



Как вырасти от фрилансера до агентства

Домбровский Валентин

Nextup Media, генеральный директор

Москва

05.09.2011

О чём речь?

1. Введение. Фриланс и руководство компанией - основные отличия.
2. Организационные задачи SEO-компании.
3. Работа с сотрудниками компании.
4. Организация продаж SEO-услуг.
5. Ведение проектов SEO-компании.
6. Стратегия развития компании.

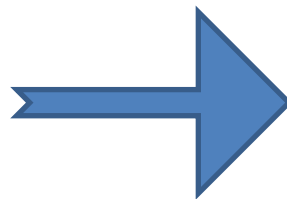
Вместо вступления



однажды в студёную зимнюю пору
фрилансер сеошник открыл вдруг контору

Фриланс и руководство компанией - основные отличия

1. Работа по официальным договорам с безналичными платежами.
2. Необходимость привлечения клиентов различными путями.
3. Необходимость готовить команду и руководить ей.
4. Необходимость решать повседневные рутинные задачи.
5. Постепенный переход от практики к решению вопросов стратегии развития.



Решение организационных



Внешние документы: **задач**

- договора;
- счета;
- акты.

Внутренние документы:

- анализ приходящих заявок и конверсии;
- анализ эффективности работы оптимизаторов;
- документооборот по проектам (возможно использование системы ПМ);
- кадровый учёт;
- анализ финансовых потоков.

Полезные системы:

Бухгалтерия и внешние документы: Moedelo.org, E-kontur.ru (Эльба).

Внутренний документооборот: Google Docs, CRM, системы ПМ (например, teamlab.com).



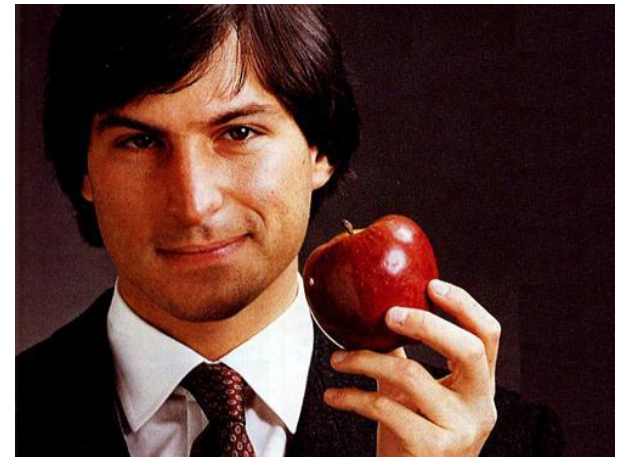
Сотрудники компании и организация их работы

Сотрудники компании в момент старта:

- 1) Старший оптимизатор.
- 2) Менеджер по работе с клиентами.
- 3) Удалённые сотрудники (копирайтеры, программисты, помощники оптимизатора).

Позже, возможно, появятся:

- 1) Помощник оптимизатора.
 - 2) Аккаунт-менеджер.
- и так далее...



Важно:

- 1) Ставка на талантливую молодёжь (интернет-маркетингу всегда можно научить).
- 2) Системы мотивации, исходя из результативности работы.
- 3) Удачная идея – соинвестирование личных проектов сотрудников. Общий посыл: «Это и ваш бизнес».

Продажа услуг SEO-компании



Важно:

Первостепенное внимание – на качество обслуживания клиента.

Необходимо формирование комплекса услуг.

Скидки, акции и бонусы – важные инструменты продаж.

Варианты продажи услуги:

- 1) Продажа чистой услуги.
- 2) Продажа услуги «по факту позиций».
- 3) Продажа услуги по трафику.
- 4) Продажа услуги по лидам.



Продажа услуг SEO-компании



Продажа чистой услуги:

Плюс: Минимальная ответственность со стороны компании оптимизатора.

Минусы: Достаточно сложно продавать клиенту; необходима наработанная репутация.

Продажа услуги "по факту позиций" :

Плюс: Проще продать клиенту - он платит за достигнутый результат.

Минусы: Сложно обеспечить необходимые позиции - можно сработать в минус; необходимы системы защиты от непредвиденных факторов.

Продажа услуги по трафику:

Плюс: Проще продать клиенту - он платит за количество пользователей из поисковых систем на сайте.

Минусы: Дешёвый трафик можно получить с НЧ-запросов, продвижение по НЧ оптимально для крупных сайтов; необходимы системы автоматизации подсчёта трафика; необходимы системы защиты от непредвиденных факторов.

Продажа услуги по лидам :

Плюс: Легко продать клиенту - он платит за количество обращений с сайта.

Минусы: Необходима комплексная работа с сайтом клиента, на которую не все согласны; необходима автоматизация сбора данных по обращениям; необходимы системы защиты от непредвиденных факторов; необходимо решение вопросов ценообразования.

Подробнее о продаже по лидам: http://seopult.tv/video/i_sevostianov2/

Организация проектов SEO-компании



Этапы проекта:

- . Заявка от потенциального клиента.
- . Отправка коммерческого предложения.
- . «Приём» клиента, решение договорных вопросов.
- . Начало работы с проектом.
- . Текущая работа и постоянное поддержание связи с клиентом.

Важная особенность: оптимизатор не продаёт и не общается с клиентом, но должен быть в постоянном контакте с менеджером по продажам (аккаунт-менеджером).

Стратегия развития SEO-компании

NextUP
WEB-СТУДИЯ

Пути развития:

- . Узкая специализация.
- . Развитие комплекса услуг.
- . А может быть, ну его это SEO? 😊



Спасибо за внимание!
Есть вопросы?

Домбровский Валентин
Nextup Media, генеральный директор

Москва
05.09.2011