



Comment trouver des clients quand on est professionnel du web ?

Lorsqu'on travaille en indépendant en tant que professionnel du web, trouver ses premières missions puis développer sa clientèle font partie des objectifs majeurs. Pas facile d'appréhender cette partie commerciale pourtant cruciale. Où chercher et comment trouver des clients ? Découvrez 7 conseils pratiques que vous pourrez mettre en œuvre.

1 - Créez votre site internet

Commercialement parlant, [un site internet est devenu incontournable](#). C'est aujourd'hui un gage de crédibilité.

Le site peut être simple, mais il doit impérativement donner une image professionnelle de vous. L'objectif est que vos prospects puissent y retrouver les prestations proposées et vos réalisations. Pensez aussi à ajouter vos coordonnées et un formulaire de contact pour vous permettre de recueillir l'adresse mail des visiteurs qui iront jusqu'à cette étape.

Quel coût pour votre site web ? [Réponse dans notre article dédié](#).

2 - Postulez sur des sites de freelance : un bon moyen pour trouver des clients

Ces plateformes servent à vous mettre en relation avec des clients. **Vous pouvez y proposer vos services ou postuler à des missions**. La concurrence y est rude alors soignez votre profil :

- Avec une photo professionnelle
- A travers une description précise de vos services
- Grâce à des tarifs attractifs
- En demandant des avis et recommandations.

Ces sites dédiés aux freelances représentent une solution pour réaliser vos premiers projets, gagner en expérience et ainsi avoir des réalisations à valoriser dans votre portfolio.

3 - Utilisez les réseaux sociaux pour trouver des clients en freelance

[LinkedIn](#) est le réseau social professionnel le plus connu et un excellent moyen de **trouver des clients gratuitement**. Là aussi, votre profil doit être soigné et surtout vous devez être actif. Plusieurs leviers peuvent être utilisés pour booster votre visibilité :

- **Développez le nombre de relations** : invitez d'autres freelance, entreprises, référents et partenaires potentiels à entrer en contact avec vous
- **Soyez actifs** en likant et en commentant des posts
- **Créez du contenu** pour prouver votre expertise
- **Intégrez des groupes professionnels** en lien avec votre activité

4 - Développez votre présence hors ligne

Les réseaux virtuels et communautés en ligne sont importants pour trouver des clients en freelance, mais **ne négligez pas pour autant les contacts réels**. Ils restent primordiaux pour accélérer le bouche-à-oreille traditionnel.

Pour cela, visez les [clubs d'entrepreneurs](#), les réseaux d'affaires, participez à des événements en lien avec votre activité.

Pour ces rencontres, n'y allez pas avec un objectif de vente à tout prix. Pensez plutôt à élargir votre cercle, à vous ouvrir et à proposer votre aide.

5 - Entrez en contact avec d'autres freelances

Même si la concurrence vous paraît rude, vous rapprochez de prestataires qui proposent les mêmes services que vous, est bénéfique. Les plus expérimentés pourront vous donner des conseils en tout genre : [gestion administrative](#) de l'entreprise, astuces sur la façon de travailler, veille métier ...

Et si l'un d'eux est débordé et doit refuser une mission, il pourrait vous proposer de **prendre le relais auprès du client**.

6 - Comment trouver des clients ? Identifiez des partenaires

Le terme partenariat s'applique lorsque 2 parties mutualisent leurs ressources et leurs forces afin d'atteindre un objectif commun.

L'idée ici est de trouver un indépendant du web qui travaille dans un domaine complémentaire au vôtre. Par exemple, un [webdesigner](#) peut travailler avec un [développeur](#) ou un consultant SEO peut collaborer avec un [rédacteur web](#).

Ces intervenants deviennent alors des prescripteurs pour vous recommander auprès de leurs clients sur des prestations complémentaires aux leurs.

7 - Prospectez en approche directe

Cette **méthode traditionnelle** consiste à contacter des prospects pour leur proposer vos services. À partir d'une liste de clients potentiels, l'approche se fait par téléphone ou par mail.

Cette technique est de moins en moins d'actualité et peine à obtenir des résultats car elle est souvent jugée trop intrusive. Il reste néanmoins intéressant de la pratiquer parfois en ciblant bien, en personnalisant le discours et en apportant de la valeur ajoutée au prospect avant d'essayer de lui vendre quoi que ce soit.

[Tout savoir sur la prospection.](#)