczekiwań wyrażonych w ogłoszeniu.

Warto mieć do tego edytowalny szablon, który pozwoli Ci na dość szybką zmianę tekstu, zachowując niektóre strony w stanie niezmienionym (np. info o Tobie czy kontakt).

Pamiętaj też, żeby cennik umieszczony był na końcu Twojej oferty. Najpierw pokaż klientowi wszystkie korzyści, jakie będzie miał pracując z Tobą. Pokaż wartość, jaką wniesiesz do jego firmy i dopiero zaprezentuj cenę tej wartości.

KASIA RACISZ-WSPARCIE DLA BIZNESU

KURS WIRTUALNA ASYSTENTKA

Ofertę, którą będziesz wysyłać do klienta możesz również wysłać po prostu w mailu. Tutaj szkoły są dwie. Jedni mówią, że cenią sobie ładne i estetyczne oferty w PDF, inni z kolei preferują opis usługi w wiadomości mailowej i nie lubią otwierać załączników i tracić czasu. Wybór formy pozostawiam Tobie. Ja korzystam z obydwu tych form kontaktu.

Co powinno znajdować się w ofercie PDF?

- imię i nazwisko
- twoje zdjęcie
- kilka słów o Tobie (Twoje mocne strony, wyróżniki, Twoja misja)
- twoje doświadczenie (poparte faktami, liczbami)
- zadania, które możesz wykonać dla klienta
- twoje portfolio (jeśli już je masz)
- programy, na których pracujesz
- Twój system pracy (dostępność, sposób komunikacji)
- cennik
- dane kontaktowe, linki do social mediów, strona www

Jeśli klient nie odpowie na przesłaną ofertę, możesz napisać do niego za kilka dni z zapytaniem czy Twój mail dotarł. Zdarza się, że klienci są zajęci, roztargnieni i takie przypomnienie się może akurat zdecydować o wybraniu Twojej oferty.