

На что в первую очередь обращает внимание заказчик? Как правило, в большинстве случаев заказчик смотрит на портфолио и опыт работы. В принципе, это закономерно. Как еще заказчики могут оценить качество и профессионализм работника?

Как лучше оформить портфолио? Какие проекты поставить на первые места, о чем лучше умолчать? На эту тему написаны горы литературы, но практически все статьи касаются мира реального – не виртуального. А законы в Интернете немного иные, и между портфолио в онлайн и оффлайн нельзя считать одинаковыми. Как же оформить портфолио в интернете?

Куда добавить портфолио?

Для ответа на этот вопрос давайте вначале разберемся, где Вы планируете размещать Ваше портфолио? Отправить по факсу или стандартным письмом заказчику неудобно. Есть несколько вариантов размещения портфолио в Интернете:

- На персональном сайте - лучший вариант, поскольку ссылки на образцы портфолио Вы сможете дать на визитке, любой бирже удаленной работы, а также в процессе общения на форуме или в сообществе.
- На бирже удаленной работы - хороший вариант, позволяет привлечь внимание к портфолио со стороны потенциальных заказчиков, однако для этого Вам потребуются платные услуги по выделению портфолио в каталоге фрилансеров.
- В каталогах фрилансеров - на данный момент отдельных каталогов практически нет.
- На форумах - темы быстро уходят в архив и со временем Ваше портфолио может быть удалено с сайта. Эффект от добавления портфолио на форумах может быть в течение первой недели-двух. Чтобы получать внимание посетителей форума в дальнейшем, Вам придется обновлять портфолио или иным способом привлекать к нему внимание.
- На досках объявлений - аналогичные недостатки, как при добавлении портфолио на форумах.

Как правило, реальных заказчиков приносят два первых варианта – персональный сайт и биржи удаленной работы. Причем сайт работает только в том случае, если он широко известен и раскручен в интернете. Либо вариант два – Вы отправляете заказчику ссылку на Ваш сайт, где он может спокойно посмотреть Ваше портфолио.

Биржи удаленной работы – это хлебные места для фрилансеров, откуда можно получить постоянный приток заказчиков. Причем как разовые заказы, так и постоянные! Как правило, на каждой бирже удаленной работы есть каталог фрилансеров, в котором исполнители могут опубликовать свое портфолио. В этой статье мы большей частью поговорим об оформлении портфолио на биржах телеработы. Далее важно учитывать, что фрилансеры в каталогах сортируются по рейтингу. Он формируется по-разному, но обычно зависит от следующих факторов: количество работ в портфолио, количество отзывов о фрилансере, посещаемость портфолио (сколько человек его посмотрели). Соответственно, чем лучше оформлено Ваше портфолио и чем выше Ваш рейтинг, тем больше заказчиков найдут Вас в каталоге и предложат работу!

Просто каталоги фрилансеров, форумы и доски объявлений приносят меньше отдачи, но все-таки полностью игнорировать данные места нельзя. У меня был случай, когда заказчик нашел и сам написал как раз по объявлению на форуме, оставленному несколько месяцев назад! Правда, случай был только один. Но если через форумы получится взять хоть один крупный заказ, все усилия окупятся сторицей!

Оформление портфолио на бирже

И еще раз о биржах удаленной работы :) Каким образом заказчики могут попасть на Ваше электронное портфолио? Из каталога – да, но не факт, что большинство заказчиков будут ходить по каталогу в поисках лучших исполнителей. Как правило, большинство работодателей добавляют проект и смотрят, кто им напишет. Вот здесь и скрывается второй способ привлечь заказчика в портфолио! Оставлять комментарии к проектам. Автоматически там добавляется ссылка на Вашу персональную страницу. И соответственно заказчик при желании может перейти и посмотреть подробную информацию об авторе заинтересовавшего его ответа! Как вариант, ссылки на портфолио можно оставлять на форумах (там, где разрешают – спамить ни в коем случае нельзя!). Либо на досках объявлений.

Какие работы добавить в портфолио?

Первый вопрос, который возникает при создании портфолио – какие работы указывать? Если Вы – начинающий телеработник, то – все. Да, все без исключения. В этом случае на Вас работает количество материалов, качество может быть ниже уровня гуру. Но Вы показываете заказчику – у Вас уже есть выполненные проекты и их много! Главное, чтобы опыт был. Если Вы – далеко не новичок и за плечами тысяча-другая написанных новостей и статей или сотня запущенных сайтов, то выбирайте лучшие работы. Вы – профессионал, и знаете, что у Вас получилось лучше.

Теперь о том, как оформить портфолио. Большинство сайтов позволяют ввести название работы, короткий комментарий (около 300 символов), фотографию и ссылку на источник. Понятно, если вы – дизайнер, то можете поставить в качестве фотографии скриншот сайта, над которым работали. А что желать журналистам? То же самое. Ставить скриншот страницы со статьей! Если статья большая – сделайте скриншот ее небольшой части, а на полную версию дайте ссылку. Если Вы программист – имеет смысл описать суть работы в комментариях, а затем дать ссылку на сайт, где можно посмотреть работу скрипта или системы управления. Как вариант – можно разместить скриншот админ-панели CMS.

Как правило, большинство современных бирж телеработы позволяют указывать свою специализацию. И соответственно, для каждого направления можно добавить работы из портфолио. Правило здесь одно: во всех заявленных Вами типах работ должны быть примеры. Минимум – один, а лучше два или три. Можно больше. Иначе ситуация не в Вашу пользу. Например, человеку необходимо написать статью. Он ищет фрилансера и находит в каталоге Ваше портфолио. Но там нет ни одного примера статьи. Что сделает заказчик? Скорее всего, найдет другого исполнителя.

Отдельно хочется отметить количество работ в портфолио. Как уже было сказано ранее, многие биржи телеработы ведут рейтинг фрилансеров. И размер этого рейтинга иногда напрямую зависит от количества работ в портфолио. Например, Free-Lance.ru начисляет дополнительно около пяти баллов за одну работу. Поэтому фрилансеры заинтересованы ставить как можно больше примеров! Мне приходилось видеть портфолио, где количество работ переваливало за сотню, а то и за две сотни! Длина страницы поражала воображение! Но стоит ли так «накручивать» рейтинг? Понятно, лишних 20 работ – и есть 100 баллов. Сотня работ – уже 500 баллов. Но что скажет заказчик, просматривая такое портфолио? Спасибо точно не скажет. Для него огромный список – это море информации, обработать которую невозможно. Скорее всего, он покинет такое портфолио вместе с заказом. Также надо учитывать, что банальное размещение множества проектов - далеко не единственный путь получить высокий рейтинг. На его размер влияют и другие факторы: посещаемость портфолио, отзывы заказчиков и другое. И зачастую влияние этих факторов сильнее, нежели количество работ.

Оптимально размещать до 10-15 работ в каждом направлении. Этого достаточно чтобы не захламить страницу, повысить рейтинг на 50-75 баллов и дать заказчику полное представление о Ваших знаниях и способностях. Что делать, если работ недостаточно? Разделять! Например, Вы пишете новости для портала, Вы разделяете и вводите

каждую новость как отдельный проект. Поучается не одна работа, а допустим – десять. И никто не будет против. Все по правилам. И рейтинг вырастет не на 5 пунктов, а сразу на 50.

Портфолио фрилансера: проанализируйте

Не важно, блог ли это, веб-сайт или просто ссылка на примеры работ с их описанием. Главное, чтобы онлайн-портфолио послужило четким ответом на вопросы заказчика: «Что вы умеете?», «Чем отличаетесь от других?», «Для кого работали?» и пр.

Создавайте простое портфолио

Главное, к чему вы должны стремиться, выбирая дизайн – это простота. Всевозможные изыски и активные элементы слишком обширного меню лишь запутают потенциального клиента. «Ищу работу», «Прием заказов», «Способы оплаты» – меню должно быть максимально понятно заказчику, иначе он просто не захочет разбираться в нем и найдет другого работника.

Если вы ищете работу, не бойтесь сказать об этом просто и четко. Сделайте кнопку "Ищу работу/Принимаю заказы", которая бы вела на страницу с описанием того, какие заказы вы ищете.

В портфолио расскажите о себе

Раздел «Обо мне» - один из самых важных. Не углубляйтесь в философские размышления, не пишите, что любите суши и не изощряйтесь в остроумии. Клиенты бывают разные, но большинство из них хотят узнать: ваше образование, возраст, опыт и увидеть примеры работ и рекомендации. Если последнего у вас пока нет, постарайтесь создать образ, вызывающий доверие. Расскажите о семье, о друзьях, о хобби. Примеры работ лучше всего размещать на отдельной странице. Она не должна содержать никакой иной информации – пусть заказчик не отвлекается при знакомстве с вашим творчеством.

Оставьте свои координаты в портфолио

Конечно, контакты можно дать и на странице «Обо мне», но лучше продублировать их отдельно. Телефон, ICQ, мобильный – все это должно быть расположено на отдельной заметной странице.

При помощи портфолио «продавайте» себя

«Ищу работу», «Принимаю заказы» – ссылка на эту страницу должна быть хорошо заметна, особенно в портфолио на основе блога или веб-сайта. В последнем случае не забудьте страницу «О сайте», где будет изложена информация о проекте.

На странице «Беру заказы» разместите условия сотрудничества, цены, сроки и прочую полезную для заказчика информацию.

Фильтруйте информацию

Акцентируйте внимание только на «продающих моментах». Прекрасные фотоработы украсят любое портфолио, но если в данный момент вы берете заказы только на дизайн, они лишь введут заказчика в заблуждение. Помните, что вы делаете портфолио для клиента, для покупателя ваших навыков, и нет нужды выставлять «на витрину» то, что вы не намерены продавать.

Таким образом, один из советов, заключающийся в том, чтобы сделать его полезным ресурсом для потенциального клиента, а разделы портфолио должны отражать те ваши навыки, которые вы рекламируете и продаете.

Грамотно позиционируйте свою работу

Клиенту нужен конечный результат, и вы должны убедить его, что знаете, как добиться этого результата.

Клиент вряд ли является профи в вашей сфере, поэтому покажите ему выигрышные стороны вашего творчества, распишите особенности. Покажите работы, которые принесли выгоду заказчикам. Не просто понравились им, не подняли настроение, а принесли доход. Расскажите, что выполненный вами редизайн сайта увеличил посещаемость и доход заказчика, назовите конкретные цифры – это станет лучшим подтверждением эффективности работы.

Посетители - Ваши клиенты

Каждый гость на сайте – потенциальный клиент. Так увеличивайте их количество и переводите его в качество! Направьте на свой сайт трафик, вызовите интерес посетителей – и готовьтесь к новым заказам. Конечно, это произойдет не за один день, но постоянные усилия принесут свои плоды.